

**STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE SHIFT MEDIA DALAM
MENANAMKAN NILAI-NILAI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Pendidikan Agama Islam Jurusan Studi Islam
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd)



ACC Munapasyah
2-5-24
Lukman

Disusun oleh:

Muhammad Alif Hanni Ghifary

19422146

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

**STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE SHIFT MEDIA DALAM
MENANAMKAN NILAI-NILAI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Pendidikan Agama Islam Jurusan Studi Islam
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd)



Disusun oleh:

Muhammad Alif Hanni Ghifary

19422146

Pembimbing :

Lukman, S.Ag, M. Pd

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini

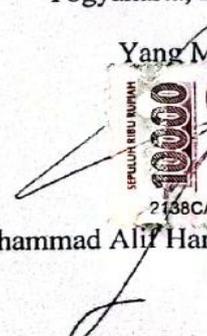
Nama : Muhammad Alif Hanni Ghifary
NIM : 19422146
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Penelitian : Strategi Dakwah *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak ada hasil karya orang lain kecuali dalam penulisan dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini penulis buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksa

Yogyakarta, 2 Mei 2024

Yang Menyatakan



Muhammad Alif Hanni Ghifary



**FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM**

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiaii@uii.ac.id
W. fiaii.uui.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Pendidikan Agama Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 28 Mei 2024
Judul Tugas Akhir : Strategi Dakwah Channel Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam
Disusun oleh : MUHAMMAD ALIF HANNI GHIFARY
Nomor Mahasiswa : 19422146

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pendidikan Agama Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Lukman, S.Ag, M.Pd. (.....)
Penguji I : Dr. Mohamad Joko Susilo, S.Pd, M.Pd. (.....)
Penguji II : Dr. Junanah, MIS (.....)

Yogyakarta, 28 Mei 2024



Asmuni
Dr. Dr. Asmuni, MA

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertandatangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

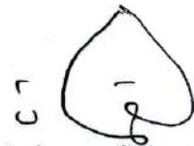
Nama Mahasiswa : Muhammad Alif Hanni Ghifary

Nomor Mahasiswa : 19422146

Judul Skripsi : Strategi Dakwah *Channel* Youtube Shift Media dalam
Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dari hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 2 Mei 2024



Lukman, S.Ag., M.Pd.

NOTA DINAS

Yogyakarta, 21 Syawal 1445

2 Mei 2024

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta,

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1486/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2023 tanggal 14 September 2023 M/ 29 Safar 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Muhammad Alif Hanni Ghifary
Nomor Induk Mahasiswa : 19422146
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Studi Islam/Pendidikan Agama Islam
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Skripsi : Strategi Dakwah *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wasalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Lukman, S.Ag., M.Pd.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Dengan penuh rasa syukur, segala puji bagi Allah Swt. atas kuasa, izin, nikmat, rahmat, karunia, dan ridho-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad Saw. hingga akhir zaman.

Dengan rasa syukur dan penuh bangga, penulis mengucapkan terimakasih kepada orang-orang yang penulis sayangi dan banggakan yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan semangat.

Tugas Akhir Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang tua tercinta, Bapak Burhan dan Ibu Nitarianty yang senantiasa menjadi alasan terbesar penulis untuk selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt. Selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada Bapak dan Ibu.

MOTTO

"Ketika pengetahuan bertemu dengan tindakan, terciptalah perubahan yang tak terelakkan."

(Ibn Khaldun)

ABSTRAK

STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE SHIFT MEDIA DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

Oleh :

Muhammad Alif Hanni Ghifary

Di era modern saat ini, strategi dakwah terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi. Platform media sosial yang menjadi sering menjadi fokus para penggiat dakwah adalah YouTube. salah satu strategi dakwah yang relevan dengan dinamika ini adalah teori strategi dakwah dari Al-bayanuni yang mengklasifikasikan strategi dakwah menjadi tiga jenis, yaitu strategi sentimental, rasional, dan inderawi. Integrasi dakwah dengan teknologi memungkinkan pendakwah untuk mencapai khalayak yang lebih luas. Shift Media, sebuah *channel* YouTube dengan konten dakwah kreatif yang disebut-sebut juga menjadi wadahnya para “pemuda hijrah” yang sedang mencari ilmu agama tetapi tetapi dengan konsep anak muda. Dengan tema yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, Shift Media berhasil menarik perhatian tidak hanya anak muda tetapi juga kalangan lainnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan data secara deskriptif, baik dari wawancara, dokumentasi, maupun observasi terhadap strategi dakwah channel YouTube dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, fokusnya pada deskripsi fenomena alamiah dan rekayasa manusia tanpa melibatkan prosedur statistik.

Hasil Penelitian ini mengungkap strategi dakwah Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam melalui channel YouTube mereka. Strategi sentimental berfokus pada konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, menggunakan kisah, narasi, dan simbol keagamaan untuk membangkitkan empati dan inspirasi pada penonton. Strategi rasional didasarkan pada argumentasi logis, penelitian, dan penjelasan yang ilmiah. Strategi inderawi memanfaatkan elemen visual, audio, dan sensori untuk menciptakan pengalaman mendalam bagi penonton, memperkuat pesan-pesan agama Islam dengan daya tarik yang lebih besar.

Kata kunci : Strategi sentimental, Strategi rasional, Strategi inderawi

ABSTRACT

STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE SHIFT MEDIA DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

Oleh :

Muhammad Alif Hanni Ghifary

In the modern era, the strategies of preaching continue to evolve alongside the advancements in time and technology. Social media platforms, particularly YouTube, often become the focal point for preaching enthusiasts. One relevant strategy in this dynamic is Al-bayanuni's theory, which classifies preaching strategies into three types: sentimental, rational, and sensory. The integration of preaching with technology enables preachers to reach a broader audience. Shift Media, a YouTube channel with creatively curated preaching content, is recognized as a platform for the "youth in transition" seeking religious knowledge presented in a youthful concept. With themes relevant to everyday life, Shift Media effectively captures the attention not only of the youth but also of other demographics.

This research adopts a qualitative approach to descriptively depict data gathered from interviews, documentation, and observations of YouTube channel preaching strategies in instilling Islamic educational values. The research method employed is descriptive, focusing on natural phenomena descriptions and human engineering without involving statistical procedures.

The findings reveal Shift Media's preaching strategies in instilling Islamic educational values through their YouTube channel. Sentimental strategies focus on content relevant to daily life, utilizing stories, narratives, and religious symbols to evoke empathy and inspiration in the audience. Rational strategies are based on logical arguments, research, and scientific explanations. Sensory strategies leverage visual, audio, and sensory elements to create profound experiences for the audience, reinforcing Islamic religious messages with greater appeal.

Keywords: Sentimental Strategy, Rational Strategy, Sensory Strategy.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dalam rangka menyelesaikan tugas akhir. Shalawat salam tidak lupa peneliti haturkan kepada baginda Rasulullah SAW. Nabi yang membawa kita dari dunia kegelapan menuju dunia yang terang seperti saat ini.

Alhamdulillah, dengan semua kemudahan yang Allah berikan kepada peneliti, sampailah peneliti menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah *Channel* Youtube Shift Media Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam”. Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam.
4. Ibu Mir'atun Nur Arifah, S.Pd.I., M.Pd.I. selaku Ketua Prodi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Siti Afifah Adawiyah S.Pd.I., M.Pd.I selaku Sekretaris Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Dengan penuh perhatian selalu memberikan motivasi, ilmu, do'a, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Lukman, S.Ag., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan membagikan ilmunya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Kepada Bapak dan Ibu kedua penulis ketika di kampus, selaku dosen program Pendidikan Agama Islam, kepada Bapak (Edi Safitri, S.Ag,

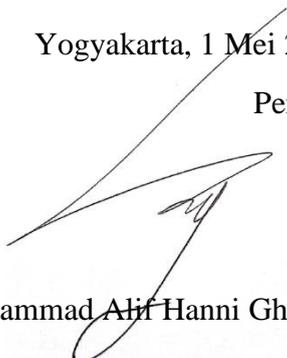
M.Ag.,(Alm) Dr. Hujair AH Sanaky, M.SI., Drs H. Muzhoffar Akhwan, MA., Drs. Aden Wijdan SZ, M.SI.,(Alm) Drs. H. AF Djunaidi, M.Ag.,(Alm) Dr. Supriyanto Pasir, S.Ag., Drs. H. Imam Mudjiono, M.Ag., Drs. Nanang Nuryanta, M.Pd., Lukman, S.Ag, M.Pd., Supriyanto, S.Ag, M.CAA., Moh. Mizan Habibi, S.Pd.I, M.Pd.I., Burhan Nudin, S.Pd.I, M.Pd.I., Syaifulloh S.Pd.I, M.Pd.I, Kurniawan Dwi Saputra, Lc., M. Hum.) dan kepada Ibu (Dr. Dra. Hj. Sri Haningsih, M.Ag., Siska Sulistyorini, S.Pd.I, M.S.I., Siti Afifah S.Pd.I, M.Pd.I., Miratun Nur Afifah S.Pd.I, M.Pd.I) semoga Allah selalu memberi kebarokahan umur, rezeki, ilmu dan nikmat dalam iman Islam.

8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Burhan dan Ibu Nitarianty yang telah memberikan semangat dan doa yang luar biasa.
9. Kepada orang hebat, Sachi, Wahyu Ramadhan, dan David Laid yang telah menjadi penyemangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada AJS Kost Boys dan Gymbro Auriga yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
11. Kepada teman-teman alumni SMAN 10 Samarinda yang telah menemani saya selama di Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu sangat dibutuhkan saran dan kritik yang membangun. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua yang membacanya. Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 1 Mei 2024

Peneliti



Muhammad Alif Hanni Ghifary

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING	v
NOTA DINAS	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Pustaka	11
B. Landasan Teori	18
1. Strategi	18
2. Dakwah	20
c. Unsur-Unsur Dakwah	26
3. Strategi Dakwah	32
4. Nilai-Nilai Pendidikan Islam	37
5. Youtube	40
6. Shift Media	41

BAB III	44
METODE PENELITIAN.....	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Sumber Data.....	44
C. Tempat atau Waktu Penelitian	45
D. Seleksi Sumber.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Keabsahan data.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian	55
B. Pembahasan.....	79
BAB V.....	95
PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	63
Gambar 4. 2	64
Gambar 4. 3	65
Gambar 4. 4	69
Gambar 4. 5	70
Gambar 4. 6	71
Gambar 4. 7	76
Gambar 4. 8	77
Gambar 4. 9	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Instrumen Wawancara.....	46
Tabel 3. 2 Tabel Wawancara.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kata dakwah menurut bahasa adalah suatu istilah yang telah memiliki makna sendiri, kata dakwah berarti *da'a - yad'u* yang memiliki arti ajakan, memanggil, mengundang, imbauan, hidangan, seruan atau panggilan. Sedangkan pengertian dakwah secara bahasa menurut M. Husain Fadlullah Al Hasani adalah kata dakwah mengandung makna aktivitas amar ma'ruf nahi munkar. Jika ditinjau dari hubungan dengan kata dakwah maka pemaknaan dari aktivitas amar ma'ruf nahi munkar telah memiliki makna yang selaras yaitu amar ma'ruf memiliki arti sebuah praktik dakwah untuk mengajak orang untuk mengikuti kebaikan, sedangkan makna dari nahi munkar bertujuan mengajak orang untuk menjauhi serta meninggalkan hal atau perbuatan yang buruk.¹

Pengertian dakwah secara umum yaitu sebuah ajakan untuk menuju kepada sesuatu yang baik. Dakwah adalah upaya atau aktifitas yang berbentuk ucapan ataupun perbuatan yang bertujuan mengajak orang lain untuk memberi pemahaman, mengetahui, menghayati dan mengamalkan nilai-nilai ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari.

¹ M. Husain Fadlullah, *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*. (Jakarta: Lentera. 1997), hal. 10.

Dari berbagai pemaknaan dari kata dakwah diatas dapat kita simpulkan bahwa dakwah adalah suatu upaya secara sadar untuk mengajak orang lain dalam bentuk lisan, tingkah laku, tulisan dan sebagainya yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain hingga timbulnya pengertian dan kesadaran dalam diri mereka untuk menghayati serta mengamalkan nilai-nilai ajaran agama Islam.

Karena dakwah telah banyak dijelaskan dalam al-Qur'an maka sudah menjadi wajib hukumnya bagi setiap muslim untuk melakukannya seperti dalam surah an-Nahl ayat 125 yang artinya "Ajaklah kepada syariat Tuhanmu dengan bijaksana dan nasihat yang baik dan menarik, serta bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Tuhanmu betul-betul mengetahui orang yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.". Dari firman tersebut Allah SWT memberikan panduan kepada Rasulullah agar menyeru atau mengajak para manusia untuk kembali ke jalan Islam. Allah SWT juga menyerukan agar mengajak manusia dengan cara dan pengajaran yang baik serta dengan niat untuk berdakwah keseluruhan manusia yang bertujuan agar mengamalkan juga menghayati ajaran-ajaran agama Islam dan menjauhi segala hal yang buruk.

Pada zaman Rasulullah dakwah dimulai dengan cara sembunyi-sembunyi hingga terang-terangan. Pada umur 40 tahun Rasulullah menerima wahyu pertamanya kemudian melakukan dakwah selama 23 tahun yang dibagi menjadi dua periode yaitu 13 tahun di Makkah dan 10 tahun berdakwah di Madinah. Dakwah yang dilakukan Rasulullah di Makkah meliputi ketuhanan atau keesaan baik dengan cara sembunyi-sembunyi ataupun terang-terangan yang dikarenakan

pada saat itu masyarakat Mekkah masih banyak yang menyembah berhala. Pada periode Mekkah ini, proses dakwah melalui lisan masih dilakukan dikalangan terbatas yaitu diawali dari kalangan keluarga, pemuda, beberapa hamba, termasuk beberapa tokoh Quraisy yang siap untuk mengawal perjuangan Rasulullah dalam dakwah di jalan Allah.² Sedangkan dakwah Rasulullah yang dilakukan di Madinah memiliki beberapa substansi yaitu seperti pembinaan akidah, ibadah, dan muamalah, mempersaudarakan kaum muslimin, membina kader-kader perjuangan, dan berbagai strategi pertahanan dan sosial untuk menjaga situasi kota Madinah. Diawali dengan berdakwah secara sembunyi-sembunyi kemudian beberapa sahabat Rasulullah mengikuti hingga akhirnya Rasulullah berdakwah secara terang-terangan walaupun tetap banyak hinaan dan cacian. Setelah periode dakwah Rasulullah selesai, para sahabat hingga penerusnya melanjutkan perjuangan dakwah Rasul dengan cara yang berbeda-beda yang pada akhirnya banyak buku-buku yang ditulis oleh ulama-ulama besar sebagai bukti perjuangan dakwah mereka.

Di zaman yang sudah secanggih sekarang, telah banyak ulama-ulama dan pendakwah-pendakwah yang hebat dengan strategi dakwah mereka masing-masing. Maka semakin berlalunya waktu, maka muncul dan berubah pula berbagai strategi dakwah yang dilakukan para pendakwah dalam menyampaikan pesannya agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh

² Ridwan Rustandi and Syarif Sahidin, "Analisis Historis Manajemen Dakwah Rasulullah Saw Dalam Piagam Madinah", *Jurnal Tamaddun : Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam*, 7.2 (2019), hal. 369.

sasaran. Perkembangan zaman dan teknologi membuat pendakwah sekarang tidak harus dilakukan di masjid-masjid yang mengharuskan untuk bergerak dari satu daerah ke daerah lainnya agar dapat didengar oleh banyak orang sehingga para pendakwah harus mengetahui strategi apa yang digunakan agar pesan tersampaikan.

Strategi dakwah merupakan salah satu upaya untuk menemukan cara menghadapi target sasaran dakwah di kondisi dan situasi tertentu agar tujuan dari dakwah tersampaikan dengan optimal maka dengan demikian para pendakwah harus mengenal dan memahami perkembangan teknologi serta komunikasi sehingga dapat menggunakan metode dan strategi dakwah yang tepat dilakukan agar dapat berbeda dari biasanya seperti memanfaatkan teknologi media dakwah yang sekarang telah banyak digunakan yaitu Youtube.

Youtube merupakan salah satu media sosial yang besar dan populer yang digunakan oleh banyak orang di dunia sekarang. Media sosial ini memfasilitasi para penggunanya untuk membuat video dan mengunggahnya serta dapat menyiarkan tayangan secara *live* atau siaran langsung ke seluruh pengguna Youtube di dunia.³

Dakwah jika diintegrasikan dengan teknologi maka kegiatan para pendakwah akan semakin mudah dan pesan yang ingin disampaikan memiliki jangkauan yang luas. Dengan media Youtube yang dimanfaatkan maka diperlukan

³ Erik Fahron Setiadi, Alia Azmi, and Junaidi Indrawadi, "Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial", *Journal of Civic Education*, 2.3 (2019), hal. 314.

strategi dari pendakwah untuk dapat mengelola *channel* Youtube milik mereka menjadi suatu wadah dakwah yang memiliki konten menarik sehingga dapat menarik para *viewers* atau penonton agar pesan yang ingin disampaikan oleh para pendakwah dapat tertanam di dalam diri penonton. Dalam hal ini maksud tujuan dari pendakwah yaitu menyampaikan pesan agar para *viewers* atau penonton dapat mengetahui, memahami, menghayati dan mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam.

Untuk memiliki konten dakwah yang berkualitas perlu adanya strategi yang efektif dan matang. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teori dari Al-Bayanuni yang membagi strategi dakwah dalam tiga jenis, yaitu strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi indrawi.

Peneliti melihat adanya salah satu *channel* Youtube yang memiliki konten dakwah yang kreatif dan menarik yaitu Shift Media. *Channel* Youtube Shift Media adalah media dakwah bertemakan islami yang telah banyak dikenal terutama dikalangan anak muda tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa selain anak muda tertarik pada konsep dakwah di channel ini, karena salah satu hal yang membuat *channel* Youtube ini berbeda adalah konsep yang dibungkus dalam setiap konten tersebut disesuaikan dengan tema-tema permasalahan hidup yang tidak jarang kita temukan seperti soal sosial, keluarga, cinta, dan lain-lain. *Channel* ini sudah ada sejak tahun 2017 dan saat peneliti mengamati channel tersebut telah memiliki pengikut sebanyak 560 ribu lebih dengan total durasi ditonton sebanyak 40.000.000 lebih.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang “Strategi Dakwah *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus Penelitian

Maka dari penjelasan latar belakang dan juga fenomena-fenomena diatas, maka fokus peneliti ada pada konten-konten dakwah dalam *channel* Youtube Shift Media.

2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi Sentimentil *Channel* Youtube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam?
- b. Bagaimana strategi Rasional *Channel* Youtube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam?
- c. Bagaimana strategi Inderawi *Channel* Youtube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab dari setiap rumusan masalah yang dibuat, sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis strategi Sentimental *Channel* Youtube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.
- b. Untuk menganalisis strategi Rasional *Channel* Youtube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.
- c. Untuk menganalisis strategi Inderawi *Channel* Youtube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian ini maka diharapkan dapat berguna dan menghasilkan kontribusi untuk para pengguna media sosial, khususnya Youtube untuk dapat menggunakan fasilitas tersebut sebagai media dakwah. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis atau di masa yang mendatang.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran yang lebih luas tentang bagaimana memanfaatkan teknologi seperti media sosial menjadikannya sebagai sarana untuk berdakwah. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi para pendakwah yang ingin mengembangkan metode dan strategi mereka dalam berdakwah.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan laporan penelitian (skripsi) maka pembahasan dalam menyusun laporan penelitian dikelompokkan menjadi bab yang masing-masing bab terdiri dari sub-sub yang saling berkaitan satu sama lain, sehingga diperoleh pemahaman yang utuh dan terpadu. Adapun sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

BAB I, merupakan pendahuluan yang berisikan tentang: Pertama, latar belakang masalah yang pada bagian ini menjelaskan alasan peneliti dan dasar pemikiran dari penelitian yang ingin dikaji. Kedua, fokus penelitian yaitu berisikan apa saja fokus penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini. Ketiga, pertanyaan atau yang sering disebut dengan rumusan masalah yaitu pertanyaan-pertanyaan yang ingin peneliti pecahkan dalam penelitian ini. Keempat, tujuan yaitu target yang ingin diselesaikan sesuai dengan pertanyaan penelitian. Kelima, manfaat atau kegunaan penelitian yang berisikan untuk siapa dan bagaimana pengaruh dari penelitian ini untuk kedepannya. Keenam, yaitu sistematika pembahasan yang memuat apa saja bagian-bagian dari proposal skripsi ini.

