

**TRANSFORMASI MEDIA DAKWAH DIGITAL DI
INDONESIA: STUDI KASUS YUFID TV**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**TRANSFORMASI MEDIA DAKWAH DIGITAL DI
INDONESIA: STUDI KASUS YUFID TV**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

EDI SUTRISNO

NIM: 3421084

HAIKU MANJADUL

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edi sutrisno

NIM : 3421084

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“TRANSFORMASI MEDIA DAKWAH DIGITAL DI INDONESIA: STUDI KASUS YUFID TV”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 18 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Edi Sutrisno

NIM. 3421084

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Rikzam Kamal, M. Kom.

Bligo RT 08 RW 08 Kecamatan Buaran, Kabupaten Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Edi Sutrisno

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Edi Sutrisno

NIM : 3421084

Judul : **Transformasi Media Dakwah Digital di Indonesia: Studi Kasus Yufid Tv**

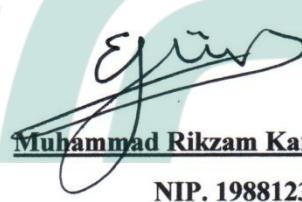
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/I tersebut dapat segera dimonaqosyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 28 November 2025

Pembimbing,


Muhammad Rikzam Kamal, M. Kom.

NIP. 198812312019031011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : EDI SUTRISNO

NIM : 3421084

Judul Skripsi : TRANSFORMASI MEDIA DAKWAH DIGITAL DI
INDONESIA: STUDI KASUS YUFID TV

yang telah diujikan pada Hari Rabu, 24 Desember 2025 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Pengaji

Pengaji I


Prof. Dr. H. Imam Kanafi M.Ag.
NIP. 197511201999031004

Pengaji II


Mukoyimah M.Sos
NIP. 199206202019032016

Pekalongan, 05 Januari 2026

Disahkan Oleh

Dekan




Dr. Hj. Tri Astutik Haryati, M.Ag
NIP. 19741118 2000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik diatasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Žal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	d	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā	t	t (dengan titik di bawahnya)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ظ	Zā	z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	Fā	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
ه	Hā	h	-
ء	Hamzah	'	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh:

أحمدية

ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

Bila dihidupkan ditulis t

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis \bar{a} , i panjang ditulis \bar{i} , dan u panjang ditulis \bar{u} , masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh:	أَنْتَ	ditulis a'antum
مُؤْنَث		ditulis mu'annaś

H. Kata Sandang Alif + Lam

Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

Contoh: القرآن ditulis Al-Qura'ān

Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Svī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
 2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شیخ الإسلام ditulis Syaikh al-Islām atau Syakhul-Islām

LEMBAR PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahi rabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan kepada saya dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini, menjadi langkah awal untuk masa depan yang lebih baik bagi saya dalam meraih segala impian dan harapan. Saya persembahkan cinta dan kasih sayang ini, kepada:

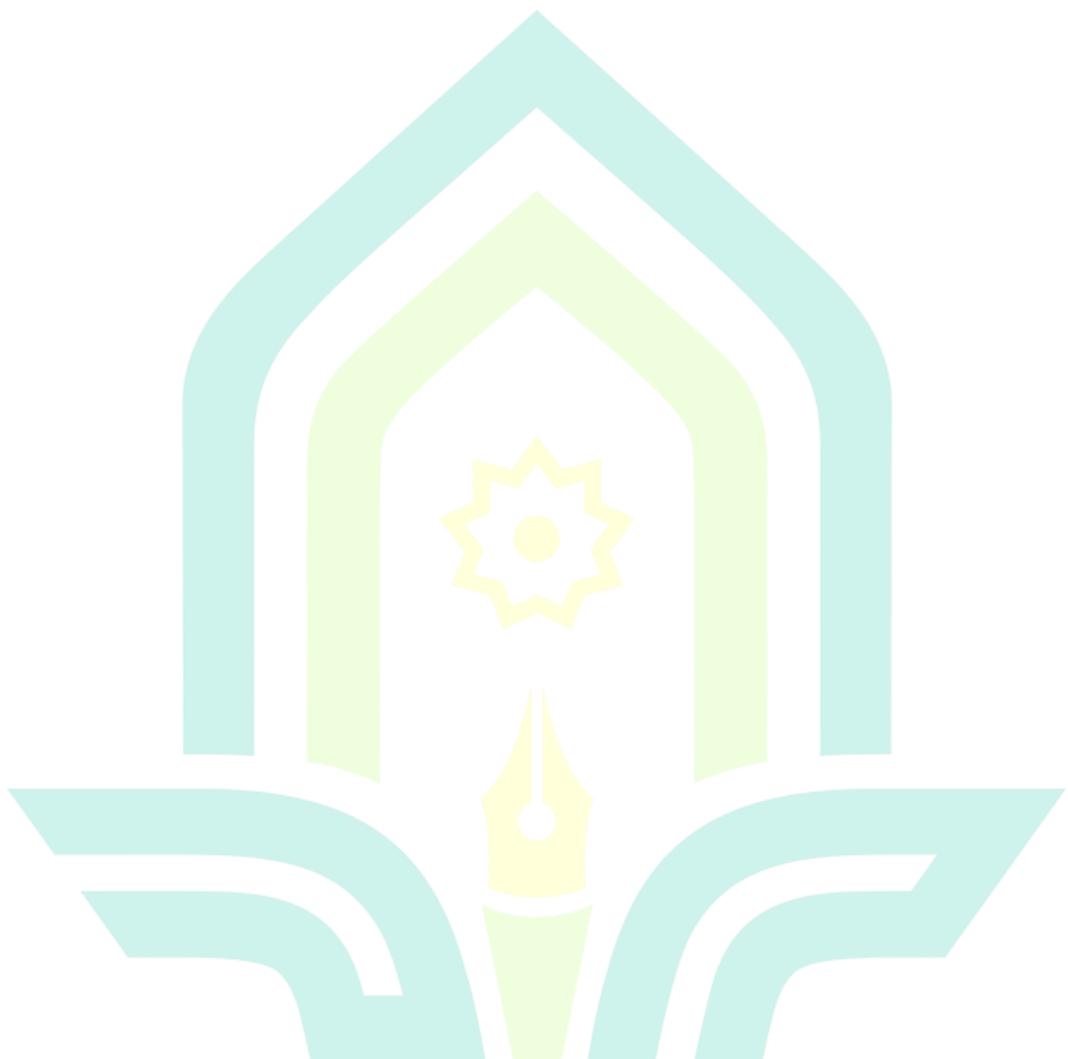
1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, rezeki, kesehatan, kesempatan, kesabaran, kemudahan dan semua yang telah diberikan untuk saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, yang telah membawa saya sampai dititik ini, memberi kesempatan fasilitas meraih pendidikan yang tinggi, sabar menghadapi dan mendidik saya serta doa yang selalu dipanjatkan untuk keberhasilan dan kelancaran anaknya dalam menyelesaikan pendidikan.
3. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Muhammad Rikzam Kamal M.Kom yang telah sabar membimbing, mengoreksi, dan memberi nasehat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Muhammad Rikzam Kamal M.Kom atas bimbingan dan arahannya semasa kuliah hingga terselesaiya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan.
6. Teman-teman KPI angkatan 2021, yang telah menemani masa perkuliahan hingga membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini..
7. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, dalam membantu, mendukung, dan mendoakan saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

MOTTO

“Dunia Boleh Saja Melawanku, Kupunya Doa Ibu”

-Perunggu-



ABSTRAK

Sutrisno, Edi. 2025. Transformasi Media Dakwah Digital Di Indonesia: Studi Kasus Yufid Tv. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Muhammad Rikzam Kamal M.Kom.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Transformasi Media, Yufid TV, Network Society, YouTube

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik dakwah Islam di Indonesia dari metode konvensional menuju pemanfaatan media digital yang lebih luas jangkauannya dan mudah diakses. Perubahan ini menuntut lembaga dakwah untuk menyesuaikan cara penyampaian pesan agar tetap relevan dengan audiens. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi media dakwah digital yang dilakukan oleh Yufid TV sebagai salah satu kanal dakwah Islam terbesar di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi terhadap konten Yufid TV periode 2010–2025, kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan Teori *The Network Society* dari Manuel Castells, khususnya konsep *space of flows* dan *timeless time*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi dakwah Yufid TV terjadi dalam tiga aspek, yaitu transformasi konten, bentuk penyajian, serta jangkauan dan produksi dakwah. Konten dakwah berubah dari ceramah panjang menjadi konten singkat dan visual dengan berbagai format, seperti podcast, tanya jawab, dan animasi edukatif. Transformasi ini berdampak pada audiens berupa meningkatnya partisipasi digital, perubahan pola konsumsi dakwah yang lebih praktis, serta terbentuknya komunitas pembelajaran agama berbasis jaringan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Yufid TV berhasil memanfaatkan media digital secara efektif untuk memperkuat dakwah Islam. Strategi pengemasan pesan yang sederhana, produksi konten yang konsisten, dan pemanfaatan berbagai platform digital menjadikan dakwah lebih mudah diakses dan melibatkan audiens secara aktif.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “*Transformasi Media Dakwah Digital Di Indonesia: Studi Kasus Yufid Tv*”. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., semoga kita senantiasa mendapatkan syafaat dihari akhir kelak. Amiin.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan dan dukungan yang penulis terima dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Prof. Dr.H. Zaenal Mustakim, M.Ag., yang telah memimpin dan mengelola penyelenggaraan pendidikan sebagaimana mestinya.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag., Beserta staf dekan, yang telah mengordinir penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat di fakultas.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Mukoyimah, M.Sos serta Sekertaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dimas Prasetya, M.A yang selalu mengfasilitasi, ikhlas, memberikan contoh yang baik dan tidak lebih pernah lelah memotivasi.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Muhammad Rikzam Kamal M.Kom yang telah berkenan meluangkan waktunya dan arahan untuk memberikan bimbingan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dosen Pembimbing Akademik Muhammad Rikzam Kamal M.Kom yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama masa studi.

