

Peran YouTube Studio Al-Fusha TV dalam Dakwah Islam di Era Digital

***Durrotul Fairuz¹, Nur Kholis Eka Safitri², Ahmad Hidayatullah³**

¹Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid

Email: ulfa.df3005@gmail.com¹, nurkholisekasafitri1311@gmail.com²,
ahmad.hidayatullah@uingusdur.ac.id³

DOI: <https://doi.org/10.35878/muashir.v2i1.1116>

Article Info

Article history:

Received : 12-03-2024

Revised : 20-05-2024

Accepted : 31-05-2024

ABSTRACT

This research examines the important role of digital technology, especially YouTube Studio Al-Fusha TV, in spreading Islamic da'wah in the modern era. Using qualitative methods with a case study approach, this research analyzes Al-Fusha TV content to understand the use of digital technology in da'wah. This research aims to explore the role of digital technology, especially the YouTube Studio Al-Fusha TV platform, in spreading Islamic da'wah in the modern era. The results show that YouTube Studio Al-Fusha TV is effective in spreading the message of Islamic da'wah to a wider audience, with diverse content such as interpretations of the Koran, hadith studies, and religious discussions.

Keywords: Digital Da'wah, Technology, Al-Fusha TV

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti peran penting teknologi digital, terutama YouTube Studio Al-Fusha TV, dalam menyebarkan dakwah Islam di era modern. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini menganalisis konten Al-Fusha TV untuk memahami pemanfaatan teknologi digital dalam dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran teknologi digital, khususnya platform YouTube Studio Al-Fusha TV, dalam menyebarkan dakwah Islam di era modern. Hasilnya

menunjukkan bahwa *YouTube Studio* Al-Fusha TV efektif dalam menyebarkan pesan dakwah Islam kepada audiens yang lebih luas, dengan konten beragam seperti tafsir Al-Qur'an, kajian hadis, dan diskusi keagamaan.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, Teknologi, Al-Fusha TV*

**Corresponding author :*

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid

Jl. Kusuma Bangsa No.9, Panjang Baru, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah

Email : ulfa.df3005@gmail.com

Pendahuluan

Dakwah Islam adalah salah satu aspek penting dalam kehidupan umat Islam. Dakwah Islam yang berarti penyebaran maupun pengumuman ajaran Islam, telah menjadi bagian integral dari kehidupan muslim sejak zaman Rasulullah Muhammad SAW. Tradisi dakwah ini terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu dan pada era modern ini teknologi digital telah memainkan peran penting dalam memperluas dan mempercepat penyebaran dakwah Islam. Perkembangan teknologi yang pesat dalam informasi dan komunikasi telah membuka segmen baru dalam berdakwah. (Ummah et al., 2020)

Fenomena ini terutama terlihat dalam platform media sosial, seperti Youtube, yang telah menjadi salah satu alat utama dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke 20. (Asmar, 2020)

Dakwah Islam di Youtube tidak hanya tentang menyampaikan pesan-pesan keagamaan, tetapi juga tentang membahas isu-isu sosial, politik, dan budaya yang relevan dengan umat Islam. Hal ini memungkinkan para da'i untuk membangun koneksi dengan audiens

mereka dan membantu mereka untuk lebih memahami dan mengapresiasi agama Islam. Tantangan dakwah di era globalisasi semakin kompleks karena pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa seperti internet menawarkan ide dan nilai-nilai yang dibungkus dalam paket yang menarik. (Sulaeman, 2020)

Dakwah Islam menghadapi dua tantangan utama. Pertama, tantangan dalam pengembangan ilmu dakwah yang hingga kini belum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Kedua, tantangan dalam praktik dakwah itu sendiri. Harus diakui bahwa dakwah melalui lisan masih sangat dominan dalam praktik dakwah di Indonesia. (Lestari, 2020) Pada zaman dahulu, penyebaran ajaran agama islam di sampaikan dengan ceramah, khotbah, pengajian, serta melalui penulisan buku. Akan tetapi dengan seiring perkembangan zaman dan dengan adanya teknologi digital, dakwah islam sekarang bisa disebarakan melalui media online seperti Youtube, Tiktok, Instagram, Facebook, dan masih banyak lagi yang mana memudahkan para da'i untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan atau ajaran agama islam kepada audiens yang luas dan lebih terdiversifikasi.

