

**STRATEGI DAKWAH HABIB JA'FAR DALAM KONTEN
YOUTUBE (STUDI PADA CHANNEL CAHAYA UNTUK
INDONESIA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Dan Melengkapi Tugas Akhir
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh:

MUHAMAD BINTANG RAMADHANI

NIM 3420144

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

2026

**STRATEGI DAKWAH HABIB JA'FAR DALAM KONTEN
YOUTUBE (STUDI PADA CHANNEL CAHAYA UNTUK
INDONESIA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Dan Melengkapi Tugas Akhir
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh :

MUHAMAD BINTANG RAMADHANI

NIM 3420144

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

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Bintang Ramadhani

NIM : 3420144

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI DAKWAH HABIB JA’FAR DALAM KONTEN YOUTUBE (STUDI PADA CHANNEL CAHAYA UNTUK INDONESIA)”** 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, 3 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Muhamad Bintang Ramadhani
NIM. 3420144

NOTA PEMBIMBING

Qomariyah, M.S.I

Jl. Bukti Beringin Utara 14 D 307 Ngaliyan, Semarang

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdra. Muhammad Bintang Ramadhani

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 : Muhammad Bintang Ramadhani

NIM : 3420144

Judul : **STRATEGI DAKWAH HABIB JA'FAR DALAM KONTEN
YOUTUBE (STUDI PADA CHANNEL CAHAYA UNTUK
INDONESIA)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

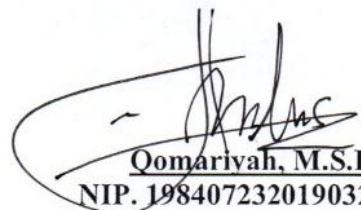
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 3 Juli 2026

Pembimbing.



Qomariyah, M.S.I
NIP. 198407232019032003



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.uiningsdur.ac.id | Email : fuad@uiningsdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **MUHAMMAD BINTANG RAMADHANI**

NIM : **3420144**

Judul Skripsi : **STRATEGI DAKWAH HABIB JAFAR DALAM
KONTEN YOUTUBE (STUDI PADA CHANNEL
CAHAYA UNTUK INDONESIA**

yang telah diujikan pada Hari Senin 13 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam

Penguji I

Dewan Penguji

Penguji II


Afith Akhwanudin, S.Fil., M.Hum
NIP. 198511242015031005


Muhammad Rizkam Kamal, M.Kom
NIP. 198812312019031011

Pekalongan, 15 Juli 2026

Disahkan Oleh

Dekan




Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. 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.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengantitik di bawah)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

1. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

2. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atunjamilah*

*Ta Marbutah*mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

3. **Syaddad(tasyid, geminasi)**

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

4. **Kata sandang (artikel)**

Kata sandang yang diikutioleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

5. **Huruf Hamzah**

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

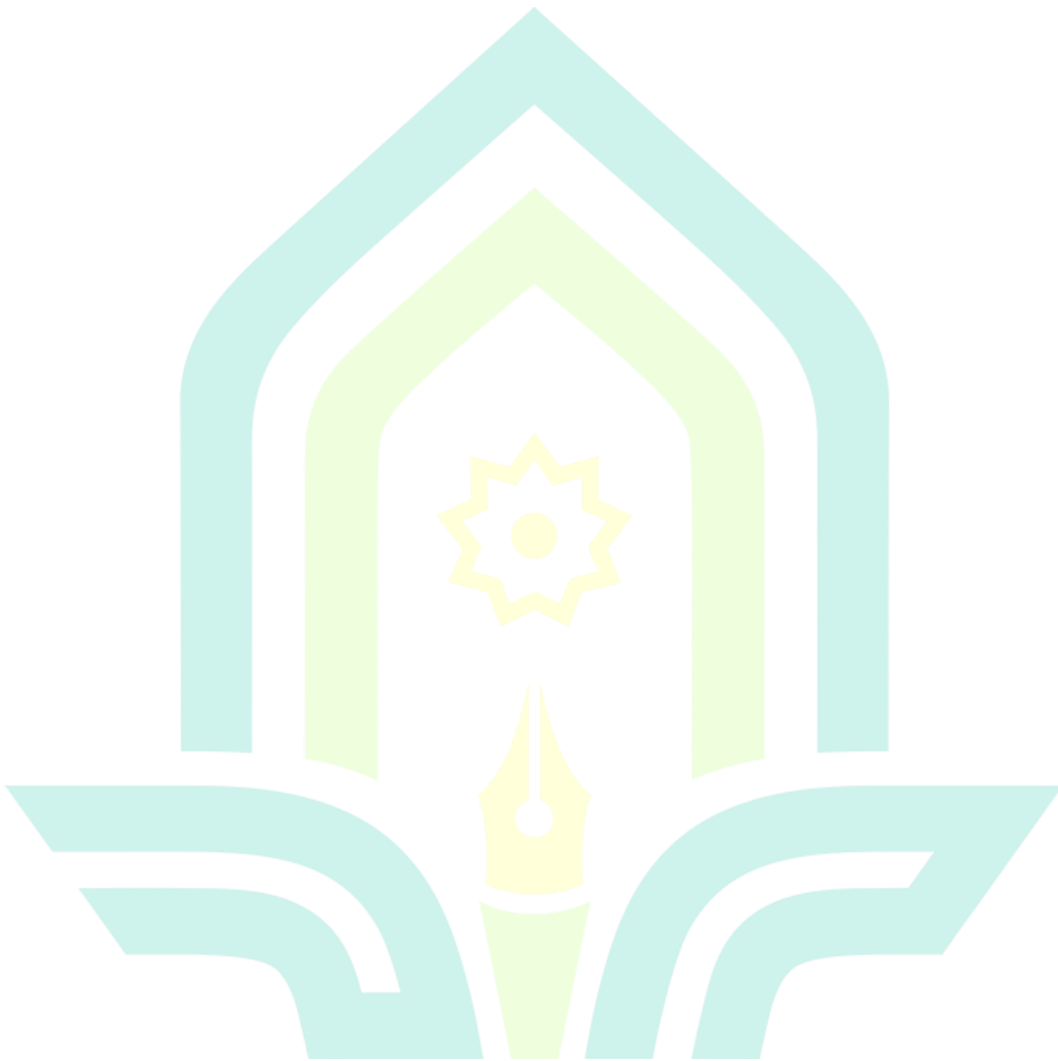
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rezeki yang senantiasa diberikan kepada penulis.
2. Teruntuk kedua orang tua tercinta, Bapak Fairusadi dan Ibu Khotimah terimakasih banyak telah sabar membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang hingga sekarang, serta senantiasa mendoakan, memberidukungan, serta memfasilitasi dengan segala bentuk ilmu dan pendidikan sehingga amanah ini dapat terselesaikan. Semoga dapat menjadi pahala jariyah bagi kedua orang tua saya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan, kesehatan, rezeki yang berkah, kebahagiaan dunia dan akhirat, serta selalu diberkahi aamiin.
3. Teruntuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini. Mampu menguatkan dan meyakinkan tanpa jeda bahwa semuanya akan selesai pada waktunya.
4. Terimakasih untuk teman-teman Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama kuliah. See you on top, guys.
5. Channel Youtube Cahaya Untuk Indonesia yang telah senantiasa memberikan inspirasi ilmu serta bantuan dalam penelitian penulis.

MOTTO

" Sebaik-baik dakwah adalah yang sampai ke hati sebelum sampai ke telinga."



ABSTRAK

Muhamad Bintang Ramadhani. 2026. STRATEGI DAKWAH HABIB JA'FAR DALAM KONTEN YOUTUBE (STUDI PADA CHANNEL CAHAYA UNTUK INDONESIA). Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Ushuluddin Adab dan Dakwah. Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Qomariyah M.S.I

Kata kunci : Strategi Dakwah, Al-Bayanuni, YouTube, Habib Ja'far, Efektifitas

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin masifnya pemanfaatan platform digital, khususnya YouTube, sebagai media dakwah Islam di era modern. Di tengah maraknya konten dakwah digital yang beragam, Habib Husein Ja'far Al Hadar melalui channel YouTube Cahaya Untuk Indonesia tampil dengan pendekatan yang khas: dialogis, inklusif, dan argumentatif, sehingga berhasil menjangkau jutaan audiens, terutama generasi muda. Fenomena ini menarik untuk dikaji secara akademis guna memahami strategi dakwah yang digunakan serta tingkat efektivitasnya.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui bagaimana strategi dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam channel YouTube Cahaya Untuk Indonesia; dan (2) mengetahui efektivitas dakwah tersebut dalam menjangkau dan memengaruhi audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap empat video sampel yang dipilih secara purposif berdasarkan jumlah penayangan dan relevansi tema. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habib Ja'far menerapkan tiga strategi dakwah Al-Bayanuni, yaitu strategi sentimental melalui bahasa yang santai dan komunikatif, strategi rasional melalui penyampaian argumentasi yang logis dan tidak menggurui, serta strategi indrawi melalui penyajian audio-visual yang menarik dan keteladanan dalam berdakwah. Ketiga strategi tersebut saling melengkapi sehingga mampu meningkatkan pemahaman, pemikiran, dan penerimaan audiens terhadap pesan dakwah. Efektivitas strategi ini terlihat dari tingginya jumlah penonton, interaksi audiens, serta perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku penonton terhadap ajaran Islam yang lebih terbuka dan toleran.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang setia mengikuti sunnahnya hingga hari kiamat.