6. Seluruh dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dalam kegiatan belajar di bangku perkuliahan.
7. Seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan dukungan fasilitas dan pelayanan dengan baik kepada mahasiswa.
8. Seluruh petugas perpustakaan yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi saya.
9. Ibu, Bapak dan segenap keluarga yang selalu mendo'akan, mendukung, dan memberikan semangat tanpa henti.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amiin

Pekalongan, 18 Desember 2025

Penulis

Edi Sutrisno

NIM. 3421084

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
LEMBAR PERSEMPAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	4
1. Landasan Teori	4
2. Penelitian Relevan.....	9
F. Kerangka Berfikir.....	14
G. Metodologi Penelitian	15
H. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II KAJIAN TEORI	24
A. Transformasi Media Dakwah.....	24
B. Konsep Dakwah Dalam Konteks Digital	27
C. Media Dakwah Digital	31
D. Teori Network Society	33

BAB III PROFIL, TRANSFORMASI DAN DAMPAK TRANSFORMASI DAKWAH TERHADAP AUDIENS YOUTUBE YUFID TV	38
A. Profil Yufid Tv Dan Laporan Produksi Tim Yufid.....	38
1. Sejarah dan Filosofi Nama	39
2. Visi dan Misi	39
3. Perkembangan dan Produksi Konten	39
4. Infrastruktur dan Pendanaan	40
5. Jaringan dan Platform Media	40
B. Transformasi, Bentuk Dan Pola Konten Media Dakwah Youtube Yufidtv	42
1. Transformasi Media Dakwah Yufid TV	42
2. Bentuk dan Pola Konten Dakwah Yufid TV	50
C. Dampak Transformasi Dakwah Yufid TV terhadap Audiens.....	56
BAB IV ANALISIS TRANSFORMASI MEDIA DAKWAH YUFID TV DAN DAMPAK TRANSFORMASI DAKWAH YUFID TV TERHADAP AUDIENS.....	60
A. Analisis Transformasi Media Dakwah Yufid Tv Berdasarkan Teori Network Society	60
B. Analisis Dampak Transformasi Dakwah Yufid Tv Terhadap Audiens Berdasarkan Teori Network Society	67
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
C. Penutup.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Instrumen Observasi	21
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	14
Gambar 3.1 Logo Yufid Tv.....	39
Gambar 3.2 Konten Yufid Tv	42
Gambar 3.3 Konten Yufid Tv	43
Gambar 3.4 Konten Yufid Tv	43
Gambar 3.5 Konten Yufid Tv	44
Gambar 3.6 Konten Yufid Tv	45
Gambar 3.7 Konten Yufid Tv	46
Gambar 3.8 Jaringan Yufid Tv.....	48
Gambar 3.9 Donasi Yufid Tv	49
Gambar 3.10 Playlist Konten Yufid Tv	51
Gambar 3.11 Konsistensi Upload Konten Yufid Tv.....	52
Gambar 3.12 Konten Podcast Yufid Tv	53
Gambar 3.13 Visual Thumbnail Dan Isi Konten Yufid Tv.....	54
Gambar 3.14 Data yufid tv.....	55
Gambar 3.15 Engagement Konten Yufid TV	56
Gambar 3.16 Komentar Yufid Tv	57
Gambar 3.17 Perbandingan Konten Panjang Dan Pendek	57
Gambar 3.18 Komentar Yufid Tv	58
Gambar 3.19 Komentar Yufid Tv	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang komunikasi dan penyiaran dakwah Islam. Internet, media sosial, dan kanal berbasis video seperti *YouTube* telah menjadi ruang publik baru yang memungkinkan pesan dakwah tersampaikan lebih cepat, luas, dan interaktif. Fenomena ini merupakan bagian dari transformasi komunikasi Islam di era digital yang menuntut para da'i, lembaga dakwah, dan komunitas muslim untuk beradaptasi dengan perkembangan media baru agar tetap relevan dengan kebutuhan umat.¹

Dalam konteks Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, perkembangan media dakwah digital berlangsung sangat pesat. Berbagai kanal *YouTube*, akun *Instagram*, hingga *podcast* bernuansa Islami bermunculan dengan beragam corak: mulai dari dakwah populer yang sederhana hingga dakwah akademik yang berbasis kitab klasik. Media digital menjadi pilihan utama karena generasi muda muslim Indonesia cenderung mengonsumsi informasi melalui *smartphone* dan *platform* daring ketimbang media cetak atau ceramah konvensional di masjid.²

Salah satu kanal dakwah digital yang berkembang pesat adalah Yufid TV salah satu bagian dari Yufid Network yang merupakan sebuah yayasan non-profit yang berdiri sejak tahun 2009 dan berfokus pada penyebaran dakwah serta pendidikan Islam secara gratis melalui berbagai media digital. Hingga Februari 2025, Yufid telah memproduksi lebih dari 22.531 video dakwah dan pendidikan yang tersebar di kanal *YouTube* seperti Yufid.TV, Yufid EDU, dan Yufid Kids dengan total lebih dari 6,7 juta subscribers serta 893 juta kali tayangan. Selain itu, Yufid juga telah mempublikasikan lebih

¹ Ibnu Kasir and Syahrol Awali, "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarluaskan Pesan Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah (Perkiraan)*, 2024.

² A Hasan, "Dakwah Digital Di Era Media Baru: Studi Kasus Kanal YouTube Islami," *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2021): 123–40, <https://doi.org/10.24042/jki.v11i2.5678>.

dari 20.000 mp3 kajian Islam di website Kajian.net, hampir 10.000 artikel di berbagai situs dakwah, serta menjalankan program penerjemahan sejak 2018 dengan total lebih dari 4 juta kata. Untuk mendukung dakwah digital, Yufid mengelola puluhan website, radio streaming, serta server dakwah dengan biaya operasional yang mencapai Rp150–200 juta per bulan.³ Konsistensi Yufid TV dalam memanfaatkan media digital menjadikannya salah satu pelopor dan motor penggerak dakwah Islam berbasis teknologi di Indonesia. Kanal ini fokus pada penyajian konten dakwah Islam berbasis Al-Qur'an dan Sunnah dengan pendekatan ilmiah, ringkas, dan mudah dipahami.⁴ Yufid TV memosisikan diri berbeda dari kanal dakwah populer lain dengan menekankan kredibilitas narasumber (ustadz lulusan Timur Tengah atau perguruan tinggi Islam) serta format video yang edukatif.⁵

Perkembangan dakwah digital di Indonesia tidak hanya diwarnai oleh kehadiran Yufid TV, tetapi juga berbagai kanal lain seperti Rodja TV, Ahsan TV, Surau TV, Muadz TV, dan Insan TV. Masing-masing kanal memiliki karakteristik dan gaya penyampaian tersendiri dalam menyebarkan pesan dakwah Islam. Namun, di antara berbagai kanal tersebut, Yufid TV menempati posisi yang cukup menonjol karena konsistensi, profesionalitas pengelolaan, serta strategi transformasi konten yang jelas. Dengan jumlah subscriber jutaan dan jangkauan audiens yang luas, Yufid TV berhasil menjadikan media digital, khususnya *YouTube*, sebagai sarana utama dakwah Islam di era modern.⁶

Transformasi media dakwah melalui Yufid TV tidak hanya sebatas digitalisasi ceramah, melainkan juga menyangkut strategi pengemasan pesan.

³ Diakses dari <https://yufid.org/profil-yufid-network/> september 2025

⁴ Yoga Winiarta, "Strategi Dakwah Channel Yufid TV Dalam Membangun Minat Belajar Agama Islam Pada Generasi Milenial" (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2023).

⁵ Rosidi, "Transformasi Dakwah Di Media Sosial: Studi Perbandingan Ustadz Populer," *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 1 (2021): 45–62, <https://doi.org/10.24042/jki.v12i1.6789>.