Seorang da'i atau *mubaligh* pun bisa berdakwah atau menyampaikan dakwahnya melalui berbagai media yang ada seperti berdakwah melalui media televisi, Youtube, radio, Instagram dan juga media tulisan melalui aplikasi medsos. (Husain, 2020) Sejak awal perkembangan agama islam, dakwah islam sudah ada dan senantiasa berusaha untuk menjangkau masyarakat luas dengan cara yang sesuai dengan zaman dan teknologinya. Teknologi digital pada zaman sekarang ini memudahkan para da'i dalam menyampaikan ajaran agama islam secara luas dan menjangkau seluruh masyarakat. Dengan munculnya media sosial, internet, serta platform video online, dakwah islam dapat di akses sampai ke seluruh penjuru dunia.

Dalam era digital saat ini, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Penggunaan platform digital seperti Youtube, Tiktok, Instagram, dan Facebook memungkinkan penyebaran pesan-pesan keagamaan secara luas

dan efisien. Teknologi digital memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Namun, dengan kemudahan akses ini juga muncul tantangan baru, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat atau sesat mengenai ajaran Islam. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa dakwah Islam yang disampaikan melalui platform digital bersumber dari informasi yang benar dan dapat dipercaya.

Penelitian ini berfokus pada peran Youtube Studio Al-Fusha TV sebagai contoh konkret bagaimana teknologidigital dapat digunakan secara efektif dalam menyebarkan dakwah Islam. Berbeda dengan pendekatan tradisional yang terbatas pada ceramah, khotbah, dan penulisan buku, Al-Fusha TV memanfaatkan platform video online untuk menyajikan konten yang beragam, termasuk tafsir Al-Qur'an, kajian hadis, dan diskusi keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa platform digital dapat menjadi alat yang kuat dalam memperkuat dan memperluas dakwah Islam, asalkan digunakan dengan bijak dan berdasarkan sumber yang valid.

Di era modern yang di penuh dengan teknologi digital, peran media sosial dan platform video online seperti Youtube telah menjadi sarana yang penting dalam menyebarkan ajaran agama islam. Namun, perlu di ketahui bahwa banyak sekali konten-konten di media sosial dan platform digital lainnya yang terkadang menyebarkan ajaran agama islam dengan sembarangan tanpa mengetahui sumber kebenarannya. Untuk itu, perlu hati-hati dan senantiasa bijak dalam menggunakan platform digital terutama media sosial agar kita tidak mengikuti ajaran agamayang tidak jelas sumber dan kebenarannya. Salah satu contoh dari penggunaan teknologi digital pada era modern sekarang ini adalah pada konten Youtube Al-Fusha TV.

Pada konten Youtube Al-Fusha TV menyajikan dan menghasilkan berbagai macam konten yang berkualitas dan relavan tentang ajaran agama

islam yang memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik dan jelas tentang ajaran-ajaran agama islam kepada masyarakat luas. Pada konten Youtube Al-Fusha TV ini menyajikan berbagai macam konten dakwah, mulai dari ceramah, diskusi, mengaji, dan konten-konten yang relevan pada kehidupan sehari-hari umat islam, seperti pengajaran akhlak dan masih banyak lagi.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus, yaitu melakukan studi mendalam terhadap konten Youtube Al-Fusha TV untuk memahami bagaimana teknologi digital digunakan untuk menyebarkan dakwah Islam di era modern. Studi kasus merupakan metode kualitatif yang bagi penulis dirasa dapat menjadi metode yang dapat menguraikan permasalahan. (Yusanto, 2020) Dalam pelaksanaan penelitian yang menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus ada beberapa tahap yang harus dilakukan antara lain sebagai berikut :