Skripsi yang berjudul “*Strategi Dakwah Habib Husein Ja’far Al Hadar melalui YouTube Channel Cahaya Untuk Indonesia*” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan..
2. Ibu Dr. Tri Astutik Haryati, S.Ag., M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
3. Ibu Mukoyimah M.Sos, Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, atas bimbingan akademis dan kemudahan administrasi yang diberikan kepada penulis selama proses studi berlangsung.
4. Ibu Qomariyah, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan keikhlasan memberikan bimbingan, arahan, koreksi, dan motivasi kepada penulis dari awal hingga selesainya skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, dan balasan kebaikan yang berlipat ganda atas segala ilmu dan waktu yang telah diberikan.

5. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah mendidik dan mentransfer ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir pahalanya.
6. Seluruh informan (penonton dan subscriber channel Cahaya Untuk Indonesia), yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan data melalui wawancara dalam penelitian ini. Partisipasi kalian sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020, atas kebersamaan, semangat, dan dukungan yang telah terjalin selama masa studi. Kenangan bersama kalian akan selalu menjadi bagian yang berharga dalam perjalanan hidup penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dakwah, khususnya dalam kajian strategi dakwah digital, serta menjadi kontribusi yang berarti bagi masyarakat luas.

Akhir kata, hanya kepada Allah SWT penulis berserah diri dan memohon petunjuk. Semoga segala usaha yang telah dilakukan mendapatkan ridha dan keberkahan dari-Nya. *Āmīn yā Rabbal ‘Ālamīn.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	5
1. Analisis Teoretis	5
2. Penelitian Relevan	13
3. Kerangka Berpikir	17
F. Metode Penelitian	19
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	19
2. Sumber Data Penelitian	19
3. Teknik Pengumpulan Data	22
4. Teknik Analisis Data	24
G. Sistematika Pembahasan	25
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Dakwah	27
1. Pengertian Dakwah	27

2. Tujuan dan Fungsi Dakwah	28
B. Strategi Dakwah	29
1. Pengertian Strategi Dakwah	29
2. Jenis-Jenis Strategi Dakwah	30
3. Langkah-Langkah Penyusunan Strategi Dakwah	32
C. Unsur-Unsur Dakwah	32
D. Metode Dakwah	33
E. Media Dakwah Digital: YouTube	34
1. Pengertian Media Dakwah	34
2. YouTube sebagai Media Dakwah	35
BAB III HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum	38
1. Profil Habib Husein Ja'far Al Hadar	38
2. Profil Channel YouTube Cahaya Untuk Indonesia	39
3. Video yang Menjadi Sampel Penelitian	40
B. Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far.....	41
1. Strategi Sentimental	41
2. Strategi Rasional	42
3. Strategi Indrawi	43
C. Efektivitas Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far.....	45
1. Efektivitas Berdasarkan Indikator Kuantitatif	45
2. Efektivitas Berdasarkan Indikator Kualitatif (Hasil Wawancara)	45
3. Kesimpulan Efektivitas	48
BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH HABIB JA'FAR	
A. Pengantar	49
B. Analisis Strategi Dakwah Habib Ja'far.....	50
1. Kerangka Analisis: Al-Bayanuni dan Metode Bilmujaadalah	50
2. Analisis Strategi Sentimental	50
3. Analisis Strategi Rasional	52
4. Analisis Strategi Indrawi	54
5. Sintesis Jawaban Rumusan Masalah Pertama	55

C. Analisis Efektivitas Strategi Dakwah.....	57
1. Kerangka Analisis: Indikator Efektivitas Dakwah	57
2. Efektivitas Berdasarkan Indikator Kuantitatif	57
3. Efektivitas Berdasarkan Indikator Kualitatif	58
4. Analisis Keterkaitan Strategi Dakwah dan Efektivitas	60
5. Sintesis Jawaban Rumusan Masalah Kedua	62
D. Ringkasan Analisis Bab IV	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	64
1. Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar	64
2. Efektivitas Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar	65
B. Saran	67
1. Bagi Para Da'i dan Konten Kreator Dakwah Digital	67
2. Bagi Lembaga Pendidikan dan Dakwah Islam	67
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

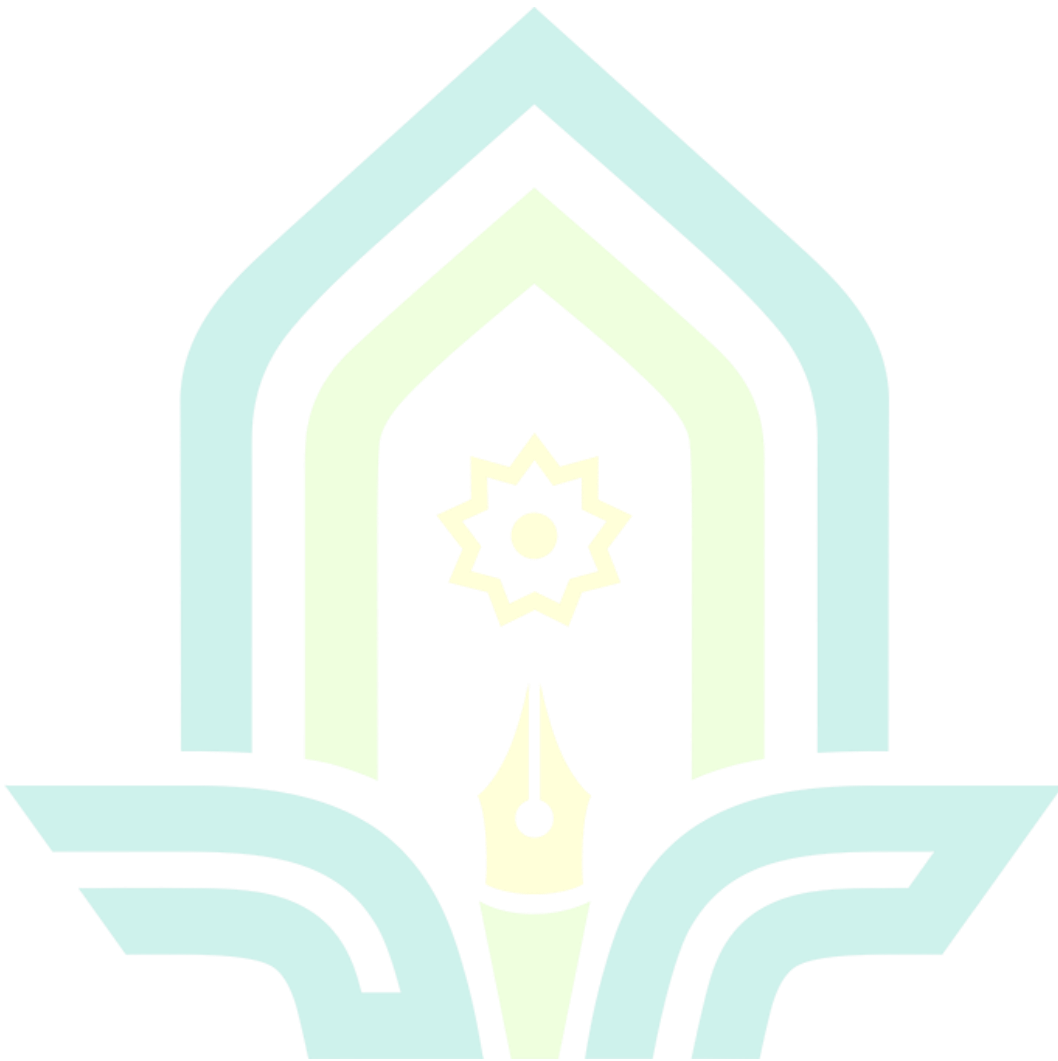
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil dan Statistik Channel YouTube Cahaya Untuk Indonesia	40
Tabel 3.2 Data Statistik Video Sampel Penelitian	40
Tabel 4.1 Rekapitulasi Pola Strategi Sentimental.....	52
Tabel 4.2 Rekapitulasi Pola Strategi Rasional.....	53
Tabel 4.3 Rekapitulasi Dimensi Strategi Indrawi.....	55
Tabel 4.4 Data Kuantitatif Efektifitas Dakwah pada Vidio Sampel Penelitian...	57
Tabel 4.5 Rekapitulasi Efek Dakwah Kualitatif pada Vidio Sampel Penelitian..	60
Tabel 4.6 Matriks Keterkaitan Strategi Dakwah dengan Level Efektivitas.....	61



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian	18
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan bagian penting dalam ajaran Islam yang berfungsi sebagai sarana penyampaian nilai-nilai keislaman kepada masyarakat. Secara konseptual, dakwah tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas ceramah semata, tetapi juga mencakup upaya sistematis dalam mengajak manusia kepada kebaikan, amar ma'ruf nahi munkar, serta pembentukan akhlak yang mulia dalam kehidupan sehari-hari.¹ Dalam perkembangannya, dakwah mengalami transformasi yang signifikan, baik dari segi metode, media, maupun pendekatan yang digunakan oleh para da'i.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam pola penyebaran dakwah. Media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batas ruang dan waktu. Salah satu platform yang memiliki pengaruh besar adalah Youtube, yang memungkinkan penyebaran konten dakwah dalam bentuk audio-visual yang menarik, interaktif, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan.² Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, YouTube tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi dan dakwah yang strategis.

Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah memberikan peluang besar bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara kreatif dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern. Dalam konteks ini, strategi dakwah menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan. Strategi tersebut meliputi pemilihan bahasa, gaya komunikasi, segmentasi audiens, serta penyajian konten yang relevan dengan kondisi sosial masyarakat.³ Tanpa strategi

¹ Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 2018, hlm. 1.

² Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015, hlm. 45.

³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 23.

yang tepat, pesan dakwah berpotensi tidak tersampaikan secara efektif, bahkan dapat menimbulkan kesalahpahaman di kalangan audiens.

Di sisi lain, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan berbagai tantangan. Kemudahan dalam memproduksi dan menyebarkan konten keagamaan menyebabkan masyarakat dihadapkan pada beragam model penyampaian dakwah dengan karakteristik yang berbeda-beda. Tidak semua konten dakwah mampu menyampaikan ajaran Islam secara moderat, dialogis, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang heterogen. Sebagian konten dakwah di media digital bahkan cenderung menggunakan pendekatan yang bersifat eksklusif, provokatif, serta kurang memberikan ruang dialog kepada audiens. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh media yang digunakan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang diterapkan oleh seorang da'i dalam mengemas pesan keagamaan agar mudah dipahami, relevan, serta mampu membangun keterlibatan audiens.

Salah satu tokoh yang aktif memanfaatkan media digital dalam berdakwah adalah Habib Ja'far Al-Hadar melalui channel Cahaya Untuk Indonesia. Habib Ja'far dikenal dengan gaya dakwah yang moderat, dialogis, dan inklusif, sehingga mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda. Pendekatan yang digunakan cenderung santai namun tetap berbobot, serta sering mengangkat isu-isu aktual yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadikan dakwahnya lebih mudah diterima dibandingkan dengan metode dakwah konvensional yang cenderung satu arah.

Fenomena dakwah digital yang dilakukan oleh Habib Ja'far menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam penyampaian ajaran Islam, dari yang bersifat formal dan normatif menjadi lebih komunikatif dan kontekstual. Dalam hal ini, dakwah tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan agama, tetapi juga sebagai sarana dialog sosial yang mampu menjembatani perbedaan pandangan di tengah masyarakat yang plural.⁴ Pendekatan inklusif yang ditampilkan dalam

⁴ Juhairi, "Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah," Jurnal Al-Bayan Vol. 21, No. 32 (2015): 28.

konten-kontennya juga menjadi alternatif di tengah maraknya konten dakwah yang terkadang bersifat eksklusif, provokatif, atau kurang relevan dengan kebutuhan generasi muda saat ini.

Di sisi lain, efektivitas dakwah melalui YouTube sangat dipengaruhi oleh bagaimana strategi tersebut dirancang dan diimplementasikan. Tidak hanya sekadar menyampaikan materi, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikemas agar menarik, mudah dipahami, serta mampu membangun keterlibatan (*engagement*) audiens. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi dakwah yang digunakan oleh Habib Ja'far dalam channel Cahaya untuk Indonesia, serta bagaimana strategi tersebut mampu menarik minat generasi muda dan masyarakat umum dalam memahami ajaran Islam secara lebih terbuka dan moderat.⁵

Lebih lanjut, gaya komunikasi yang dialogis dan rasional ini dinilai sangat relevan dengan karakter generasi muda yang cenderung mencari alasan logis di balik suatu ajaran. Melalui pendekatan yang tidak menghakimi dan lebih mengajak berpikir, dakwah yang disampaikan mampu menjangkau kalangan anak muda yang sedang mengalami kebingungan arah hidup. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian nilai keagamaan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan kesadaran diri dalam beragama, sehingga dapat memperkuat keimanan yang lahir dari pemahaman, bukan sekadar ikut-ikutan. Pendekatan seperti ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang adaptif dan komunikatif memiliki peran penting dalam menjawab tantangan spiritual generasi muda di era modern.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami secara komprehensif strategi dakwah di era digital, khususnya melalui media YouTube. Selain memberikan kontribusi akademis dalam bidang komunikasi dakwah, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi para da'i dalam mengembangkan metode dakwah yang lebih efektif, relevan, dan sesuai dengan perkembangan zaman.

⁵ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 2002, hlm. 67.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah peneliti paparkan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana strategi dakwah Habib Jafar dalam youtube Cahaya Untuk Indonesia?
- 2) Bagaimana efektifitas dakwah Habib Jafar dalam youtube Cahaya Untuk Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Habib Jafar dalam youtube Cahaya untuk Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana efektifitas dakwah Habib Jafar dalam youtube Cahaya untuk Indonesia.

D. Kegunaan penelitian

Peneliti berharap dengan diadakannya penelitian yang telah peneliti lakukan bisa memberi manfaat baik dari aspek teoretis maupun praktis :

1) Manfaat Secara Teoritis

Memiliki manfaat untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam bidang dakwah, khususnya dalam konteks penggunaan strategi dakwah melalui media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu dakwah serta edukasi dan menjadi pedoman bagi penelitian lanjutan.

2) Manfaat Secara Praktis

Memiliki manfaat memberikan inspirasi bagi calon konten kreator atau publik figur untuk menerapkan model strategi dakwah dalam menyampaikan pesan secara efektif, terutama di era digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi yang bermanfaat dalam pengembangan keterampilan dakwah. Selain memberikan kontribusi pada pemahaman praktis, penelitian ini juga merupakan langkah menuju pencapaian gelar sarjana di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teoretis

a. Dakwah

Kata dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab, yaitu dari asal kata (دعا) da'a, (يدعوا) yad'u, (دعوة) da'watan yang mempunyai arti makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani. Dan juga bisa bermakna mengundang, mengusung dan menuntun.⁶ Menurut KBBI dakwah secara bahasa dapat diartikan sebagai penyiaran agama di kalangan masyarakat dan pengembangannya; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.⁷

Sedangkan pengertian dakwah secara terminologi para ulama memberikan memiliki sudut pandang masing-masing dalam mendefinisikannya.

- 1) Syech Ali Mahfuzh memberikan definisi yaitu mendorong (memotivasi) orang untuk melakukan kebaikan, mengikuti petunjuk dan menyuruh mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari perbuatan munkar supaya mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.
- 2) Menurut A. Hasymy, dakwah islamiyah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.

Menurut M. Arifin, dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap

⁶Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), hlm. 3.

⁷Dendy Sugono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 307.

penghayatan serta pengamalan, terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.⁸

b. Strategi Dakwah

Strategi digunakan dari sudut pandang militer sejak zaman kejayaan Yunani Romawi hingga zaman industrialisasi. Kata "strategi" kemudian berkembang ke berbagai jenis aktivitas masyarakat, seperti komunikasi dan dakwah. Hal ini sangat penting karena dakwah bertujuan untuk mengubah masyarakat secara sistematis.⁹

Salah satu cara untuk memahami strategi dakwah adalah sebagai rencana yang mencakup daftar kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan dakwah. Al-Bayanuni mengatakan bahwa strategi dakwah adalah proses perencanaan, pembuatan, dan penetapan keputusan yang dilakukan untuk menyampaikan ajaran islam dengan menentukan cara-cara penerapan sistem dakwah. Sasaran dakwah harus diukur secara objektif. Kondisi mad'u yang objektif menunjukkan bahwa topik dan metode dakwah harus berbeda karena perbedaan sosiologis dan psikologis orang yang didakwahi.¹⁰ Dalam strategi dakwah, ada dua hal yang harus diperhatikan, yaitu :

- 1) Strategi dakwah tidak mencakup tindakan, tetapi hanya rencana tindakan, yang mencakup penggunaan metode dan pemanfaatan sumber daya atau kekuatan. Oleh karena itu, strategi adalah proses membuat rencana kerja, bukan tindakan.

⁸Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), hlm. 8.

⁹ Murniaty Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)," *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, No. 1 (Desember, 2014), hlm 12-13.

¹⁰ Muklis, "Strategi Dakwah Al-Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah)," *Islamic Communication Journal* , No. 1 (Januari-Juni, 2018), hlm. 86.

¹¹ Muhammad Abu al-Fatah al-Bayanuni, *Al-Madkhal ilā 'Ilm al-Da'wah*, hlm. 204–205; Muklis, "Strategi Dakwah Al-Bayanuni," hlm. 84–85.

- 2) Strategi dakwah dapat didefinisikan sebagai proses pembuatan strategi untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, tujuan utama dari semua keputusan yang dibuat tentang pembuatan strategi adalah pencapaian tujuan tersebut. Oleh karena itu, sebelum membuat strategi harus memiliki tujuan dakwah yang jelas.

Adapun beberapa strategi dakwah menurut Al- bayanunin yang bisa digunakan da'i dalam melakukan dakwahnya, yaitu:¹¹

- i. Strategi sentimental adalah strategi dakwah yang mengutamakan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin objek dakwah. Di antaranya adalah memberi objek dakwah nasihat yang mengesankan, mempertimbangkan gaya bahasa yang menyesuaikan objek dakwah dalam perencanaan pesan, dan jika dakwah dilakukan di media digital, objek dakwah secara umum, bahasa harus renyah, mengalir, dinamis, dan mudah dicerna serta diberi humor namun tetap serius. Strategi ini dapat diterapkan pada kelompok masyarakat yang dianggap terpinggirkan atau lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang awam, miskin, dan anak-anak yatim. Karena apabila ini dilakukan objek dakwah merasa di muliakan dan dihargai.
- ii. Strategi rasional adalah Metode dakwah yang berfokus pada aspek akal pikiran. Target dakwah didorong untuk berpikir, merenungkan, dan belajar dari strategi ini. Penggunaan logika, percakapan, atau penampilan untuk menunjukkan contoh dan bukti. Nabi Muhammad SAW menggunakan pendekatan ini untuk menantang pembicara Yahudi. Strategi rasional dapat digunakan di era media sosial dan internet karena masih relevan untuk mengajak pengguna untuk berpikir tentang berbagai fenomena yang terjadi di dunia saat ini.