⁶ R Fauzan, "Kreativitas Dakwah Islam Di Media Sosial: Studi Fenomenologi YouTube," *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 1 (2021): 55–72, <https://doi.org/10.24042/jki.v12i1.6789>.

Konten Yufid TV dibagi menjadi berbagai kategori, seperti video tanya jawab singkat, ceramah tematik, kajian kitab, animasi Islami untuk anak, hingga khutbah Jumat. Pola ini menunjukkan bahwa dakwah digital menuntut kreativitas, segmentasi audiens, serta adaptasi terhadap algoritma media sosial agar pesan dakwah tetap menjangkau masyarakat luas.⁷

Dari sisi penerimaan audiens, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kanal dakwah digital seperti Yufid TV memiliki peran signifikan dalam membentuk literasi keislaman generasi muda. Misalnya, Wulandari menemukan bahwa mahasiswa menjadikan Yufid TV sebagai referensi belajar agama tambahan karena penyajiannya ringkas dan dapat diakses kapan saja.⁸ Hal ini memperlihatkan bahwa media dakwah digital berfungsi sebagai alternatif sekaligus pelengkap dakwah konvensional.

Namun, transformasi dakwah digital ini juga menimbulkan sejumlah tantangan. Pertama, persoalan otoritas keilmuan, karena media digital memungkinkan siapapun menyebarkan dakwah tanpa standar akademik yang jelas. Kedua, masalah fragmentasi audiens, di mana umat cenderung memilih konten dakwah sesuai preferensi pribadi sehingga menimbulkan segregasi dalam pemahaman agama. Ketiga, tantangan komersialisasi konten, karena media digital tidak bisa lepas dari monetisasi iklan, yang kadang menimbulkan dilema etis bagi lembaga dakwah.⁹

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bagaimana transformasi media dakwah digital berlangsung di Indonesia dengan fokus pada studi kasus Yufid TV. Menggunakan metodologi kualitatif deskriptif melalui metode observasi dan dokumentasi, peneliti akan menganalisis bentuk transformasi, strategi komunikasi, serta

⁷ Suryani, L. (2022). *Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Konten Media Sosial*. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(2), 233–250.

⁸ Wulandari, “Pengaruh Media Dakwah Digital Terhadap Literasi Islam Mahasiswa,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 44, no. 1 (2023): 101–18, <https://doi.org/10.21580/jid.v44i1.14567>.

⁹ Rahmawati, “Digitalisasi Dakwah Dan Tantangan Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru,” *Jurnal Studi Islam Kontemporer* 7, no. 2 (2022): 133–50, <https://doi.org/10.1234/jsik.v7i2.8123>.

dampak Yufid TV terhadap audiens. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang dinamika dakwah digital di era modern serta kontribusi Yufid TV dalam membentuk wacana keislaman di ruang publik digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada transformasi media dakwah digital di Indonesia dengan studi kasus Yufid TV. Adapun rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk transformasi media dakwah yang dilakukan oleh Yufid TV di Indonesia?
2. Bagaimana dampak transformasi media dakwah digital yufid TV kepada audiens?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bentuk transformasi media dakwah yang dijalankan Yufid TV sebagai salah satu kanal dakwah di Indonesia.
2. Untuk memahami dan menjelaskan dampak dakwah digital Yufid TV terhadap audiens

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dakwah, khususnya kajian mengenai transformasi media Islam di era digital.

2. Manfaat Praktis

Memberikan masukan strategis bagi lembaga dakwah dan pengelola media digital agar dapat merancang konten dakwah yang lebih efektif, edukatif, dan sesuai dengan kebutuhan umat.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teori

a. Transformasi Media Dakwah

Transformasi dakwah terjadi ketika metode penyampaian pesan Islam beralih dari komunikasi tatap muka ke media digital.

Transformasi ini meliputi aspek teknis (digitalisasi konten), aspek strategis (pengemasan pesan sesuai audiens), dan aspek sosial (penerimaan masyarakat terhadap dakwah digital). Haryanto menyebut YouTube sebagai “panggung dakwah” modern yang membuka ruang bagi interaksi global umat Islam.¹⁰

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa dampak besar terhadap cara masyarakat menerima, memproduksi, dan membagikan pesan keagamaan. Di tengah era digital yang serba cepat dan terhubung, dakwah Islam mengalami perubahan mendasar dari bentuk tradisional menuju format digital yang lebih interaktif dan partisipatif. Perubahan inilah yang dikenal sebagai transformasi media dakwah, yakni proses adaptasi dakwah terhadap perkembangan media komunikasi modern agar pesan Islam tetap relevan dan efektif di tengah masyarakat jaringan.

Transformasi media dakwah tidak hanya berkaitan dengan pergeseran sarana penyampaian, tetapi juga menyentuh aspek paradigma, strategi, dan orientasi dakwah itu sendiri. Aktivitas dakwah kini tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid, pesantren, atau majelis taklim, melainkan telah berkembang menjadi aktivitas daring yang melibatkan media sosial, platform video, podcast, hingga forum digital. Nurdin menjelaskan bahwa perubahan tersebut merupakan bukti fleksibilitas dakwah Islam dalam menyesuaikan diri dengan dinamika zaman tanpa kehilangan nilai-nilai spiritualnya.¹¹ Dakwah tidak berhenti pada penyampaian verbal, tetapi telah menjadi komunikasi nilai yang menggabungkan teknologi, budaya, dan keimanan.

¹⁰ Haryanto, E. (2020). *YouTube sebagai Media Dakwah: Studi Dakwah Visual*. Jurnal Komunikasi Islam, 7(1), 45–62.

¹¹ M Nurdin, “Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis Perubahan Media Dan Metode Dakwah Islam,” *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 2 (2021): 105–15.

b. Konsep Dakwah

Secara etimologis, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab دَعَا – دَعْوَةً – يَدْعُ (da‘ā – da‘wah – yad‘ū) yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak.. Dalam terminologi Islam, dakwah diartikan sebagai proses mengajak manusia menuju jalan Allah melalui penyampaian ajaran Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Dakwah tidak hanya berbentuk ceramah, tetapi juga dapat dilakukan melalui tulisan, audio-visual, maupun media digital modern.¹²

Al-Qur'an memberikan landasan normatif mengenai kewajiban berdakwah sebagaimana firman Allah Swt. dalam Surah An-Nahl ayat 125:

أَحْسَنْ هِيَ بِالْتَّيْ وَجَادُلُهُمُ الْحَسَنَةُ وَالْمَوْعِظَةُ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَيِّلَ إِلَى أَذْعَ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk."

Ayat ini menjadi dasar utama kegiatan dakwah dalam Islam. Seruan untuk berdakwah dengan hikmah menandakan pentingnya kebijaksanaan, pendekatan yang lembut, dan argumentasi rasional dalam menyampaikan pesan agama. Menurut Tawiluddin , dakwah merupakan proses komunikasi yang berorientasi pada kemanusiaan universal dan penghargaan terhadap perbedaan. Pendekatan dakwah seperti ini bersifat dialogis dan menekankan nilai-nilai kemanusiaan yang sejalan dengan ajaran Islam yang rahmatan lil ‘alamin¹³

Tujuan utama dakwah adalah menyeru manusia agar beriman kepada Allah – Swt., beramal saleh, serta menegakkan nilai-nilai kebijakan dalam kehidupan pribadi dan sosial. Hal ini ditegaskan dalam Surah Āli ‘Imrān ayat 104:

¹² A Syahrul, *Perubahan Pola Konsumsi Dakwah Di Era Digital*, Jurnal Studi Islam Kontemporer, 6, no. 2 (2021): 77–95, <https://doi.org/10.1234/jzik.v6i2.6543>.

¹³ N Tawiluddin, “Konsep Dakwah Dalam Perspektif Abdurrahman Wahid (Gus Dur): Studi Analisis Metode Dakwah,” *Jurnal Dakwah Tabligh* 21, no. 2 (2021): 180–90.

الْمُنْكَرُ عَنْ وَيَنْهَا بِالْمَعْرُوفِ وَيَأْمُرُونَ الْخَيْرَ إِلَى يَدْعُونَ أُمَّةً مِّنْكُمْ وَلْتَكُنْ
 الْمُفْلِحُونَ هُنُّ وَأُولَئِكَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar; mereka lah orang-orang yang beruntung.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa dakwah adalah tanggung jawab kolektif umat Islam (fardhu kifayah) untuk menegakkan nilai-nilai kebaikan dan mencegah kemungkaran. Parwanto dan Pratama menegaskan bahwa tujuan dakwah di era digital tidak hanya untuk memperkuat iman, tetapi juga memperkokoh ukhuwah Islamiyah dan solidaritas sosial dalam menghadapi tantangan globalisasi¹⁴. Dakwah juga berfungsi memperbaiki moral masyarakat dan menumbuhkan kesadaran spiritual di tengah arus informasi yang cepat dan kompleks.

c. Media Dakwah Digital

Media dakwah digital adalah sarana penyampaian pesan keislaman dengan memanfaatkan teknologi internet, media sosial, dan platform digital. Menurut Nurhadi media digital memberikan ruang interaktif bagi da’i dan audiens sehingga dakwah lebih partisipatif dibanding media konvensional.¹⁵ YouTube, Instagram, dan podcast menjadi medium populer dakwah generasi muda karena fleksibilitas dan jangkauan globalnya.