a. Perumusan masalah

Perumusan suatu permasalahan perlu dilakukan untuk memperjelas masalah yang dihadapi. Untuk menghindari kurang mendalamnya hasil penelitian. Maka seorang peneliti bisa mengfokuskan pada titik yang menjadi pusat perhatian. (Hidayat & Purwokerto, 2019)

b. Pengumpulan data

Pada proses pengumpulan data menggunakan metode kualitatif studi kasus pada artikel ini menggunakan teknik wawancara kepada narasumber, observasi, serta dokumentasi. Data yang di dapat nantinya akan di kelola menjadi sebuah hasil yang signifikan. Untuk narasumber pada penelitian ini yaitu orang yang mengelola platform digital atau teknologi yang digunakan sebagai konten media sosial Youtube untuk menyebarkan ajaran agama islam dan salah satu orang yang terlibat dalam pembuatan konten Youtube

Al-Fusha TV.

c. Pengolahan dan analisis data

Setelah proses pengumpulan data dan pencarian informasi dilakukan dan dianggap sudah cukup maka proses selanjutnya yaitu pengolahan data dan analisis data. Pada proses ini peneliti harus mengecek data yang diperoleh, menyusun data, mengklasifikasi data, dan mengoreksi hasil jawaban wawancara yang masih kurang jelas.

d. Membuat kesimpulan dan hasil penelitian

Pada akhir proses penelitian, peneliti mengecek ulang data yang telah diolah serta disusun dan membuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Dakwah dan Permasalahannya

Dakwah digital merupakan sebuah penyampaian ajaran agama Islam yang dapat diakses melalui kecanggihan teknologi dan memiliki jangkauan yang luas. Pada zaman dahulu ilmu agama atau ajaran agama Islam disalurkan melalui ceramah, atau buku, atau membedah isi buku melalui ahlinya, seiring perkembangan zaman kini semuanya bisa diakses melalui gadget. Siapapun memiliki hak yang sama dalam mengakses, berbicara, membedah, mengkritik, bahkan menjatuhkan suatu gagasan. (Syam, 2022)

Di era digital ini, dakwah Islam mengalami transformasi signifikan yang mempengaruhi cara pesan-pesan keagamaan disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Teknologi digital, terutama media sosial dan platform video online seperti Youtube, telah membuka jalur baru bagi para da'i untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Sebelumnya, dakwah lebih terbatas pada ceramah, khotbah, dan penulisan buku

disampaikan secara langsung atau melalui media cetak. Namun, dengan kemajuan teknologi, dakwah dapat dilakukan secara virtual, memungkinkan penyebaran informasi agama secara *real-time* dan interaktif. Hal ini tidak hanya mempermudah akses bagi masyarakat yang ingin belajar tentang Islam tetapi juga memungkinkan interaksi dan diskusi yang lebih dinamis antara da'i dan audiens.

Perubahan ini membawa dampak besar pada masyarakat, memperluas cakupan dakwah ke berbagai belahan dunia dan berbagai kalangan sosial. Di sisi lain, kemudahan akses dan kebebasan berekspresi di dunia digital juga menimbulkan tantangan baru, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat atau sesat. Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk menggunakan sumber yang valid dan bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Dakwah digital, jika dikelola dengan bijak, berpotensi besar untuk memperkuat pemahaman dan praktik keagamaan di tengah masyarakat modern yang semakin terhubung secara global. Era digital telah memungkinkan setiap orang untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi tanpa terhalang oleh batasan ruang dan waktu. (Fabriar, 2022) Youtube memungkinkan pengguna untuk mengunggah video secara gratis dan diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia. Ini meningkatkan popularitas Youtube karena variasi konten yang ditawarkan. Keunggulan Youtube adalah tidak adanya batasan durasi, berbeda dengan media sosial lain seperti Instagram yang hanya memperbolehkan video berdurasi pendek. Karena alasan ini, banyak orang memilih Youtube sebagai platform utama mereka. (Hamdan & Mahmuddin, 2021)