BAB II, merupakan kajian pustaka yang meliputi beberapa sub bagian yang akan diteliti oleh peneliti. Pertama, kajian Pustaka yang berisikan beberapa review penelitian terdahulu yang bersumber dari skripsi-skripsi yang relevan pada judul skripsi yang peneliti akan teliti dengan perbedaan-perbedaan yang ada pada judul lain. Kedua, landasan

teori yaitu berisi sumber-sumber penelitian yang relevan dengan judul penelitian ini.

BAB III, merupakan metode penelitian yang terbagi menjadi beberapa sub bab bagian yang peneliti akan teliti. Pertama, jenis penelitian dan pendekatan yaitu yang akan menentukan termasuk jenis apakah penelitian yang akan diteliti. Kedua, tempat dan waktu penelitian yaitu dimana dan kapan penelitian ini akan dilakukan. Ketiga, seleksi sumber yaitu bagaimana dan darimana peneliti mengambil sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Keempat, Teknik pengumpulan data yaitu berisi metode apa saja yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data untuk penelitian. Kelima, teknik analisa data yang berisi strategi dan cara yang digunakan untuk menentukan jenis data yang didapatkan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, yaitu bab yang memaparkan tentang hasil-hasil dari temuan penelitian mulai dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dibahas oleh penulis dengan menganalisa serta penyimpulan dari setiap hasil dan pembahasan analisa penelitian.

BAB V Penutup, yaitu bab terakhir dalam skripsi ini yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan berisikan tentang penarikan kesimpulan oleh penulis dari hasil dan pembahasan analisa penelitian secara keseluruhan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang merupakan tujuan penelitian. Dan pada saran, berisikan tentang saran yang bersifat rekomendatif kepada pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA, yaitu penulisan ulang berbagai sumber data yang dimiliki dalam pembuatan penelitian skripsi ini, yaitu yang bersumber dari berbagai buku, jurnal, artikel, dan sumber lainnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian ini, peneliti melaksanakan terlebih dahulu kajian kepustakaan guna meninjau penelitian pendahulu, terdapat beberapa literatur yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini yakni sebagaimana berikut:

1. Penelitian oleh Anggy Mashyyta memakai judul “Strategi Dakwah Islam Akun Youtube Ibnu The Jenggot Dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam” tahun 2018, menemukan strategi dakwah yang digunakan *channel* Youtube Ibnu The Jenggot dalam menjalankan dakwahnya di Youtube memiliki tiga tahapan, yakni perumusan strategi dakwah, penerapan strategi dakwah, beserta evaluasi strategi dakwah. Akun Youtube Ibnu The Jenggot bertujuan untuk merubah pandangan musik rap yang selama ini terkesan liar atau hanya sekedar lagu guna membuat hati senang tetapi juga musik rap dapat menjadi salah satu metode dalam penyampaian dakwah.⁴

⁴ Anggy Mashyyta, “Strategi Dakwah Islam Akun Youtube Ibnu the Jenggot Dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam”, *Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018.

Persamaan penelitian yang dilakukan antara peneliti dan Anggy Mashyyta yaitu berusaha untuk menemukan strategi yang digunakan dalam berdakwah melalui media sosial yaitu Youtube. Sedangkan perbedaan penelitian antara peneliti dan Anggy Mashyyta ada di subjek penelitian dan teori yang dikenakan. Anggy Mashyyta pada penelitiannya menggunakan teori Fred R. David yang mengatakan strategi dakwah memiliki tiga tahapan yang telah dijelaskan sebelumnya, lain dari pada itu peneliti memakai teori Al-Bayanuni. Selain itu, penelitian ini mengeksplorasi pengalaman menonton dari para beberapa penonton.

2. Penelitian Aniq Nahdia Lulu Annawawie yang berjudul “Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti di *Channel* Youtube Gedang Mas” tahun 2022, mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ini dalam penelitiannya menemukan strategi yang dikenakan Ustadzah Mumpuni Handayayekti pada *channel* Youtube Gedang Mas.⁵ Penelitian tersebut memiliki kesimpulan yakni memiliki tiga tahapan strategi dakwah, sama seperti yang telah dijelaskan pada peneliti terdahulu sebelumnya. Perumusan strategi yang dilakukan Ustadzah Mumpuni Handayayekti yaitu dengan memilih jenis berbagai tema yang disesuaikan dengan pendengar dakwahnya sehingga syair lagu yang dimiliki dapat menjadi alat atau wadah dakwahnya.

⁵ Annawawie, Aniq Nahdia Lulu, “Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti di *Channel* Youtube Gedang Mas”, *Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022.

Persamaan penelitian yang dilakukan antara peneliti dan Aniq Nahdia Lulu Annawawie adalah berusaha menemukan strategi apa yang digunakan dalam berdakwah melalui media sosial yaitu Youtube sebagai subjek penelitiannya. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti memiliki objek yaitu menggunakan satu teori strategi dakwah dalam penelitian ini yaitu teori Al Bayanuni yang menjabarkan bahwasanya strategi dakwah terdapat tiga jenis, yaitu strategi sentimentil, strategi rasional, serta strategi inderawi. Sedangkan Aniq Nahdia Lulu Annawawie menggunakan dua teori sekaligus pada penelitiannya yaitu menggunakan dari teori Fred R. David, dan Asmuni Syukir. Selain itu, pada penelitian tersebut hanya menganalisis dari satu pendakwah, sedangkan pada penelitian ini peneliti menganalisis konten-konten dari *channel* Youtube yang berisikan lebih dari satu pendakwah.

3. Penelitian oleh Krisna Mukti memakai judul “Strategi Dakwah Habib Ja’far Dalam Praktik Toleransi Beragama di Youtube Noice” tahun 2022. Krisna Mukti memaparkan strategi yang digunakan oleh Habib Ja’far ketika berdakwah di *channel* Youtube Noice.⁶ Dari penelitian yang berlandaskan teori dari Al-Bayanuni tersebut mempunyai kesimpulan bahwa Habib Ja’far yang juga dikenal sebagai penulis memiliki kemampuan retorika yang baik sehingga dapat

⁶ Krisna Mukti, “Strategi Dakwah Habib Ja’far Dalam Praktik Toleransi Beragama di Youtube Noice”, *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022.

mengimplementasikannya pada salah satu strategi dakwah yaitu strategi sentimentil. Kemudian, mengundang tokoh-tokoh dari agama lain ialah strategi rasional yang digunakan Habib Ja'far guna menumbuhkan sikap saling menghormati dan toleransi dalam beragama. Selain mempunyai rasa toleransi, dari konten yang dimiliki Habib Ja'far kita dapat mengetahui tentang agama selain kita tanpa kita mengikuti keyakinannya.

Persamaan penelitian antara peneliti dan Krisna Mukti adalah menggunakan teori dakwah dari Al-Bayanuni yang membagi tiga jenis strategi dakwah yang telah disebutkan sebelumnya. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya, peneliti memiliki subjek penelitian *Channel* Youtube Shift Media sedangkan Krisna Mukti memiliki subjek penelitian *Channel* Youtube Noice yang dimiliki oleh Habib Ja'far. Selain itu, pada penelitian ini tidak hanya mengambil data dari satu informan, tetapi dari tiga kelompok informan yaitu tim media, pengisi konten, dan penonton.

4. Penelitian Haris Mauludin memakai judul “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) melalui Sosial Media Instagram” Tahun 2019. Haris Mauludin melalui penelitiannya menemukan strategi dakwah yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki ketika mensosialisasikan Gerakan Pemuda

Hijrah.⁷ Penelitian tersebut memiliki kesimpulan bahwa konten dakwah Ustadz Hanan Attaki yang menjadi bahan kreatif di Instagram dapat menjadi wadah dakwah yang memiliki jangkauan yang luas serta mudah menjangkau di dunia maya, sehingga mengakibatkan mudahnya penafsiran oleh netizen-netizen yang kadang tidak sejalan dengan apa yang sebenarnya Ustadz Hanan Attaki katakan pada ceramahnya.

Persamaan penelitian yang dilakukan antara peneliti dan Haris Mauludin yaitu berusaha untuk menemukan strategi yang digunakan dalam berdakwah melalui media Youtube. Sedangkan perbedaannya ada di subjek penelitian dan teori yang dikenakan. Haris Mauludin menggunakan teori Fred R. David sedangkan peneliti menggunakan teori Al-Bayanuni. Perbedaan lainnya adalah peneliti melakukan pengamatan pada media sosial Youtube sedangkan Haris Mauludin melakukan pengamatan pada media sosial Instagram.

5. Penelitian oleh Fachry Ramadhan Yusantri dengan judul “Strategi Dakwah Masjid Ad-Du’a Bandar Lampung Dalam Mensyiarkan Nilai Keislaman Melalui Youtube” tahun 2022.⁸ Menemukan strategi dakwah yang digunakan Masjid Ad-Du’a Bandar Lampung ketika

⁷ Haris Mauludin, “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) melalui Sosial Media Instagram”, *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019.

⁸ Yusantri, Fachry Ramadhan, “Strategi Dakwah Masjid Ad-Du’a Bandar Lampung Dalam Mensyiarkan Nilai Keislaman Melalui Youtube”, *Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022.

menjalankan program dakwah mereka di Youtube dengan menggunakan teori dari Al-Bayanuni. Masjid Ad-Du'a berarti masjid pertama yang melakukan dakwah digital di Bandar Lampung, sehingga memiliki tujuan agar dakwah yang dimiliki di masjid dapat dijangkau oleh pendengar yang tidak dapat menghadiri secara langsung kajian-kajian yang dilaksanakan.

Persamaan penelitian yang dilakukan antara peneliti dan Fachry Ramadhan Yusantri yaitu berusaha untuk menemukan strategi yang digunakan dalam berdakwah melalui media Youtube dan menggunakan teori yang sama yaitu menggunakan teori dari Al-Bayanuni. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian, Fachry Ramadhan Yusantri memiliki subjek penelitian yaitu Masjid Ad-Du'a Bandar Lampung sedangkan peneliti memiliki subjek penelitian Channel Youtube Shift Media.

6. Penelitian oleh Amidah Mutiara Putri dengan judul “Strategi Dakwah *Channel* Youtube Film Maker Muslim Dalam Menanamkan Pemahaman Nilai-Nilai Islam” tahun 2020. Menemukan strategi dakwah yang digunakan *Channel* Youtube Film Maker Muslim ketika menjalankan dakwahnya di Youtube.⁹ Dalam penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa dalam strategi dakwah yang dilakukan oleh channel Youtube Film Maker Muslim memiliki konten yaitu film-film

⁹ Putri, Amidah Mutiara, “Strategi Dakwah Channel Youtube Film Maker Muslim Dalam Menanamkan Pemahaman Nilai-Nilai Islam”, *Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020.

pendek yang memenuhi syarat untuk dikatakan sebagai strategi dakwah dari teri Al-Bayanuni.

Persamaan penelitian yang dilakukan antara peneliti dan Amidah Mutiara Putri yaitu berusaha untuk menemukan strategi yang digunakan dalam berdakwah melalui media Youtube dan menggunakan teori yang sama yaitu menggunakan teori dari Al-Bayanuni. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian, peneliti mempunyai subjek *channel* Shift Media sedangkan peneliti terdahulu mempunyai subjek yang berbeda yaitu *channel* Youtube Film Maker Muslim. Selain itu, *channel* yang diteliti pada penelitian sebelumnya memiliki konsep video film dakwah sedangkan *channel* yang diteliti pada penelitian memiliki banyak kategori dalam penyampaian pesan-pesannya.

7. Penelitian oleh Tiara Rahmadaniar memakai judul “Strategi Dakwah Akun Youtube MuslimahDailyCom Dalam Mensosialisasikan Jilbab” tahun 2018. Mendapatkan strategi dakwah yang dikenakan Akun Youtube MuslimahDailyCom Ketika Mensosialisasikan Jilbab di Youtube.¹⁰ Dalam penelitian tersebut berkesimpulan bahwa Muslimahdailycom melakukan dakwah dengan cara yang baik dengan cara mengangkat kisah-kisah inspiratif dari para muslimah yang memiliki banyak makna serta hikmah yang bisa diambil. Kemudian,

¹⁰Tiara Rahmadaniar, “Strategi Dakwah Akun Youtube MuslimahDailyCom Dalam Mensosialisasikan Jilbab”, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018.

Muslimahdailycom selalu Tabayyun sebelum membuat atau menyampaikan informasi agar tidak aa kesalahpahaman antara tokoh yang dihadirkan dengan *channel* Muslimah dailycom.

Persamaan penelitian yang dilakukan antara peneliti dan Tiara Rahmadaniar yaitu berusaha untuk menemukan strategi yang digunakan dalam berdakwah melalui media Youtube dan menggunakan teori yang sama yaitu menggunakan teori dari Al-Bayanuni. Lain dari pada itu perbedaannya ada di subjek penelitian. Peneliti mempunyai subjek *channel* Shift Media sedangkan peneliti terdahulu mempunyai subjek yang berbeda yaitu channel Muslimah dailycom. Selain itu, pada penelitian ini peneliti mengumpulkan video-vide yang dianalisis dan kemudian dikelompokkan sesuai dengan teori yang digunakan.

B. Landasan Teori

1. Strategi

"Kata benda" dan "kata kerja" adalah etimologi dari istilah Yunani "strategi". Strategi bersumber dari kata-kata "stratos", yang mempunyai arti "militer", serta "ago", yang mempunyai arti "memimpin". Kata kerja "strategi" berasal dari kata "merencanakan". "Strategi" adalah istilah yang mengacu pada pola yang telah ditetapkan dan direncanakan secara sengaja guna melaksanakan tindakan ataupun kegiatan tertentu. Semua komponen strategi

termasuk tujuan kegiatan, siapa yang terlibat, proses, isi, serta sarana penunjang.¹¹

Kamus Umum Bahasa Indonesia mengartikan strategi sebagai "seni serta ilmu yang memakai seluruh sumber kekuatan guna melakukan kebijaksanaan tertentu ketika perang serta damai ataupun rencana yang cermat terkait kegiatan guna mencapai sasaran khusus."¹² Sehingga bisa diartikan bahwasanya strategi berarti sebuah rencana yang dibuat guna memutuskan kebijakan atau keputusan tertentu yang bertujuan untuk mencapai suatu target.

Jika pengertian ini lebih luas untuk ditelaah maka Istilah strategi banyak digunakan pada bidang ilmu yang lain, meliputi pula pada dunia Pendidikan. Strategi secara umum memiliki arti sebagai sebuah garis besar haluan untuk bertindak yang bertujuan guna mencapai target.¹³

Hal ini senada dengan yang Farmer dan Richman jelaskan bahwasanya strategi berarti sebuah sikap untuk memilih antara sekian

¹¹ Abdullah, Usep Mudani Karim, and Abdul Azis. "Efektifitas Strategi Pembelajaran Analisis Nilai Terhadap Pengembangan Karakter Siswa Pada Mata Pelajaran Sejarah Kebudayaan Islam." *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, [SL] 7.1 (2019), hal. 54.

¹² Rizki Yudha Bramantyo, "Strategi Mewujudkan Lulusan Fakultas Hukum Berkompetensi Spesifik (Pendidikan Hukum Indonesia Dalam Tantangan Era Revolusi Industri 4.0)", *Transparansi Hukum*, Vol 1. (2018), hal. 140.

¹³ Mohammad Asrori, "Pengertian, Tujuan Dan Ruang Lingkup Strategi Pembelajaran", *Madrasah*, Vol 6. (2016), hal. 26.

alternatif yang ada. Meliputi juga melaksanakan inovasi serta menciptakan hal yang baru.¹⁴

Hal ini juga selaras dengan definisi yang dijelaskan Onong Uchjana Effendy yang memaparkan bahwasanya strategi adalah suatu manajemen serta perencanaan guna meraih sebuah tujuan.¹⁵ Maka dari beragam definisi yang dijabarkan para ahli seperti Farmer dan Richman serta Onong Uchjana Effendy tersebut bisa disimpulkan bahwasanya strategi berarti sebuah rencana yang sudah ditentukan guna mencapai tujuan. Proses dari strategi ini dapat dilakukan individu maupun kelompok atau organisasi. Strategi yang telah dibentuk dapat dilaksanakan agar bisa meraih tujuan yang menjadi target secara efisien serta efektif.

2. Dakwah

a. Pengertian dakwah

Dari segi bahasa Dakwah mempunyai arti seruan, ajakan ataupun panggilan. Bentuk dari kata dakwah pada bahasa arab disebut *mashdar*. Lain dari pada itu bentuk dari kata kerjanya atau

¹⁴ Ahmad Abdul Azhim Muhammad, Strategi Hijrah, (Solo: Tiga Srankai, 2004) , hal. 9.

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Toeri dan Praktek, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 40.

(*fi'il*)nya mempunyai arti memanggil, mengajak, ataupun menyeru (*Da'a, Yad'u, Da'watan*).¹⁶

Dakwah merupakan upaya-upaya menyampaikan beserta menyerukan pada semua umat manusia konsepsi islam terkait tujuan serta pandangan hidup di dunia dengan cara yang telah ditetapkan Allah pada Q.S An-Nahl ayat 125, yakni:

لِيَحْمِلُوا أَوْزَارَهُمْ كَامِلَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمِنْ أَوْزَارِ الَّذِينَ يُضِلُّونَهُمْ بِغَيْرِ عِلْمٍ ۗ أَلَا سَاءَ مَا يَزُرُونَ ۚ ٢٥

“(Ucapan mereka) menyebabkan mereka pada hari Kiamat memikul dosa-dosanya sendiri secara utuh dan sebagian dosa orang-orang yang mereka sesatkan yang tidak mengetahui (bahwa mereka disesatkan). Ingatlah, alangkah buruknya (dosa) yang mereka pikul.”

Didasarkan firman tersebut, Allah SWT memberi pedoman pada Rasulullah untuk mengajak manusia untuk kembali ke jalan Islam, yakni dengan pengajaran serta hikmah yang baik. Lain dari pada itu, Allah SWT memberi seruan kepada rasul untuk melaksanakan dakwah di jalan Allah dengan tujuan penyebaran agama Islam ke semua orang, meminta mereka untuk mengamalkan ajaran Islam dan menghindari segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT.

¹⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011). hal. 1.

Pada suatu penggalan hadis Nabi Muhammad Saw dalam Riwayat Al-Bukhari dijabarkan bahwasanya Nabi bersabda yang memiliki arti: “Sampaikanlah olehmu sekalian dariku meski hanya satu ayat.”. Hadis tersebut membuktikan bahwa berdakwah merupakan suatu kewajiban bagi semua umat muslim walaupun hanya menyampaikan satu ayat tetapi dapat menyebarkan bahkan dapat diamalkan oleh orang lain.