Media dakwah digital merupakan transformasi dari media konvensional menuju media berbasis jaringan. Dalam konteks ini, media digital berfungsi sebagai saluran komunikasi dakwah yang memungkinkan interaksi dua arah antara da’i dan mad’u secara cepat,

¹⁴ Parwanto Parwanto and Rizky Pratama Putra, “Konsep Dakwah Dalam Memperkuat Kesatuan Umat Di Era Digital,” *Al-Aulia: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Keislaman* 11, no. 1 (2022): 10–20.

¹⁵ Nurhadi, M. (2020). *Media Baru dan Perubahan Komunikasi Dakwah*. *Jurnal Komunikasi Dakwah*, 11(2), 85–104.

masif, dan lintas batas geografis. Menurut Anshari, media dakwah digital berperan sebagai ruang publik baru yang memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan partisipasi umat dalam memahami ajaran Islam¹⁶.

Media dakwah digital dapat dipahami melalui tiga perspektif utama. Pertama, sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan, di mana konten dakwah disampaikan dalam bentuk teks, gambar, video, atau audio yang menarik. Kedua, sebagai ruang dialog interaktif, karena audiens dapat memberikan tanggapan langsung melalui kolom komentar, pesan pribadi, atau diskusi daring. Ketiga, sebagai alat pembentukan opini publik, di mana pesan-pesan keagamaan dapat membentuk pandangan masyarakat terhadap isu sosial dan moral.

d. Teori Network Society (Masyarakat Jaringan)

Teori ini dikemukakan oleh Manuel Castells pada tahun 1996 melalui bukunya *The Rise of the Network Society*, yang merupakan volume pertama dari trilogi *The Information Age: Economy, Society, and Culture* 2010. Menurutnya, masyarakat modern telah bertransformasi dari struktur industri menuju masyarakat jejaring (*network society*) yakni tatanan sosial yang dibentuk oleh arus informasi, teknologi komunikasi, dan jaringan global digital.¹⁷

Dengan kata lain, *network society* menandai perubahan dari masyarakat industri menuju masyarakat berbasis informasi, di mana hubungan sosial, ekonomi, dan budaya dimediasi oleh jaringan teknologi digital. teknologi informasi dan komunikasi telah membentuk struktur sosial baru berbasis jaringan. Castells menjelaskan bahwa masyarakat modern tidak lagi beroperasi berdasarkan sistem hierarkis yang kaku, melainkan melalui jaringan (network) yang bersifat fleksibel dan saling terhubung. Dalam masyarakat jaringan ini, arus informasi,

¹⁶ M Anshari, “Transformasi Dakwah Islam Di Era Digital: Analisis Media Sosial Sebagai Ruang Publik Keagamaan,” *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2022): 10–20.

¹⁷ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, ed. 2nd (Oxford: Wiley-Blackwell, 2010).

kekuasaan, dan produksi pengetahuan bergerak secara global dan simultan melalui teknologi digital.¹⁸

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar terhadap struktur sosial global, termasuk di Indonesia. Transformasi tersebut tidak hanya bersifat teknologis, melainkan juga sosial, ekonomi, dan budaya. Castells menjelaskan bahwa bentuk masyarakat ini lahir dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menciptakan struktur sosial baru berbasis jaringan (*network-based social structure*). Jaringan-jaringan tersebut memungkinkan arus data, ide, dan nilai bergerak secara simultan melintasi batas geografis, budaya, bahkan ideologi. Menurut Putra, Prakoso, dan Ardita, masyarakat jaringan di Indonesia juga berkembang pesat seiring digitalisasi berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, ekonomi, dan keagamaan¹⁹. Artinya, teori Castells tidak hanya relevan dalam konteks global, tetapi juga dapat digunakan untuk memahami dinamika masyarakat Indonesia yang semakin bergantung pada teknologi digital.

2. Penelitian Relevan

a. Transformasi Media Sosial dalam Digitalisasi Agama: Media Dakwah dan Wisata Religi²⁰

Penelitian oleh Derry Ahmad Rizal, Rif'atul Maula, dan Nilna Idamatussilmi 2023 bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial mengalami transformasi dalam konteks digitalisasi agama, khususnya dalam media dakwah dan wisata religi. Objek penelitian ini

¹⁸ Dwi Yuliani, "Makna Waktu Dan Ruang Dalam Masyarakat Digital," *Jurnal Komunikasi Dan Budaya Digital* 5, no. 2 (2022): 25–35.

¹⁹ Ferdian Ahya Putra, Septyanto Galan Prakoso, and Nadia Dian Ardita, "A Literature Study on Network Society in Indonesia 1977-2022," *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 16, no. 1 (2024): 25–40, <https://journals2.ums.ac.id/komuniti/article/download/3097/1205>.

²⁰ Derry Ahmad Rizal, Rif'atul Maula, and Nilna Idamatussilmi, "Transformasi Media Sosial Dalam Digitalisasi Agama: Media Dakwah Dan Wisata Religi," *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 9, no. 2 (2024): 95–112, <https://journal.uin-suka.ac.id/pusat/mukaddimah/article/download/3909/2287>.

adalah akun-akun media sosial keagamaan di platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi konten dan analisis media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan besar dalam memperluas jangkauan dakwah dan menciptakan ruang interaksi yang lebih dinamis antara dai dan jamaah. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus transformasi dakwah di media digital, sedangkan perbedaannya, penelitian Rizal dkk. membahas banyak platform media, sementara penelitian ini fokus pada transformasi media lembaga dakwah Yufid TV.

b. Transformasi Komunikasi Dakwah dan Pengaruhnya terhadap Praktik Keagamaan Masyarakat Muslim di Indonesia²¹

Penelitian oleh Marwa Ulfa 2022 bertujuan untuk mengetahui bagaimana transformasi komunikasi dakwah melalui media digital memengaruhi praktik keagamaan masyarakat Muslim di Indonesia. Objek penelitian ini adalah pengguna media dakwah digital, seperti YouTube dan podcast keislaman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara dan observasi daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital mempermudah masyarakat mengakses materi dakwah serta meningkatkan pengetahuan keislaman, namun juga menghadirkan tantangan berupa perbedaan kualitas dan otoritas isi dakwah. Persamaannya dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas perubahan cara dakwah akibat perkembangan teknologi digital, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus: penelitian Ulfa menyoroti pengaruh terhadap masyarakat, sementara penelitian ini menitikberatkan pada transformasi lembaga Yufid TV sebagai penyampai dakwah digital.

c. Transformasi Dakwah Islami: Instagram Sebagai Media Tausiah Generasi Milenial²²

²¹ Marwa Ulfa, “Transformasi Komunikasi Dakwah Dan Pengaruhnya Terhadap Praktik Keagamaan Masyarakat Muslim Di Indonesia” (Universitas Islam Negeri, 2022).

Penelitian oleh Mastanah, Mahsusni, Syihaabul Huda, dan Nuryani 2023 berfokus pada pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah untuk generasi milenial. Tujuannya adalah memahami strategi penyampaian pesan keagamaan yang sesuai dengan karakteristik media visual. Objek penelitian ini adalah akun-akun dakwah populer di Instagram, dengan metode analisis isi kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah berbentuk gambar, video pendek, dan kutipan ringan lebih efektif menarik perhatian pengguna muda. Persamaannya dengan penelitian ini yaitu membahas pergeseran media dakwah ke ranah digital, sedangkan perbedaannya, penelitian ini berfokus pada Instagram, sementara skripsi ini meneliti transformasi dakwah di kanal YouTube melalui Yufid TV.

d. Transformasi Pendakwah Menjadi Microcelebrity: Studi Kasus Gus Kautsar Ploso Kediri di Media Sosial²³

Penelitian oleh Rofii Mashudi dan Khalimat Nisa 2022 bertujuan untuk mengetahui bagaimana seorang pendakwah mengalami transformasi peran menjadi figur publik (microcelebrity) melalui aktivitas dakwah digital. Objek penelitian ini adalah Gus Kautsar Ploso Kediri, seorang dai yang aktif berdakwah di YouTube dan Instagram. Metode yang digunakan adalah kualitatif studi kasus dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial mengubah cara pendakwah membangun citra dan kedekatan dengan audiens melalui personal branding dan komunikasi yang lebih santai. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus transformasi dakwah di ruang digital, sedangkan perbedaannya, penelitian Mashudi dan Nisa menyoroti

²² Mastanah et al., “Transformasi Dakwah Islami: Instagram Sebagai Media Tausiah Generasi Milenial,” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 5, no. 2 (2023).