Dakwah digital merujuk pada upaya menyebarkan ajaran agama menggunakan platform dan teknologi digital. Dalam konteks artikel ini, dakwah digital membawa ajaran Islam kepada khalayak luas melalui Youtube Studio Al-Fusha TV. Dakwah digital memanfaatkan konvergensi teknologi informasi dan komunikasi untuk menyampaikan pesan agama secara efektif. Youtube sebagai platform video menjadi alat utama dalam

menyebarkan dakwah, memanfaatkan fitur-fitur seperti *live streaming*, komentar, dan interaksi langsung dengan pemirsa. Dakwah digital memungkinkan siapa pun, termasuk individu atau lembaga keagamaan, untuk memproduksi dan menyebarkan konten dakwah tanpa batasan geografis atau birokratis. Hal ini mengarah pada demokratisasi penyampaian pesan agama, di mana siapapun dapat menjadi penggerak dalam menyebarkan nilai-nilai Islam.

Konten Youtube Studio Al-Fusha TV dapat disesuaikan dengan preferensi audiens, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih personal dan relevan bagi pemirsa. Interaksi antara pembuat konten dan pemirsa juga ditingkatkan melalui fitur-fitur seperti komentar dan *live chat*, memungkinkan pertukaran ide dan pemahaman yang lebih dalam. Keberhasilan dakwah digital dapat diukur melalui berbagai metrik seperti jumlah penonton, tingkat interaksi, dan dampak sosial. Dengan menggunakan data analitik yang disediakan oleh platform Youtube. Youtube adalah sebuah situs web untuk berbagi video yang didirikan oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. (Al-Hakim, 2021)

Pembuat konten dapat mengevaluasi kinerja konten mereka dan membuat perbaikan untuk meningkatkan efektivitas dakwah. Ada beberapa strategi dan pendekatan dalam pembuatan konten dakwah untuk mencapai tujuan penyebaran dakwah islam melalui konten Youtube Al-Fusha TV di antaranya sebagai berikut :

1. Konten dakwah haruslah relevan dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh audiens target. Pesan-pesan Islam yang disampaikan harus mampu memberikan solusi dan inspirasi dalam konteks kehidupan sehari-hari.
2. Pembuatan konten dakwah haruslah kreatif dan menarik agar dapat memikat perhatian pemirsa. Penggunaan teknik-teknik presentasi yang menarik seperti animasi, narasi menarik, dan visual yang

menarik dapat meningkatkan daya tarik konten dakwah.

3. Pesan-pesan dakwah harus disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens target. Hindari penggunaan istilah-istilah teknis atau bahasa yang sulit dipahami yang dapat membingungkan pemirsa.
4. Pembuatan konten dakwah haruslah beragam untuk mencapai audiens dengan berbagai latar belakang dan kebutuhan. Konten-konten tersebut dapat berupa ceramah, diskusi, tutorial, kisah-kisah inspiratif, dan sebagainya.
5. Konten dakwah haruslah interaktif dan partisipatif sehingga pemirsa merasa terlibat dalam proses belajar. Ini dapat dicapai melalui penggunaan fitur-fitur interaktif seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab langsung.
6. Penting untuk menjaga konsistensi dan keteraturan dalam penayangan konten dakwah. Menjadwalkan penayangan konten secara teratur dapat membantu membangun basis penggemar yang setia dan meningkatkan visibilitas kanal.
7. Mendengarkan dan merespons umpan balik dari pemirsa merupakan strategi penting dalam meningkatkan kualitas konten dakwah. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan komentar, saran, dan masukan dari pemirsa serta melakukan penyesuaian konten sesuai kebutuhan.

Dengan menerapkan strategi dan pendekatan tersebut, konten dakwah pada Youtube Studio Al-Fusha TV dapat menjadi lebih efektif dalam menyebarkan pesan-pesan Islam dan menjangkau audiens yang lebih luas di era digital.