Berikut ialah beberapa definisi dari Dakwah yang dikemukakan beberapa para ahli :

Pertama, M. Quraish Shihab menjabarkan bahwasanya “Dakwah berarti ajakan ataupun seruan untuk menuju pada keinsafan ataupun dalam arti lain guna merubah keadaan yang lebih baik, baik dari masyarakat luas ataupun diri sendiri.¹⁷

Kedua, Toha Yahya Omar menjabarkan bahwasanya dakwah berarti mengajak manusia dengan cara yang bijaksana pada jalan yang benar selaras atas perintah Tuhan untuk kebahagiaan serta keselamatan mereka di akhirat serta dunia.¹⁸

Ketiga, menurut Ali Mahfudz, dakwah ialah langkah untuk memberikan dorongan atau motivasi kepada para pendengar agar

¹⁷ RB. Khotib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2007). hal. 25.

¹⁸ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009). hal. 1.

dapat melakukan kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar yang bertujuan memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat ¹⁹

Dari beberapa definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwasanya dakwah berarti suatu kegiatan yang bermaksud untuk mengajak atau menyeru kepada individu ataupun kelompok melalui tulisan ataupun ucapan agar penerima pesan dapat mengamalkan serta menghayati ajaran agama Islam baik itu pada diri sendiri ataupun dalam lingkungan masyarakat luas.

b. Tujuan Dakwah

Hakikatnya tujuan dakwah yakni diturunkannya agama Islam kepada umat Islam itu sendiri yang bermaksud guna menciptakan manusia yang mempunyai akhlak, ibadah, akidah yang baik.²⁰

Tujuan dari dilakukannya dakwah adalah untuk mencapai segala sesuatu yang diinginkan pada sebuah usaha, contohnya seorang pelajar yang sedang mempelajari ilmu supaya menjadi orang yang mengerti akan ilmu tersebut. Maka seperti itu juga

¹⁹ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Rosdakarya, 2010). hal. 16.

²⁰ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 36.

seorang da'i, tentu mempunyai sasaran serta target yang ingin diraih dalam usahanya berdakwah.

Ada dua macam tujuan dalam dakwah yakni tujuan umum dan khusus. Tujuan umum dakwah adalah segala sesuatu yang ingin diraih ketika pelaksanaan dakwah itu sendiri yang berkaitan dengan pengertian dakwah yaitu mengajak umat manusia menuju ke jalan yang benar serta diridhoi Allah Swt. Untuk mencapai kesejahteraan hidup di dunia maupun akhirat. Sedangkan tujuan khusus dari dakwah itu menyesuaikan dengan tujuan masing-masing pelaksanaan dakwah itu sendiri. Berikut beberapa tujuan khusus dakwah (1) mengajak manusia lain untuk meningkatkan keimanan, (2) Membimbing mental agama para mualaf, (3) mengajak kaum yang belum beriman untuk masuk serta memeluk agama islam, (4) serta mendidik anak supaya selalu di jalan yang benar.²¹

Menurut Sayyid Qutb, tujuan dakwah ialah seruan ajakan untuk menuju aqidah tauhid, hukum-hukum Allah, sistem keislaman, dan kemajuan dan kemuliaan hidup bersama aqidah

²¹ Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar strategi dakwah Islam*. Ikhlas, 1984, hal. 49.

dan sistem keislaman, serta perjuangan serta jihad islam yang bertujuan terwujud serta kokohnya sistem Allah di atas bumi.²²

Imam Syahid Hasan Al Banna menjabarkan tujuan dakwah yaitu sebagaimana berikut :

- 1) Mengajak kita menuju syariat guna mengatasi permasalahan hidup dunia, negara, bangsa, rumah tangga, serta individu.
- 2) Mengajak di fungsi hidup kita sebagai hamba Allah diatas bumi yang teramat luas, penuh dengan manusia dan makhluk hidup lainnya, bermacam pola pendirian, dan menjadi pengawas untuk umat manusia di muka bumi.
- 3) Mengajak kita menuju tujuan hidup yang hakiki yakni menyembah Allah SWT.²³

Adapun tujuan dakwah menurut Drs. A. Rasyad Shaleh, tujuan dakwah dibagi menjadi tujuan perantara serta tujuan utama. Hasil akhir yang ingin diraih semua upaya dakwah, yakni kesejahteraan serta kebahagiaan di akhirat serta di dunia disebut

²² Lasmi, "Penafsiran Ayat-Ayat tentang Dakwah", *Skripsi*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014, hal. 7.

²³ Esa, Yundi, *Aktivitas Dakwah Imam Syahid Hasan Al Banna dalam Gerakan Ikhwanul Muslimin dan Relefansinya pada Dakwah Kontemporer*, *Skripsi*, Lampung : UIN Raden Intan, 2020, hal.41

tujuan utama dakwah. Selain itu, nilai-nilai yang bisa menghasilkan kesejahteraan serta kebahagiaan yang diridhoi oleh Allah SWT selaras atas bidangnya disebut tujuan perantara dakwah.²⁴

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan dari dakwah berarti guna mewujudkan kesejahteraan serta kebahagiaan hidup di akhirat serta dunia yang diridai Allah SWT dan Rasulullah. Tujuan dakwah juga berarti satu diantara faktor yang paling sentral. Karena ketika rangka kerjasama maka pada saat itulah tujuan dakwah itu dilandaskan. Untuk mencapai tujuan dakwah tersebut maka diperlukan susunan rencana serta tindakan dakwah yang wajib diarahkan dengan baik supaya bisa berjalan dengan efisien serta efektif.

c. Unsur-Unsur Dakwah

1) Subjek Dakwah

Subjek dakwah dalam hal ini disebut dengan Da'i. Da'i berarti orang yang melaksanakan dakwah baik secara tulisan, lisan, ataupun perbuatan secara kelompok ataupun individu. Dalam kegiatan dakwah, Da'i sangat berperan besar karena sebagai pemberi pesan yang ingin disampaikan kepada para terget dan sasarannya dengan profesional dengan

²⁴ Muhammad Hasan, Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah, hal. 47-49.

persiapan menyampaikan materi, penguasaan terhadap metode dakwah yang ia gunakan, penggunaan media yang tepat dan psikologi seorang Da'i tersebut.²⁵

sehingga seorang Da'i perlu mengetahui ilmu tentang ini karena berdakwah bukan hanya sekedar berbicara didepan banyak orang tetapi juga mengajak orang lain untuk kembali ke jalan Allah. Maka dari itu apa yang dilaksanakan Da'i harus dapat mengambil serta menyentuh hati para pendengarnya.

2) Penerima Dakwah

Penerima dakwah atau objek dakwah, juga disebut Mad'u, berarti orang yang menjadi sasaran dakwah Da'i. Mad'u terbagi atas berbagai golongan manusia yang dikategorikan berdasarkan profesi, ekonomi, dll. Karenanya Da'i wajib mengerti sifat dari objek dakwah yang akan menerima dakwahnya.²⁶

Mad'u dapat dibagi menjadi kedalam beberapa sasaran aspek kelompok masyarakat, yaitu:

²⁵ Amin, Munir Amin, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Amzah, 2009) hal. 13.

²⁶ Rhoudhonah dan Suhaimi, Islam Moderat di Indonesia : Aktiitas Dakwah Islam Ahmad Syafi'i Maarif, (Yogyakarta: Quantum, 2020), hal. 175.

- a) Aspek segi sosiologis berwujud masyarakat kota kecil ataupun besar, pedesaan beserta masyarakat yang ada di kota.
- b) Aspek segi struktur kelembagaan berwujud masyarakat, pemerintah, serta keluarga.
- c) Aspek segi struktur kelembagaan berwujud masyarakat dari segi kultural berwujud golongan santri, abangan serta priyai. Penggolongan ini dapat kita temui di masyarakat Jawa.
- d) Aspek segi tingkatan usia berwujud golongan anak-anak, remaja atau anak muda, serta orang tua.
- e) Aspek segi kehidupan sosial ekonomi berwujud golongan miskin, menengah serta kaya.
- f) Aspek profesi dan pekerjaan berwujud golongan petani, seniman, pedagang, serta yang lain.

3) Materi Dakwah

Materi dakwah berarti isi pesan yang ingin diberikan Da'i pada objek dakwah. Materi dakwah sangat luas hingga menuntut Da'i guna menyesuaikan dakwahnya dengan keadaan penerima atau objek dakwah supaya efektif dan efisien karena agama Islam mempunyai sifat universal, yang memberikan pengaturan segala aspek kehidupan, termasuk ajaran tauhid. Karena itu, agar dakwah berjalan lancar, objek

serta strategi dakwah harus dipelajari terlebih dahulu sebelum menyampaikan isi materi.

Abu Zahrah menjabarkan terdapat lima hal yang diperlukan perhatian dalam materi dakwah, yakni:

- a) Aqidah Islamiyah.
- b) Percaya bahwa Al-Qur'an itu diturunkan oleh Allah serta bisa dilumpuhkan oleh bangsa arab untuk membuat yang serupa.
- c) Mempunyai hadist-hadist yang dapat meningkatkan semangat taqwa ke dalam lubuk hati, serta perjalanan hidup Nabi Muhammad SAW.
- d) Pengesahan perjalanan hidup nabi Muhammad SAW.
- e) Memaparkan tujuan islam untuk individu serta banyak orang dengan prinsip saling menghormati manusia, keadilan pada lingkungan masyarakat serta bernegara, persamaan serta kemerdekaan, gotong royong pada kebaikan dan taqwa, beserta menyeru agar tidak bergotong royong dalam berbuat dosa.²⁷

Sehingga dapat disimpulkan bahwa isi dari materi dakwah sangatlah dibutuhkan pemahaman serta keyakinan

²⁷ Acep, A. dan Sambas, S. *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antar Budaya*. Remaja Rosadakarya. 2007, hal. 159.

yang kuat karena merupakan bekal untuk melakukan dakwah agar segala upaya yang dilakukan selama proses berdakwah bisa berjalan selaras atas tujuan serta rencana yang sudah ditentukan sejak awal sebelum memulai berdakwah.

4) Media Dakwah

Media dakwah berarti alat yang digunakan guna penyampaian materi dakwah pada mereka yang menerimanya. Secara garis besar, media terdiri dari materi, manusia, serta lingkungan yang memungkinkan orang lain memahami apa yang kita dakwahkan. Kegiatan dakwah tetap dapat berjalan tanpa adanya media. Karena media dakwah hanya menjadi alat perantara penyampaian pesan dakwah kepada objek dakwah.

Al-Bayanuni membagi media dakwah menjadi dua bagian: nonmateri serta materi. Media materi berarti hal-hal yang dapat ditangkap oleh panca indera kita untuk membantu pendakwah menyampaikan dakwahnya, contohnya perbuatan gerakan, serta ucapan. Media nonmateri, di sisi lain, adalah hal-hal yang tidak bisa ditangkap panca indera kita, yaitu hati serta pikiran, dalam hal ini seperti keikhlasan serta keimanan pendakwah seperti dalam QS. An-Nahl(16):78 yaitu:²⁸

²⁸ PT. Insan Media Pustaka, Al-Fatih: Mushaf Al-Quran Tafsir Per Kata Kode Arab. (Jakarta: 2012), hal. 275.

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ
وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani agar kamu bersyukur.”

5) Metode Dakwah

Metode dakwah berarti cara yang dikenakan subjek dakwah ketika melakukan dakwahnya, sehingga dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Berdasarkan QS. An-Nahl ayat 125 terdapat tiga macam metode dakwah, yakni sebagaimana berikut :

a) Metode *Bi Al-Hikmah*

Metode ini yakni menyampaikan dakwah dengan bijak tanpa adanya kekerasan hingga terciptanya suasana yang baik diantara Da'i dan objek dakwah. Metode ini juga berhubungan erat dengan strategi dakwah sentimentil yang akan dibahas pada penelitian ini.

b) Metode *Al-Mau'idza Al-Hasanah*

Metode ini berarti ketika menyampaikan dakwah harus mempunyai kandungan unsur-unsur memberikan berita gembira, kisah-kisah, kabar baik, pendidikan, pengajaran, bimbingan beserta pesan positif sehingga para objek dakwah yang dituju mengambil makna dan

bisa mengamalkan ajaran agama Islam pada kehidupan sehari-hari.

c) *Metode Al-Mujadalah*

Mujadalah yaitu berdiskusi dengan cara yang baik dari cara-cara berdiskusi yang sudah ada.²⁹ Atau dalam arti lain yaitu tukar pendapat yang dilaksanakan dua pihak yang bertujuan supaya kedua pihak saling menerima pendapat lawannya masing-masing tanpa melahirkan permusuhan dengan memberikan argumentasi serta bukti kuat yang dimiliki.

Dari berbagai penjabaran terkait metode-metode dakwah diatas maka peneliti juga akan menganalisis metode-metode dakwah tersebut dan akan dipadukan dengan tiga macam strategi dakwah menurut Al-Bayanuni.

3. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

²⁹ Syihata, Abdullah. 1986. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Proyek Pembinaan Prasarana dan Sarana Perguruan Tinggi Agama/ IAIN, 1986), hal. 22.

Strategi dakwah berarti proses perencanaan serta pelaksanaan dakwah yang mencakup semua aspek kehidupan manusia yang bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan Islam.³⁰

Pada buku *Dakwah Komunikatif*, strategi ketika penyampaian pesan agama bisa dilaksanakan dengan melakukan kegiatan dakwah melalui pola dakwah yang tepat serta selaras atas sasaran dakwahnya. Pelaksanaan strategi dalam dakwah bisa dilakukan dengan modifikasi kegiatan dakwah selaras atas kondisi serta situasi lingkungan dakwah itu.³¹

Menurut Fred R. David, dalam penerapan strateginya dapat dibagi menjadi tiga tahap, yaitu :

- 1) Merumuskan Strategi

Tahapan awal yang penting untuk organisasi ataupun lembaga guna menetapkan analisis SWOT sebab pada perumusan ini mereka akan membuat tujuan serta melaksanakan analisis semua kelebihan serta kekurangan dari strategi yang akan dibuat disebut merumuskan strategi.

- 2) Implementasi Strategi

³⁰ Nasrullah, Mahmud Habib. *Strategi Dakwah Kelompok Kajian Shaff Terhadap Pemuda Kota Kediri*. Diss. IAIN Kediri, 2019), hal. 119.

³¹ Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif : Membangun kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Da'wah*, (Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta : 1997), hal. 28.

Implementasi strategi adalah praktek dari apa yang sudah sebelumnya dirumuskan, tahapan ini dapat dikatakan sebagai tahapan yang paling sukar karena mereka akan dihadapi dengan segala yang akan datang dan terjadi. Maka dari itu penting adanya pengimplementasian strategi agar apa yang sudah direncanakan tidak sia-sia.

3) Evaluasi Strategi

Evaluasi adalah tahap terakhir yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana strategi tersebut berhasil. Dalam tahap evaluasi ini perlu menemukan faktir-faktor yang mempengaruhi saat strategi itu dilakukan agar dapat merancang kembali untuk hal yang perlu diperbaiki untuk memperbaiki kekurangan yang ada selama pelaksanaan strategi.³²

Asmuni Syakir mengemukakan bahwa dakwah harus dilakukan secara holistik, tidak hanya berfokus pada aspek spiritual, tetapi juga mencakup aspek sosial, ekonomi, dan budaya, sehingga relevan dengan kehidupan sehari-hari umat. *Dakwah bil lisan* (melalui kata-kata) harus sejalan dengan *dakwah bil hal* (melalui perbuatan), menekankan integritas dai

³² Fred R. David, *Strategic Management Concepts and Cases Thirteenth Edition*, (New Jersey: Pearson Education Inc, 2007), hal.37.

sebagai kunci penerimaan pesan dakwah. Syakir juga menekankan pentingnya strategi komunikasi yang efektif, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan memanfaatkan media massa serta teknologi modern untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Pendekatan partisipatif dalam dakwah, dengan melibatkan masyarakat secara aktif untuk memahami kebutuhan mereka, menjadikan dakwah lebih inklusif dan relevan. Selain itu, dakwah harus dianggap sebagai proses pendidikan berkelanjutan, di mana dai terus belajar dan mengembangkan pengetahuan mereka tentang Islam serta keterampilan dakwah, disertai dengan pelatihan yang berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas dakwah mereka.³³

Al-Bayanuni menjabarkan strategi dakwah berarti ketetapan-ketetapan dakwah serta perencanaan yang telah dirumuskan guna pelaksanaan dakwah. Dalam pelaksanaannya, Strategi dakwah yang cermat sangat mempunyai peranan besar supaya pesan yang ingin disampaikan bisa mengambil dan menyentuh hati para objek dakwah.³⁴

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dengan tiga macam yakni :

³³ Asmuni Syakir, *Metodologi Dakwah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hal. 45.

³⁴ Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2019.hal. 301.

4) Strategi Sentimentil

Pendekatan sentimentil berarti dakwah yang terfokus pada aspek hati serta menggerakkan perasaan serta batin para objek dakwah dengan cara memberikan nasihat dengan kelembutan taupun memberikan pelayanan yang memuaskan ialah beberapa metode yang dapat dikembangkan dari metode ini.

5) Strategi Rasional

Strategi rasional berarti dakwah yang terfokus di aspek pikiran atau akal yang bertujuan untuk memberikan dorongan pada objek dakwah agar berfikir, merenungkan, serta mengambil makna atau hikmah. Pemakaian logika, diskusi, serta kisah bukti sejarah menjadi beberapa metode dalam strategi rasional.

6) Strategi Inderawi

Strategi inderawi dalam kata lain disebut dengan strategi eksperimen atau ilmiah karena merupakan salah satu metode yang berfokus di panca indra serta berpegang teguh di hasil penelitian serta percobaan.

Dari beberapa teori strategi dakwah yang dipaparkan diatas, peneliti memilih teori strategi dakwah dari Al-Bayanuni sebagai teori

yang dipakai pada penelitian ini sebab lebih mudah dipahami dan menghubungkan keterkaitan teori dengan objek yang akan diteliti,

4. Nilai-Nilai Pendidikan Islam

a. Nilai

Horton dan Hunt menjabarkan nilai bisa diartikan seberapa penting atau tidaknya sebuah pengalaman. Nilai adalah gagasan pikiran yang menganggap sesuatu itu baik atau jahat, layak atau tidak layak, penting atau tidak penting.³⁵

Nilai merupakan suatu yang memiliki makna atau arti, dalam kehidupan nilai berarti sesuatu yang dapat membuat kehidupan menjadi lebih hidup seperti memberi acuan dan tujuan hidup seseorang dalam menjalani hidupnya.

b. Pendidikan Agama Islam

Pendidikan agama Islam berarti suatu tahapan yang bertujuan guna menciptakan insan manusia seutuhnya, beriman serta bertaqwa pada Allah SWT juga bisa menjadikan manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi yang didasarkan pada ajaran Al-Qur'an beserta Sunnah melalui kegiatan bimbingan,

³⁵ Elly M. Setiadi, Pengantar Sosiologi, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 119

pengajaran, latihan, serta pengalaman.³⁶ Allah berfirman dalam QS. Al-Maidah(5):67 yaitu:³⁷

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

“Wahai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu. Jika engkau tidak melakukan (apa yang diperintahkan itu), berarti engkau tidak menyampaikan risalah-Nya. Allah menjaga engkau dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum yang kafir.”

Dari ayat tersebut bisa terlihat bahwasanya seseorang yang sudah dibekali dengan ilmu yang dimiliki sebaiknya mengajarkan kepada orang lain, agar ilmu pendidikan yang dimiliki tidak hanya berguna bagi dirinya tetapi juga dapat memberikan manfaat yang banyak kepada orang lain.

Tidak cukup jika hanya berbekal ilmu tanpa iman, karena Iman menjadi penentu keberagaman seseorang, termasuk penentu sah atau tidaknya amal ibadah setiap individu. Orang yang imannya benar, kuat dan kokoh akan menghasilkan perilaku individu yang benar, penuh optimis, serta berani

³⁶ Abdul Majid, *Belajar dan Pembelajaran PAI*, (Bandung: Remaja Rosda Karya 2012), hal. 11.

