

# Optimalisasi Strategi Dakwah Digital: Analisis Kritis Konten Keislaman di YouTube Indonesia

Achmad Arifulin Nuha <sup>1\*</sup> 

<sup>1</sup>Universitas Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia

✉ \*Corresponding author: a.arifulinuha@gmail.com

## Article History:

Received: December 12, 2024

Revised: February 6, 2025

Accepted: March 20, 2025

Published: July 1, 2025

## Abstract

Analisis strategi optimalisasi dakwah melalui YouTube dengan fokus pada tiga saluran populer: "Yufid TV," "Ustadz Abdul Somad Official," dan "Khalid Basalamah Official." Hasil menunjukkan bahwa tema eskatologi menarik perhatian audiens terbesar, dengan video "Tanda-Tanda Hari Kiamat" dari "Ustadz Abdul Somad Official" mencapai 1,2 juta tayangan. Frekuensi unggahan yang konsisten, seperti yang dilakukan "Khalid Basalamah Official," meningkatkan keterlibatan audiens dan pertumbuhan subscriber secara signifikan. Meski demikian, kualitas konten tetap krusial, sebagaimana ditunjukkan oleh "Yufid TV" yang mempertahankan audiens setia meski frekuensi unggahan lebih rendah. Hasil penelitian ini, keberhasilan dakwah digital di YouTube bergantung pada kombinasi tema yang relevan, frekuensi unggahan yang konsisten, dan konten berkualitas tinggi, yang bersama-sama meningkatkan visibilitas dan efektivitas dakwah di platform digital ini. Implikasi dari temuan ini mengarah pada pentingnya perencanaan strategi konten dakwah digital secara holistik, termasuk pemilihan tema yang kontekstual, pemanfaatan algoritma platform, dan penguatan kapasitas dai dalam produksi media digital agar dakwah lebih adaptif terhadap budaya media sosial dan preferensi generasi digital.

**Keywords:** Dakwah digital, YouTube, Konten keislaman, Strategi media digital



## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dakwah Islam. Media digital, khususnya platform YouTube, menjadi salah satu alat yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman kepada khalayak luas. Optimalisasi penggunaan YouTube sebagai media dakwah tidak hanya memungkinkan jangkauan yang lebih luas, tetapi juga memungkinkan penyampaian pesan dengan cara yang lebih menarik dan interaktif.

YouTube sebagai platform berbagi video memiliki keunggulan dalam hal visualisasi dan audiens yang sangat luas. Dalam konteks dakwah, visualisasi ini sangat penting karena mampu memberikan pengalaman yang lebih kaya dibandingkan dengan media tulisan atau audio saja. Menurut Rahman (2021), YouTube memberikan kemudahan bagi dai atau pendakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan cara yang lebih kreatif, misalnya melalui video ceramah, vlog, atau tutorial ibadah .

Selain itu, konten keislaman di YouTube juga bervariasi mulai dari ceramah, kajian tematik, tanya jawab agama, hingga konten hiburan yang tetap mengandung nilai-nilai Islam. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Firdaus (2020), variasi konten ini memungkinkan pendakwah untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat, baik dari

segi usia, latar belakang pendidikan, maupun minat . Hal ini sejalan dengan konsep dakwah yang bersifat universal dan inklusif.

Namun, optimalisasi media digital dalam dakwah juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kualitas konten yang diproduksi. Meskipun YouTube menawarkan kemudahan dalam distribusi konten, tidak semua konten keislaman yang beredar di platform ini memiliki kualitas yang baik. Menurut Syamsuddin (2019), banyak konten keislaman di YouTube yang kurang mendalam dalam penyampaian materi, atau bahkan mengandung informasi yang tidak akurat . Oleh karena itu, penting bagi para pendakwah untuk memastikan bahwa konten yang mereka buat memiliki kualitas yang tinggi baik dari segi isi maupun penyajiannya.

Tantangan lainnya adalah isu monetisasi. Beberapa pendakwah mungkin tergoda untuk membuat konten yang sensasional demi mendapatkan lebih banyak tayangan dan meningkatkan pendapatan dari iklan. Hal ini dapat menyebabkan degradasi kualitas dakwah itu sendiri. Sebagai contoh, Ridwan (2020) menyoroti adanya kecenderungan beberapa kreator konten keislaman di YouTube untuk lebih fokus pada jumlah tayangan dan subscriber daripada pada dampak dakwah yang ingin dicapai.