Dakwah dan Era *Global Village*

Dakwah merupakan penyampaian pesan yang berisi ajaran-ajaran agama islam yang ditujukan kepada seluruh umat Islam agar menuju ke jalan yang benar dan baik. Seiring perkembangan zaman, dakwah dapat dilakukan dan disebarkan melalui kecanggihan teknologi yang dapat menjangkau masyarakat luas. Era modern menghasilkan teknologi yang cukup membantu memudahkan segala sesuatu seperti halnya penyebaran ajaran agama islam. Pada zaman dahulu sebelum adanya perkembangan teknologi, dakwah islam dilakukan melalui ceramah langsung, pengajian, penulisan buku, dan lain sebagainya. Dakwah melalui media sosial atau disebut dengan istilah dakwah virtual merupakan salah satu bentuk perkembangan metode dalam dakwah.

Dari fenomena media massa tersebut yang telah menyatu dengan kehidupan dan perkembangan zaman, kemudian banyak pakar mengatakan bahwa dunia ini sesungguhnya telah menjelma menjadi sebuah "kampung", mereka menyebutnya dengan *global village*. Sebagai implementasi fositifnya, setiap kejadian yang ada di suatu negara dalam beberapa saat dapat diketahui oleh masyarakat di seluruh dunia. (Yoga, 2015) Dakwah dalam era *global village* mengalami perubahan dalam konteks dan pendekatannya. Pada dasarnya, dakwah tetap bertujuan untuk menyebarkan ajaran agama, namun, dalam era *global village*, dakwah harus memperhatikan konteks global, teknologi, dan tantangan serta peluang yang ada, dalam konteks global dakwah harus mengakui bahwa masyarakat tidak lagi terbatas oleh batas geografis atau budaya. Oleh sebab itu, dakwah harus menghadapi keragaman budaya, agama, dan nilai-nilai dalam masyarakat yang semakin terkoneksi ini.

Pada era *global village* didorong oleh teknologi, yang memungkinkan pertukaran informasi yang cepat dan luas. Dakwah harus memanfaatkan teknologi ini untuk menyebarkan pesan agama secara efektif, seperti melalui

media sosial, aplikasi, dan situs *web*. Era *global village* menawarkan tantangan baru, seperti penyebaran informasi yang salah dan pemahaman agama yang dangkal. Di sisi lain, ada peluang untuk memperluas jangkauan dakwah melalui teknologi dan mendukung dialog antar-budaya. Dakwah harus menggabungkan berbagai disiplin ilmu, seperti sains, teknologi, dan ilmu sosial, untuk mengatasi tantangan global dan membangun pemahaman yang lebih baik tentang agama dan kehidupan modern. Sebagai contoh kasus dakwah dalam era *global village*, kita bisa melihat bagaimana teknologi telah memungkinkan dakwah untuk mencapai audiens yang lebih luas, bahkan di tempat-tempat yang sebelumnya sulit dijangkau. Salah satu contoh kasus yang menarik adalah dakwah melalui media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook dan lain sebagainya.

Persoalan Mendasar Dakwah Islam

Dakwah merupakan salah satu konsep penting dalam Islam yang memiliki banyak makna dan implikasi. Secara umum, dakwah bisa diartikan sebagai upaya untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada orang lain dengan tujuan mengajak mereka mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dakwah bisa dilakukan dalam berbagai bentuk, mulai dari penyampaian pesan secara langsung kepada individu, kelompok, atau masyarakat, hingga melalui media massa dan platform digital. Dakwah juga bisa berupa upaya untuk memperbaiki dan memperkuat hubungan antara umat Islam dengan masyarakat sekitar, serta memperjuangkan keadilan dan kesejahteraan bagi semua orang, tanpa memandang suku, agama, ras, atau budaya. Seiring perkembangan zaman dakwah islam atau penyebaran ajaran agama islam dapat dijangkau secara luas dengan melalui perkembangan teknologi seperti media sosial. Media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah.