²³ Rofii Mashudi and Khalimat Nisa, “Transformasi Pendakwah Menjadi Microcelebrity: Studi Kasus Gus Kautsar Ploso Kediri Di Media Sosial,” *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2022).

transformasi individu pendakwah, sementara penelitian ini berfokus pada transformasi lembaga dakwah digital Yufid TV.

e. Transformasi Gaya Dakwah Islam di Era Digital²⁴

Penelitian oleh Mujadiduz Zaman, Mohammad Robith Ilman, dan Ilham Maulidi 2022 bertujuan menganalisis perubahan gaya dan metode dakwah Islam di era digital. Objek penelitian mencakup pendakwah dan lembaga dakwah yang aktif di media sosial, khususnya YouTube. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka dan observasi konten digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya dakwah kini menyesuaikan diri dengan pola konsumsi media masyarakat, seperti penggunaan bahasa ringan, durasi pendek, dan format video menarik. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas transformasi media dakwah digital, namun perbedaannya, penelitian Zaman dkk. meneliti fenomena secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada transformasi strategis lembaga dakwah Yufid TV sebagai studi kasus spesifik.

Berdasarkan telaah terhadap lima penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa seluruhnya menunjukkan adanya perubahan besar dalam praktik dan bentuk dakwah Islam akibat perkembangan media digital. Penelitian-penelitian sebelumnya telah menyoroti aspek seperti perubahan gaya dakwah, penggunaan media sosial, serta dampaknya terhadap audiens, namun umumnya masih terbatas pada kajian permukaan yang berfokus pada konten, media, atau figur dai.

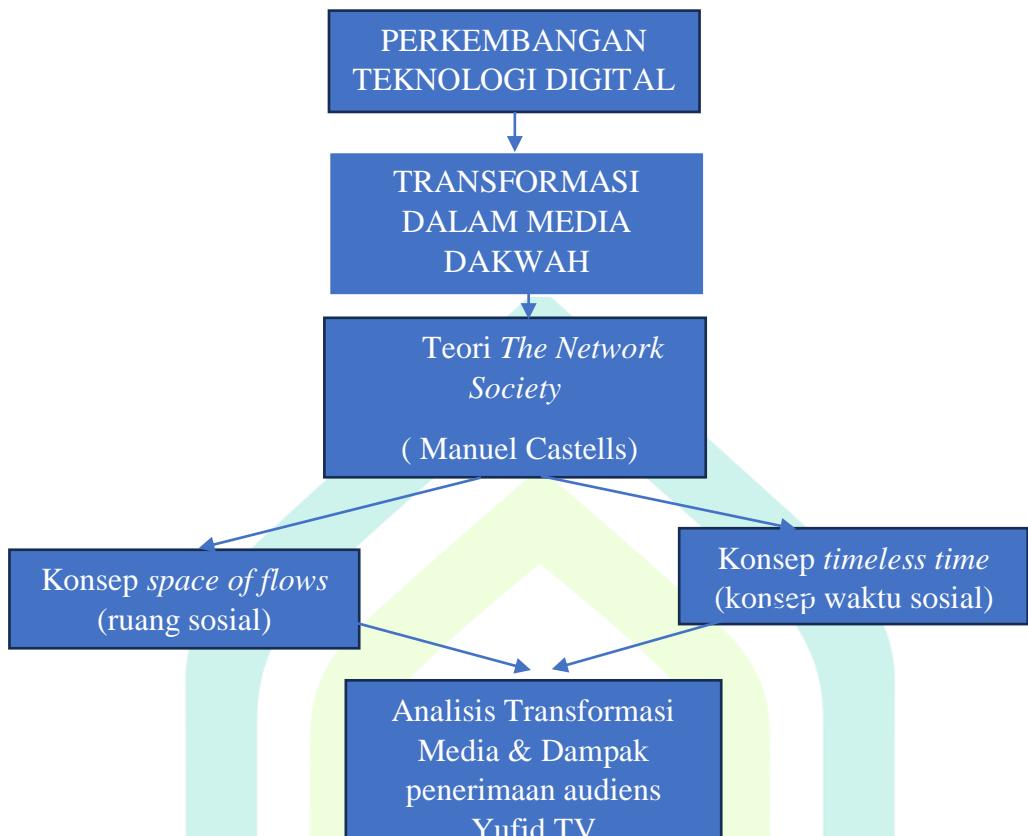
Penelitian ini memiliki kesenjangan (research gap) karena belum banyak studi yang menelusuri transformasi media dakwah dari sisi kelembagaan, termasuk strategi produksi konten, manajemen media, dan adaptasi organisasi dakwah terhadap era digital. Oleh sebab itu, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap

²⁴ Mujadiduz Zaman, Mohammad Robith Ilman, and Ilham Maulidi, “Transformasi Gaya Dakwah Islam Di Era Digital,” *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2022).

lembaga dakwah digital Yufid TV sebagai representasi transformasi media dakwah di Indonesia, dengan pendekatan yang menelaah proses, strategi komunikasi, dan pengelolaan konten dakwah secara menyeluruh. Penelitian ini juga memberikan kontribusi baru dalam memahami bagaimana lembaga dakwah mampu mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan teknologi media modern secara efektif.



F. Kerangka Berfikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam media dakwah Islam. Aktivitas dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional, seperti ceramah langsung atau melalui media tradisional, kini beralih ke media digital yang lebih interaktif dan luas jangkauannya. Fenomena dakwah digital di Indonesia semakin berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah lembaga dan pendakwah yang memanfaatkan platform daring seperti YouTube, Instagram, dan podcast untuk menyampaikan pesan keislaman. Salah satu di antaranya adalah Yufid TV, yang dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki konsistensi dalam penyajian dakwah, strategi konten yang terencana, serta kemampuan menjangkau audiens yang luas dan beragam.

Penelitian ini menggunakan teori *The Network Society* dari Manuel Castells sebagai kerangka analisis utama. Teori ini menjelaskan bahwa

masyarakat modern kini hidup dalam struktur sosial berbasis jaringan informasi, di mana teknologi komunikasi menjadi fondasi utama dalam pembentukan interaksi dan penyebaran pengetahuan. Dalam konteks dakwah digital, teori ini digunakan untuk melihat bagaimana Yufid TV berperan sebagai bagian dari masyarakat jaringan, memanfaatkan teknologi digital untuk membangun sistem penyebaran dakwah yang terhubung, cepat, dan adaptif terhadap perubahan sosial. Dengan kerangka ini, penelitian berfokus pada analisis transformasi media dan interaksi audiens Yufid TV sebagai bentuk adaptasi lembaga dakwah terhadap dinamika masyarakat digital di era modern.

G. Metodologi Penelitian

1. Paradigma penelitian

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi manusia melalui proses interaksi, pengalaman, dan penafsiran terhadap dunia sekitarnya. Dalam pandangan konstruktivis, pengetahuan tidak bersifat tetap atau tunggal, melainkan dibangun secara subjektif oleh individu atau kelompok berdasarkan konteks sosial dan budaya yang melingkupinya.²⁵

Paradigma konstruktivis digunakan karena sesuai dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang menjadi dasar penelitian ini. Melalui paradigma ini, peneliti berupaya memahami secara mendalam bagaimana fenomena transformasi media dakwah terjadi pada lembaga Yufid TV. Realitas dakwah digital dipandang sebagai bentuk konstruksi sosial yang muncul dari interaksi antara teknologi komunikasi, lembaga dakwah, dan kebutuhan masyarakat Muslim modern.²⁶

²⁵ A M Susilo Pradoko, *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif Keilmuan Seni, Humaniora, Dan Budaya* (Yogyakarta: UNY Press, 2025).

²⁶ E Kusumajanti et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Paradigma Baru Bidang Ilmu Sosial* (Indonesia: Sonpedia, 2025).

Dalam konteks penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang melakukan observasi dan dokumentasi terhadap aktivitas dakwah digital Yufid TV, tanpa melibatkan wawancara langsung. Paradigma konstruktivis memungkinkan peneliti menafsirkan makna di balik proses perubahan media dakwah Yufid TV secara komprehensif, dengan menekankan interpretasi terhadap konten, strategi komunikasi, dan nilai-nilai yang dikonstruksi dalam ruang digital.²⁷

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami fenomena transformasi media dakwah digital melalui pengamatan mendalam, bukan sekadar pengukuran angka. Sementara jenis penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran sistematis mengenai bentuk transformasi dakwah dan dampak atau interaksi audiens terhadap pesan dakwah Yufid TV di ruang publik digital.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah kanal YouTube Yufid TV sebagai salah satu media dakwah digital di Indonesia yang berperan aktif dalam penyebaran pesan-pesan Islam melalui platform digital.

Klasifikasi Subjek:

- 1.) Jenis subjek: Media dakwah digital berbasis YouTube.
- 2.) bentuk aktivitas: Produksi dan distribusi konten dakwah Islam dalam bentuk video.