Di sisi lain, YouTube juga menyediakan fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan untuk optimalisasi dakwah. Fitur-fitur seperti live streaming, komunitas, dan playlist dapat digunakan untuk memperkuat

interaksi dengan audiens dan membangun komunitas yang lebih solid. Menurut Suryana (2021), penggunaan fitur-fitur ini secara efektif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memberikan dampak dakwah yang lebih besar.

Secara keseluruhan, optimalisasi YouTube sebagai media dakwah memerlukan strategi yang matang. Pendakwah harus mampu memanfaatkan keunggulan platform ini untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan cara yang relevan dan menarik bagi audiens masa kini. Namun, mereka juga harus tetap menjaga integritas dakwah dengan memastikan kualitas dan akurasi konten yang mereka produksi. Dalam konteks yang lebih luas, optimalisasi ini juga mencakup kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, dan komunitas online, untuk memperkuat pesan dakwah dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Dengan demikian, YouTube sebagai platform digital dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman jika digunakan secara optimal dan bertanggung jawab. Namun, upaya optimalisasi ini juga harus disertai dengan komitmen untuk menjaga kualitas dan tujuan utama dakwah itu sendiri, yaitu menyampaikan kebenaran Islam kepada seluruh umat manusia.

### **Metode Penelitian**

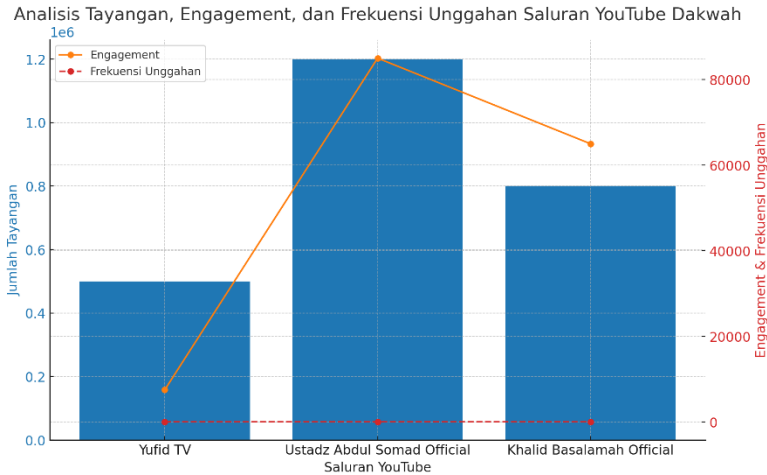
Studi ini mengadopsi pendekatan gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis konten dakwah di

platform YouTube. Pendekatan ini, yang dikenal sebagai metode campuran, sering digunakan dalam studi media digital untuk memberikan pandangan yang lebih holistik dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Dalam hal ini, metode campuran memungkinkan peneliti untuk tidak hanya memahami konten secara deskriptif tetapi juga mengukur dampaknya secara kuantitatif, sehingga menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan relevan.

### **Temuan**

Kajian ini mengungkapkan berbagai temuan penting terkait penggunaan YouTube sebagai media dakwah oleh saluran-saluran populer di Indonesia. Platform ini telah menjadi salah satu alat utama untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak luas. Salah satu temuan utama dalam kajian ini adalah bahwa tema-tema tertentu, seperti eskatologi, cenderung menarik perhatian audiens secara signifikan. Eskatologi, yang berkaitan dengan akhir zaman dan kehidupan setelah mati, merupakan topik yang menarik minat banyak orang, terutama di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Sebagai contoh, video berjudul "Tanda-Tanda Hari Kiamat" dari saluran "Ustadz Abdul Somad Official" berhasil meraih 1,2 juta tayangan. Angka ini menunjukkan bahwa isu-isu yang berkaitan dengan akhir zaman memiliki daya tarik yang kuat di kalangan audiens YouTube. Topik ini tidak hanya memicu rasa ingin tahu tetapi juga sering kali membangkitkan rasa takut dan kewaspadaan, yang

mendorong orang untuk mencari penjelasan dan pemahaman lebih lanjut melalui video-video dakwah tersebut.