- iii. Strategi Indrawi adalah Sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra berpegang pada temuan penelitian dan percobaan. Praktik keagamaan, keteladanan, film, dan pentas drama adalah contoh dari strategi ini. Dalam masa lalu, Nabi Muhammad SAW menerapkan Islam dengan cara yang intuitif, yang disaksikan oleh para sahabatnya.

Menurut Anwar Arifin Andipate dalam bukunya Strategi Dakwah: Perspektif Ilmu Komunikasi. Dakwah ditengah perkembangan media digital cenderung lebih sulit dikendalikan oleh da'i, karena banyak masyarakat non muslim dan atheis hingga tampak sebagai "lawan dakwah" yang tangguh. Apalagi jika da'i melakukan kesalahan kecil, dampaknya akan sangat besar karena informasi akan menyebar dengan cepat. Dalam membuat strategi dakwah digital, da'i harus mempertimbangkan beberapa hal, seperti:¹¹

1. Membangun reputasi yang baik Persepsi objek dakwah terhadap subjek dakwah dikenal sebagai kredibilitas. Berdasarkan definisi tersebut, ada dua hal: kredibilitas adalah bagaimana objek dakwah dilihat, sehingga tidak termasuk dalam subjek dakwah, dan karena kredibilitas adalah masalah persepsi, kredibilitas bergantung pada orang yang melihat objek dakwah.. Kecakapan atau keahlian dan kelayakan untuk dipercaya menentukan kredibilitas objek dakwah.¹²
2. Daya tarik busana yang menarik akan membantu dalam membangun kredibilitas dan ketertarikan objek dakwah Salah satu syarat untuk menjadi da'i adalah

¹¹ Andipate, Strategi Dakwah: Perspektif Ilmu Komunikasi, 51.

¹² Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek, Komunikasi Dalam Sebuah Organisasi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 33.

penampilannya, karena penampilan fisik adalah standar utama untuk menilai dan menerima materi dakwah.¹³

Gaya berpakaian seorang da'i juga dapat berdampak pada kredibilitasnya. Jika seorang da'i mengenakan pakaian yang tidak sesuai dengan norma masyarakat yang menganggap da'i berpakaian rapi. Da'i itu akan ditinggalkan, bahkan mungkin ditolak dakwahnya.

3. Da'i juga harus mendapatkan dukungan dari lembaga dakwah atau bekerja sama dengan beberapa orang untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan. Strategi dakwah adalah suatu cara atau teknik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik. Maka strategi dakwah perlu dalam strategi dakwah perlu mengagendakan beberapa langkahlangkah agar dakwahnya berhasil.
4. Pemetaan dakwah Pemetaan dakwah bertujuan untuk memahami audiens dakwah dan mengidentifikasi media yang paling tepat untuk menyampaikan pesan dakwah. Pemetaan dakwah dapat dilakukan dengan cara membangun hubungan manusia (*human relation*), menyusun situasi dan kondisi mad'u, menyusun potensi-potensi yang bisa dikembangkan, menganalisis sumber daya manusia dan non manusia, memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal/tujuan dakwah, merumuskan masalah pokok umat Islam, merumuskan isi dakwah, menyusun paket-paket dakwah, mengintensifkan dialog (*general meeting*) guna

¹³ El Ishaq, Pengantar Ilmu Dakwah, 51.

membangun kesadaran umat akan kemajuan masyarakat Islam.

5. Menentukan pola dakwah, pola dakwah mengacu pada pendekatan dan metode yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah. Menentukan pola dakwah yang sesuai dengan hasil pemetaan, apakah dakwah yang akan dilaksanakan dengan model bil lisan, bil hal, fardliyah, ‘amanah, kultural, fundamental, moderat, dll.
6. Membuat langkah-langkah/ strategi pelaksanaan dakwah Langkah-langkah atau strategi dakwah sebagai suatu rencana yang dibuat secara: cermat, tepat, fokus, sesuai dengan “pola dakwah” yang telah dipilih untuk mencapai sasaran dan tujuan dakwah.¹⁴

c. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur Unsur dakwah adalah komponen yang harus ada dalam dakwah Islam. Sistem dakwah terdiri dari semua unsur dakwah yang berhubungan satu sama lain. Sistem dalam arti bahasa adalah suatu kelompok unsur-unsur yang saling berhubungan yang membentuk suatu kesatuan kolektif. Subjek, objek, materi, media, metode, dan dampak dakwah adalah beberapa subsistem yang merupakan komponen dakwah. Secara keseluruhan, subsistem dakwah ini sangat terkait satu sama lain. Jika satu subsistem terlepas dari sistem dakwah, fungsi sistem untuk mencapai tujuan dakwah menjadi terganggu.¹⁵

Menurut Moh. Ali Aziz, setelah memahami hakikat sistem dakwah dan fungsinya, maka da’i akan lebih mudah memahami kerja sistemnya atau cara kerja hubungan antar unsur-unsur dakwah.¹⁶

¹⁴ Elmansyah dkk, Revalitas Dakwah Pinggiran Penguat Profesionalitas Da’i Dalam Infrastruktur Dakwah, hlm. 51..

¹⁵ Mohammad Hasan, Metodologi Pengembangan Dan Ilmu Dakwah (Surabaya: Pena Salsabila, 2012), hlm. 52-53.

¹⁶ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 207.

Setiap tahapan proses dakwah melalui input, konversi, output, impact, dan feedback. Ada juga yang hanya input, konversi, output dan impact saja. Tahapan-tahapan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada tahapan input terdiri dari masukan utama (raw input), masukan alat (instrumental input), dan masukan lingkungan (environmental input) Dalam dakwah, masukan utama terdiri dari subjek dakwah, materi dakwah, dan objek dakwah. Adapun masukan alat seperti metode dakwah, dana, dan sarana. Selain itu, masukan lingkungan yakni mengikuti norma masyarakat, meminta izin kepada pemerintah dan saran dari tokoh masyarakat. Alasannya, agar kegiatan mendapat dukungan dan tidak dibubarkan karena melanggar norma masyarakat.
- 2) Konversi yaitu berfungsi mengubah input menjadi output, merealisasikan ajaran Islam menjadi realitas sosiokultural yang diproses dalam kegiatan administrasi dakwah (organisasi manajemen, kepemimpinan, komunikasi dakwah, dan sebagainya).¹⁷
- 3) Output merupakan hasil dakwah, yakni terciptanya realitas baru menurut ukuran ideal dan sesuai dengan harapan tujuan dakwah.
- 4) Impact merupakan dampak dari hasil dakwah. Impact sendiri ada yang muncul karena disengaja dan ada pula yang tidak dikehendaki karena muncul dengan sendirinya tanpa disengaja. Impact memberikan nilai terhadap output. Output boleh dianggap kecil, tetapi jika memberikan impact yang besar maka nilainya menjadi besar. Impact tidak selalu segera muncul setelah output. Impact dapat muncul dalam waktu yang relatif lama.
- 5) Feedback berfungsi memberikan pengaruh baik yang positif maupun yang negatif terhadap sistem dakwah khususnya, dan realitas sosio kultural pada umumnya.

¹⁷ Anas Habibi Ritonga, "Sistem Interaksi Antar Unsur dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga," Hikmah, No. 1 (2020): hlm. 90

d. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara yang digunakan dalam menyampaikan pesan agar dapat diterima dengan baik oleh mad'u. Dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125 dijelaskan tiga metode utama dakwah, yaitu:

- 1) *Bil Hikmah* (kebijaksanaan)
- 2) *Mau'izhah Hasanah* (nasihat yang baik)
- 3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan* (diskusi/debat dengan cara yang baik)

Menurut M. Munir, metode dakwah harus disesuaikan dengan kondisi sosial dan karakteristik audiens agar pesan dapat tersampaikan secara efektif.¹⁸ Dalam konteks media digital, metode dakwah berkembang menjadi lebih komunikatif, dialogis, dan interaktif.

e. Media Dakwah Digital : Youtube

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Seiring perkembangan teknologi, media dakwah mengalami transformasi dari media konvensional ke media digital.

Menurut Asep Syamsul M. Romli, media dakwah modern meliputi internet, media sosial, dan platform digital yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat dan luas.¹⁹ Media digital memiliki keunggulan seperti jangkauan luas, fleksibilitas waktu, serta interaktivitas yang tinggi.

Youtube merupakan salah satu platform digital yang sangat efektif sebagai media dakwah. YouTube memungkinkan penyampaian pesan melalui audio visual yang lebih menarik dan mudah dipahami. Menurut Google, YouTube menjadi platform berbagi video terbesar yang digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk generasi muda.²⁰

18 M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006).

19 Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa, 2012).