³⁷ PT. Insan Media Pustaka, *Al-Fatih: Mushaf Al-Quran Tafsir Per Kata Kode Arab*. (Jakarta: 2012), hal. 119.

berkorbansekalipun mempertaruhkan nyawanya demi mempertahankan keimanannya.³⁸

Baharudin dalam bukunya Pendidikan Psikologi Perkembangan menjabarkan Pendidikan Agama Islam berarti usaha sadar serta terencana ketika mempersiapkan peserta didik guna menghayati, memahami, mengenal sampai mengimani ajaran Islam dengan beriringan pada sikap menghormati penganut ajaran lain supaya tercipta kerukunan diantara umat beragama.³⁹

Sehingga dari berbagai penjelasan mengenai Pendidikan Agama Islam diatas, bisa ditarik simpulan bahwasanya Pendidikan Agama Islam berarti sebuah usaha untuk menciptakan dan menyiapkan seorang insan untuk membentuk pribadi yang dapat memahami serta menghayati ajaran-ajaran agama islam dengan bimbingan serta dijalani dengan iman

c. Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Dari beberapa penjelasan mengenai nilai serta pendidikan islam diatas, maka bisa ditarik simpulan bahwasanya pengertian dari nilai-nilai pendidikan agama islam berarti setelan perasaan ataupun keyakinan didalam diri manusia yang sesuai norma serta ajaran islam guna menciptakan manusia yang seutuhnya.

³⁸ Mohamad Joko Susilo, *Pentingnya Penguatan Pendidikan Karakter di Masa Merdeka Belajar*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2023), hal. 94

³⁹ Baharudin, *Pendidikan Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010), hal. 196.

5. Youtube

Youtube berarti media yang bertujuan untuk berbagi, melihat serta mencari video yang asli ke segala orang yang ada di dunia melalui situs web. Youtube ialah satu diantara media sosial yang memuat konten video, memberikan akses kepada pengguna untuk membuat *channel*. *Channel* ini dimiliki oleh banyak orang yang sudah mempunyai akun. Dengan channel ini para pemakai bisa mengunggah video mereka didasarkan kategori yang mereka inginkan.⁴⁰

Youtube adalah jenis media baru yang dapat diakses melalui internet dan memungkinkan siapa saja untuk mempublikasikan video di mana saja serta kapan saja asalkan mereka mempunyai koneksi internet. Selain itu, YouTube menyediakan forum dimana orang dapat berkomunikasi dan berbagi informasi dan inspirasi di seluruh dunia.

Youtube merupakan situs web yang menyediakan beragam video mulai dari video klip musik hingga film, beserta video yang dikelola pengguna Youtube itu sendiri. Tidak sedikit orang yang menjadi viral hanya dengan meng-upload video mereka di youtube. Berkembangnya Youtube sekarang sudah mempunyai beragam fitur-fitur layanan yang diperlukan pemakainya. Dengan mempunyai

⁴⁰ Rusli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Teknologi*, (Bandung: Simiosa Rekatama Media, 2017), hal. 32.

lebih dari satu miliar pemakai bisa menghabiskan ratusan juta perhari untuk menonton Youtube.⁴¹

Ada beberapa karakteristik Youtube yang membuat situs berbagi video ini sangat populer serta membuat banyak orang suka memakainya. Berikut beberapa karakteristik Youtube yang disukai pemakainya: Pertama, tidak adanya batasan waktu serta jumlah data guna mengunggah video pada situs ini. Kedua, sistem keamanan yang sangat baik serta pihak Youtube sendiri memberikan batasan terkait jenis konten dengan tidak memberikan izin di jenis konten yang berbau SARA serta ilegal. Ketiga, Youtube memberikan fasilitas berbayar yang mana video yang menghasilkan minimal 1000 viewer akan memperoleh honor. Keempat, adanya fitur *offline* yang membuat pemakai bisa menonton video saat *offline* tetapi video itu wajib di *download* lebih dahulu. Kelima, pemakai bisa melakukan pengeditan video langsung di situs sebab sudah tersedia alat editing sederhana dengan fitur memfilter warna, memotong video, ataupun penambahan efek transisi.

6. Shift Media

Shift Media adalah sebuah media *daring* yang didirikan oleh Pemuda Hijrah. Pemuda Hijrah sendiri merupakan gerakan yang bertujuan untuk menginspirasi dan memberdayakan pemuda Indonesia

⁴¹ Ibnu Hajar, Youtube sebagai Saran Komunikasi Dakwah di Kota Makassar, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam (Makassar: Jurnal Al Khitabah Vol V no. 2 November 2018 UIN Alauddin Makassar), hal. 96.

dalam menjalankan ajaran Islam secara seimbang dan moderat dengan realitas kehidupan saat ini. Shift Media didirikan sebagai bagian dari upaya Pemuda Hijrah dalam menyebarkan pesan-pesan positif dan edukatif kepada generasi muda Indonesia melalui media sosial dan platform daring lainnya.

Kisah berdirinya Shift Media oleh Pemuda Hijrah dimulai dari dorongan untuk memberikan alternatif media yang lebih berfokus pada nilai-nilai keislaman yang moderat dan progresif. Mereka mungkin melihat adanya kekosongan dalam pasar media daring Indonesia yang banyak diisi dengan konten-konten yang cenderung kurang mendidik atau bahkan merugikan.

Dalam berdirinya Shift Media, Pemuda Hijrah kemungkinan besar melalui proses yang melibatkan pemilihan tim yang berkualitas, perencanaan strategis dalam mengembangkan konten-konten yang relevan dengan target audiens, dan penggunaan platform media sosial dan teknologi digital sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan mereka.

Shift Media kemungkinan besar juga didirikan dengan semangat untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana dakwah dan edukasi yang efektif di era digital sekarang. Melalui Shift Media, Pemuda Hijrah dapat mencapai jangkauan yang lebih luas dan memengaruhi lebih banyak orang,

terutama generasi muda, untuk lebih mendekatkan diri pada ajaran Islam yang moderat dan membangun masyarakat yang lebih baik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan data yang mendeskripsikan atau menggambarkan perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan dari individu. Oleh karena itu, peneliti mengamati subjek penelitian melalui berbagai metode pengumpulan data, termasuk wawancara, dokumentasi, dan observasi secara langsung maupun tidak langsung dari aktivitas strategi dakwah yang dilakukan di *channel* YouTube untuk menyebarkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yang berarti bahwa penelitian mendeskripsikan dan menggambarkan berbagai fenomena yang dibuat oleh manusia dan alami. Tidak ada prosedur statistik atau hitungan lainnya yang dapat memberikan perhatian yang lebih besar pada kualitas, karakteristik, dan hubungan antar temuan.⁴²

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung didapatkan oleh peneliti dari sumber utamanya. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari

⁴² Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020), hal. 9.

hasil pengamatan peneliti dalam *channel* Youtube Shift Media dan juga hasil dari wawancara dengan dua orang dari tim media, satu pengisi konten dan empat penonton terkait *channel* Youtube Shift Media.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang biasanya tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Data sekunder didapat dari dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini seperti buku, surat kabar, internet, catatan, dan transkrip serta dokumentasi.

C. Tempat atau Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini di Masjid Al-Latief Bandung Jawa Barat dan juga pada *Channel* Youtube Shift Media. Konten yang dianalisis adalah konten yang dipublikasikan pada tahun 2019-2023.

D. Seleksi Sumber

Subjek dalam penelitian ini adalah konten-konten dari *channel* Youtube Shift Media. Seleksi sumber dilakukan untuk mendapatkan data-data penelitian yang valid. Untuk mendapatkan data primer yang valid, peneliti terlebih dahulu melakukan wawancara bersamaan dengan dilakukannya pengklasifikasian video-video dari *channel* Youtube Shift Media yang berkaitan dengan teori Al-Bayanuni kemudian untuk data sekunder yang digunakan diseleksi sesuai kebutuhan penelitian seperti jurnal ilmiah, skripsi, ataupun sumber lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi di antara dua orang yang ingin mencari informasi dari seseorang yang memiliki informasi melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan berdasarkan tujuan dari proses wawancara. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan Tim Produksi, Pengisi konten, dan beberapa penonton.

Pedoman Wawancara untuk menambah sumber data penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Wawancara

No.	Variabel	Aspek	Indikator
1.	Strategi sentimental	Perencanaan	1. Menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang untuk penyampaian pesan dakwah
			2. Menyesuaikan topik dengan kebutuhan dan minat audiens target.
		Penggunaan Kisah dan Narasi	1. Menerapkan cerita-cerita inspiratif dalam video dengan konsistensi dan kejelasan pesan agama Islam yang disampaikan
			2. Memiliki reaksi penonton terhadap cerita-cerita tersebut
		Penekanan pada Empati	1. Menerapkan strategi untuk mendorong penonton untuk menerapkan empati terhadap orang lain melalui cerita yang disajikan
			2. Memiliki bukti interaksi atau komentar yang menunjukkan penonton menerapkan empati terhadap cerita yang disampaikan

		Penggunaan Simbol dan Metafora	<p>1. Menerapkan simbol-simbol atau metafora dengan jelas dalam video untuk menyampaikan pesan dakwah yang bertujuan menanamkan nilai pendidikan agama Islam</p> <p>2. Menggunakan simbol secara efektif untuk menerapkan pemahaman tentang nilai-nilai agama Islam kepada penonton</p>
2.	Strategi Rasional	Logika dan Alasan	<p>1. Menerapkan argumen yang logis dan rasional untuk mendukung pesan dakwah yang disampaikan.</p> <p>2. Menjelaskan konsep yang diberikan dalam video dengan jelas dan persuasif dalam konten-konten yang dimiliki.</p>
		Konsistensi	<p>1. Menyajikan konten secara konsisten dalam menyampaikan pesan-pesan yang berdasarkan prinsip-prinsip agama atau keyakinan.</p> <p>2. Memiliki pemahaman atau kesadaran dari penonton tentang pesan-pesan yang disampaikan secara konsisten dalam setiap video.</p>
3.	Strategi Inderawi	Penggunaan Media Visual	<p>1. Menerapkan media visual seperti gambar, animasi, atau grafis dengan kualitas dan kejelasan yang baik untuk menyampaikan pesan dakwah</p> <p>2. Menyajikan media visual secara efektif untuk menerapkan pemahaman nilai-nilai agama Islam kepada penonton</p>
		Pengalaman Sensori	<p>1. Menerapkan elemen-elemen sensori seperti suara, musik, atau efek visual dengan cermat dan sesuai untuk menciptakan pengalaman yang mendalam</p> <p>2. Memiliki reaksi penonton terhadap pengalaman sensori yang disajikan dalam video menunjukkan penerapan yang efektif terhadap pesan dakwah</p>
		Evaluasi	<p>1. Mengevaluasi pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam rencana strategis.</p> <p>2. Mengidentifikasi area-area yang perlu perbaikan berdasarkan hasil evaluasi.</p>

Tabel 3. 2 Tabel Wawancara

No.	Partisipan	Pertanyaan
1.	Tim Media	<p>1. Bagaimana proses perencanaan konten dakwah dilakukan di channel ini, Apakah ada rencana khusus yang telah ditetapkan untuk setiap video yang diunggah?</p> <p>2. Bagaimana peran cerita-cerita keagamaan dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan penonton?</p> <p>3. Apakah terdapat interaksi atau tanggapan positif yang menunjukkan perasaan empati dari penonton terhadap pesan-pesan tersebut?</p> <p>4. Bagaimana simbol-simbol keagamaan atau metafora yang digunakan dalam video untuk menyampaikan nilai-nilai agama islam?</p> <p>5. Bagaimana pendekatan rasional yang dilakukan tim media dalam menyampaikan pesan-pesan agama islam untuk membantu penonton untuk memahami ajaran Islam dengan lebih baik?</p> <p>6. Apakah selama ini terdapat kesinambungan atau konsistensi dalam tema dan pesan-pesan yang disampaikan dalam video?</p> <p>7. Bagaimana penggunaan media visual untuk mempengaruhi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap pesan-pesan agama Islam?</p> <p>8. Bagaimana proses evaluasi konten dakwah dilakukan? Apa saja kriteria atau metrik yang digunakan untuk menilai keberhasilan sebuah video dakwah?</p>
2.	Pengisi Konten	<p>1. Bagaimana cara menyampaikan dakwah agar dapat menyentuh hati para penonton?</p> <p>2. Bagaimana simbol-simbol keagamaan atau metafora digunakan dalam video untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam?</p> <p>3. Bagaimana anda menyampaikan argumen-argumen yang logis dan beralasan dalam video</p>

		dakwah Anda untuk mendukung pesan-pesan agama Islam?
		4. Bagaimana anda memastikan konsistensi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan ajaran agama Islam dalam setiap video Anda?
		5. Bagaimana anda menggunakan media visual untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah Anda? Apakah Anda memperhatikan respon penonton terhadap visual yang Anda gunakan?
		6. Bagaimana anda memanfaatkan elemen-elemen sensori dalam video dakwah Anda untuk menciptakan pengalaman yang kuat? Bagaimana respon penonton terhadap elemen-elemen tersebut?
3.	Viewers atau Penonton	1. Apakah anda merasa emosi tertentu seperti simpati, belas kasihan, atau kegembiraan ketika menonton video dakwah?
		2. Apakah cerita-cerita yang disampaikan dalam video dakwah membuat Anda merasa bahwa Anda bisa merasakan atau mengalami hal yang sama?
		3. Apakah anda merasa bahwa penjelasan atau argumen yang disampaikan dalam video dakwah mudah dipahami dan logis?
		4. Apakah penjelasan atau argumen dalam video dakwah membantu anda mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam?
		5. Bagaimana reaksi anda terhadap penggunaan gambar, suara, atau efek visual dalam video dakwah?
		6. Bagaimana video dakwah ini mempengaruhi pandangan atau perilaku anda terkait dengan nilai-nilai agama Islam?

2. Observasi

Observasi merupakan pemusatan perhatian terhadap suatu objek yang melibatkan semua indra yang bertujuan untuk mendapatkan data.⁴³ dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan pada video-video di *channel* Youtube Shift Media yang berkaitan dengan strategi dakwah untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.

Pedoman untuk obeservasi ini adalah konten-konten yang dipublikasikan pada tahun 2019-2023 yang kemudian dianalisis dan dikelompokkan menjadi tiga strategi dakwah menurut Al-Bayanuni:

- a. 3 video untuk strategi sentimental.
- b. 3 video untuk strategi rasional.
- c. 3 video untuk strategi inderawi.

3. Dokumentasi

Mempelajari bahan bacaan atau dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian dengan tujuan menyempurnakan penelitian dikenal sebagai dokumentasi. Peneliti mengumpulkan profil

⁴³ Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal. 81.

dari *channel* Shift Media di YouTube serta dokumen lain yang mendukung penelitian.⁴⁴

F. Keabsahan data

Dalam menilai keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan Teknik triangulasi. Triangulasi merupakan penggabungan berbagai tenaga peneliti, teori, dan metode dalam mempelajari fenomena sosial. Hal ini diperlukan karena setiap teknik memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Dengan demikian, triangulasi memungkinkan penangkapan realitas yang lebih valid. Terdapat dua jenis triangulasi yang digunakan:

1. Triangulasi data: penggunaan berbagai sumber data dalam suatu penelitian.
2. Triangulasi teknik metodologi: pemanfaatan sejumlah teknik dalam suatu penelitian.

Dua jenis Triangulasi data tersebut merupakan cara yang efektif untuk mengatasi perbedaan konstruksi realitas yang mungkin terjadi dalam konteks studi. Oleh karena itu, peneliti menerapkan metode sebagai berikut:

1. Memvariasikan jenis pertanyaan yang diajukan.

⁴⁴ Kriyatno Rachmat, Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 116.

2. Memverifikasi pertanyaan tersebut dengan menggunakan sumber data yang beragam.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang terkumpul dari wawancara dianalisis menggunakan teknik analisis data yang mengacu pada model Miles, Huberman, Saldana yaitu :

a. Data Collection (Pengumpulan data)

Pengumpulan data dilakukan dengan cara yang sesuai dengan metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu hasil dari wawancara. Pada tahap ini, peneliti melakukan pendekatan dengan subjek dan informan penelitian. Setelah mendapatkan data yang dirasa cukup, kemudian data dikembangkan guna memperoleh data yang dibutuhkan serta mencapai tujuan penelitian.

b. Kondensasi Data

Kondensasi data merujuk pada proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrakkan, dan atau mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan-catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, berbagai dokumen, serta data temuan lainnya. Kondensasi data juga bisa diartikan sebagai bentuk analisis data yang tujuannya untuk mempertajam, memfokuskan, memilih, serta mengatur data

sedemikian rupa sehingga didapatkan suatu kesimpulan. Tujuan kondensasi yakni membuat data penelitian menjadi lebih kuat.

c. Data Display

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian, bagan, hubungan antar kategori, grafik, matriks, network (jejaring kerja), chart, namun yang paling sering digunakan yakni dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data bertujuan untuk mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang telah dipilih yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel ataupun uraian penjelasan.

d. Conclusion Drawing (Penarikan Kesimpulan)

Dalam penelitian kualitatif, Kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara dan nantinya berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Sebaliknya, apabila kesimpulan di awal didukung oleh bukti yang kuat, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kemudian untuk data yang didapatkan dari hasil observasi dianalisis menggunakan teknik analisis isi konten. Teknik analisis ini dilakukan dengan cara memahami isi dari konten yang ada di *Channel Shift Media* dan dari yang telah dipahami ditulis sebagai data sesuai dengan pemahaman peneliti. Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa tahap

dalam proses analisis yaitu, deskripsi atau orientasi, reduksi data, seleksi, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

- a. Tahap deskripsi atau orientasi, yaitu peneliti mendeskripsikan yang ia lihat, dengar dan yang ia rasakan dari konten dari *channel* tersebut.
- b. Reduksi data, yaitu penyederhanaan, penggolongan, data sehingga dapat menghasilkan informasi yang dapat dipahami dan memudahkan untuk menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.
- c. Seleksi, yaitu melakukan penguraian lebih rinci dari data yang diperoleh.
- d. Kesimpulan atau verifikasi, yaitu melakukan pencarian makna data yang didapat. Kesimpulan ini bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak dapat ditemukan data yang valid dan mendukung. Apabila kesimpulan tersebut valid, kesimpulan tersebut adalah kesimpulan kredibel. Tahap verifikasi dilakukan untuk meyakinkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan tepat. Kesimpulan harus diverifikasi selama proses penelitian berlangsung.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Perkembangan Terbaru *Channel Shift Media*

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan perkembangan terbaru bahwa *channel Shift Media* telah mengimplementasikan daftar *playlist* yang memudahkan peneliti atau bahkan penonton dalam menemukan konten yang dibutuhkan. Berikut adalah daftar *playlist* yang telah diidentifikasi:

a. Ramadhan bareng UHA (Ustadz Hanan Attaki)

Playlist ini didedikasikan untuk konten-konten terkait Ramadhan yang dipandu oleh Ustadz Hanan Attaki (UHA), termasuk kajian-kajian agama, ceramah, dan tips menjalankan ibadah di bulan suci Ramadhan. *Playlist* ini diproduksi setiap harinya pada bulan ramadhan, yang berarti terdapat 30 video yang disajikan Ustadz Hanan Attaki melalui *channel Shift Media* dengan tema yang berbeda-beda.

b. *Recitation*

Recitation dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai "bacaan" atau "pengucapan". Dalam konteks agama Islam, *recitation* merujuk pada tindakan membaca ayat-ayat Al-Qur'an dengan penuh

kekhusyukan, sering kali dilakukan dalam bentuk ritual keagamaan, ibadah, atau sebagai sarana untuk memperdalam pemahaman dan penghayatan terhadap isi Al-Qur'an. Playlist Recitation merupakan kumpulan video bacaan Al-Qur'an yang disajikan oleh berbagai pembaca yang diundang oleh Shift Media, membacakan ayat-ayat Al-Qur'an dengan keindahan dan makna yang mendalam. Dari nada yang merdu hingga intonasi yang penuh perasaan, setiap pembaca menghadirkan keunikan dalam menyampaikan pesan suci Al-Qur'an.

c. Kajian dari pengisi konten yang lain

Salah satu hal yang membuat *channel* Shift Media menarik adalah video kajian yang diisi lebih dari satu pendakwah didokumentasikan secara penuh tanpa dipotong sedikitpun yang membuat para penonton dapat mengambil pelajarannya tidak setengah-setengah. Ada beberapa playlist yang sudah dibuat oleh *channel* Shift Media, yaitu *Jackpot* Rezeki Kang Dewa Eka Prayoga, sebuah *playlist* yang dipandu oleh Kang Dewa Eka Prayoga. Di dalam *playlist* ini, penonton dapat menemukan beragam materi seperti ceramah, motivasi, dan cerita inspiratif yang disampaikan oleh Kang Dewa Eka Prayoga. Selain itu, terdapat pula playlist bernama Ustadz Nur Ihsan Kajian Pendek yang menyajikan kumpulan kajian-kajian singkat dari Ustadz Nur Ihsan. Materi-materi ini dirangkum dengan ringkas namun tetap bermanfaat, memudahkan

penonton untuk menemukan dan mengakses pelajaran agama yang padat.