Format video memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan tingkat keterlibatan audiens di platform digital. Salah satu contoh yang menonjol adalah saluran YouTube "Khalid Basalamah Official," yang telah berhasil menarik perhatian audiens melalui format video tanya jawab dan kajian tematik. Format ini terbukti sangat efektif dalam menciptakan interaksi yang tinggi di antara para penontonnya. Setiap video dalam format tanya jawab dan kajian tematik di saluran ini rata-rata mendapatkan sekitar 10.000 komentar, sebuah angka yang menunjukkan keterlibatan yang luar biasa. Tingginya jumlah komentar ini tidak hanya sekadar angka statistik, tetapi juga menggambarkan sejauh mana video tersebut mampu memicu respons dari audiens.

Keberhasilan format ini dapat diatribusikan pada sifat interaktif dan responsif dari konten yang disajikan. Audiens cenderung lebih

terlibat ketika mereka merasa bahwa pertanyaan atau kekhawatiran mereka ditanggapi secara langsung oleh pembuat konten. Dalam video tanya jawab, misalnya, audiens melihat bahwa pendapat mereka dihargai dan dipertimbangkan, yang mendorong mereka untuk terus berpartisipasi. Format ini memberikan ruang bagi audiens untuk merasa didengar dan diakui, sehingga mereka lebih termotivasi untuk berkomentar dan berbagi pemikiran mereka.

Selain itu, format video yang mengusung kajian tematik juga menambah nilai tambah dalam hal relevansi konten. Dengan mengangkat tema-tema yang sedang hangat dibicarakan atau menjadi perhatian khusus di kalangan audiens, saluran "Khalid Basalamah Official" mampu menarik lebih banyak penonton yang memiliki ketertarikan atau kepentingan yang sama. Kajian tematik ini tidak hanya menawarkan wawasan yang mendalam, tetapi juga mengajak audiens untuk merenung dan berdiskusi lebih lanjut. Audiens yang merasa bahwa konten tersebut relevan dengan kehidupan mereka atau memberikan jawaban atas pertanyaan yang mereka miliki, cenderung akan memberikan tanggapan melalui komentar, menyukai video, atau bahkan membagikan video tersebut kepada jaringan mereka.

Penting untuk dicatat bahwa interaktivitas dan relevansi bukan hanya tentang bagaimana konten disampaikan, tetapi juga tentang bagaimana konten tersebut diterima dan direspon oleh audiens. Semakin interaktif sebuah video, semakin besar kemungkinannya untuk

memicu respons emosional atau intelektual dari penontonnya. Respons ini bisa berbentuk komentar positif, diskusi kritis, atau bahkan kontroversi, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan visibilitas dan popularitas video tersebut di platform. Dalam hal ini, algoritma YouTube juga turut berperan, karena video dengan tingkat interaksi yang tinggi lebih mungkin untuk dipromosikan oleh algoritma, yang pada gilirannya memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan jumlah tayangan.

Pada akhirnya, format video yang interaktif dan relevan tidak hanya meningkatkan jumlah komentar, tetapi juga menciptakan lingkungan di mana audiens merasa lebih terlibat dan berpartisipasi aktif. Keterlibatan ini sangat penting dalam membangun komunitas yang solid di sekitar saluran YouTube, di mana audiens tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi juga menjadi bagian dari percakapan yang lebih besar. Dengan demikian, format tanya jawab dan kajian tematik seperti yang digunakan oleh "Khalid Basalamah Official" bisa menjadi model bagi kreator konten lain yang ingin meningkatkan keterlibatan audiens mereka di platform digital. Ini adalah bukti bahwa konten yang dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan minat audiens dapat menghasilkan dampak yang signifikan dalam hal partisipasi dan interaksi, yang pada akhirnya meningkatkan keberhasilan dan pertumbuhan saluran tersebut.