20 Google, "YouTube Statistics," www.youtube.com.

Dalam konteks dakwah, YouTube memiliki beberapa keunggulan:

- 1) Visual dan audio yang menarik
- 2) Jangkauan global
- 3) Interaksi melalui komentar dan live streaming
- 4) Fleksibilitas akses kapan saja

Hal ini menjadikan YouTube sebagai media yang relevan dalam menyampaikan dakwah di era digital.

2. Penelitian Relevan

Dalam penelitian pastinya didukung dengan berbagai teori yang relevan dengan pembahasan yang akan dituju. Pada penulisan penelitian ini peneliti juga menggunakan penelitian terdahulu sebagai teori yang relevan dengan adanya relevansi yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut penelitian relevan yang terkait dengan penelitian ini :

1. Penelitian pertama dilakukan oleh Rizki Ananda dengan judul “Metode Dakwah Habib Husein Jafar Terhadap Religiusitas Remaja Gampong Beurawe Kota Banda Aceh”.²¹ Dari penelitian ini peneliti memaparkan metode dakwah Youtube Habib Husein Jafar terhadap religiusitas remaja Gampong Beurawe, Kota Banda Aceh, diawali dengan metode dakwah *Mau'idzah Hasanah* yang pembawaannya secara halus lemah lembut membuat pancaran kasih sayang yang akan membuat mad'u dapat menyisakan kebahagiaan, tanpa memaksa dan dan menghindari segala bentuk kekerasan dan caci-cacian, sehingga mad'u tersentuh dan tanpa disadari. Dampak dakwah Habib Husein Jafar terhadap religiusitas remaja Gampong Beurawe yaitu penyampaiannya yang mudah dipahami, memberi motivasi serta ilmu, dan pesan toleran. Itulah mengapa remaja begitu meminati dakwah Habib Husein Jafar termasuk remaja Gampong Beurawe, Kota Banda Aceh.

²¹ Rizky Ananda, "Metode Dakwah Habib Husein Jafar Terhadap Religiusitas Remaja Gampong Beurawe Kota Banda Aceh," (Skripsi, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Ar-Raniry, 2023)

Adapun penelitian ini memiliki kesamaan terhadap objek penelitiannya yaitu tentang dakwah Habib Jafar di youtube. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini fokus membahas tentang metode dakwah Habib Jafar di youtube terhadap religiusitas remaja Gampong Beurawe, Kota Banda Aceh, sedangkan penelitian pada kali ini membahas tentang pelaksanaan startegi dakwah Habib Jafar di youtube dan efektivitas strategi tersebut.

2. Penelitian kedua dilakukan oleh FazarrinaZanuba dengan judul “Gaya Bahasa Dakwah Habib Husein Ja’far dalam Video YouTube Palestina dan Israel Bukan Konflik Agama.” Penelitian ini memaparkan bahwa gaya bahasa dalam berdakwah dapat mempengaruhi minat pendengar di youtube. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memperoleh data. Adapun hasil dari penelitiannya adalah Gaya bahasa dakwah Habib Husein Ja’far berdasarkan pilihan kata, beliau menggunakan hampir semua pilihan kata. Mulai dari gaya bahasa resmi, tidak resmi dan percakapan tetapi yang paling dominan Habib Husein Ja’far menggunakan gaya bahasa tak resmi dan percakapan. gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat Habib Husein Ja’far banyak menggunakan gaya bahasa klimaks, antiklimaks dan antitesis.²²

Adapun kesamaan dari penelitian ini adalah memiliki objek penelitian yang sama yaitu tentang dakwah habib jafar di youtube, Sedangkan perbedaannya adalah fokus penelitiannya membahas gaya bahasa yang digunakan Habib Jafar di youtube sedangkan penelitian pada kali ini membahas tentang pelaksanaan startegi dakwah Habib Jafar di youtube dan efektivitas srategi tersebut.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Kusnan Rhamdani dengan judul “ Strategi Dakwah Habib Husein JafarAL-Hadar Pada Media Sosial Youtube Jeda Nulis” peneliti ini bertujuan untuk mengetahui strategi dakwah Habib

²² Fazzarrina Zanuba,” Gaya Bahasa Dakwah Habib Husein Ja'far dalam Video Youtube Palestina dan Israel Bukan Konflik Agama,”(Skripsi , Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo, 2022)

Jafar pada konten kultum pemuda tersesat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Habib Husein Ja'far Al Hadar telah menerapkan strategi dalam dakwahnya. Strategi yang dipakai tersebut sesuai dengan konsep strategi dakwah Prof. Arifin AndiPate, yaitu : mengaktifkan Da'i, Memantapkan Lembaga, Mengenal Khalayak, Menetapkan Metode serta Memilih Media. Selain itu juga dengan landasan prinsip di dalam QS An Nahl : 125 (bil Hikmah, Maudhahal Hasanah dan Mujadalahal ahsan) serta Manhaj Persahabatan Rasulullah Saw. Dakwah Digital Habib Husein juga menimbulkan tiga efek atsar dakwah bagi para mad'u yakni menghibur, akomodatif dan behavioral.²³

Adapun kesamaan dari penlitian ini adalah membahas tentang setrategi dakwah digital Habib Jafar di youtube, Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian ini fokus ke konten kultum pemuda tersesat sedangkan penelitian kali ini fokusnya kepada konten youtube cahaya untuk Indonesia.

4. Penelitian keempat dilakukan oleh MuzzayanahYuliasih dengan judul “ *The Straregy Using Youtube As Da’wah Media Today* “ penelitian ini memarpakan Membangun media penyampaian dakwah menggunakan Youtube tidak semudah menyampaikan materi secara konvensional. Sebab, harus memperhatikan berbagai bahasa dan kaidah etika yang ada di dalamnya. Oleh karena itu, perlu banyak penyesuaian dalam memberikan informasi keagamaan kepada masyarakat. Proses editing yang dilakukan juga perlu dilakukan dengan lebih hati-hati agar konten yang diinginkan benar-benar diterima dengan baik tanpa adanya kesalahpahaman informasi. Jadi dengan metode video, pesan dakwah dapat tersampaikan dengan mudah, dan masyarakat yang menonton pun memahami hakikat dakwah. Metode ini mempunyai kedudukan paling

²³ Kusnan Ramdhani, “ Strategi Dakwah Habib Husein Jafar AL-Hadar Pada Media Sosial Youtube Jeda Nulis,” (skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Agustus 2022).

penting sebagai salah satu penentu keberhasilan dakwah di era modern ini.²⁴

Penelitian ini memiliki kesamaan objek penelitian yaitu tentang dakwah digital khususnya di youtube, Sedangkan perbedaan dari penelitian adalah membahas tentang metode dakwah yang harus digunakan di youtube sedangkan penelitian pada kali ini membahas tentang pelaksanaan startegi dakwah Habib Jafar di youtube dan efektivitas strategi tersebut.

5. Penelitian kelima dilakukan oleh Hadi Purnomo dengan judul “Managing YouTube Channel as a Virtual Da'wah Movement for Islamic Moderatism.” Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengelolaan dakwah virtual yang dilakukan oleh Ikatan Pemuda Santri SabilutTaqwa (IRRSAT) di Jember, Jawa Timur. Dakwah digital yang digagas IRSSAT menjadi solusi efektif bagi umat Islam di masa pandemi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan dakwah virtual yang dilakukan komunitas IRSSAT tidak hanya mengedukasi umat Islam dengan tutorial ibadah ritual tetapi juga membawa misi menyebarkan ajaran Islam yang sosial dan toleran. Dengan mengusung ajaran Ahlussunnahwal Jamaah Annahdliyah, IRSSAT membuat konten dakwah yang lugas sesuai kebutuhan keagamaan masyarakat saat ini dengan dikemas secara kreatif dan menarik.²⁵

Penelitian ini memiliki kesamaan terhadap objek penelitiannya yaitu tentang dakwah digital di Youtube, Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini pokus membahas tentang pengelolaan dakwah virtual yang dilakukan oleh komunitas IRSSAT sedangkan penelitian pada kali ini membahas tentang pelaksanaan startegi dakwah Habib Jafar di youtube dan efektivitas strategi dakwah tersebut dalam konten youtube cahaya untuk Indonesia.

²⁴ Muzzayanah Yuliasih, “The Straregy Using Youtube As Da'wah Media Today”, Jurnal Da'Wah Risalah Merintis, (Vol. 5 No. 1 Juli 2022), hlm. 7-9.

²⁵ Hadi Purnomo, “Managing YouTube Channel as a Virtual Da'wah Movement for Islamic Moderatism”, Jurnal Dakwah Dan Sosial, (Vol.4 No.1 Juni 2021).