Batasan Subjek:

Penelitian ini dibatasi hanya pada kanal YouTube Yufid TV, tanpa mencakup kanal lain yang berada di bawah naungan Yufid Network seperti Yufid Kids atau Yufid Edu. Analisis juga difokuskan pada

²⁷ Febry Ichwan Butsi, "Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis Dan Kritis Dalam Me," 2019.

aktivitas dan konten dakwah yang diunggah antara tahun 2010 hingga 2025, untuk melihat dinamika dan transformasi media dari masa awal, pertengahan, hingga periode terbaru.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah transformasi media dakwah digital Yufid TV, yang meliputi bentuk konten dakwah, strategi komunikasi, serta gaya penyampaian pesan Islam yang digunakan dalam menghadapi perubahan teknologi dan perilaku audiens di era digital.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data utama, yaitu observasi dan dokumentasi, yang saling melengkapi untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai transformasi media dakwah digital Yufid TV di era masyarakat jaringan.

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati langsung kanal YouTube Yufid TV untuk memahami bentuk penyajian dakwah digital dan strategi komunikasi yang digunakan. Aspek yang diamati meliputi kategori dan tema video, durasi, gaya penyampaian dai, elemen visual dan audio, serta respons audiens seperti jumlah tayangan dan komentar.

Untuk mendukung hasil observasi, digunakan dokumentasi berupa arsip video, statistik kanal, serta literatur akademik terkait dakwah digital. Dokumentasi berfungsi memverifikasi data hasil observasi melalui triangulasi sumber.

Selain itu, penelitian ini menggunakan *teknik purposive sampling*, yakni penentuan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Sampel yang dipilih berupa video dakwah Yufid TV dari tiga periode perkembangan awal (2010–2014), pertumbuhan (2015–2019), dan digital intensif (2020–2025) serta mewakili berbagai kategori konten seperti kajian tematik, tanya

jawab, dan podcast dakwah. Teknik ini digunakan karena penelitian kualitatif lebih menekankan kedalaman makna daripada jumlah data.²⁸

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang mendukung hasil observasi. Data tersebut meliputi Cuplikan (screenshot). Data statistik unggahan seperti jumlah penayangan, komentar, waktu publikasi, profil lembaga dan informasi resmi dari situs Yufid Network. Artikel, berita, dan literatur ilmiah yang relevan mengenai transformasi media dakwah digital yang relevan dengan tema dakwah digital. Dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat temuan penelitian sekaligus memvalidasi hasil observasi melalui triangulasi sumber.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses transformasi media dakwah digital yang dilakukan oleh Yufid TV, sebagai salah satu lembaga dakwah Islam yang konsisten memanfaatkan teknologi digital di Indonesia. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana Yufid TV beradaptasi terhadap perkembangan media, mengelola strategi dakwah, serta bagaimana dampaknya terhadap audiens di platform YouTube.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, karena pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali fenomena dakwah digital secara mendalam dan kontekstual. Data yang diperoleh melalui observasi dan dokumentasi akan dianalisis untuk menemukan pola komunikasi, bentuk transformasi media, serta strategi yang digunakan Yufid TV dalam mempertahankan otoritas dakwah di tengah perubahan teknologi.

Dalam kerangka teori *The Network Society* yang dikemukakan oleh Manuel Castells, penelitian ini memandang media dakwah digital sebagai bagian dari struktur masyarakat jaringan, di mana teknologi komunikasi berperan sebagai fondasi utama dalam membentuk interaksi

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Interaktif, Dan Kritis* (Bandung: Alfabeta, 2022).

sosial dan penyebaran informasi²⁹. Dengan demikian, Yufid TV dipahami sebagai salah satu simpul (*node*) dalam jaringan dakwah digital yang memanfaatkan media modern untuk memperluas jangkauan pesan Islam.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu proses mengolah data secara sistematis untuk memahami makna di balik fenomena yang diamati tanpa menggunakan perhitungan statistik. Tujuan utama analisis ini adalah menggambarkan dan menafsirkan transformasi media dakwah digital Yufid TV dalam konteks masyarakat jaringan serta dampaknya terhadap audiens.

Proses analisis dilakukan mengikuti tahapan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman 1994³⁰, yang terdiri dari tiga langkah utama:

a. Reduksi Data (Data Reduction)

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi diseleksi, dirangkum, dan difokuskan pada aspek-aspek yang relevan dengan tujuan penelitian. Misalnya, data mengenai bentuk konten dakwah, pola komunikasi, serta respons audiens disortir agar sesuai dengan konsep utama teori *The Network Society*, yaitu jaringan, informasi, dan interaksi digital.

b. Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau matriks agar memudahkan peneliti memahami hubungan antar-temuan. Misalnya, penyajian data mengenai strategi konten Yufid TV dikaitkan dengan bagaimana media ini membangun koneksi dan memperluas jaringan dakwah melalui platform digital seperti YouTube dan media sosial lainnya.

²⁹ Castells, Manuel, *The Network Society: From Knowledge to Policy*, (Washington D.C.: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2020), hlm. 25.

³⁰ Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. (Los Angeles: SAGE Publications, 2020), hlm. 12.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan dan memverifikasi temuan agar konsisten dengan fakta di lapangan. Kesimpulan ini diarahkan untuk menjawab dua fokus utama penelitian, yaitu:

- 1) Bentuk transformasi media dakwah digital yang dilakukan oleh Yufid TV dalam konteks masyarakat jaringan.
- 2) Dampak dan interaksi audiens terhadap pesan dakwah Yufid TV di ruang publik digital.

Dalam konteks teori *The Network Society* Manuel Castells, analisis data juga menyoroti bagaimana Yufid TV berfungsi sebagai simpul dalam jaringan komunikasi Islam digital, bagaimana arus informasi dakwah terbentuk, serta bagaimana hubungan antara lembaga dakwah dan audiens dikonstruksi melalui teknologi jaringan. Dengan demikian, analisis ini tidak hanya menggambarkan bentuk transformasi media, tetapi juga menjelaskan posisi strategis Yufid TV dalam ekosistem dakwah digital di Indonesia.

6. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik triangulasi, yang meliputi triangulasi sumber dan triangulasi metode.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan hasil observasi langsung terhadap video dakwah Yufid TV dengan data dokumentasi dan literatur pendukung.

Perbandingan ini mencakup:

- 1.) Isi pesan dakwah dalam video (tema, gaya penyampaian, dan visualisasi) dibandingkan dengan deskripsi resmi dari Yufid TV serta data statistik YouTube seperti jumlah tayangan, komentar, dan waktu unggah.

- 2.) Strategi komunikasi digital yang diamati dalam konten dibandingkan dengan penjelasan dalam artikel, laporan, dan penelitian terdahulu tentang pola dakwah digital Yufid TV.
- 3.) Perubahan format konten dari tahun ke tahun dibandingkan dengan data dokumentasi internal atau publikasi Yufid Network yang menjelaskan perkembangan kanal tersebut.

Dengan demikian, data observasi dapat diverifikasi dan dikonfirmasi kebenarannya melalui berbagai sumber yang relevan.

b. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu observasi dan dokumentasi, untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

- 1.) Observasi dilakukan terhadap konten video dakwah Yufid TV guna menilai perubahan format, gaya penyampaian, dan strategi komunikasi.
- 2.) Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder seperti statistik video, arsip digital, serta literatur akademik terkait dakwah digital.

Hasil dari kedua metode tersebut kemudian dibandingkan untuk memastikan konsistensi dan keandalan data, sehingga interpretasi yang dihasilkan lebih valid dan mewakili fenomena sebenarnya.

7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini terdiri dari pedoman observasi dan pedoman dokumentasi.

a. Instrumen Observasi

Tabel 1.1 Instrumen Observasi

No	Aspek yang Diamati	Indikator Pengamatan	Sumber Data
1	Tema konten dakwah	Topik yang dibahas (aqidah, fiqh, akhlak, dll.)	Video Yufid TV

2	Gaya penyampaian	Bahasa, retorika, gaya komunikasi da'i	Video Yufid TV
3	Format video	Durasi, desain visual, ilustrasi/animasi	Video Yufid TV
4	Interaksi audiens	Jumlah view, like, komentar, share	Statistik YouTube
5	Konsistensi unggahan	Frekuensi upload, jadwal tayang konten	Kanal Yufid TV

b. Instrumen Dokumentasi

Tabel 1 . Instrumen Dokumentasi

No	Jenis Data	Indikator	Sumber Data
1	Statistik kanal	Jumlah subscriber, total video	Data kanal YouTube
2	Statistik penayangan	Jumlah view per video	YouTube Analytics
3	Kategori konten	Playlist/tema video (kajian, tanya jawab, dll.)	Arsip video Yufid TV
4	Literatur pendukung	Buku, jurnal, artikel tentang dakwah digital	Sumber pustaka akademik

H. Sistematika Penulisan

Bab I Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Bab ini memaparkan penjelasan mengenai pengertian dari transformasi media dakwah ,konsep dakwah, media dakwah digital serta penjelasan mengenai teori masyarakat jaringan (*network society*) oleh manuel castells..