Untuk kajian-kajian yang lebih mendalam, terdapat *playlist* bernama Ustadz Nur Ihsan Jundulloh. Di sini, penonton dapat menemukan kajian-kajian yang membahas tema-tema agama, keislaman, dan pemahaman Al-Qur'an dengan lebih detail dan mendalam. Selanjutnya, *playlist* Ustadz Hanan Attaki menyajikan berbagai kajian dan ceramah dari Ustadz Hanan Attaki. Materi-materi ini memberikan wawasan keagamaan dan motivasi bagi penonton, membantu mereka dalam memahami ajaran agama Islam dan menghadapi tantangan kehidupan dengan lebih baik.

Terakhir, *playlist* Ustadz Imam Nuryanto berisi kumpulan ceramah dan kajian dari Ustadz Imam Nuryanto. Di dalam *playlist* ini, Ustadz Imam Nuryanto membahas berbagai tema agama dan kehidupan sehari-hari, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Islam dan bagaimana mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari

d. *One Minute Booster*

Playlist "One Minute Booster" oleh Ustadz Hanan Attaki di *channel* Shift Media adalah kumpulan video singkat yang bertujuan untuk memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penonton dalam waktu satu menit. Dengan penggunaan visual yang

menarik, setiap video dalam playlist ini disusun dengan tampilan yang dinamis dan konten yang menginspirasi.

Ustadz Hanan Attaki membimbing pemirsa melalui perjalanan singkat namun bermakna, menyampaikan pesan-pesan penting tentang kehidupan, iman, dan semangat dengan cara yang cerdas dan menggugah. Dengan kombinasi antara pesan yang kuat dan tampilan visual yang menarik, *playlist "One Minute Booster"* ini menjadi sumber inspirasi yang efektif untuk meningkatkan semangat dan keyakinan diri penonton dalam waktu singkat.

Dengan adanya daftar *playlist* ini, peneliti dan penonton dapat dengan mudah menavigasi dan menemukan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka di *channel* Shift Media. Ini mencerminkan upaya Shift Media dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan menyediakan konten yang bermanfaat bagi masyarakat.

2. Strategi Sentimentil *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam.

Shift Media melalui saluran YouTube mereka, memainkan peran penting dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam. Dalam era digital ini, platform seperti YouTube memberikan akses yang luas bagi individu untuk mendapatkan informasi dan pendidikan. Dalam konteks dakwah Islam, penggunaan strategi sentimentil menjadi penting untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang menarik dan

mempengaruhi. Shift Media memilih konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari yang dapat menginspirasi dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai Islam. Konten-konten tersebut sering kali menyoroti masalah-masalah yang sering dihadapi masyarakat dan memberikan solusi berdasarkan ajaran Islam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fatur Rahman dan Rizki Hidayat selaku tim media dari *channel* YouTube Shift Media, diperoleh pemahaman mendalam tentang strategi sentimental yang digunakan dalam konten dakwah Shift Media. Berikut adalah hasil temuan dari penelitian ini:

a. Perencanaan Konten

Dalam proses perencanaan konten dakwah, Shift Media fokus pada penelitian mendalam untuk memahami audiens dan tren zaman saat ini. Setiap video yang diunggah memiliki rencana khusus yang telah ditetapkan, mempertimbangkan urgensi, relevansi, dan kebutuhan masyarakat.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Fatur :

Kami memulai dengan penelitian mendalam untuk memahami kebutuhan, minat, dan tantangan yang dihadapi oleh audiens kami. Dari sana, kami merancang rencana konten yang beragam dan relevan, sesuai dengan tujuan dakwah kami.⁴⁵

⁴⁵ Fatur Rahman di Bandung, tanggal 2 April 2024

Hal ini menunjukkan bahwa strategi sentimental dalam proses perencanaan konten menjadi elemen kunci kesuksesan dalam menyampaikan pesan-pesan yang bernilai.

b. Penggunaan Kisah dan Narasi

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Rizki Hidayat bahwa Shift Media menggunakan variasi dalam format dan pendekatan, termasuk ceramah, kisah inspiratif, dan tanya jawab, untuk memastikan pesan dakwah mencapai berbagai kalangan dengan cara yang paling efektif. Cerita-cerita keagamaan menjadi pilar penting dalam strategi ini, menyajikan narasi yang kaya nilai moral, etika, dan spiritualitas, serta memperluas wawasan penonton tentang konsep-konsep spiritual dan filosofis yang mendasar.

c. Penekanan pada Empati

Dilansir dari wawancara bersama salah satu Tim Media bahwa mereka mendapatkan interaksi dan tanggapan positif dari penonton. Hal ini menunjukkan bahwa strategi sentimental yang digunakan dalam konten dakwah Shift Media membangkitkan empati dan inspirasi yang mendalam di antara mereka. Pesan-pesan dakwah tidak hanya diterima secara pasif, tetapi juga mampu membangkitkan perasaan simpati dan dukungan dari penonton.

d. Penggunaan Simbol dan Metafora

Penggunaan simbol-simbol keagamaan dan metafora dalam konten-konten dalam *channel* Shift Media efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama Islam. Sebagaimana yang diungkap oleh Rizki Hidayat bahwa “Seperti tentang cahaya dan kegelapan digunakan untuk menggambarkan perjalanan spiritual, di mana cahaya melambangkan petunjuk Allah dan kegelapan melambangkan kesesatan.”⁴⁶ Simbol-simbol ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana visual, tetapi juga memiliki kekuatan untuk menciptakan koneksi emosional dengan para penonton, membantu menginspirasi dan memotivasi mereka untuk memperdalam pemahaman tentang agama Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

e. Pendekatan Terhadap Audiens

Dilansir dari wawancara bersama Imam Nuryanto, beliau memilih pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens mereka. Konten yang autentik dan relatable, menggambarkan pengalaman hidup sehari-hari, digunakan untuk menciptakan koneksi emosional dengan penonton. Melalui pendekatan ini, Shift Media berharap dapat membuka pintu hati para penonton untuk menerima dan meresapi pesan-pesan dakwah dengan lebih baik.

f. Respon dan Pengalaman Penonton

⁴⁶ Rizki Hidayat di Bandung, tanggal 3 April 2024

Pengalaman para penonton video dakwah di *channel* YouTube Shift Media seringkali membangkitkan beragam emosi, termasuk simpati, belas kasihan, dan kegembiraan. Keterlibatan dalam pesan-pesan dakwah memperdalam pemahaman tentang kehidupan dan spiritualitas, menciptakan sebuah gelombang emosi yang menggetarkan hati dan pikiran penonton.

Menurut salah satu penonton yaitu Wahyu Ramadhan berkata :

Saat menonton video kajian, saya seringkali merasakan beragam perasaan yang menyentuh, seperti simpati, belas kasihan, dan kegembiraan. makna dalam pesan-pesan yang disampaikan dalam video seringkali membangkitkan simpati saya terhadap mereka atau saya sendiri yang membutuhkan bantuan atau bimbingan.⁴⁷

Berdasarkan jawaban diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengalaman penonton dengan video dakwah, terasa bahwa setiap momen membangun gelombang emosi yang menggetarkan hati dan pikiran. Dengan demikian, video dakwah tidak hanya memperkaya perjalanan spiritual dan moral, tetapi juga menginspirasi untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai tersebut dalam setiap langkah kehidupan.

Adapun beberapa video yang peneliti temukan menggunakan strategi dakwah sentimental sebagai berikut:

1. Kisah Perang Uhud – Hanan Attaki

⁴⁷ Rizki Hidayat di Bandung, tanggal 7 April 2024



Gambar 4. 1

Pada sebuah video yang mengisahkan kisah perang Uhud. Dalam kisah ini, Hanan Attaki menjelaskan dengan penuh semangat bagaimana para sahabat menunjukkan keberanian dan keteguhan hati mereka dalam menghadapi tantangan yang sulit.

Para sahabat, meskipun berada dalam situasi yang sangat sulit, tetap mempercayakan segala urusan mereka kepada Allah semata. Mereka tidak mengandalkan siapapun selain-Nya. Dengan keyakinan yang kokoh, mereka mengucapkan "Hasbunallah Wanikmal Wakil", yang artinya "Cukuplah Allah sebagai Penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik Pelindung". Dari kisah ini, kita belajar bahwa kekuatan sejati tidak hanya bersumber dari fisik atau strategi semata, tetapi juga dari kepercayaan dan ketergantungan kepada Allah.

2. "Ridho Allah Tergantung Ridho Orang Tua"



Gambar 4. 2

Dalam sebuah konten menonjol dengan judul "Ridho Allah Tergantung Ridho Orang Tua" menjadi sorotan. Konten ini diisi oleh Ustadz Nur Ihsan Jundulloh, mengangkat tema tentang pentingnya hubungan yang baik dengan orang tua dalam Islam. video ini tidak hanya menjadi sebuah ceramah, melainkan sebuah pengalaman yang membangkitkan kesadaran spiritual. Ustadz Nur Ihsan Jundulloh menggambarkan dengan indah bahwa ridho Allah sangat terkait erat dengan ridho orang tua. Pesan yang disampaikan bukan sekadar kata-kata, melainkan sebuah panggilan hati yang mendalam untuk membina hubungan yang penuh kasih sayang dengan orang tua.

3. "Hikmah Ujian"



Gambar 4.3

Dalam sebuah konten dakwah berjudul "Hikmah Ujian" oleh Ustadz Imam Nuryanto menjadi sorotan. Dalam video ini, Ustadz Imam Nuryanto mengajak pemirsa untuk merenungkan makna kesabaran dan doa dalam menghadapi ujian hidup, Ustadz Imam Nuryanto menggambarkan betapa pentingnya tetap berbaik sangka kepada Allah, meskipun dalam kondisi yang sulit. Konten video ini bukan sekadar ceramah, melainkan sebuah perjalanan spiritual yang mengajak pemirsa untuk merenungkan betapa besar kebaikan Allah dalam segala keadaan. Dalam atmosfer yang memikat, video ini berhasil menyampaikan pesan-pesan agama tentang kesabaran, doa, dan kebaikan Allah. Melalui sentuhan emosional yang mendalam, pemirsa diajak untuk menghadapi ujian hidup dengan keberanian dan kekuatan hati yang sejati.

B. Strategi Rasional *Channel* Youtube Shift Media dalam menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam.

Strategi rasional yang diterapkan oleh *channel* YouTube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam adalah dengan menyajikan konten yang didasarkan pada argumentasi, penelitian, dan penjelasan yang logis. Mereka menggunakan data, fakta, dan dalil agama untuk memberikan pemahaman yang jelas dan rasional tentang nilai-nilai Islam. Melalui pendekatan ini, Shift Media berupaya untuk membangun pemahaman yang kokoh dan terukur terhadap ajaran Islam, serta memberikan pemirsa alasan yang kuat untuk mengadopsi dan menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Berikut beberapa aspek yang digunakan channel Shift Media dalam menerapkan strategi dakwah rasional :

a. Logika dan Alasan

Shift Media menjalankan strategi dakwah rasional dengan memanfaatkan pendekatan edukatif dan informatif. Mereka menyadari bahwa untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam secara efektif, konten haruslah mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari penonton. Dengan memastikan bahasa yang digunakan jelas dan tidak rumit, serta menyajikan argumen-argumen yang rasional dan logis, Shift Media membantu penonton memahami konsep-konsep Islam secara lebih mendalam, tanpa dipengaruhi oleh emosi. Hal ini tercermin dalam wawancara dengan Fatur Rahman dari Shift Media, yang menyatakan bahwa pendekatan mereka adalah untuk membawa pemahaman yang kokoh dan terukur tentang ajaran Islam kepada penonton.

Tidak hanya itu, Shift Media juga mengusung pendekatan yang mendalam dan ilmiah dalam menyajikan konten agama Islam. Mereka menggunakan bukti empiris, penelitian mendalam, dan contoh konkret untuk mendukung setiap klaim yang disampaikan.

Hal ini tercermin dalam pendapat Imam Nuryanto :
Dalam video dakwah saya, saya menyampaikan argumen yang logis dan berbasis pada pemahaman yang kuat terhadap ajaran Islam. Saya menggunakan bukti-bukti empiris dan contoh konkret untuk mendukung setiap klaim yang saya sampaikan.⁴⁸

Dari jawaban diatas dapat disimpulkan bahwa beliau selalu berusaha menyampaikan pesan dengan argumentasi yang logis dan berbasis pemahaman yang kuat terhadap ajaran Islam. Dengan demikian, Shift Media tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai Islam melalui pendekatan yang rasional dan ilmiah.

b. Konsistensi

Analisis konten video Shift Media menunjukkan adanya kesinambungan tema dan pesan yang kuat, menguatkan identitas merek dan memastikan bahwa audiens menerima pesan yang kohesif dalam setiap produksi mereka. Ini mencerminkan komitmen Shift Media untuk menyajikan pesan agama Islam dengan cara yang edukatif dan informatif secara konsisten. Dalam wawancara, Imam Nuryanto menekankan pentingnya menjaga konsistensi dalam menyampaikan

⁴⁸ Imam Nuryanto di Bandung, tanggal 5 April 2024

pesan yang sesuai dengan ajaran agama Islam, serta membuka diri terhadap dialog yang konstruktif dengan audiens.

Selain itu, pendapat dari salah satu penonton yaitu Wahyu Ramadhan yang berlangganan di channel shift media menegaskan bahwa “Videonya membantu saya memahami pesan dengan lebih baik. Penjelasannya tidak hanya membuat konsep yang sulit menjadi lebih jelas, tetapi juga memberikan contoh yang memperkuat.”⁴⁹ Keberhasilan video dakwah tidak hanya tergantung pada kekuatan pesan, tetapi juga pada kejelasan serta kelogisan penjelasan dan argumen yang disampaikan. Shift Media berperan penting dalam memperkuat kepercayaan penonton terhadap pesan yang disampaikan, sehingga meningkatkan daya tarik dan efektivitas dakwah melalui media video. Dengan demikian, konsistensi Shift Media dalam menyampaikan pesan yang sesuai dengan ajaran agama Islam tidak hanya menjadi prioritas utama, tetapi juga menjadi kunci dalam meraih kesuksesan dalam menyebarkan nilai-nilai agama melalui media digital di era ini

Adapun beberapa video yang peneliti temukan menggunakan strategi dakwah rasional sebagai berikut:

1. Video "Islam dan Spirit Nasionalisme":

⁴⁹ Wahyu Ramadhan di Yogyakarta, tanggal 7 April 2024



Gambar 4. 4

Dalam upaya menyebarkan pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara Islam dan nasionalisme, Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bahwa Islam dan nasionalisme bukanlah konsep yang saling bertentangan, melainkan sejalan dalam membangun masyarakat yang adil dan sejahtera.

Konten video ini didesain untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada pemirsa tentang pentingnya mencintai tanah air dan berkontribusi positif dalam memajukan bangsa dan negara. Tujuan dakwahnya adalah untuk membantu pemirsa memahami bahwa Islam adalah agama yang mengajarkan umatnya untuk menjadi warga negara yang baik dan berkontribusi dalam memajukan kebaikan bersama.

2. Video "Pemuda"



Gambar 4. 5

Dalam era digital yang semakin maju, Ustadz Imam Nuryanto merilis sebuah video yang mencuri perhatian banyak pemuda. Dalam video tersebut, Ustadz Imam Nuryanto dengan penuh semangat mengangkat tema pentingnya peran pemuda dalam membangun masyarakat yang berdasarkan nilai-nilai Islam.

Ustadz Imam Nuryanto menjelaskan bahwa pemuda memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan positif dalam memajukan kebaikan. Konten video ini didesain untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada pemirsa tentang bagaimana pemuda dapat berkontribusi dalam membangun masyarakat yang Islami. Tujuan dakwahnya adalah untuk memberikan motivasi kepada pemuda agar aktif berperan dalam memajukan kebaikan, menjauhi perilaku negatif, dan membangun karakter yang Islami.

3. Video "Adab Salam"



Gambar 4. 6

Dalam video yang disampaikan oleh Ustad Imam Nuryanto adalah tentang pentingnya adab salam dalam Islam adalah bahwa adab salam merupakan bagian integral dari praktek kebaikan dan persaudaraan dalam agama Islam. Ustad menyoroti bahwa memberikan salam adalah tindakan yang dianjurkan dan diberkahi oleh Allah SWT, serta menjelaskan tata cara memberikan salam yang baik dan benar dengan penuh keikhlasan.

Selain itu, Ustad juga menguraikan manfaat dari adab salam, termasuk mempererat hubungan antar sesama muslim, menciptakan harmoni dalam masyarakat, dan mendatangkan berkah dari Allah SWT. Dengan demikian, video ini menjadi harapan bahwa pemahaman tentang adab salam akan membantu umat Islam dalam memperbaiki akhlak dan meningkatkan kualitas hubungan antarpersonal dalam kehidupan sehari-hari..

C. Strategi Inderawi *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam.

Strategi dakwah inderawi adalah pendekatan yang memanfaatkan elemen-elemen inderawi, seperti media visual, audio, dan sensori lainnya, untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan lebih kuat dan memikat. Dalam konteks media modern, seperti channel YouTube, strategi ini sering kali mencakup penggunaan gambar, video, musik, dan efek suara untuk memperkuat pesan-pesan agama Islam. Tujuan utamanya adalah menciptakan pengalaman yang mendalam dan memikat bagi pemirsa, sehingga mereka lebih terhubung dengan materi dakwah yang disampaikan. Dengan memanfaatkan daya tarik inderawi ini, dakwah dapat menjadi lebih efektif dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam dan memengaruhi pemirsa dengan lebih dalam. Berdasarkan hasil wawancara dengan tim media dari *channel* YouTube Shift Media, serta pendapat dari pengisi konten dan penonton, diperoleh pemahaman mendalam tentang strategi inderawi yang digunakan dalam konten dakwah Shift Media. Berikut adalah hasil temuan dari penelitian ini :

a. Penggunaan Media Visual

Shift Media memanfaatkan strategi inderawi dengan mengintegrasikan media visual, seperti gambar, video, dan animasi, untuk memperkuat pesan-pesan agama Islam dalam konten dakwah mereka. Dengan teknologi yang terus berkembang, Shift Media menyadari bahwa visualisasi konsep-konsep agama Islam dapat

disampaikan secara lebih menarik dan dinamis, meningkatkan keterlibatan penonton dalam pemahaman dan refleksi atas nilai-nilai keagamaan. Melalui penggunaan gambar, video, dan animasi, Shift Media menciptakan pengalaman visual yang memikat, memungkinkan penonton untuk memahami pesan-pesan tersebut dengan lebih mendalam. Pendekatan ini mencerminkan komitmen Shift Media untuk memperluas jangkauan dakwah dan edukasi keagamaan dengan memanfaatkan kekuatan media visual.