Namun, berdakwah melalui media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma bermedsos. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan bukan sebaliknya menimbulkan permasalahan. (Sumadi, 2016) Persoalan mendasar dalam dakwah Islam mencakup pemahaman

yang mendalam terhadap Al-Qur'an dan Sunnah, kebutuhan untuk memahami konteks sosial dan budaya tempat dakwah dilakukan, kepemimpinan yang kuat dan keterampilan komunikasi yang baik, kesadaran global terhadap isu-isu seperti perdamaian dan keadilan, kreativitas dan inovasi dalam menjangkau audiens yang lebih luas, pemahaman tentang kebutuhan masyarakat serta bagaimana pesan-pesan Islam dapat memenuhi kebutuhan tersebut, ketekunan dan kesabaran dalam proses dakwah, pemahaman tentang perbedaan antara individu dan budaya, sikap terbuka dan responsif terhadap perubahan dan tantangan yang ada.

Pengembangan konten dakwah Youtube Studio Al- Fusha TV

Dakwah digital semakin menjadi perhatian utama bagi berbagai lembaga dakwah, termasuk Youtube Studio Al-Fusha TV yang telah berhasil menjangkau khalayak yang lebih luas dengan jumlah *subscribe* mencapai 12 ribu. Keberhasilan ini tidak terlepas dari pemahaman mendalam mereka mengenai platform digital dan strategi yang efektif untuk memanfaatkannya. Menariknya, tidak hanya pengurus saja yang terlibat dalam produksi konten, tetapi juga beberapa *crew* media berasal dari kalangan santri. Ini menunjukkan bahwa pesantren tidak hanya menjadi tempat untuk menuntut ilmu agama, tetapi juga sebagai wadah untuk mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan teknologi secara produktif.

Dengan fasilitas yang diberikan dan manajemen yang baik, pondok pesantren mampu menjadi pelopor dalam dakwah digital. Tidak hanya dari segi kuantitas, kualitas konten yang dihasilkan juga patut diapresiasi. Secara teknis, konten audio dan video yang diproduksi memenuhi standar kualitas, mencerminkan dedikasi dan profesionalisme dari tim produksi. Dengan demikian, keberhasilan Youtube Studio Al-Fusha TV tidak hanya menjadi prestasi bagi lembaga tersebut, tetapi juga membuktikan bahwa pesantren

dapat menjadi kekuatan yang relevan dalam berdakwah di era digital ini.

Pengembangan platform Youtube Studio Al-Fusha TV telah dilakukan dengan sangat baik, menunjukkan keseriusan dan keteraturan dalam pengelolaannya. Semua konten direncanakan dan dikonsept dengan terjadwal, menunjukkan profesionalisme tim di balik layar. Tidak hanya itu, crew media selalu berkoordinasi dengan pengasuh pondok untuk memastikan hasil konten sesuai dengan visi dan nilai-nilai yang dipegang oleh pondok. Apabila ditemukan kekeliruan atau perlu revisi, mereka dengan sigap mengkomunikasikannya untuk memastikan kualitas konten yang dihasilkan tetap terjaga. Berikut terdapat langkah-langkah dari proses produksi konten Youtube Studio Al-Fusha TV:

1. Melakukan koordinasi dengan pemilik yayasan, karena hal ini menjadi landasan utama dalam menentukan arah dan visi dari konten yang akan diproduksi. Tim Studio Al-Fusha merancang sistem penjadwalan konten dengan cermat, menentukan kapan konten akan diunggah mulai dari tahap pra-produksi hingga penayangan. Sistem penargetan yang diterapkan adalah minimal satu konten diunggah setiap hari, menunjukkan konsistensi dalam mempersembahkan konten kepada audiens.
2. Perencanaan pembuatan konten tidak dilakukan secara mendadak, akan tetapi telah dipertimbangkan jauh-jauh hari sebelumnya. Biasanya crew media bersama pengasuh pondok mengadakan rapat mengenai konten yang akan dihasilkan dimulai pada awal semester, dengan rapat yang dilakukan setelah masa liburan untuk menetapkan konten yang akan tayang dalam periode enam bulan ke depan. Bahkan, *event-event* atau hari besar seperti Ramadan, Syawal, Isra Mi'raj, dan lainnya sudah direncanakan sejak awal semester, menunjukkan ketepatan dalam mengantisipasi kebutuhan konten yang sesuai dengan

momentum tersebut.