Bab III Bab ini memaparkan hasil kajian yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai akun youtube yufid tv meliputi profil, transformasi

media, bentuk pola komunikasi dakwah dan dampak transformasi terhadap audiens

Bab IV Bab ini memaparkan hasil analisis penelitian tentang transformasi media dakwah digital di yufid tv menggunakan teori masyarakat jaringan (*network society*).

Bab V Bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan bagi pengembangan dakwah digital.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Proses transformasi dakwah Yufid TV berjalan seiring dengan dinamika masyarakat jaringan (*network society*) sebagaimana dikemukakan oleh Manuel Castells. Dalam konteks ini, komunikasi keagamaan bergeser dari ruang fisik ke *space of flows*, yaitu ruang digital yang memungkinkan arus informasi berlangsung cepat, lintas batas, dan tidak terikat lokasi. Pergeseran tersebut menjelaskan transformasi Yufid TV dari dakwah konvensional berbasis ceramah tatap muka menjadi lembaga dakwah digital yang memanfaatkan berbagai platform, seperti YouTube, Instagram, Facebook, Telegram, dan website resmi, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan efektif.

Transformasi ini tampak pada perubahan format konten dari ceramah panjang menjadi video singkat berdurasi 5–10 menit dengan gaya penyampaian komunikatif dan visual edukatif. Pola ini sesuai dengan karakter masyarakat jaringan yang menuntut pesan dakwah disajikan secara ringkas, menarik, dan mudah dibagikan. Strategi distribusi multiplatform yang diterapkan juga mencerminkan penerapan *space of flows*, di mana pesan dakwah mengalir melalui berbagai saluran digital tanpa batas ruang dan waktu. Selain itu, interaksi dakwah mengalami pergeseran dari komunikasi satu arah menjadi dua arah melalui komentar, siaran langsung, dan partisipasi audiens dalam menyebarkan konten, yang menunjukkan terbentuknya budaya partisipatif dalam jaringan dakwah digital.

Transformasi dakwah digital Yufid TV memberikan dampak positif bagi audiens, khususnya generasi muda. Akses yang mudah, konten singkat, dan penyajian menarik mendorong peningkatan motivasi belajar agama, kesadaran beribadah, serta literasi keislaman. Audiens dapat mengakses konten secara fleksibel dan berulang, sehingga internalisasi nilai keagamaan berlangsung lebih mendalam. Fenomena ini mencerminkan konsep *timeless time*, di mana pengalaman keagamaan tidak lagi terikat pada

waktu dan kehadiran fisik dai. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa Yufid TV mengalami transformasi menyeluruh yang selaras dengan karakter masyarakat jaringan dan berdampak positif terhadap pemahaman, partisipasi, serta kepercayaan audiens terhadap dakwah digital.

B. Saran

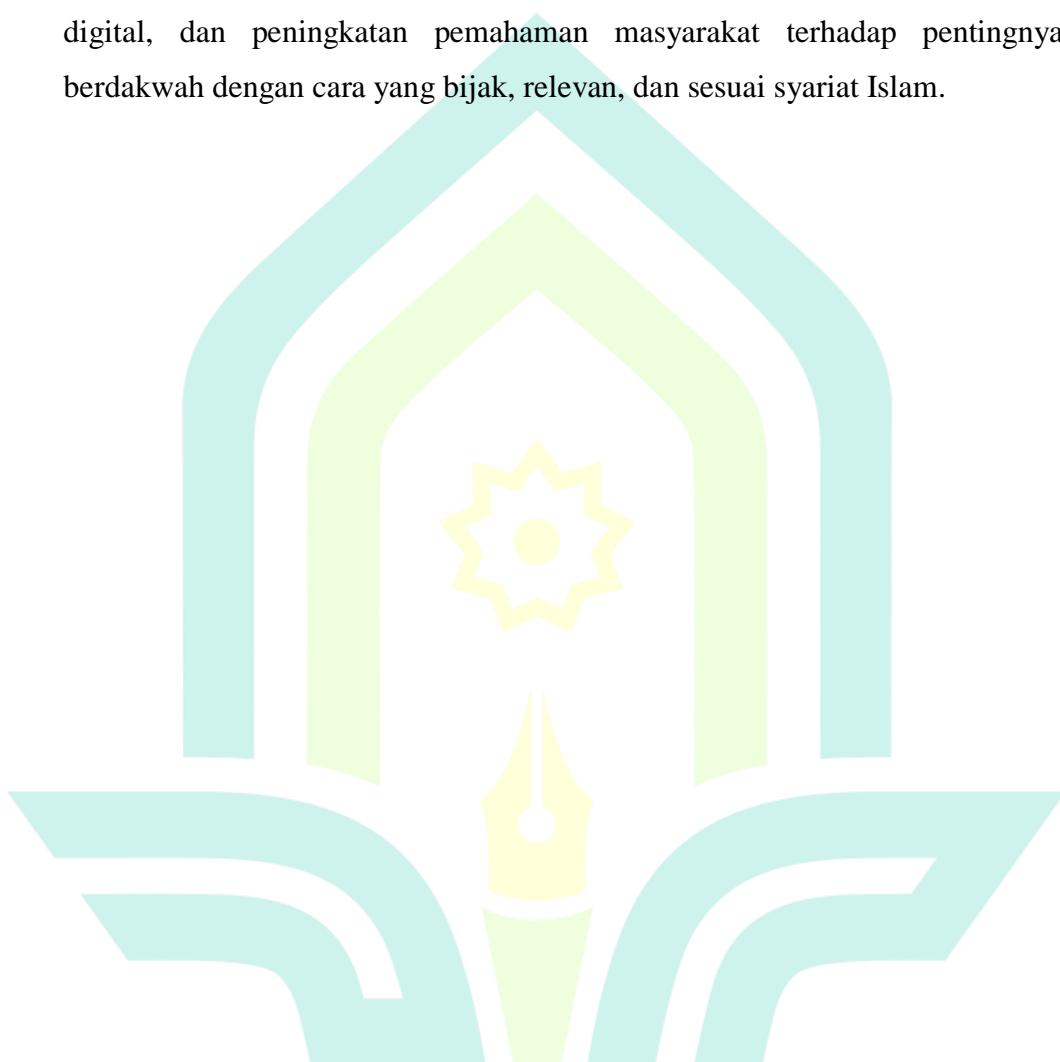
1. Bagi Yufid TV dan Lembaga Dakwah Digital Lainnya
 - a. Perlu terus meningkatkan kualitas produksi video, terutama dalam hal penyajian visual, tata bahasa, dan inovasi media agar konten semakin menarik bagi generasi muda.
 - b. Disarankan mengembangkan program interaktif seperti kelas daring, podcast tematik, atau forum diskusi digital untuk memperkuat hubungan dengan audiens.
 - c. Tetap menjaga kredibilitas, keaslian sumber ajaran, dan etika dakwah agar tidak terjebak dalam komersialisasi konten.
2. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur efektivitas dakwah digital secara lebih objektif.
 - b. Peneliti berikutnya dapat menelaah fenomena dakwah digital dari aspek teologis, sosiologis, atau komunikasi interaktif lintas platform.
3. Bagi Masyarakat dan Audiens Digital
 - a. Diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan media dakwah digital sebagai sarana pembelajaran agama yang positif dan produktif.
 - b. Perlu meningkatkan literasi digital keislaman agar dapat membedakan antara konten dakwah yang ilmiah dan konten yang tidak kredibel.

C. Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi media dakwah digital bukan sekadar perubahan dalam sarana komunikasi, tetapi juga perubahan

dalam cara umat Islam memahami, menyebarkan, dan mengamalkan ajaran agamanya. Yufid TV menjadi salah satu contoh sukses lembaga dakwah yang mampu memanfaatkan teknologi informasi secara efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam di tengah tantangan era digital.