Fatur Rahman, seorang anggota tim Shift Media, menjelaskan bahwa penggunaan media visual memiliki peran penting dalam mempengaruhi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap pesan-pesan agama Islam. Dengan memanfaatkan teknologi visual yang canggih, Shift Media menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mendalam dalam konteks nilai-nilai keagamaan. Hal ini memungkinkan pesan-pesan agama Islam disampaikan secara lebih persuasif dan universal, mencapai berbagai lapisan masyarakat.

Rizki Hidayat sebagai anggota tim Shift Media menegaskan bahwa “Melalui gambar, video, dan animasi, konsep-konsep agama Islam dapat disampaikan dengan jelas dan persuasif, memungkinkan penonton memahami pesan-pesan tersebut secara mendalam.”⁵⁰ Dari jawaban

⁵⁰ Rizki Hidayat di Bandung, tanggal 3 April 2024

tersebut dapat disimpulkan bahwa melalui gambar, video, dan animasi, Shift Media mampu menciptakan pengalaman visual yang memukau, meningkatkan keterlibatan penonton dalam pemahaman dan refleksi atas nilai-nilai keagamaan. Pendekatan ini membantu Shift Media untuk memperluas dampak dakwah mereka dan mencapai audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital.

b. Pengalaman Sensori

Strategi inderawi dari Shift Media juga melibatkan penggunaan elemen sensori, seperti musik, suara, dan kata-kata yang menyentuh hati, untuk memperkuat pengalaman penonton terhadap pesan-pesan agama Islam. Dengan memperhatikan intonasi suara pembicara dan memilih musik yang tepat, Shift Media menciptakan nuansa yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, merangsang pikiran dan merasuk ke dalam hati penonton. Respon positif dari penonton menunjukkan bahwa penggunaan elemen sensori ini berhasil membuat pesan dakwah mereka lebih berkesan dan mudah diingat.

Imam Nuryanto, seorang pengisi konten Shift Media, mengungkapkan bahwa Shift Media berupaya mengoptimalkan penggunaan kata-kata yang menyentuh hati dan merangsang pikiran, serta memperhatikan intonasi suara pembicara untuk memberikan nuansa yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Respon penonton yang positif menunjukkan bahwa penggunaan elemen sensori

ini berhasil membuat pesan dakwah mereka lebih berkesan dan memicu refleksi diri dan tindakan.

Salah satu penonton yaitu Muhammad Syahid mengatakan :
Ketika saya melihat gambar-gambar indah atau mendengar suara-suara yang merdu, saya merasa lebih terhubung dengan pesan yang disampaikan dalam video. Efek visual juga menambah dimensi baru dalam pengalaman menonton.⁵¹

Menggaris bawahi bahwa penggunaan media visual dan elemen sensori dalam video dakwah Shift Media telah membawa pengalaman yang lebih mendalam dan memikat bagi mereka. Penggunaan gambar, suara, dan efek visual telah berhasil memperkuat pesan-pesan keagamaan, meningkatkan koneksi emosional, dan menarik perhatian audiens. Dengan demikian, Shift Media berhasil tidak hanya dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, tetapi juga dalam menginspirasi dan memengaruhi pemirsa untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun beberapa video yang peneliti temukan menggunakan strategi dakwah rasional sebagai berikut :

1. Video "*One Minute Booster – Putuskan atau halalkan*"

⁵¹ Muhammad Syahid di Yogyakarta, tanggal 8 April 2024



Gambar 4. 7

Dalam video tersebut, Ustad Hanan Attaki berbicara tentang persiapan mental yang diperlukan untuk menghadapi pilihan-pilihan hidup yang sulit. Dia menekankan pentingnya memiliki kekuatan, keberanian, dan keyakinan yang mantap dalam menghadapi ujian-ujian berat seperti ujian nasional, mengerjakan skripsi, mengambil keputusan dalam hubungan, dan sebagainya.

Untuk mempersiapkan diri menghadapi tantangan ini, Ustad Hanan Attaki menyarankan agar seseorang memperkuat iman dan kesabarannya. Dia mengatakan bahwa dengan mengambil pilihan-pilihan hidup yang sesuai dengan ajaran Islam, seseorang akan melihat keajaiban dan bahwa Allah tidak akan mengecewakan mereka yang taat dan sabar.

2. Video "Dzikir Petang"



Gambar 4. 8

Dalam video ini mereka bukan hanya membahas praktik dzikir petang secara mekanis, tetapi juga menggali makna dan manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan suara yang tenang dan penuh penghayatan, mereka menjelaskan bagaimana dzikir petang dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT, memberikan ketenangan hati, dan membersihkan jiwa dari dosa-dosa yang terjadi selama hari.

3. Video "Borong Dagangan Cuanki"



Gambar 4. 9

Dengan video yang memiliki konsep yang berbeda, mereka memborong dagangan cuanki dari pedagang lokal. Tidak hanya sekedar membeli, tetapi mereka juga merasakan betapa besar perjuangan dan usaha yang telah dilakukan oleh pedagang tersebut untuk mencari nafkah halal. Setiap langkah dan setiap interaksi mereka dengan pedagang cuanki adalah bentuk penghargaan atas kerja keras dan dedikasi orang lain.

Kemudian, mereka membagikan cuanki tersebut kepada warga sekitar, terutama yang sedang aktif di area Pesantren. Momen ini menjadi lebih dari sekedar pembagian makanan; ini adalah ungkapan solidaritas dan kebaikan dalam komunitas Muslim. Dengan setiap suapan cuanki yang mereka nikmati, warga tidak hanya merasakan rasa kenyang fisik, tetapi juga rasa syukur dan kehangatan dari solidaritas komunitas yang mereka alami.

Melalui pengalaman inderawi yang mendalam ini, Shift Media berhasil menyampaikan pesan dakwah yang lebih dari sekedar kata-kata. Mereka membawa penonton dalam perjalanan spiritual yang mempengaruhi hati dan jiwa, mengajak mereka untuk merenungkan pentingnya berbagi rezeki dan berbuat baik kepada sesama. Sebagai bagian dari strategi dakwah inderawi Al Bayanuni, video ini menciptakan pengalaman yang tidak hanya menginspirasi, tetapi juga menggerakkan penonton untuk bertindak dan mempraktikkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian Shift Media menggunakan strategi dakwah inderawi

dalam konten-konten seperti "*One Minute Booster*", "Dzikir Petang", dan "Borong Dagangan Cuanki" untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam melalui media digital. Video "Jajan Kuliner" menggabungkan keindahan kuliner dengan nilai-nilai Islam tentang bersyukur atas rezeki Allah. Video "Dzikir Petang" membahas praktik dzikir petang dan manfaatnya dalam mendekatkan diri kepada Allah. Sedangkan video "Borong Dagangan Cuanki" mengilustrasikan kebaikan dan solidaritas dalam berbagi rezeki kepada sesama. Semua video ini merupakan bagian dari upaya Al Bayanuni untuk menyebarkan nilai-nilai Islam melalui konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga mencapai audiens yang lebih luas. Dengan demikian, Shift Media efektif menggabungkan konten digital dengan dakwah inderawi untuk memperkuat pemahaman dan praktik keagamaan dalam masyarakat.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan wawancara dan observasi, temuan tersebut akan dianalisis dan dibahas lebih lanjut sesuai dengan teori dan logika. Agar lebih rinci, pembahasan akan disusun sesuai dengan fokus penelitian tentang strategi dakwah yang digunakan oleh *channel* YouTube Shift Media dalam meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam. Strategi yang akan dibahas meliputi strategi Sentimentil , strategi Rasional dan strategi Inderawi.

1. Strategi Sentimentil *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Pendekatan sentimentil dalam upaya dakwah menekankan pada dimensi emosional dan spiritual, dengan tujuan untuk mempengaruhi kesadaran batin individu yang menjadi target dakwah. Strategi ini berfokus pada penyampaian pesan dakwah dengan kelembutan dan perasaan, bertujuan untuk membangkitkan perasaan positif, penghayatan spiritual, dan keterlibatan emosional yang mendalam.

Menurut Ali Mahfudz, dakwah bukan sekadar menyampaikan pesan-pesan agama secara verbal, tetapi juga merupakan upaya untuk memberikan dorongan atau motivasi kepada para pendengar.⁵² Hal ini bertujuan agar mereka dapat terinspirasi untuk melaksanakan perbuatan baik dan menghindari tindakan yang merugikan, baik bagi diri sendiri maupun bagi masyarakat sekitar. Dengan memberikan pengetahuan, pemahaman, dan inspirasi kepada audiens, dakwah bertujuan untuk memperoleh kebaikan dalam kehidupan dunia dan kehidupan akhirat, serta menciptakan lingkungan yang lebih baik dan harmonis bagi semua individu.

Salah satu taktik yang digunakan *channel* Shift Media adalah memberikan nasihat atau arahan dengan cara yang santun,

⁵² Wahyu Ilahi, Komunikasi., hal. 16.

mengutamakan penghargaan terhadap kondisi serta perasaan individu yang didengarkan. Selain itu, layanan yang disediakan juga dirancang untuk memenuhi kebutuhan emosional dan spiritual audiens, sehingga mereka merasa dihargai dan didengar dengan baik.

Beberapa judul yang peneliti ambil untuk penelitian yang menggunakan strategi sentimental :

a. Kisah Perang Uhud – Hanan Attaki

Pada kajian yang disampaikan dalam *channel* YouTube Shift Media menampilkan Hanan Attaki yang menjelaskan kisah perang Uhud sebagai strategi dakwah sentimental. Dalam kisah tersebut, dia menggambarkan kekuatan iman dan keteguhan hati kaum Muslimin dalam menghadapi tantangan. Kisah perang Uhud menjadi sarana untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam kepada penonton.

Dalam kisah ini, Hanan Attaki menyoroti keberanian dan keyakinan luar biasa para sahabat meskipun dalam kondisi sulit. Mereka mengandalkan Allah sepenuhnya dan tidak mengharapkan bantuan dari siapapun selain-Nya. Ungkapan "Hasbunallah Wanikmal Wakil" menjadi simbol kepercayaan dan ketergantungan mereka kepada Allah. Pesan yang disampaikan menunjukkan bahwa kekuatan sejati berasal dari iman dan ketergantungan kepada Allah, bukan hanya dari faktor fisik atau strategi semata.

Dari kisah perang Uhud, penonton diajak untuk memperkuat iman dan ketergantungan kepada Allah dalam menghadapi ujian kehidupan. Hubungan spiritual yang kuat dengan Allah menjadi kunci dalam menghadapi segala cobaan dengan keteguhan hati dan keberanian yang sejati. Dengan demikian, video ini merupakan contoh strategi dakwah sentimental dalam menyampaikan nilai-nilai agama Islam melalui penggambaran kisah yang menyentuh hati dan mengilustrasikan pentingnya keimanan serta ketergantungan kepada Allah.

b. "Ridho Allah Tergantung Ridho Orang Tua"

Dalam video "Ridho Allah Tergantung Ridho Orang Tua" yang disampaikan oleh Ustadz Nur Ihsan Jundulloh di *channel* YouTube Shift Media, dapat disimpulkan bahwa video tersebut secara jelas memanfaatkan unsur strategi dakwah sentimental. Melalui pemaparan yang penuh makna tentang pentingnya hubungan dengan orang tua dalam Islam, penyampai pesan mengaitkan hal ini secara langsung dengan ridho Allah, menyebabkan penonton merasakan ikatan emosional yang kuat dengan materi yang disampaikan.

Ustadz Nur Ihsan menggunakan narasi yang mengharukan, kisah-kisah inspiratif, serta ayat-ayat Al-Qur'an untuk menggerakkan hati dan perasaan penonton, menjadikan mereka merenungkan makna mendalam dari pesan yang disampaikan.

Dengan demikian, video ini dengan jelas mengadopsi strategi dakwah sentimental untuk mencapai tujuan dakwahnya, yaitu menginspirasi dan memberikan pengajaran kepada pemirsa tentang pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan orang tua dalam mencari ridho Allah.

c. "Hikmah Ujian"

Dalam sebuah konten dakwah berjudul "Hikmah Ujian" oleh Ustadz Imam Nuryanto menjadi sorotan. Dalam video ini, Ustadz Imam Nuryanto mengajak pemirsa untuk merenungkan makna kesabaran dan doa dalam menghadapi ujian hidup. Dalam video ini, Ustadz Imam Nuryanto menggunakan kata-kata yang menyentuh hati dan memfokuskan dakwahnya untuk menggerakkan hati dan perasaan penonton.

Dia memulai dengan mengingatkan pentingnya bersyukur atas nikmat Allah, meskipun dalam situasi sulit seperti pandemi COVID-19. Dia menyoroti pentingnya sabar dan memanfaatkan situasi yang berubah dengan baik, sambil tetap berdoa dan mengharapkan kebaikan dari Allah. Melalui kisah-kisah tentang cobaan hidup, Ustadz Imam menekankan pentingnya berbaik sangka kepada Allah. Dengan cara penyampaian yang penuh emosi, dia berhasil menyampaikan pesan-pesan agama Islam dengan sentuhan yang menggerakkan hati. Dengan demikian, video

ini dapat dikategorikan sebagai strategi dakwah sentimental yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.

Dengan demikian, ketiga video tersebut berhasil menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam melalui penggunaan strategi dakwah sentimental, yaitu melalui penggambaran kisah-kisah yang membangkitkan emosi, menyentuh hati audiens, dan menekankan pentingnya keimanan serta ketergantungan kepada Allah dalam menghadapi segala cobaan.

Secara keseluruhan strategi sentimental yang diterapkan oleh Shift Media dalam *channel* YouTube mereka adalah bahwa pendekatan ini telah berhasil mempengaruhi dan menyentuh hati audiens mereka dalam menyebarkan pesan-pesan agama Islam. Dengan menggunakan konten yang relevan, cerita-cerita inspiratif, dan interaksi yang kuat dengan pemirsa, Shift Media mampu memperkuat hubungan spiritual audiens dengan Islam. Mereka mengilustrasikan kekuatan iman, ketergantungan kepada Allah, dan pentingnya nilai-nilai Islam dalam menghadapi tantangan kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, strategi sentimental tidak hanya menyampaikan pesan dakwah dengan kuat, tetapi juga membangun keterlibatan yang berarti dengan pemirsa mereka, membantu dalam mencapai tujuan dakwah mereka dengan lebih efektif.

2. Strategi Rasional Channel Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Strategi dakwah rasional menitikberatkan pada pendekatan yang didasarkan pada argumen yang kuat dan logika yang jelas dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Hal ini memungkinkan para Da'i untuk menyediakan bukti-bukti konkret dan persuasif yang mendukung ajaran-ajaran Islam. Selain itu, strategi ini juga menekankan pentingnya pemahaman yang mendalam terhadap ajaran-ajaran Islam, dengan tujuan menjelaskan konsep-konsep agama secara rinci dan memperkuat pemahaman dengan argumentasi yang kuat.

Menurut Imam Syahid Hasan Al Banna, tujuan utama dari dakwah adalah mengajak individu untuk memahami dan menerapkan syariat Islam sebagai pedoman dalam menanggulangi berbagai permasalahan kehidupan.⁵³ Dalam konteks strategi dakwah rasional, pendekatan Imam Syahid Hasan Al Banna terhadap tujuan dakwah sejalan dengan pendekatan yang rasional dan berbasis argumen. Mengajak individu untuk memahami dan menerapkan syariat Islam sebagai solusi atas berbagai permasalahan kehidupan merupakan bentuk dakwah yang rasional, karena dilakukan melalui penyampaian argumen yang berdasarkan hukum-hukum Islam dan logika yang kuat.

⁵³ Esa, Yundi, *Aktivitas.*, hal.41

Imam Syahid Hasan Al Banna menekankan pentingnya menggunakan penalaran dan argumentasi yang masuk akal dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat.

Shift Media menerapkan strategi dakwah rasional dengan memanfaatkan pendekatan edukatif dan informatif. Mereka menyadari bahwa untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam secara efektif, konten haruslah mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari penonton. Dengan menghindari penggunaan bahasa yang rumit dan menyajikan argumen-argumen yang logis dan rasional, Shift Media membantu penonton untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam terhadap konsep-konsep Islam tanpa dipengaruhi oleh faktor emosional

Beberapa judul yang peneliti ambil untuk penelitian yang menggunakan strategi rasional :

1. Video "Islam dan Spirit Nasionalisme":

Dalam video yang berjudul "Islam dan Spirit Nasionalisme" yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu upaya dakwah yang menggunakan strategi rasional dari *channel* Shift Media dalam menyebarkan nilai-nilai pendidikan agama Islam. Melalui video ini, Shift Media menyajikan informasi yang berbasis pada logika dan argumen yang jelas untuk menjelaskan hubungan antara Islam dan nasionalisme serta pentingnya keduanya dalam konteks yang sehat dan produktif.

Dengan menyajikan argumen yang rasional dan penjelasan yang mudah dipahami, video ini berhasil menyampaikan pesan bahwa Islam dan semangat nasionalisme dapat beriringan dalam membangun masyarakat yang adil dan sejahtera. Oleh karena itu, video ini dapat dianggap sebagai salah satu strategi dakwah yang rasional karena mengedepankan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai Islam dan bagaimana cara menerapkannya dalam konteks nasionalisme yang positif, sambil menggunakan pendekatan yang rasional dan logis untuk mencapai audiens.

2. Video "Pemuda"

Dalam sebuah video yang dibawakan oleh Ustadz Imam Nuryanto di *channel* Shift Media merupakan contoh nyata dari strategi dakwah yang berbasis pada pertimbangan logis dan rasional. Video ini mengangkat tema pentingnya peran pemuda dalam pengembangan agama Islam dan perbaikan masyarakat. Ustadz Imam Nuryanto mengajak para pemuda untuk menjadi agen perubahan positif dengan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, menekankan pentingnya membangun karakter Islami, menjauhi perilaku negatif, dan aktif berperan dalam memajukan kebaikan.

Pemaparan yang jelas dan semangat yang terpancar dalam video ini membantu menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam kepada pemirsa *channel* YouTube dengan cara yang mendalam dan

meyakinkan. Dalam konteks ini, video tersebut dapat dianggap sebagai salah satu strategi dakwah yang rasional karena mengedepankan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pemuda dapat berperan dalam membangun masyarakat yang didasarkan pada nilai-nilai agama Islam, serta menggunakan bahasa yang bijaksana dan argumentasi yang kokoh untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens.

3. Video "Adab Salam"

Dalam rangkuman video "Adab Salam" yang disampaikan oleh Ustad Imam Nuryanto, tergambar bahwa video tersebut merupakan salah satu strategi dakwah rasional dari *channel* Shift Media dalam menanamkan nilai pendidikan agama Islam dengan menggunakan kata-kata yang rasional dan logis. Ustad Imam Nuryanto membahas pentingnya adab salam dalam Islam dengan mendalam.

Beliau menegaskan bahwa memberikan salam adalah tanda kebaikan dan persaudaraan dalam Islam yang dianjurkan dan diberkahi oleh Allah SWT. masyarakat, dan mendatangkan berkah dari Allah SWT. Dengan menjelaskan adab salam dalam Islam, video ini menjadi bagian dari upaya Shift Media dalam menyampaikan dakwah Islam secara rasional dan edukatif kepada masyarakat. Melalui pemahaman yang mendalam tentang adab-adab Islam, diharapkan umat Islam dapat memperbaiki akhlak dan

meningkatkan kualitas hubungan antarpersonal dalam kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dengan mengusung strategi rasional, *Channel* YouTube Shift Media berhasil efektif dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam kepada pemirsa. Mereka menggunakan pendekatan berbasis argumentasi, penelitian, dan penjelasan logis untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam. Dengan demikian, Shift Media membantu membangun pemahaman yang kuat dan terukur terhadap ajaran Islam, serta memberikan alasan yang kuat bagi pemirsa untuk mengadopsi dan menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan yang rasional dan mendalam ini, Shift Media berperan penting dalam mendukung pembentukan karakter dan pemahaman agama Islam yang kokoh di kalangan pemirsa mereka.