3. Eksekusi konten berjalan teratur sesuai dengan yang sudah terjadwal, sitem kejar target yang teratur mampu membuat produksi konten mempunyai waktu yang efisien. Mengingat tidak hanya konten dari Studio Al-Fusha sendiri yang dikerjakan, melainkan instansi seperti, SMP,SMA, SMK, MDTS, MA mereka juga mempunyai jadwal konten yang dimana Studio Al-Fusha juga turut membantu.
4. Setelah melakukan tahap pra produksi dan produksi, agar isi kualitas konten dapat terjaga, perlu adanya pengecekan kembali yang dilakukan oleh pihak instansi, pimpinan Studio dan pengasuh pondok. Hal ini dilakukan untuk mengkonfirmasi apakah konten ini sudah layak tayang atau masih perlu revisi. Pengecekan kembali ini dilakukan pada seminggu sebelum jadwal target konten tayang.

Dengan pengelolaan yang teratur dan terencana seperti ini, Studio Al-Fusha TV mampu memproduksi konten yang berkualitas dan relevan secara konsisten kepada audiensnya. Hal ini tidak hanya memperkuat keberadaan platform Youtube mereka, tetapi juga mengukuhkan posisi Studio Al-Fusha TV sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan bagi pemirsa yang setia mengikuti konten-konten yang mereka sajikan.

Pembagian produksi konten di Studio Al-Fusha TV telah disusun dengan rapi, mengikuti pola satu minggu tujuh hari. Di Al-Fusha sendiri, terdapat enam instansi pendidikan yakni SMP, SMA, SMK, MDTS, MA, dan pondok,serta tambahan satu lagi yaitu Studio Al-Fusha TV sendiri. Tim media dari Al-Fusha merencanakan pembagian hari untuk setiap instansi sebagai hari unggah konten agar terorganisir dengan baik. Konten yang dipertimbangkan untuk diunggah ke Youtube biasanya terbagi menjadi tiga jenis, yaitu pembelajaran, hiburan, dan karya.

Meskipun sistem perencanaan ini telah disusun dengan baik, namun masih terdapat kekurangan terutama dari pihak instansi yang mungkin kurang paham secara teknis. Tim atau kru dari Al-Fusha Studio dapat membantu dalam pengambilan gambar di SMP, SMA, dan SMK untuk memastikan kualitas konten tetap terjaga. Sementara itu, *crew* media dari para siswa juga banyak, dan dari pihak pengurus terdapat tiga orang.

Konten yang dihasilkan dari Al-Fusha Studio sendiri dikenal sebagai konten yang berkualitas baik dari segi isi maupun teknisnya. Studio ini terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren media dengan mengikuti alur perkembangan zaman serta selalu mengidentifikasi problematika yang menjadi perbincangan di masyarakat. Mereka juga mengikuti tren konten yang disukai oleh generasi Z untuk kemudian dimodifikasi menjadi konten yang bernuansa Islami.

Selain fokus pada Youtube, Studio Al-Fusha TV juga aktif dalam memproduksi konten untuk akun Tiktok. Dengan demikian, mereka mampu menjangkau audiens dengan berbagai preferensi dan platform media yang berbeda, memperluas dampak dan jangkauan dari konten-konten Islami yang mereka hasilkan.