Semoga hasil penelitian ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu komunikasi Islam, penguatan dakwah berbasis media digital, dan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya berdakwah dengan cara yang bijak, relevan, dan sesuai syariat Islam.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amrullah. *Dimensi Ilmu Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 2003.
- Anshari, M. “Transformasi Dakwah Islam Di Era Digital: Analisis Media Sosial Sebagai Ruang Publik Keagamaan.” *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2022): 10–20.
- Ardianto, Elvinaro, and Lukiat Komala. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2021.
- Azzahro, Fatimah, and Julia Fasha. “Literasi Media Digital Dalam Dakwah Islam.” *ANWARUL*, 2023. <https://doi.org/10.58578/anwarul.v5i5.764>.
- Butsi, Febry Ichwan. “Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis Dan Kritis Dalam Me,” 2019.
- Castells, Manuel. *The Network Society Revisited*. Oxford: Oxford University Press, 2022.
- . *The Rise of the Network Society*. Edited by 2nd. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010.
- Fariadi, Deyisnil. “Teknologi Informasi Komunikasi Dan Masyarakat Jaringan: Studi Pada ‘Duta Masyarakat.’” *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi* 4, no. 2 (2023): 183–201. <https://staisam.ac.id/jurnal/index.php/almuttaqin/article/download/114/92/220>.
- Fatimah, S. “Respons Audiens Terhadap Dakwah Digital: Perspektif Uses and Gratifications.” *Jurnal Psikologi Dakwah* 7, no. 1 (2022): 77–93. <https://doi.org/10.21043/jpd.v7i1.7654>.
- Fauzan, R. “Kreativitas Dakwah Islam Di Media Sosial: Studi Fenomenologi YouTube.” *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 1 (2021): 55–72. <https://doi.org/10.24042/jki.v12i1.6789>.
- Hasan, A. “Dakwah Digital Di Era Media Baru: Studi Kasus Kanal YouTube Islami.” *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2021): 123–40. <https://doi.org/10.24042/jki.v11i2.5678>.
- Hidayat, A. “Dakwah Kreatif Dan Edutainment: Strategi Transformasi Dakwah Di Era Generasi Z.” *Jurnal Komunikasi Islam Kontemporer* 3, no. 2 (2022):

- 50–60.
- Iqbal, M. “Strategi Dakwah Di Platform YouTube: Analisis Konten Yufid TV.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 20, no. 1 (2022): 45–62. <https://doi.org/10.21043/jdk.v20i1.8921>.
- Kasir, Ibnu, and Syahrol Awali. “Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarluaskan Pesan Islam Di Era Modern.” *Jurnal Ilmu Dakwah (Perkiraan)*, 2024.
- Kurnia, Dedi. “Transformasi Media Dakwah Dan Tantangan Algoritma.” *Jurnal Sosial Dan Agama* 14, no. 1 (2024): 200–213.
- Kurnia, F. “Etika Komunikasi Dan Validitas Konten Dalam Transformasi Media Dakwah.” *Jurnal Dakwah Digital Dan Masyarakat Islam* 2, no. 1 (2024): 15–25.
- Kusumajanti, E, H Syarifuddin, H Sanulita, and A Gopur. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Paradigma Baru Bidang Ilmu Sosial*. Indonesia: Sonpedia, 2025.
- Mahesa, P B N, and Irwansyah. “Transformasi Digital: Peran Media Baru Terhadap Perilaku Di Ruang Digital.” *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 2, no. 6 (2022): 843–56. <https://comserva.publikasiindonesia.id/index.php/comserva/article/download/508/707/5263>.
- Mashudi, Rofii, and Khalimatu Nisa. “Transformasi Pendakwah Menjadi Microcelebrity: Studi Kasus Gus Kautsar Ploso Kediri Di Media Sosial.” *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2022).
- Mastanah, Mahsusni, Syihaabul Hudaa, and Nuryani. “Transformasi Dakwah Islami: Instagram Sebagai Media Tausiah Generasi Milenial.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 5, no. 2 (2023).
- Network, Yayasan Yufid. “Profil Yufid Network,” 2025. <https://yufid.org/profil-yufid-network/>.
- Network, Yufid. “Tentang Yufid.” *Yufid Network Official Website*, 2025. <https://yufidia.com/tentang-yufid/>.
- Nur Baits, Ammi. “Ammi Nur Baits.” Yufid Network, December 25, 2024. https://wiki.yufid.com/index.php/Ammi_Nur_Baits.

- Nurdin, M. "Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis Perubahan Media Dan Metode Dakwah Islam." *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 2 (2021): 105–15.
- Nurjanah. "Manajemen Konten Dakwah Digital Di YouTube." *Jurnal Media Dan Dakwah* 14, no. 1 (2023): 55–72. <https://doi.org/10.1234/jmd.v14i1.9023>.
- Parwanto, Parwanto, and Rizky Pratama Putra. "Konsep Dakwah Dalam Memperkuat Kesatuan Umat Di Era Digital." *Al-Aulia: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Keislaman* 11, no. 1 (2022): 10–20.
- Patriani, Ira, Hastin Trustisari, Sih Parmawati, Trinandari Prasetyo Nugrahanti, and Tengku Kespandiar. "Network Society: Digital Empowerment or Disempowerment." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 1 (2023): 33–56. <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/1795>.
- Priyanto, Aris, and Mita Mahda Saputri. "Konsep Dakwah Santri Di Era Disrupsi." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 1 (2022): 20–30.
- Putra, Ferdinand Ahya, Septianto Galan Prakoso, and Nadia Dian Ardita. "A Literature Study on Network Society in Indonesia 1977-2022." *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 16, no. 1 (2024): 25–40. <https://journals2.ums.ac.id/komuniti/article/download/3097/1205>.
- Putrawansyah, and Hasbullah. "Strategi Komunikasi Dakwah Di Media Sosial: Pendekatan Interaktif Dan Partisipatif." *At-Tawasul: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2025.
- Rachman, A. "Peran Da'i Digital Dalam Membangun Literasi Keagamaan Di Media Sosial." *Jurnal Al-Ma'arif: Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 19, no. 2 (2021): 65–75.
- Rahman, F. "Moderasi Beragama Melalui Media Dakwah Digital Di Era Masyarakat 5.0." *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 12, no. 1 (2024): 30–40.
- Rahmawati. "Digitalisasi Dakwah Dan Tantangan Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru." *Jurnal Studi Islam Kontemporer* 7, no. 2 (2022): 133–50. <https://doi.org/10.1234/jsik.v7i2.8123>.

- Ridwan, Aang. "Dakwah Dan Digital Culture: Membangun Komunikasi Dakwah Di Era Digital." *LANTERA: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2022): 12–18.
- Rizal, Derry Ahmad, and Fadli Alamsyah. "Transformasi Media Sosial Dalam Digitalisasi Agama." *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin* 24, no. 1 (2025): 380–85.
- Rizal, Derry Ahmad, Rif'atul Maula, and Nilna Idamatussilmi. "Transformasi Media Sosial Dalam Digitalisasi Agama: Media Dakwah Dan Wisata Religi." *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 9, no. 2 (2024): 95–112. <https://journal.uin-suka.ac.id/pusat/mukaddimah/article/download/3909/2287>.
- Rosidi. "Transformasi Dakwah Di Media Sosial: Studi Perbandingan Ustadz Populer." *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 1 (2021): 45–62. <https://doi.org/10.24042/jki.v12i1.6789>.
- Rosyid, M. "Dakwah Partisipatif Di Era Digital: Peran Umat Sebagai Produsen Konten Keagamaan." *Jurnal Studi Islam Dan Komunikasi* 14, no. 1 (2023): 40–50.
- Saputra, Muhammad Bagus. "Manajemen Produksi Video Dakwah Yufid TV." Universitas Islam Indonesia, 2022.
- Subakti, Mohamad Faisal. "Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial." *Jurnal Dakwah* 23, no. 1 (2023): 38–45.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Interaktif, Dan Kritis*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sulaiman, H. "Otoritas Keagamaan Dan Tantangan Dakwah Di Era Media Sosial." *Jurnal Kajian Dakwah Dan Komunikasi Islam* 6, no. 1 (2023): 30–40.
- Suryani. "Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Konten Media Sosial." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 20, no. 2 (2022): 77–95. <https://doi.org/10.21043/jdk.v20i2.8921>.
- Susilo Pradoko, A M. *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif Keilmuan Seni, Humaniora, Dan Budaya*. Yogyakarta: UNY Press, 2025.

- Syahrul, A. "Perubahan Pola Konsumsi Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Studi Islam Kontemporer* 6, no. 2 (2021): 77–95.
<https://doi.org/10.1234/jsik.v6i2.6543>.
- Tawiluddin, N. "Konsep Dakwah Dalam Perspektif Abdurrahman Wahid (Gus Dur): Studi Analisis Metode Dakwah." *Jurnal Dakwah Tabligh* 21, no. 2 (2021): 180–90.
- Ulfa, Marwa. "Transformasi Komunikasi Dakwah Dan Pengaruhnya Terhadap Praktik Keagamaan Masyarakat Muslim Di Indonesia." Universitas Islam Negeri, 2022.
- Wibisono, R. "Media Digital Dan Pergeseran Paradigma Dakwah Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* 15, no. 1 (2022): 25–35.
- Winiarta, Yoga. "Strategi Dakwah Channel Yufid TV Dalam Membangun Minat Belajar Agama Islam Pada Generasi Milenial." Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2023.
- Wulandari. "Pengaruh Media Dakwah Digital Terhadap Literasi Islam Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Dakwah* 44, no. 1 (2023): 101–18.
<https://doi.org/10.21580/jid.v44i1.14567>.
- Yuliani, Dwi. "Makna Waktu Dan Ruang Dalam Masyarakat Digital." *Jurnal Komunikasi Dan Budaya Digital* 5, no. 2 (2022): 25–35.
- Zaman, Mujadiduz, Mohammad Robith Ilman, and Ilham Maulidi. "Transformasi Gaya Dakwah Islam Di Era Digital." *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2022).