3. Strategi Inderawi *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Strategi dakwah inderawi ialah metode yang memakai unsur-unsur inderawi seperti visual, audio, dan lain-lain untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan lebih kuat dan menarik. Dalam era media modern seperti YouTube, strategi ini sering menggunakan gambar, video, musik, dan efek suara untuk memperkuat pesan-pesan agama Islam. Tujuannya adalah

menciptakan pengalaman yang mendalam dan menarik bagi penonton, sehingga mereka dapat lebih terhubung dengan materi dakwah yang disajikan.

Al-Bayanuni mengklasifikasikan media dakwah menjadi dua kategori, yaitu media materi dan nonmateri. Media materi mencakup semua elemen yang dapat dipersepsi oleh panca indera kita, yang membantu pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah, seperti perkataan, tindakan, dan perilaku. Sementara itu, media nonmateri merujuk pada aspek-aspek yang tidak dapat dirasakan secara langsung oleh panca indera, seperti perasaan dan pikiran, sehingga disebut sebagai media nonmateri.

Dalam konteks dakwah melalui media YouTube, *channel* Shift Media memanfaatkan media materi ini untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan beragam format konten, seperti ceramah, kajian, tanya jawab, dan vlog keagamaan. Sementara itu, media nonmateri dalam dakwah YouTube mencakup aspek-aspek yang tidak langsung dapat dirasakan oleh indra, seperti keberhasilan menginspirasi hati dan pikiran penonton. Dengan memanfaatkan kedua jenis media ini secara tepat dalam platform YouTube, *channel* Shift Media dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperoleh dampak yang lebih signifikan dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan.

Dengan memanfaatkan daya tarik inderawi ini, *Channel* YouTube Shift Media menerapkan strategi ini agar dapat menjadi lebih efektif dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam dan memengaruhi penonton secara lebih mendalam.

Beberapa judul yang peneliti ambil untuk penelitian yang menggunakan strategi rasional :

1. "*One Minute Booster – Putuskan atau halalkan*"

Dalam video tersebut menjadi salah satu strategi dakwah inderawi dari *channel* Shift Media dalam menanamkan nilai pendidikan agama Islam dengan menggunakan efek visual yang mendukung dan suara yang menyentuh. Dalam video tersebut, Ustadz Hanan Attaki menggambarkan persiapan mental yang penting untuk menghadapi pilihan-pilihan hidup yang sulit. Beliau menekankan pentingnya memiliki kekuatan, keberanian, dan keyakinan yang kokoh dalam menghadapi ujian-ujian berat seperti ujian nasional, mengerjakan skripsi, mengambil keputusan dalam hubungan, dan lain-lain.

Shift Media dalam memproduksi video tersebut menggunakan video-video yang menggambarkan sesuai dengan apa yang audio dari Ustadz Hanan Attaki sampaikan yang membuat para penonton dapat menghayati dan lebih mudah dalam mengambil nilai-nilai ajaran agama Islam yang disampaikan dalam video, oleh karena itu video ini dapat dikatakan sebagai salah satu strategi

dakwah inderawi dari *channel* Shift Media dalam menyampaikan dakwahnya.

2. Video "Dzikir Petang"

Dengan menggunakan efek visual yang mendukung dan suara yang menyentuh menjadi tujuan dari strategi dakwah inderawi tersebut tercapai. Dalam video ini, tidak hanya sebatas pembacaan praktik dzikir petang secara mekanis, tetapi kita juga dapat menggali makna dan manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan suara yang tenang dan penuh penghayatan, mereka menjelaskan bagaimana dzikir petang dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT, memberikan ketenangan hati, dan membersihkan jiwa dari dosa-dosa yang terjadi selama hari. Dengan demikian, video ini berhasil mengaplikasikan strategi dakwah inderawi dengan menghadirkan efek visual yang mendukung dan suara yang menyentuh untuk mencapai tujuan dakwah yang mendalam dan meresap di hati penonton.

3. Video "Borong Dagangan Cuanki"

Video tersebut dapat diidentifikasi sebagai salah satu metode dakwah inderawi karena beberapa faktor. Pertama, distribusinya melalui *platform* YouTube menandakan pemanfaatan teknologi digital untuk menyampaikan pesan agama Islam melalui unsur-unsur visual dan audio. Kedua, penggunaan efek visual yang mendukung,

seperti cuplikan kegiatan berbagi rezeki dan dialog dengan pedagang cuanki, memberikan kekuatan tambahan pada pesan dakwah. Ketiga, penggunaan suara yang emosional, terutama dalam narasi dan interaksi dengan pedagang, menambah dimensi sensorial yang lebih kuat bagi penonton. Terakhir, pembahasan tentang praktik berbagi rezeki yang terkait dengan kehidupan agama sehari-hari meningkatkan keterhubungan penonton dengan pesan-pesan agama yang diperkenalkan.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, efek visual yang mendukung, penggunaan suara yang emosional, dan relevansi dengan praktik agama, video tersebut secara efektif menerapkan strategi dakwah inderawi.

Secara keseluruhan berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menerapkan strategi inderawi, *Channel* YouTube Shift Media menggunakan berbagai konten digital untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam kepada audiensnya. Dari hasil observasi, terlihat bahwa Shift Media berhasil menggabungkan konten-konten seperti "*One Minute Booster*", "*Dzikir Petang*", dan "*Borong Dagangan Cuanki*" untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam secara efektif. Melalui video-video tersebut, Shift Media tidak hanya menyajikan informasi tentang praktik keagamaan Islam, tetapi juga mengajak penonton untuk merenungkan makna dan pentingnya menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan relevan

dengan kebutuhan dan minat audiens, Shift Media mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pendidikan agama Islam melalui platform digital.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan wawancara dan observasi terhadap strategi dakwah yang digunakan oleh *channel* YouTube Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam, ditemukan bahwa Shift Media mengadopsi berbagai strategi yang meliputi strategi Sentimentil, strategi Rasional, dan strategi Inderawi :

A. Kesimpulan

1. Strategi Sentimentil digunakan oleh Shift Media untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam dengan mengandalkan dimensi emosional dan spiritual. Pendekatan ini berfokus pada penyampaian pesan dakwah dengan kelembutan dan perasaan, bertujuan untuk membangkitkan perasaan positif, penghayatan spiritual, dan keterlibatan emosional yang mendalam.
2. Strategi Rasional dipergunakan oleh Shift Media dengan memanfaatkan pendekatan edukatif dan informatif. Dengan menyajikan argumen yang kuat dan penjelasan yang mudah dipahami, Shift Media membantu penonton untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam terhadap konsep-konsep Islam tanpa dipengaruhi oleh faktor emosional
3. Strategi Inderawi menjadi pilar penting dalam dakwah melalui media digital seperti YouTube. Shift Media memanfaatkan unsur-unsur

inderawi seperti visual, audio, dan lain-lain untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan lebih kuat dan menarik.

Secara keseluruhan, Shift Media telah berhasil memanfaatkan berbagai strategi dakwah secara efektif dalam menyebarkan pesan-pesan agama Islam melalui *platform* YouTube. Melalui pendekatan yang beragam dan relevan dengan kebutuhan dan minat audiens, Shift Media mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pendidikan agama Islam dalam upaya membangun pemahaman yang kuat dan terukur terhadap ajaran Islam, serta memberikan alasan yang kuat bagi pemirsa untuk mengadopsi dan menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

B. Saran

1. Bagi para penonton *channel* YouTube Shift Media, diharapkan tidak hanya sekedar menonton video-video yang disajikan, tetapi juga mengimplementasikan nilai-nilai yang terdapat dalam video tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini bertujuan agar pahala terus mengalir bagi pembuat dan penonton video, serta untuk meningkatkan pemahaman dan praktik nilai-nilai Islam di kalangan masyarakat.
2. Sebagai penggemar setia *channel* YouTube Shift Media, diharapkan untuk turut berperan dalam memajukan perkembangan channel ini dengan cara menyebarkannya melalui berbagai platform virtual yang tersedia. Dengan demikian, semakin banyak orang yang terinspirasi

dan mendapatkan manfaat dari konten-konten dakwah yang disajikan oleh Shift Media.

3. Terkait dengan pengembangan media dakwah, khususnya *channel* YouTube Shift Media, disarankan untuk lebih sering mengupgrade program-program dakwah yang disajikan agar lebih istimewa. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan strategi dakwah yang lebih berkesan dan inovatif guna menjangkau lebih banyak pemirsa dan meningkatkan dampak dakwah yang dihasilkan
4. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih detail terkait dengan tanggapan dan keterlibatan penonton terhadap konten dakwah yang disajikan di *channel* YouTube Shift Media. Hal ini dapat dilakukan melalui analisis mendalam terhadap interaksi dan respon yang diberikan oleh penonton terhadap video dakwah, baik melalui studi kasus atau survei. Tujuannya adalah untuk memahami sejauh mana dampak dan daya tarik konten tersebut bagi audiens, sehingga rekomendasi yang diajukan dapat lebih sesuai dan relevan dalam meningkatkan efektivitas dakwah melalui platform digital seperti YouTube.

DAFTAR PUSTAKA

- Acep, A. *Dakwah Antar Budaya*. Remaja Rosdakarya. 2012
- Acep, A., & Sambas, S. *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antar Budaya*. Remaja Rosdakarya. 2007
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2019.
- Anshari, H. *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*. Al-Ikhlash.1993
- Annawawie, A. N. L. *Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti di Channel Youtube Gedang Mas* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). 2022
- Asrori, M. Pengertian, Tujuan Dan Ruang Lingkup Strategi Pembelajaran. *Madrasah*, 6(2), 2016
- Baharuddin, P., & Perkembangan, P. (. Ar-Ruzz Media. 2010
- Bramantyo, R. Y Strategi Mewujudkan Lulusan Fakultas Hukum Berkompetensi Spesifik (Pendidikan Hukum Indonesia Dalam Tantangan Era Revolusi Industri 4.0). *Transparansi Hukum*, 1(2), 2018
- David, F. R. *Strategic management concepts and cases*. Pearson. 2011
- Fadlullah, M. Husain, *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*. (Jakarta: Lentera. 1997)
- Hajar, I.. Youtube sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Kota Makassar (Analisis Sosial Media). 2018
- Hardani.. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Group. 2020
- Kayo, R. K. P. *Manajemen Dakwah*. Amzah. 2007

- Kriyantono, R., & Sos, S. *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media. 2014
- Masyyta, A. *Strategi Dakwah Islam Akun Youtube Ibnu The Jenggot Dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta).2018
- Mohamad Joko Susilo, *Pentingnya Penguatan Pendidikan Karakter di Masa Merdeka Belajar*, Media Sains Indonesia. 2023
- Mauludin, H. *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) Melalui Sosial Media Instagram* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). 2019
- Mukti, K. *Strategi Dakwah Habib Ja'far Dalam Praktik Toleransi Beragama di Youtube* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Nasrullah, R. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Teknologi*. Simiosa Rekatama Media, 2017
- Nasrullah, Mahmud Habib. *Strategi Dakwah Kelompok Kajian Shaff Terhadap Pemuda Kota Kediri*. Diss. IAIN Kediri, (2019)
- Uchjana, O. Ilmu Komunikasi teori dan praktek. *Bandung: Remaja Rosdakarya*. 2007
- Putri, A. M. *Strategi Dakwah Channel Youtube Film Maker Muslim dalam Menanamkan Pemahaman Nilai-Nilai Islam* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rachmat, K. *Teknik Praktis Riset Komunkasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi*

Pemasaran. Kencana. 2007

Rahmadaniar, T. *Strategi dakwah akun youtube muslimahdailycom dalam mensosialisasikan jilbab* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah). 2018

Rustandi, R., & Sahidin, S.. Analisis Historis Manajemen Dakwah Rosulullah Saw dalam Piagam Madinah. *Jurnal Tamaddun : Jurnal Sejarah Dan Kebudayaan Islam*, 7(2), 2019

Saputra, W. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Rajagrafindo Persada. 2011

Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 2019

Siyoto, S., & Sodik, M. A.. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. 2015

Syihata, Abdullah. 1986. Ilmu Dakwah, Jakarta : Proyek Pembinaan Prasarana dan Sarana Perguruan Tinggi Agama/ IAIN

Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. Youtube sebagai sumber belajar generasi milenial. *Journal of Civic Education*, 2(3), 2019

Yusantri, F. R. *Strategi Dakwah Masjid Ad-Du'a Bandar Lampung Dalam Mensyiarkan Nilai Keislaman Melalui Youtube* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

LAMPIRAN

A. Wawancara : Fatur Rahman (Tim Media)

Tanggal : 2 April 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN INFORMAN
1	Bagaimana proses perencanaan konten dakwah dilakukan di channel ini, Apakah ada rencana khusus yang telah ditetapkan untuk setiap video yang diunggah?	Proses perencanaan konten dakwah di channel kami merupakan inti dari keberhasilan kami dalam menyebarkan pesan yang bermanfaat. Kami memulai dengan penelitian mendalam untuk memahami kebutuhan, minat, dan tantangan yang dihadapi oleh audiens kami. Dari sana, kami merancang rencana konten yang beragam dan relevan, sesuai dengan tujuan dakwah kami. Setiap video yang kami unggah memiliki rencana khusus yang telah ditetapkan. Kami tidak hanya memilih topik secara sembarangan, tetapi kami juga mempertimbangkan urgensi, relevansi, dan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, setiap konten yang kami sajikan diharapkan dapat memberikan nilai tambah dan memberikan pandangan yang bermanfaat bagi pemirsa kami.
2	Bagaimana peran cerita-cerita keagamaan dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan penonton?	Cerita-cerita keagamaan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan penonton karena mereka menawarkan narasi yang kaya akan nilai-nilai moral, etika, dan spiritualitas. Saat manusia mendengarkan atau membaca cerita-cerita keagamaan, mereka terhubung dengan warisan

		<p>budaya dan tradisi yang telah menginspirasi dan membimbing generasi sebelumnya. Pertama-tama, cerita-cerita keagamaan memperluas wawasan tentang konsep-konsep spiritual dan filosofis yang mendasar. Mereka tidak hanya menyajikan kisah-kisah inspiratif tentang kehidupan tokoh-tokoh agama, tetapi juga menyoroti prinsip-prinsip moral dan etika yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Ini memberikan kesempatan bagi penonton untuk merenungkan makna hidup dan tujuan eksistensial mereka.</p>
3	<p>Apakah terdapat interaksi atau tanggapan positif yang menunjukkan perasaan empati dari penonton terhadap pesan-pesan tersebut?</p>	<p>Tentu, di banyak kesempatan, kami telah mendapati interaksi dan tanggapan yang sangat positif dari penonton yang menunjukkan perasaan empati terhadap pesan-pesan yang kami sampaikan. Misalnya, dalam salah satu acara kajian kami, ketika kami menggambarkan kisah nyata individu yang menghadapi tantangan yang mengharukan, penonton seringkali merespons dengan berbagai tanda empati, seperti sorotan mata yang penuh perhatian, tepuk tangan yang mendukung, dan bahkan tangisan yang terharu.</p>
4	<p>Bagaimana simbol-simbol keagamaan atau metafora yang digunakan dalam video untuk menyampaikan nilai-nilai agama islam?</p>	<p>Dalam video tersebut, simbol-simbol keagamaan dan metafora yang digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai agama Islam sangatlah beragam dan kuat. Seperti tentang cahaya dan kegelapan digunakan untuk menggambarkan perjalanan spiritual, di mana cahaya melambangkan petunjuk Allah dan kegelapan melambangkan kesesatan. Dengan menggunakan simbol-simbol ini, video tersebut berhasil menyampaikan pesan-pesan agama Islam dengan kuat dan memikat.</p>

5	Bagaimana pendekatan rasional yang dilakukan tim media dalam menyampaikan pesan-pesan agama islam untuk membantu penonton untuk memahami ajaran Islam dengan lebih baik?	Tim media kami menerapkan pendekatan rasional dan edukatif dalam menyampaikan pesan-pesan Islam. Kami menyajikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Kami juga menghadirkan argumen-argumen yang rasional dan logis agar penonton dapat memahami konsep-konsep Islam secara mendalam tanpa dipengaruhi emosional.
6	Apakah selama ini terdapat kesinambungan atau konsistensi dalam tema dan pesan-pesan yang disampaikan dalam video?	Dalam analisis konten video kami, telah terlihat adanya kesinambungan yang kuat dalam tema dan pesan yang disampaikan. Melalui penelusuran konten-konten sebelumnya, kami dapat menemukan benang merah yang mengikat setiap produksi kami. Pesan-pesan utama tentang pentingnya inovasi, keberagaman, dan keberlanjutan selalu diprioritaskan dan disampaikan dengan cara yang konsisten. Hal ini memperkuat identitas merek kami dan memastikan bahwa audiens kami mendapatkan pesan yang kohesif dan mudah diidentifikasi dalam setiap video yang kami produksi.
7	Bagaimana penggunaan media visual untuk mempengaruhi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap pesan-pesan agama Islam?	Penggunaan media visual memiliki peran penting dalam mempengaruhi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap pesan-pesan agama Islam. Dengan kemajuan teknologi, visualisasi pesan-pesan agama Islam dapat disajikan secara lebih menarik dan dinamis, meningkatkan daya tarik penonton untuk terlibat dalam pemahaman dan refleksi atas nilai-nilai keagamaan. Melalui gambar, video, dan animasi, konsep-konsep agama Islam dapat disampaikan dengan lebih jelas dan persuasif, memungkinkan penonton untuk memahami pesan-pesan tersebut

		dengan lebih mendalam.
8	Bagaimana proses evaluasi konten dakwah dilakukan? Apa saja kriteria atau metrik yang digunakan untuk menilai keberhasilan sebuah video dakwah?	Proses evaluasi konten dakwah melibatkan beberapa tahap yang teliti dan terstruktur. Pertama, kami mengidentifikasi tujuan dari konten tersebut, apakah itu untuk memberikan pemahaman agama yang lebih baik, menginspirasi, atau memotivasi. Selanjutnya, kami mengevaluasi keberhasilan konten berdasarkan sejumlah kriteria dan metrik yang telah ditetapkan