Selain tema dan format, frekuensi unggahan konten terbukti memiliki dampak signifikan terhadap engagement audiens. Saluran "Khalid Basalamah Official" yang mengunggah video secara konsisten setiap dua hari sekali menunjukkan peningkatan jumlah subscriber dan engagement yang signifikan selama periode penelitian. Konsistensi ini memberikan keuntungan tersendiri, karena audiens selalu memiliki sesuatu yang baru untuk dinantikan. Dengan konten baru yang diunggah secara teratur, audiens merasa lebih terhubung dengan saluran tersebut, sehingga mereka cenderung untuk terus mengikuti dan berinteraksi dengan konten yang disajikan. Sebaliknya, saluran "Yufid TV," meskipun memiliki konten berkualitas tinggi, menunjukkan penurunan dalam jumlah tayangan rata-rata per video karena frekuensi unggahan yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas konten penting, konsistensi dalam unggahan juga memainkan peran yang tak kalah penting. Jika konten tidak diunggah secara teratur, audiens mungkin kehilangan minat atau beralih ke saluran lain yang lebih aktif.

Temuan ini mendukung teori bahwa konsistensi dalam produksi konten digital sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan keterlibatan audiens. Dalam konteks dakwah digital, frekuensi unggahan yang tinggi dapat menjaga audiens tetap terhubung dan tertarik untuk mengikuti konten baru yang disajikan. Konsistensi juga mencerminkan komitmen dan dedikasi pembuat konten terhadap

audiens mereka, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas audiens. Selain itu, algoritma YouTube cenderung mendukung saluran yang mengunggah konten secara teratur, sehingga meningkatkan visibilitas video di platform tersebut. Dengan demikian, saluran yang unggul dalam konsistensi cenderung mendapatkan lebih banyak eksposur dan, pada akhirnya, lebih banyak engagement.

Kualitas konten juga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan dakwah digital di YouTube. Meskipun frekuensi unggahan dan popularitas tema penting, konten yang diproduksi dengan baik – yang memadukan visual menarik dengan penyampaian pesan yang jelas – memiliki dampak yang lebih besar terhadap audiens. Kualitas visual yang baik dapat menarik perhatian dan menjaga audiens tetap tertarik, sementara penyampaian pesan yang jelas memastikan bahwa audiens memahami dan menghargai konten yang disajikan. Hal ini tercermin dalam respon positif dari audiens di bagian komentar, di mana video dengan narasi yang kuat dan relevansi tinggi dengan kehidupan sehari-hari mendapatkan lebih banyak komentar positif dan diskusi yang mendalam. Video yang dibuat dengan baik tidak hanya menarik audiens, tetapi juga mendorong mereka untuk berbagi pengalaman pribadi atau pandangan mereka, yang pada gilirannya memperkaya diskusi dan memperluas dampak video tersebut.

Selain visual dan narasi, relevansi konten juga memainkan peran penting. Konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens

lebih cenderung untuk disambut dengan baik. Misalnya, video yang membahas masalah-masalah praktis yang dihadapi oleh audiens Muslim dalam kehidupan sehari-hari, seperti panduan ibadah, nasihat tentang kehidupan keluarga, atau penjelasan tentang isu-isu sosial terkini, cenderung mendapatkan respon yang lebih positif. Relevansi ini membuat konten terasa lebih dekat dan bermanfaat bagi audiens, yang pada akhirnya meningkatkan engagement.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital di YouTube tidak hanya bergantung pada popularitas atau frekuensi unggahan, tetapi juga pada kualitas dan relevansi konten yang disajikan. Saling melengkapi, aspek-aspek ini membentuk fondasi yang kuat untuk keberhasilan sebuah saluran dakwah di YouTube. Meskipun popularitas dan frekuensi unggahan dapat menarik audiens, hanya konten yang berkualitas dan relevan yang dapat mempertahankan mereka dan mendorong mereka untuk terus berinteraksi dengan saluran tersebut. Dalam era digital ini, di mana audiens memiliki begitu banyak pilihan, kualitas dan relevansi menjadi kunci untuk membedakan sebuah saluran dari yang lain dan memastikan bahwa pesan dakwah dapat disampaikan dengan efektif. Oleh karena itu, pembuat konten dakwah di YouTube perlu memperhatikan berbagai aspek ini secara seimbang untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak luas.

**Pembahasan.**

Penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai strategi optimalisasi dakwah melalui platform YouTube, dengan fokus khusus pada aspek tema konten, frekuensi unggahan, dan kualitas konten. Ketiga elemen ini memainkan peran penting dalam menentukan efektivitas dakwah digital, memungkinkan pesan-pesan keislaman disebarluaskan secara lebih luas dan efektif. Dalam penelitian ini, tiga saluran YouTube dianalisis secara mendetail: "Yufid TV," "Ustadz Abdul Somad Official," dan "Khalid Basalamah Official." Melalui analisis komparatif ini, sejumlah temuan penting berhasil diidentifikasi, memberikan panduan bagi para pendakwah dalam memaksimalkan jangkauan dakwah mereka di platform digital ini.