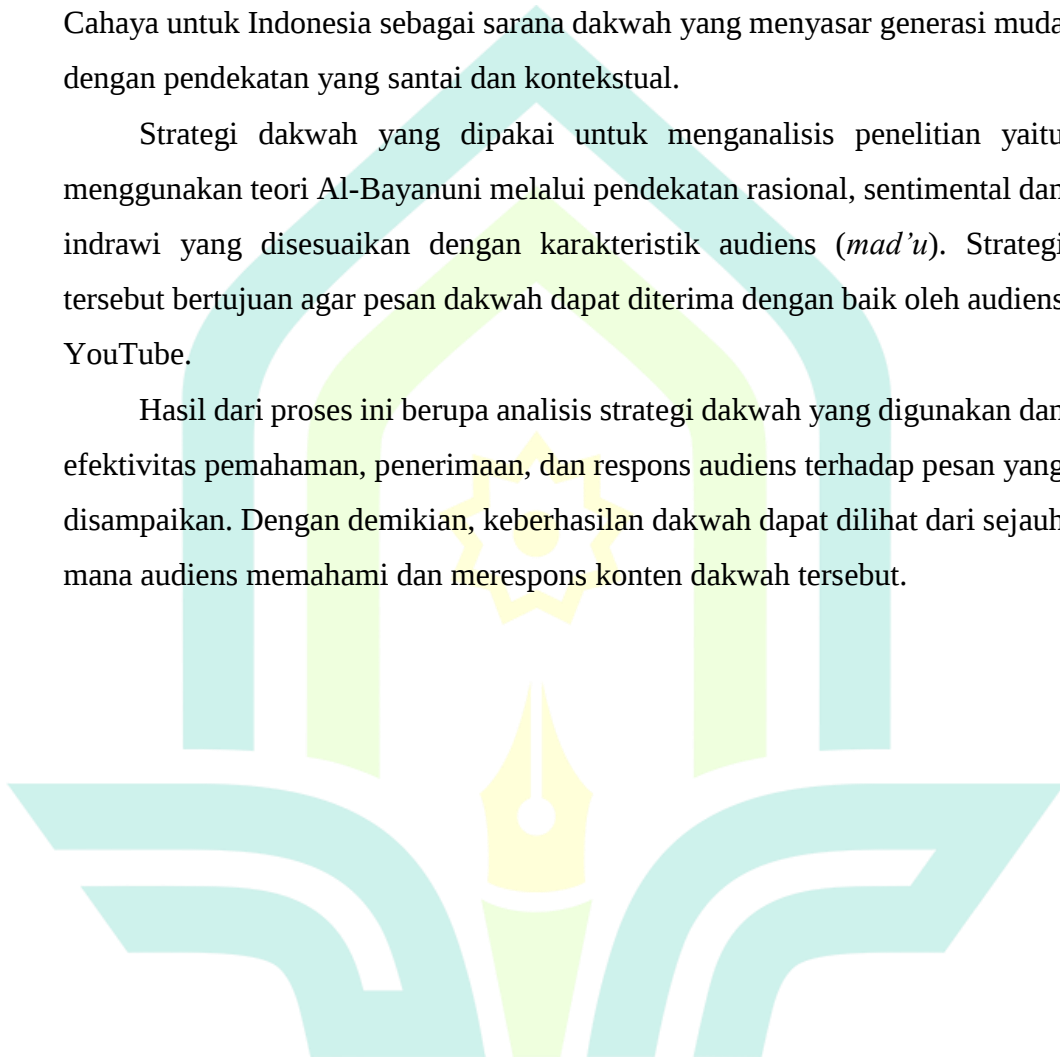
3. Kerangka Berpikir

Perkembangan media digital telah mengubah pola dakwah dari konvensional menjadi lebih modern dan fleksibel. Salah satu media yang banyak digunakan adalah Youtube, yang memungkinkan penyampaian pesan dakwah secara luas melalui konten audio visual.

Habib Husein Ja'far Al Hadar memanfaatkan YouTube melalui channel Cahaya untuk Indonesia sebagai sarana dakwah yang menysasar generasi muda dengan pendekatan yang santai dan kontekstual.

Strategi dakwah yang dipakai untuk menganalisis penelitian yaitu menggunakan teori Al-Bayanuni melalui pendekatan rasional, sentimental dan indrawi yang disesuaikan dengan karakteristik audiens (*mad'u*). Strategi tersebut bertujuan agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh audiens YouTube.

Hasil dari proses ini berupa analisis strategi dakwah yang digunakan dan efektivitas pemahaman, penerimaan, dan respons audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, keberhasilan dakwah dapat dilihat dari sejauh mana audiens memahami dan merespons konten dakwah tersebut.





Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

F. Metode Penelitian

1) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan fokus pada pemikiran dan pemaknaan suatu kejadian dalam konteks interaksi manusia. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menggunakan penghitungan formal atau statistik, penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam objek penelitian yang bersifat alamiah. Generalisasi bukanlah tujuan utama, melainkan penggalian informasi mendalam untuk mencapai pemahaman dan makna fenomena yang diteliti.

Pendekatan metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini, bertujuan untuk menguraikan kondisi, menemukan makna baru, mengelompokkan informasi, dan mengidentifikasi frekuensi kemunculan tertentu. Metode ini diterapkan pada penelitian dakwah Habib Jafar, memberikan penjelasan sistematis, faktual, dan cermat terkait strategi dakwah media sosial khususnya Akun YouTube Cahaya Untuk Indonesia.

2) Sumber Data Penelitian

Untuk memperoleh data penunjang dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data yang digunakan, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti. Sugiyono menegaskan bahwa wawancara dengan subjek penelitian atau observasi langsung juga dianggap sebagai sumber data primer.²⁶

Dalam konteks penelitian ini, sumber data primer berasal dari narasumber dan Habib Jafar. Data juga mencakup tanggapan dan komentar serta jawaban atas pertanyaan hasil survei dari responden/penonton YouTube Cahaya Untuk Indonesia, yang dapat memberikan gambaran tentang efektivitas komunikasinya dalam mencapai tujuan komunikatifnya. Tanggapan penonton ini dapat

²⁶Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

mencakup evaluasi terhadap isi pesan edukasi, gaya penyampaian, dan pengaruhnya terhadap pemikiran dan perilaku mereka.

Dalam penelitian, data juga mencakup rekaman video yang diunggah oleh Habib Jafar di akun YouTube-nya. Video-video tersebut memiliki jumlah penonton yang banyak, yakni di angka yang mendekati bahkan melebihi 1 juta penonton, mengangkat tema-tema yang relevan, dan memicu pro kontra atau perdebatan di masyarakat yang akan menjadi bahan penelitian, yang diunggah pada periode tahun 2021 sampai tahun 2023. Video tersebut meliputi:

1. Eps "Islam Agama yang Kompleks Ini yang Ditemukan Deddy Corbuzier setelah Muallaf"²⁷

Vidio ini perlu untuk diteliti karena menggali lebih dalam Agama Islam dari sisi Deddy Corbuzier sebagai muallaf, sehingga bisa membentuk wawasan dan sudut pandang baru islam bagi penonton.

2. Eps " Sabrang : Semua orang pasti pernah tersesat dalam hidupnya"²⁸

Video ini memiliki nilai penelitian karena membahas isu sosial yang kompleks, serta memberikan solusi yang logis yang mungkin dapat menjadi panduan atau inspirasi bagi penyelesaian konflik tersebut.

3. Eps " Kunci Hidup Bahagia Itu Tahu Diri dan Tahu Batas"²⁹

Vidio ini relevan untuk diteliti karena menggali lebih dalam tentang isu kesehatan mental melalui pendekatan islam.

²⁷ CAHAYA UNTUK INDONESIA, "Islam Agama yang KOMPLEKS, Ini yang Ditemukan Deddy Corbuzier setelah MUALLAF," YouTube, 17 Maret 2021, https://youtu.be/liw_o0xlYYA?si=VgEXL0ycelZVZjBc (diakses pada 15 Juli 2026).

²⁸ CAHAYA UNTUK INDONESIA, "Sabrang: Semua Orang Pasti PERNAH TERSESAT dalam Hidupnya," YouTube, 18 April 2021, <https://youtu.be/Z2iUFqekh6s?si=w7AnZ5t6hGz6tmq> (diakses pada 15 Juli 2026)

²⁹ CAHAYA UNTUK INDONESIA, "Kunci Hidup Bahagia Itu Tahu Diri dan Tahu Batas," YouTube, 8 Juli 2022, <https://youtu.be/yjYMB40OXHc?si=J3NbJNMLlpaPB27N> (diakses pada 15 Juli 2026).

4. Eps “Habib Jafar dan Koh Denis Punya Cara Pandang Berbeda”³⁰
Vidio ini menarik untuk diteliti karena banyak perbedaan pendapat sehingga membentuk berbagai sudut pandang baru dalam berpikir.

Selain narasumber utama dan dokumentasi video, penelitian ini juga menggunakan tanggapan penonton pada kolom komentar YouTube sebagai data primer pendukung. Penentuan responden dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil dua responden dari setiap video yang menjadi objek penelitian sehingga jumlah keseluruhan responden sebanyak 10 orang. Responden dipilih dari kolom komentar yang termasuk dalam komentar populer pada masing-masing video dengan mempertimbangkan beberapa kriteria, yaitu: (1) komentar relevan dengan isi pembahasan video, (2) menunjukkan tanggapan atau pandangan yang substantif terhadap materi dakwah yang disampaikan Habib Ja’far, dan (3) pemilik komentar bersedia menjadi responden penelitian. Pemilihan komentar populer dilakukan karena komentar tersebut memiliki tingkat interaksi yang tinggi melalui jumlah tanda suka maupun balasan, sehingga dianggap mampu merepresentasikan respons dan keterlibatan penonton terhadap konten dakwah yang diteliti.

Melalui teknik purposive sampling tersebut, peneliti memperoleh data mengenai persepsi penonton terhadap strategi dakwah Habib Ja’far dalam konten YouTube *Cahaya Untuk*

³⁰ CAHAYA UNTUK INDONESIA, “Habib Jafar dan Koh Dennis Punya Cara Pandang Berbeda,” YouTube, 11 Juli 2023, https://youtu.be/UH_OuUfINmA?si=YJBkEANizi6NBkbF (diakses pada 15 Juli 2026).