B. Wawancara : Rizki Hidayat (Tim Media)

Tanggal : 3 April 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN INFORMAN
1	Bagaimana proses perencanaan konten dakwah dilakukan di channel ini, Apakah ada rencana khusus yang telah ditetapkan untuk setiap video yang diunggah?	Perencanaan konten dakwah di channel kami adalah salah satu syarat dalam menyebarkan pesan yang bermanfaat. Kami memulainya dengan penelitian mendalam untuk menyesuaikan trend zaman sekarang terhadap audiens kami. Dari sana, kami merancang rencana konten yang beragam dan relevan, sesuai dengan tujuan dakwah kami. Setiap video yang kami unggah memiliki rencana khusus yang telah ditetapkan. Kami mempertimbangkan urgensi, relevansi, dan kebutuhan masyarakat dalam memilih topik. Variasi dalam format dan pendekatan, seperti ceramah, kisah inspiratif, dan tanya jawab, merupakan bagian dari strategi kami untuk mencapai berbagai kalangan dengan pesan dakwah yang efektif.”
2	Bagaimana peran cerita-cerita keagamaan dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan	Cerita keagamaan memegang peran sentral dalam memperkaya pemahaman dan keterlibatan penonton. Mereka tidak

	penonton?	hanya mengangkat nilai-nilai moral dan spiritual, tetapi juga menghubungkan penonton dengan warisan budaya yang memberi inspirasi. Dengan memperluas wawasan tentang konsep-konsep spiritual, cerita ini memberikan ruang bagi refleksi mendalam tentang makna hidup. Lebih jauh, daya tarik universal mereka menciptakan ikatan emosional antara penonton dan karakter, mengilustrasikan perjuangan manusia yang dapat diidentifikasi semua orang.
3	Apakah terdapat interaksi atau tanggapan positif yang menunjukkan perasaan empati dari penonton terhadap pesan-pesan tersebut?	Tentunya, kami sering kali melihat tanggapan yang sangat positif dari penonton, yang menunjukkan empati terhadap pesan-pesan kami. Contohnya, dalam kolom komen Youtube setiap konten memiliki beragam pesan dan komentar sebagai representasi para viewers dalam mengungkapkan ekspresinya bahkan tidak sedikit komentar yang menceritakan perubahan perilaku mereka
4	Bagaimana simbol-simbol keagamaan atau metafora yang digunakan dalam video untuk menyampaikan nilai-nilai agama islam?	“Dalam konteks dakwah sentimental, kami percaya bahwa penggunaan simbol-simbol keagamaan dan metafora membantu menciptakan koneksi emosional dengan para penonton. Simbol-simbol ini tidak hanya menyampaikan pesan-pesan agama Islam secara visual, tetapi juga merangsang perasaan keagamaan dan spiritualitas dalam diri para penonton. Dengan demikian, penggunaan simbol-simbol ini menjadi sebuah strategi efektif untuk menginspirasi dan memotivasi para pemirsa kami dalam memperdalam pemahaman mereka tentang agama Islam dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.”
5	Bagaimana pendekatan rasional yang	Tim media kami mengusung pendekatan

	dilakukan tim media dalam menyampaikan pesan-pesan agama islam untuk membantu penonton untuk memahami ajaran Islam dengan lebih baik?	rasional dan edukatif dalam menyampaikan pesan-pesan agama Islam. Kami menyajikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, serta menyampaikan argumen-argumen yang rasional dan logis untuk pemahaman yang lebih dalam. Kami berusaha menjadi penghubung yang membantu penonton memahami Islam melalui pendekatan yang kami gunakan
6	Apakah selama ini terdapat kesinambungan atau konsistensi dalam tema dan pesan-pesan yang disampaikan dalam video?	Dalam analisis konten video kami, kami menemukan kesinambungan tema dan pesan yang kuat. Melalui penelusuran konten sebelumnya, kami mengidentifikasi benang merah yang mengikat produksi kami. Pesan-pesan tentang inovasi, keberagaman, dan keberlanjutan selalu disampaikan dengan konsisten, memperkuat identitas merek kami. Ini memastikan audiens kami menerima pesan yang kohesif dan mudah diidentifikasi dalam setiap video produksi kami.
7	Bagaimana penggunaan media visual untuk mempengaruhi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap pesan-pesan agama Islam?	Media visual memegang peran penting dalam mempengaruhi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap pesan-pesan agama Islam. Dengan teknologi yang terus berkembang, visualisasi pesan-pesan agama dapat disampaikan secara lebih menarik dan dinamis, meningkatkan keterlibatan penonton dalam pemahaman dan refleksi atas nilai-nilai keagamaan. Melalui gambar, video, dan animasi, konsep-konsep agama Islam dapat disampaikan dengan jelas dan persuasif, memungkinkan penonton memahami pesan-pesan tersebut secara mendalam. Media visual juga memungkinkan penyampaian pesan agama secara

		universal, mencapai berbagai lapisan masyarakat, termasuk generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital.
8	Bagaimana proses evaluasi konten dakwah dilakukan? Apa saja kriteria atau metrik yang digunakan untuk menilai keberhasilan sebuah video dakwah?	Evaluasi konten dakwah memerlukan tahapan teliti. Kami mulai dengan mengenali tujuan konten, apakah untuk edukasi, inspirasi, atau motivasi. Kemudian, kami mengevaluasi kriteria seperti kesesuaian dengan ajaran agama, kejelasan pesan, keaslian, kualitas produksi, dan daya tarik visual. Faktor lain yang diperhitungkan adalah interaksi pengguna, penyebaran konten, dan umpan balik audiens. Analisis data ini memungkinkan kami untuk mengukur efektivitas konten dan melakukan perbaikan sesuai kebutuhan.

C. Wawancara : Imam Nuryanto (Pengisi Konten)

Tanggal : 5 April 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN INFORMAN
1	Bagaimana cara menyampaikan dakwah agar dapat menyentuh hati para penonton?	Menyampaikan dakwah yang menyentuh hati para penonton membutuhkan pendekatan yang mendalam dan empatik. Pertama-tama, kami berusaha untuk memahami audiens kami secara mendalam, baik dari segi kebutuhan spiritual maupun emosional. Kami menyelami realitas kehidupan mereka, tantangan yang dihadapi, dan keinginan yang mereka miliki. Kemudian, kami memilih pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Kami menciptakan konten yang autentik dan relatable, yang menggambarkan pengalaman hidup sehari-hari dengan cara yang bisa dipahami oleh audiens kami. Kami juga mengutamakan nilai-nilai universal seperti kasih sayang,

		keadilan, dan kedermawanan, yang menjadi landasan bagi pesan dakwah kami.
2	Bagaimana simbol-simbol keagamaan atau metafora digunakan dalam video untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam?	Dalam konteks yang lebih mendalam, kami menggunakan kisah-kisah para nabi dan tokoh-tokoh agama sebagai simbol keberanian, ketabahan, dan keadilan. Kisah-kisah seperti kisah Nabi Ibrahim dan Nabi Musa memberikan pelajaran moral yang mendalam tentang keimanan, kesabaran, dan pengorbanan, yang menjadi inspirasi bagi pemirsa untuk mengambil hikmah dan pelajaran dalam kehidupan sehari-hari mereka.
3	Bagaimana anda menyampaikan argumen -argumen yang logis dan beralasan dalam video dakwah Anda untuk mendukung pesan-pesan agama Islam?	Dalam video dakwah saya, saya menyampaikan argumen yang logis dan berbasis pada pemahaman yang kuat terhadap ajaran Islam. Saya menggunakan bukti-bukti empiris dan contoh konkret untuk mendukung setiap klaim yang saya sampaikan, serta menghindari retorika berlebihan atau emosional yang dapat mengaburkan pesan. Saya juga selalu terbuka untuk diskusi dan pertanyaan dari audiens, percaya bahwa dialog yang konstruktif dapat memperkaya pemahaman tentang agama.
4	Bagaimana anda memastikan konsistensi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan ajaran agama Islam dalam setiap video Anda?	Kami secara teratur memantau tanggapan dan komentar dari audiens untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam setiap video tetap sesuai dengan ajaran agama Islam dan dapat diterima oleh masyarakat Muslim secara luas. Dengan cara ini, kami berusaha menjaga konsistensi dan integritas pesan dakwah kami dalam setiap konten yang kami hasilkan.

D. Wawancara : Wahyu Ramadhan (Penonton)

Tanggal : 7 April 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN INFORMAN
1	Apakah anda merasa emosi tertentu seperti simpati, belas kasihan, atau kegembiraan ketika menonton video dakwah?	Saat menonton video kajian, saya seringkali merasakan beragam perasaan yang menyentuh, seperti simpati, belas kasihan, dan kegembiraan. makna dalam pesan-pesan yang disampaikan dalam video seringkali membangkitkan simpati saya terhadap mereka atau saya sendiri yang membutuhkan bantuan atau bimbingan. Saya juga sering merasakan belas kasihan terhadap orang-orang yang sedang mengalami kesulitan atau menghadapi tantangan dalam hidup mereka.
2	Apakah cerita-cerita yang disampaikan dalam video dakwah membuat Anda merasa bahwa Anda bisa merasakan atau mengalami hal yang sama?	Tentu saja, cerita-cerita dalam video dakwah seringkali menginspirasi saya dan membuat saya merasa terhubung dengan pengalaman yang dihadapi oleh tokoh-tokoh dalam cerita tersebut. Melalui narasi yang kuat dan penggambaran yang mendalam, saya seringkali dapat merasakan emosi yang sama seperti yang dialami oleh tokoh-tokoh dalam cerita itu. Bahkan, kadang-kadang cerita-cerita tersebut mampu menciptakan refleksi diri yang mendalam, memungkinkan saya untuk mengidentifikasi dan memahami perasaan serta situasi yang serupa dalam kehidupan saya sendiri. Dengan demikian, cerita-cerita dalam video dakwah bukan hanya membangkitkan emosi, tetapi juga memperluas pemahaman saya tentang nilai-nilai agama dan moral yang relevan dalam kehidupan sehari-hari.
3	Apakah anda merasa bahwa penjelasan atau argumen yang disampaikan dalam video dakwah	Ya, saya percaya bahwa penjelasan dan argumen dalam video dakwah haruslah mudah dipahami dan logis. Dalam menyebarkan pesan-pesan agama,

	mudah dipahami dan logis?	penting bagi penyampai dakwah untuk menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas agar audiens dapat dengan mudah memahami konsep-konsep yang disampaikan.
4	Apakah penjelasan atau argumen dalam video dakwah membantu anda mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam?	Tentu, video dakwah memainkan peran penting dalam memperdalam pemahaman saya tentang ajaran Islam. Penjelasan yang disampaikan melalui media ini tidak hanya memperjelas konsep-konsep yang kompleks, tetapi juga memberikan contoh konkret dan visual yang membantu saya
5	Bagaimana reaksi anda terhadap penggunaan gambar, suara, atau efek visual dalam video dakwah?	Sebagai viewers saya yakin kalau penggunaan gambar, suara, dan efek visual dalam video dakwah dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Hal ini karena media visual memiliki kekuatan untuk menangkap perhatian dan menyampaikan pesan secara lebih kuat dan memikat. Dalam era di mana teknologi informasi semakin mendominasi kehidupan sehari-hari, video dakwah dapat menjadi sarana yang relevan dan mudah diakses oleh berbagai kalangan.
6	Bagaimana video dakwah ini mempengaruhi pandangan atau perilaku anda terkait dengan nilai-nilai agama Islam?	Video dakwah ini telah memainkan peran penting dalam memperkuat dan memperdalam pemahaman saya tentang nilai-nilai agama Islam. Melalui konten yang disampaikan, saya lebih memahami esensi ajaran-ajaran Islam tentang kedermawanan, kesabaran, dan kasih sayang. Video tersebut juga mendorong saya untuk lebih merenungkan tentang bagaimana menjalankan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, melalui narasi dan cerita yang disampaikan, saya merasa terinspirasi untuk meningkatkan kualitas hidup saya

	dengan lebih mendekatkan diri kepada ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan.
--	---

E. Wawancara : Muhammad Jihaad (Penonton)

Tanggal : 7 April 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN INFORMAN
1	Apakah anda merasa emosi tertentu seperti simpati, belas kasihan, atau kegembiraan ketika menonton video dakwah?	“Ketika nonton video dakwah, emosi suka datang. Kayak lagi naik roller coaster, bisa merasakan simpati, kasihan, dan seneng. Saya bener-bener terkoneksi dengan setiap pesan yang dibawain, ngerasa ngeringankan banget buat yang lagi butuh bimbingan atau pertolongan. Pas ikutin cerita, hati jadi kasihan banget liat orang-orang lagi berjuang dalam badai kehidupan. Tapi, tetep ada kilau kebahagiaan waktu liat mereka dapet kedamaian atau ngelawan tantangan hidup lewat pesan-pesan yang ngebuka pikiran di video dakwah. Semua pengalaman itu bikin lebih ngerti tentang makna kehidupan.
2	Apakah cerita-cerita yang disampaikan dalam video dakwah membuat Anda merasa bahwa Anda bisa merasakan atau mengalami hal yang sama?	Iya, karena setiap cerita yang diceritakan sering relate dengan kita-kita yang sedang mengalaminya sekarang.
3	Apakah anda merasa bahwa penjelasan atau argumen yang disampaikan dalam video dakwah mudah dipahami dan logis?	Dalam era digital ini, video dakwah memiliki peran krusial dalam menyebarkan pesan-pesan agama. Saya meyakini bahwa keberhasilan video dakwah tidak hanya terletak pada kekuatan pesan, tetapi juga pada kejelasan dan kelogisan penjelasan serta argumen yang disajikan.
4	Apakah penjelasan atau argumen dalam video dakwah membantu anda	Dalam era digital yang semakin berkembang ini, video dakwah

	mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam?	memegang peran krusial dalam menyebarkan pesan-pesan agama. Saya percaya bahwa keberhasilan sebuah video dakwah tidak hanya tergantung pada kekuatan pesan yang disampaikan, tetapi juga pada kejelasan serta kelogisan penjelasan dan argumen yang dipersembahkan..
5	Bagaimana reaksi anda terhadap penggunaan gambar, suara, atau efek visual dalam video dakwah?	Bagi saya, tim kreatif dari Youtube sudah sangat baik memanfaatkan efek-efek yang mereka gunakan dalam melengkapi video konten mereka.
6	Bagaimana video dakwah ini mempengaruhi pandangan atau perilaku anda terkait dengan nilai-nilai agama Islam?	Menurutku, video dakwah dengan penggunaan media visual seperti gambar, suara, dan efek visual punya potensi besar buat nyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan efektif dengan kreativitas yang keren, video nggak cuma bisa ngajarin konsep-konsep kayak kedermawanan, kesabaran, dan kasih sayang, tapi juga bisa bikin nilai-nilai itu bener-bener terasa lewat kisah-kisah yang menyentuh hati. Tapi ya, penting juga buat tetep perhatiin bahwa media visual yang dipake harus sesuai sama ajaran agama dan nggak melanggar etika serta norma-norma yang berlaku. Jadi, menurutku, video dakwah itu nggak cuma buat ditonton aja, tapi juga bisa jadi pengalaman yang bener-bener mempengaruhi cara kita ngeliat dunia dan ngebantu kita untuk terapin ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

F. Wawancara : Vika Maudy (Penonton)

Tanggal : 8 April 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN INFORMAN
-----------	-------------------	-------------------------

1	Apakah anda merasa emosi tertentu seperti simpati, belas kasihan, atau kegembiraan ketika menonton video dakwah?	Iya, dalam beberapa video saya telah mengalaminya sehingga cerita-cerita tersebut memiliki kaitan batin tersendiri bagi saya dan untuk cerita-cerita lainnya saya rasa mungkin saya juga akan mengalaminya.
2	Apakah cerita-cerita yang disampaikan dalam video dakwah membuat Anda merasa bahwa Anda bisa merasakan atau mengalami hal yang sama?	saya tidak langsung mengalami situasinya, tapi narasinya begitu kuat sehingga saya bisa benar-benar terhubung dengan perasaan tokohnya.
3	Apakah anda merasa bahwa penjelasan atau argumen yang disampaikan dalam video dakwah mudah dipahami dan logis?	iya, dalam penjelasan yang disampaikan pada channel youtube shift media, ustadz menyampaikan ceramahnya dengan baik sehingga saya dapat lebih mudah memahami ajaran islam secara mendalam
4	Apakah penjelasan atau argumen dalam video dakwah membantu anda mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam?	iya, karena dengan bahasa yang mudah dipahami itulah saya dapat memaknai pesan yang disampaikan
5	Bagaimana reaksi anda terhadap penggunaan gambar, suara, atau efek visual dalam video dakwah?	Penggunaan gambar dengan kualitas yg bagus tentu akan membuat saya lebih nyaman dalam melihat visual dalam video dakwah tersebut, sedangkan pada bagian suara atau efek visual yang digunakan pada channel shift media memiliki ciri khas tersendiri yang membuat saya lebih menghayati isi ceramah yang diberikan
6	Bagaimana video dakwah ini mempengaruhi pandangan atau perilaku anda terkait dengan nilai-nilai agama Islam?	video dakwah memberikan pesan-pesan keagamaan, nasihat, dan motivasi. Sehingga ketika saya menonton sebuah video dakwah hati saya tergerak oleh pesan-pesan dalam video tersebut. Pesan-pesan tersebut membangkitkan semangat saya untuk belajar nilai-nilai islam lebih dalam, sehingga tentu akan mempengaruhi pandangan dan perilaku saya

		dikemudian hari
--	--	-----------------

G. Wawancara : Muhammad Syahid (Penonton)

Tanggal : 8 April 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN INFORMAN
1	Apakah anda merasa emosi tertentu seperti simpati, belas kasihan, atau kegembiraan ketika menonton video dakwah?	Tentu! Saat menonton video dakwah, saya sering merasakan berbagai emosi. Misalnya, simpati dan belas kasihan terhadap mereka yang berjuang dalam kehidupan, serta kegembiraan saat melihat orang menemukan kedamaian atau mengatasi tantangan. Semua ini memberi pemahaman mendalam tentang kehidupan dan spiritualitas.
2	Apakah cerita-cerita yang disampaikan dalam video dakwah membuat Anda merasa bahwa Anda bisa merasakan atau mengalami hal yang sama?	Jelas sekali, Karena saat menonton saya berusaha untuk menghayati setiap cerita serta pembelajarannya, akibatnya, pengalaman ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang esensi kehidupan dan makna spiritualitas bagi saya. Hal ini membantu saya untuk lebih menghargai setiap perjalanan hidup dan menguatkan keyakinan bahwa setiap cobaan dapat diatasi dengan bimbingan dan keteguhan hati.
3	Apakah anda merasa bahwa penjelasan atau argumen yang disampaikan dalam video dakwah mudah dipahami dan logis?	Dengan menyampaikan konsep-konsep agama dalam bahasa yang sederhana dan jelas, para penyampai dakwah dapat menjalin koneksi langsung dengan audiens, memudahkan mereka untuk memahami setiap pesan yang disampaikan. Selain itu, argumen yang didukung oleh nalar yang kuat akan memperkuat kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan, sehingga meningkatkan daya tarik dan

		efektivitas dakwah melalui media video.
4	Apakah penjelasan atau argumen dalam video dakwah membantu anda mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam?	Dalam era digital yang semakin berkembang ini, video dakwah memegang peran krusial dalam menyebarkan pesan-pesan agama. Namun, saya percaya bahwa keberhasilan sebuah video dakwah tidak hanya tergantung pada kekuatan pesan yang disampaikan, tetapi juga pada kejelasan serta kelogisan penjelasan dan argumen yang dipersembahkan. Melalui penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas, para penyampai dakwah mampu membangun koneksi langsung dengan audiens, memungkinkan mereka untuk dengan cepat dan mudah memahami konsep-konsep yang dihadirkan.
5	Bagaimana reaksi anda terhadap penggunaan gambar, suara, atau efek visual dalam video dakwah?	Penggunaan gambar, suara, dan efek visual dalam video dakwah itu sungguh mengagumkan, Mereka benar-benar memperkuat pesan-pesan keagamaan dengan cara yang sangat berkesan dan menyentuh. Ketika saya melihat gambar-gambar indah atau mendengar suara-suara yang merdu, saya merasa lebih terhubung dengan pesan yang disampaikan dalam video. Efek visual juga menambah dimensi baru dalam pengalaman menonton, membuatnya lebih menggugah emosi dan memikat perhatian. Secara keseluruhan, saya sangat mengapresiasi penggunaan media visual dalam dakwah ini karena membantu saya lebih merasakan dan memahami pesan-pesan keagamaan dengan lebih dalam dan nyata.
6	Bagaimana video dakwah ini mempengaruhi pandangan atau perilaku anda terkait dengan nilai-nilai agama Islam?	Dulu saya sebelum banyak belajar agama, bagi saya banyak hal yang lumayan ribet dalam menjalankannya, tapi ternyata tidak seperti itu, bahkan mempermudah menjalani hari-hari saya.