Grafik yang ditampilkan dalam penelitian ini menunjukkan perbandingan antara jumlah tayangan, tingkat engagement (yang mencakup like, komentar, dan interaksi lainnya), serta frekuensi unggahan dari ketiga saluran YouTube tersebut. Salah satu temuan utama adalah dominasi saluran "Ustadz Abdul Somad Official" dalam hal jumlah tayangan, terutama untuk video-video yang mengangkat tema eskatologi atau akhir zaman. Video-video ini mampu menarik perhatian audiens hingga mencapai 1,2 juta tayangan, menegaskan bahwa tema-tema eksistensial seperti kehidupan setelah mati memiliki daya tarik yang kuat bagi pengguna YouTube di Indonesia. Hal ini

menunjukkan bahwa audiens YouTube tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga konten yang memberikan pengetahuan serta pemahaman mendalam tentang aspek-aspek spiritual yang esensial dalam kehidupan mereka.

Temuan ini sejalan dengan teori kebutuhan informasi, di mana audiens cenderung mencari konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan rasa aman dan kepastian tentang kehidupan spiritual mereka. Pendakwah yang mampu mengemas tema-tema penting ini dengan cara yang menarik dan relevan akan lebih mudah untuk memperluas jangkauan dakwah mereka. Dengan demikian, pemilihan tema yang relevan dan menarik menjadi salah satu pilar utama dalam strategi dakwah digital yang efektif.

Namun, popularitas tema saja tidak cukup untuk memastikan keberhasilan dakwah di YouTube. Frekuensi unggahan juga memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga keterlibatan audiens. Dalam penelitian ini, saluran "Khalid Basalamah Official" menunjukkan bahwa meskipun jumlah tayangan tidak setinggi "Ustadz Abdul Somad Official," saluran ini tetap berhasil mempertahankan tingkat engagement yang cukup tinggi. Hal ini terutama disebabkan oleh frekuensi unggahan yang konsisten, yaitu dua kali dalam seminggu. Konsistensi dalam mengunggah konten baru menjadi kunci dalam mempertahankan dan bahkan meningkatkan keterlibatan audiens. Algoritma YouTube cenderung mempromosikan saluran yang

aktif, yang berarti bahwa saluran yang secara rutin mengunggah konten baru akan lebih sering muncul di rekomendasi pengguna, meningkatkan visibilitas dan kesempatan untuk menarik lebih banyak penonton.

Konsistensi ini tidak hanya penting dari sisi algoritma, tetapi juga dari sisi psikologi audiens. Audiens yang sudah terbiasa dengan jadwal unggahan yang konsisten cenderung lebih setia dan lebih aktif dalam berpartisipasi, baik dalam bentuk like, komentar, atau interaksi lainnya. Oleh karena itu, pendakwah yang ingin memaksimalkan efektivitas dakwah mereka di YouTube harus mempertimbangkan aspek frekuensi unggahan sebagai bagian integral dari strategi konten mereka. Meningkatkan frekuensi unggahan tanpa mengorbankan kualitas konten adalah tantangan yang harus diatasi untuk mencapai hasil yang optimal.

Di sisi lain, kualitas konten tetap menjadi elemen kunci yang tidak boleh diabaikan. Meskipun "Yufid TV" memiliki frekuensi unggahan yang lebih rendah dibandingkan dua saluran lainnya, saluran ini tetap mampu menarik audiens setia melalui konten yang berfokus pada akhlak dan etika dalam Islam. Konten yang berkualitas tinggi ini berhasil memberikan nilai tambah yang signifikan bagi audiens, yang tidak hanya mencari hiburan tetapi juga pendidikan dan pencerahan spiritual. Ini menunjukkan bahwa kualitas konten memiliki peran yang

sangat penting dalam mempertahankan audiens dan membangun komunitas yang setia.