Indonesia, yang selanjutnya dianalisis untuk menjawab fokus penelitian.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diambil dari penelitian sebelumnya dan dimanfaatkan sebagai tambahan atau pelengkap. Data ini berfungsi sebagai tambahan dan penunjang untuk data-data penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini mencakup tulisan ilmiah, jurnal, situs web yang relevan dengan topik penelitian, serta buku referensi. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk melengkapi data primer yang telah dikumpulkan sebelumnya.

3) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah menghasilkan data.³¹ Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sehingga dapat mengumpulkan berbagai data sesuai dengan tata cara penelitian. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan, yaitu:

a. Wawancara

Teknik wawancara yaitu suatu metode untuk menghimpun data dengan cara berhadapan langsung dengan orang yang diwawancarai, namun juga tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada informan untuk dijawab pada kesempatan lain.³²

Teknik tersebut ditandai dengan observasi menyeluruh dan penyelidikan mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Peneliti melakukan wawancara untuk mengumpulkan data yang khas dan terspesialisasi. Dalam riset ini, subscriber dan penonton dipilih untuk menjadi informan. Peneliti menggunakan media elektronik gadget

³¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-3, Jilid 1 (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 62

³² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Desertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.138.

hususnya *smartphone* dengan menggunakan fitur media sosial, dilanjutkan dengan wawancara. Beberapa sesi tanya jawab diadakan oleh peneliti dengan berbagai topik yang berkaitan dengan topik penelitian ini dan akun YouTube Cahaya Untuk Indonesia.

b. Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data di mana peneliti berupaya mengamati dan mencatat dengan rinci hal-hal yang terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti. Proses ini melibatkan penggunaan panca indera dalam aktivitas sehari-hari. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai permasalahan dan solusi yang diteliti.³³

Pada penelitian ini, metode observasi digunakan untuk menginterpretasikan dan menggabungkan data dari video edukasi yang diunggah di akun YouTube Cahaya Untuk Indonesia. Dalam observasi ini, peneliti menonton video untuk menganalisis strategi dakwah yang dilakukan oleh Habib Jafar. Peneliti juga menganalisis komentar, respon atau tanggapan serta pengaruh terhadap penonton pada video edukasinya. Selain itu, peneliti juga melakukan seleksi terhadap video yang termasuk dalam unsur strategi dakwah di *channel* YouTube Cahaya Untuk Indonesia.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pemerolehan data dari lapangan observasi, antara lain studi literatur, laporan kegiatan, peraturan, foto, dan berkas dokumen atau data yang ada hubungan dengan penelitian.³⁴ Dokumen yang dianalisis dalam penelitian ini melibatkan video dan channel YouTube serta hasil wawancara terhadap penonton tentang efektivitas komunikasi yang menjadi objek penelitian. Pendekatan ini dilakukan untuk mengumpulkan data

³³Muhamad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan dan Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015), hlm. 16.

³⁴Ridwan, *Dasar-dasar Statistik*, Cet.ke- 3 (Bandung: Alfabet, 2013), hlm. 13.

pendukung guna memudahkan analisis data penelitian. Dalam konteks penelitian ini, video di *channel* YouTube Cahaya untuk Indonesia dan komentar penonton dianggap sebagai dokumentasi, dan peneliti mengumpulkan data terkait penelitian dari sumber tersebut.

4) Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara yang difungsikan dalam memudahkan informasi yang didapatkan dengan menyederhanakan data dengan bentuk yang mudah untuk diinterpretasikan dan dibaca. Selanjutnya untuk memproses hasil data yang telah peneliti kumpulkan melalui alat pengumpul data seperti kuesioner, observasi, atau dokumentasi.³⁵

Data kemudian diklasifikasikan berdasarkan masalah yang diteliti, selanjutnya data disusun dan ditelaah dengan metode kualitatif deskriptif. Menggunakan prosedur pemecahan masalah dengan cara menyelidiki dan meneliti melalui proses penggambaran serta penjabaran keadaan objek yang diteliti saat ini berdasarkan fakta yang ada secara realita. Analisis data ini memiliki tujuan untuk mengungkapkan data dengan cara pengumpulan data terlebih dahulu agar sinkron dan terstruktur. Adapun tiga tahapan jika melakukan analisis hasil penelitian sebagai berikut :

1) Pengumpulan data

Pada pengumpulan data ini informasi berupa temuan mengenai strategi dakwah dan efektifitas komunikasi di akun YouTube Cahaya untuk Indonesia yang perlu dikumpulkan oleh peneliti untuk mengatasi dan memberikan jawaban terhadap pertanyaan dalam penelitian.

2) Reduksi Data

Pada teknik reduksi data, informasi yang terkumpul disusun, dirangkum, dan dipilih bagian intinya melalui pencatatan yang terperinci. Proses reduksi data ini difokuskan pada pengamatan pola strategi dakwah dan efektifitas metode tersebut terutama pada bagian

³⁵ Galang Suryaa Gemilang, "Metode Penelitian Kualitatif dalam Bimbingan dan Konseling" (Kediri : *Jurnal Fokus Konseling*, No.2, Agustus, II, 2016), hlm. 147.

penting dari video materi edukasi di akun YouTube Cahaya untuk Indonesia.

3) Penyajian Data

Tahapan selanjutnya setelah reduksi data dilakukan yaitu, menyusun data hasil reduksi secara berurutan. Kemudian menyederhanakan kembali data-data yang memang penting untuk dijadikan bahan proses analisa.

4) Penarikan kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan penulis, langkah terakhir adalah membuat kesimpulan. Yaitu kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian tentang metode dan efektivitas komunikasi strategi dakwah Habib Jafar dalam *channel* Youtube Cahaya untuk Indonesia.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan peneliti menyusun penelitian agar tersusunnya penelitian secara sistematis dan teratur kemudian dibentuklah sistematika penulisan diantaranya

BAB I Pendahuluan, memuat informasi latar belakang permasalahan, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat, tinjauan pustaka terhadap penelitian sebelumnya, metode penelitian yang dipilih, serta sistematika penulisan.

BAB II Kajian teori, Bab ini berisi kajian teori yang mendukung penelitian, meliputi pengertian dakwah, strategi dakwah, unsur-unsur dakwah, metode dakwah, serta media dakwah digital khususnya Youtube. Selain itu, bab ini juga membahas konsep strategi komunikasi dakwah yang relevan sebagai dasar analisis penelitian.

BAB III Gambaran umum tentang profil Habib Jafar, Al Hadar serta gambaran umum profil *channel* YouTube Cahaya untuk Indonesia.

BAB IV Analisis hasil penelitian tentang strategi Habib Jafar dalam *channel* Youtube Cahaya untuk Indonesia, menguraikan hasil penelitian yang diperoleh dari proses observasi, wawancara dan dokumentasi serta efektifitas strategi tersebut terhadap audiens.

BAB V Penutup, mencakup kesimpulan serta saran, masalah utama akan diselesaikan dengan kesimpulan saat ini. Sementara itu, gagasan penulis tentang apa yang sebaiknya dilakukan dalam saran-saran yang diberikan peneliti kepada pembaca.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, penelitian mengenai strategi dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar melalui Channel YouTube Cahaya Untuk Indonesia menghasilkan dua kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam Channel YouTube Cahaya Untuk Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habib Husein Ja'far Al Hadar menerapkan tiga strategi dakwah menurut Al-Bayanuni, yaitu strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi indrawi. Ketiga strategi tersebut diterapkan secara terpadu dalam metode dakwah *bil-mujadalah* sebagaimana dijelaskan dalam Q.S. An-Nahl ayat 125.

Strategi sentimental terlihat melalui penggunaan bahasa yang komunikatif dan akrab sehingga tercipta kedekatan dengan audiens. Selain itu, penyampaian humor yang sesuai dengan konteks pembahasan berfungsi menciptakan suasana dialog yang lebih santai tanpa mengurangi isi pesan dakwah. Pemilihan narasumber dari berbagai latar belakang, seperti tokoh publik, akademisi, musisi, maupun tokoh agama, juga menjadi bagian dari strategi sentimental untuk menjangkau karakteristik audiens yang beragam.

Strategi rasional diterapkan melalui penyampaian pertanyaan yang bersifat terbuka, penggunaan argumentasi yang logis disertai analogi yang mudah dipahami, serta penggabungan berbagai perspektif keilmuan, seperti filsafat, psikologi, dan tafsir Al-Qur'an. Penerapan strategi ini memberikan ruang bagi audiens untuk memahami pesan dakwah melalui proses berpikir yang kritis dan rasional.

Sementara itu, strategi indrawi tampak melalui penyajian visual yang mendukung penyampaian pesan dakwah. Hal tersebut terlihat dari penampilan Habib Husein Ja'far yang berpakaian santai sehingga secara visual tidak kaku sehingga mudah diterima oleh kalangan anak muda, kualitas produksi audio

visual yang baik, serta penyampaian keteladanan melalui sikap, gestur, dan cara berinteraksi selama proses dialog berlangsung. Unsur-unsur tersebut memberikan pengalaman visual yang mendukung penyampaian pesan dakwah secara lebih efektif.