Audiens YouTube, terutama dalam konteks dakwah digital, mencari konten yang mendidik dan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam. Oleh karena itu, pendakwah harus memastikan bahwa setiap video yang diunggah tidak hanya memenuhi standar kualitas teknis, seperti audio dan visual yang baik, tetapi juga memiliki muatan konten yang benar-benar bermanfaat dan relevan bagi audiens. Konten yang berkualitas tinggi ini akan meningkatkan kredibilitas saluran dan membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang efektif di YouTube harus mencakup tiga pilar utama: pemilihan tema yang relevan dan menarik, frekuensi unggahan yang konsisten, serta kualitas konten yang tinggi. Kombinasi dari ketiga elemen ini dapat meningkatkan visibilitas dan efektivitas dakwah digital, memungkinkan pesan-pesan keislaman disebarluaskan secara lebih luas dan mendalam. Pendakwah yang mampu mengintegrasikan ketiga faktor ini dalam strategi mereka akan lebih berhasil dalam menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam, serta dalam membangun komunitas yang aktif dan terlibat di sekitar saluran mereka.

Studi ini juga menekankan pentingnya strategi yang terstruktur dan terarah dalam optimalisasi dakwah melalui YouTube. Dengan memilih tema-tema yang relevan dan menarik, menjaga frekuensi unggahan yang konsisten, dan memastikan bahwa setiap konten yang diunggah memiliki kualitas yang tinggi, pendakwah dapat memanfaatkan potensi penuh dari platform digital ini untuk mencapai tujuan dakwah mereka. Dalam era digital yang semakin maju ini, dakwah melalui YouTube bukan lagi sekadar pilihan, tetapi merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman secara luas dan mendalam, memanfaatkan kekuatan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan lebih beragam.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah di YouTube ditentukan oleh tiga faktor utama: pemilihan tema yang relevan dan menarik, frekuensi unggahan yang konsisten, serta kualitas konten yang tinggi. Saluran seperti *Ustadz Abdul Somad Official*, *Khalid Basalamah Official*, dan *Yufid TV* menunjukkan bahwa kombinasi strategi ini dapat meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens secara signifikan. Dakwah digital yang efektif juga memerlukan pemahaman mendalam terhadap preferensi audiens dan adaptasi terhadap dinamika platform digital. Temuan ini diharapkan menjadi panduan praktis bagi para pendakwah dalam merancang konten

dakwah yang lebih berdampak. Ke depan, riset lanjutan perlu mengkaji peran interaktivitas, teknologi baru, dan integrasi lintas media dalam mendukung efektivitas dakwah di era digital.

## **References**

- Al-Fikri, A. (2020). Peran media digital dalam dakwah Islam di era modern. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 85-99.
- Amalia, R. (2021). Efektivitas dakwah melalui YouTube: Studi kasus pada konten ceramah keislaman. *Jurnal Media Dakwah*, 11(4), 77-92.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Fauzi, A. (2019). Konsistensi dan efektivitas konten keislaman di YouTube. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, 9(2), 144-159.
- Ferguson, D. A., & Perse, E. M. (2000). The World Wide Web as a functional alternative to television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 155-174.
- Firdaus, M. (2020). "Variasi Konten Keislaman di YouTube dan Dampaknya terhadap Masyarakat". *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 44-58.
- Hidayat, M. (2020). Kualitas konten keislaman di YouTube: Sebuah evaluasi kritis. *Jurnal Studi Islam*, 19(2), 133-148.

- Iskandar, Z. (2018). Media digital dan transformasi dakwah di Indonesia. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(3), 112-125.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage.
- Nurhayati, L. (2019). Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah: Potensi dan tantangannya. *Jurnal Dakwah Digital*, 6(1), 56-70.
- Rahman, A. (2021). "Pengaruh Media Sosial Terhadap Dakwah Islam di Era Digital". *Jurnal Dakwah*, 15(2), 102-115.
- Ridwan, R. (2020). "Dakwah dan Monetisasi di YouTube: Sebuah Tinjauan Kritis". *Jurnal Media Dakwah*, 14(4), 89-103.
- Suryana, D. (2021). "Strategi Optimalisasi Dakwah melalui YouTube". *Jurnal Dakwah Digital*, 8(1), 57-69.
- Syamsuddin, I. (2019). "Analisis Kualitas Konten Keislaman di YouTube". *Jurnal Studi Islam*, 18(3), 207-219.