Ketiga strategi tersebut tidak diterapkan secara terpisah, tetapi saling melengkapi dalam proses penyampaian dakwah. Strategi sentimental berperan dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens, strategi rasional memperkuat pemahaman melalui argumentasi yang logis, sedangkan strategi indrawi mendukung penyampaian pesan melalui aspek visual dan nonverbal. Sinergi ketiga strategi tersebut menunjukkan penerapan metode *bil-mujadalah* yang menempatkan dialog sebagai pendekatan utama dalam penyampaian dakwah di media digital.

2. Efektivitas Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam Channel YouTube *Cahaya Untuk Indonesia*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan Habib Husein Ja'far Al Hadar melalui Channel YouTube *Cahaya Untuk Indonesia* memiliki efektivitas yang baik berdasarkan indikator kuantitatif maupun kualitatif.

Berdasarkan indikator kuantitatif, empat video yang menjadi objek penelitian memperoleh jumlah penayangan secara kumulatif lebih dari 9,9 juta kali dengan rata-rata sekitar dua juta penayangan pada setiap video. Menunjukkan adanya partisipasi audiens melalui berbagai bentuk interaksi, seperti memberikan tanda suka, komentar, dan membagikan konten. Hingga penelitian ini dilakukan, Channel YouTube *Cahaya Untuk Indonesia* telah memiliki sekitar 445 ribu pelanggan (*subscriber*) dengan jumlah unggahan mencapai 432 video.

Berdasarkan indikator kualitatif, hasil wawancara dengan tiga informan menunjukkan adanya perubahan pada aspek kognitif, afektif, dan perilaku. Pada aspek kognitif, informan menyatakan memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai ajaran Islam, khususnya terkait sikap toleransi, cara berpikir yang lebih terbuka, dan pentingnya menggunakan nalar dalam memahami persoalan

keagamaan. Pada aspek afektif, informan mengaku merasa lebih tenang, termotivasi untuk mempelajari Islam, serta lebih percaya diri dalam mempertanyakan mengenai persoalan keagamaan. Sementara itu, pada aspek perilaku, ditemukan adanya perubahan dalam kehidupan sehari-hari, seperti mengurangi penggunaan media sosial secara berlebihan, menerapkan nilai tawakal dalam menghadapi kecemasan, serta membagikan atau merekomendasikan konten dakwah kepada orang lain.

Efektivitas strategi dakwah tersebut dipengaruhi oleh keterpaduan antara strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi indrawi. Ketiga strategi tersebut memungkinkan pesan dakwah diterima oleh audiens melalui aspek emosional, intelektual, dan pengalaman visual secara bersamaan. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang komunikatif, dialogis, dan inklusif melalui media digital dapat menjadi salah satu bentuk penyampaian dakwah yang mampu menjangkau audiens dari berbagai latar belakang serta mendorong terjadinya perubahan pada aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait dengan pengembangan dakwah digital:

1. Bagi Para Da'i dan Konten Kreator Dakwah Digital

- a. Para da'i yang ingin mengembangkan dakwah digital, khususnya melalui platform YouTube, hendaknya mengadopsi pendekatan dialogis dan inklusif sebagaimana diterapkan oleh Habib Ja'far. Dakwah yang bersifat satu arah, menggurui, atau eksklusif terbukti kurang efektif dalam menjangkau generasi muda yang kritis dan terbiasa dengan budaya digital yang interaktif.
- b. Pengembangan strategi sentimental melalui pemilihan gaya bahasa yang *conversational*, penggunaan humor yang cerdas, dan pemilihan narasumber yang relevan dengan segmen audiens yang dituju merupakan langkah awal

yang penting dalam membangun koneksi emosional dengan mad'u di era digital.

- c. Da'i digital perlu memperkuat kemampuan argumentasi rasional agar dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis audiens dengan logis, argumentatif, dan tidak defensif. Latar belakang pendidikan yang kuat dalam bidang filsafat Islam, tafsir, maupun ilmu sosial akan sangat membantu dalam menghadirkan dakwah yang memuaskan secara intelektual.
- d. Investasi pada kualitas produksi audio-visual merupakan keharusan, bukan pilihan, dalam dakwah digital. Konten yang berkualitas rendah secara teknis akan sulit mempertahankan perhatian audiens yang sudah terbiasa dengan standar visual yang tinggi di platform YouTube.

2. Bagi Lembaga Pendidikan dan Dakwah Islam

- a. Lembaga pendidikan Islam, khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, hendaknya memasukkan kurikulum literasi media digital dan strategi dakwah digital sebagai mata kuliah wajib, mengingat platform digital telah menjadi arena dakwah yang dominan di era modern.
- b. Lembaga dakwah Islam perlu mendukung dan memfasilitasi para da'i muda yang ingin mengembangkan dakwah melalui platform digital, baik melalui pelatihan produksi konten, pengembangan kemampuan public speaking, maupun dukungan finansial untuk pengadaan peralatan produksi yang memadai.
- c. Model dakwah inklusif dan dialogis yang diterapkan Habib Ja'far yang berhasil menjangkau kalangan non-Muslim, agnostik, dan masyarakat yang jauh dari dakwah konvensional patut dijadikan referensi dalam pengembangan kurikulum dakwah yang lebih kontekstual dan adaptif terhadap tantangan zaman.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan wawancara (tiga informan) dan cakupan video sampel (empat video). Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah informan dan memperbanyak video

sampel agar menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan representatif.

- b. Penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap subscriberchannel Cahaya Untuk Indonesia dalam jumlah yang lebih besar, untuk menghasilkan data efektivitas dakwah yang lebih terukur secara statistik.
- c. Kajian komparatif antara strategi dakwah Habib Ja'far dengan da'i digital lain yang memiliki gaya dan pendekatan berbeda akan menghasilkan peta strategi dakwah digital yang lebih lengkap dan memberikan kontribusi yang lebih berarti bagi pengembangan ilmu dakwah di Indonesia.
- d. Aspek-aspek lain yang belum dikaji dalam penelitian ini, seperti analisis framing konten, resepsi audiens berdasarkan segmentasi demografis, atau dampak jangka panjang dakwah digital terhadap literasi keagamaan generasi muda, dapat menjadi topik penelitian lanjutan yang relevan dan kontributif.

Demikian kesimpulan dan saran yang dapat peneliti sampaikan. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu dakwah, khususnya dalam bidang strategi dakwah digital, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi para da'i, akademisi, dan praktisi komunikasi Islam dalam menghadapi tantangan dan peluang dakwah di era digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah. Bandung: Citapustaka Media, 2015.
- Andipate, Anwar Arifin. Strategi Dakwah: Perspektif Ilmu Komunikasi. Jakarta: Pustaka Irfani, 2016.
- Aziz, Moh. Ali. Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana, 2016.
- Effendy, OnongUchjana. Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek, Komunikasi Dalam Sebuah Organisasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Elmansyah, dkk. Revalitas Dakwah Pinggiran Penguat Profesionalitas Da'i Dalam Infrastruktur Dakwah. Pontianak: IAIN Pontianak Press, 2020.
- Gemilang, Galang Suryaa. "Metode Penelitian Kualitatif dalam Bimbingan dan Konseling." Jurnal Fokus Konseling, No. 2, Agustus 2016.
- Gunawan, Muhamad Alia. Statistik Penelitian Bidang Pendidikan dan Psikologi Sosial. Yogyakarta: ParamaPublishing, 2015.
- Habibi Ritonga, Anas. "Sistem Interaksi Antar Unsur dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya dalam Gerakan Dakwah." Hikmah, No. 1, 2020.
- Hasan, Mohammad. Metodologi Pengembangan Dan Ilmu Dakwah. Surabaya: Pena Salsabila, 2012.
- Ilaihi, Wahyu. Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Juhairi. "Perubahan Sosial dalam Perspektif Dakwah." Jurnal Al-Bayan, Vol. 21, No. 32, 2015.
- Muklis. "Strategi Dakwah Al-Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al MadkhalIlmi Dakwah)." Islamic Communication Journal, No. 1 (Januari-Juni, 2018): 80–95.
- Muhyiddin, Asep. Metode Pengembangan Dakwah. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Munir, M. Metode Dakwah. Jakarta: Kencana, 2006.
- Nasrullah, Rulli. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi. Bandung: SimbiosisRekatama Media, 2015.

- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Purnomo, Hadi. "Managing YouTube Channel as a Virtual Da'wah Movement for Islamic Moderatism." *Jurnal Dakwah Digital* (2021): 10–25.
- Rhamdani, Kusnan. "Strategi Dakwah Habib Husein Jafar AL-Hadar Pada Media Sosial Youtube Jeda Nulis." Skripsi, 2022.
- Ridwan. *Dasar-dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ritonga, Anas Habibi. "Sistem Interaksi Antar Unsur dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya dalam Gerakan Dakwah." *Hikmah*, No. 1 (2020): 85–100.
- Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa, 2012.
- Shaleh, Abd. Rosyad. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang, 2018.
- Sirajuddin, Murniaty. "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)." *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, No. 1 (Desember, 2014): 10–20.
- Sugono, Dendy. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Yuliasih, Muzzayanah. "The Strategy Using YouTube as Da'wah Media Today." *Jurnal Da'wah Risalah Merintis*, Vol. 5, No. 1, Juli 2022.
- Zanuba, Fazzarrina. "Gaya Bahasa Dakwah Habib Husein Ja'far dalam Video YouTube Palestina dan Israel Bukan Konflik Agama." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2022.
- CAHAYA UNTUK INDONESIA. "Tentang." Kanal YouTube. Diakses 2025. <https://www.youtube.com/@CAHAYAUNTUKINDO>