Proses pemilihan santri yang menjadi *talent* untuk tampil di depan layar Youtube Al-Fusha tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan mengikuti kriteria yang telah ditetapkan dengan sistem marketing yang terstruktur. Standarisasi talenta dan konsep konten harus selaras agar hasilnya memenuhi harapan. Santri-santri ini melewati tahap *casting* apabila sebuah konten membutuhkan peran yang mampu mewujudkan konsepnya dengan baik, termasuk dalam program *talkshow*, mengisi kajian, atau segala format acara yang memerlukan kemampuan interpretasi yang tidak mudah dilakukan. Namun, kembali lagi bahwa kriteria tersebut tidak menutup kemungkinan untuk tidak unjuk diri karena banyak sekali jenis konten yang terdapat dalam Youtube Al-Fusha.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh Studio Al-Fusha TV

dalam mengintegrasikan teknologi digital adalah konsistensi dalam pemeliharaan dan pengembangan konten. Selain itu, untuk membuat konten digital yang efektif, mereka harus memahami segmentasi penonton dengan baik. Selain itu, aspek visual dalam konten ceramah juga menjadi kuncipenting, di mana Studio harus kreatif dan inovatif dalam memberikan pengalaman visual yang menarik bagi audiens mereka.

Dengan menjaga kualitas dan konsistensi dalam konten yang diproduksi, Studio Al-Fusha TV mampu memperluas jangkauan dan dampak pesan-pesan keislaman mereka melalui platform digital. Melalui proses seleksi dan standarisasi yang ketat, serta upaya terus-menerus dalam menghadapi tantangan teknis dan kreatif, mereka dapat mempertahankan posisi mereka sebagai penyedia konten Islami yang terpercaya dan relevan di era digital ini.

Perspektif da'i dalam menggagas dakwah strategis

Era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi seperti sekarang ini menuntut para da'i untuk memiliki kemampuan dalam mengelola teknologi sebagai media dakwah mereka. (Budiantoro, 2017) Pengasuh pondok pesantren yang terlibat dalam mengkonsep konten Youtube Al-Fusha telah menciptakan sebuah inovasi yang dianggap spesial terkhusus kepada para alumni mereka. Salah satu konten yang menonjol adalah *live streaming* ngaji online langsung dari pengasuh tersebut. Dalam konten ini, para audiensnya termasuk santri yang bermukim di pondok, serta ustadz, ustadzah, dan alumni yang mengikuti siaran melalui *streaming* Youtube. Tidak hanya itu, adapun orang luar yang mengikuti *streaming* Youtube. ini menandakan bahwa segmentasi Youtube Al-Fusha mulai menyebar luas.

Live streaming ngaji ini tidak hanya menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan spiritual para santri yang jauh dari pondok, tetapi juga menciptakan ikatan yang kuat antara pengasuh pondok dengan

alumni. Melalui sarana ini, pengasuh dapat tetap terhubung dengan para alumni mereka, membawa mereka kembali ke suasana pondok, dan memberikan rasa kedekatan serta kehangatan yang mungkin mereka rindukan.

Selain itu, menariknya, sebagian besar audiens yang menonton *live streaming* ini juga terdiri dari para wali santri. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya memengaruhi para santri secara langsung, tetapi juga melibatkan orang tua mereka dalam proses pendidikan dan spiritualitas yang dijalani anak-anak mereka di pondok pesantren Al-Fusha. Dengan demikian, konten ini tidak hanya memperkuat ikatan antara pengasuh dan alumni, tetapi juga memperdalam hubungan antara pondok pesantren dengan keluarga santri.

Selain pengasuh pondok yang mengisi kajian di Youtube Al-Fusha, para ustad dan ustadzah, serta para santri, kini diberikan kesempatan untuk memulai dakwah melalui platform Youtube Al-Fusha. Namun, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh para da'i dalam berdakwah di media sosial tersebut. Pertama-tama, mereka harus memahami kebutuhan masyarakat kemudian merespons berbagai permasalahan yang dihadapi oleh generasi Z. Hal ini memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap tren dan selera generasi Z, untuk direalisasikan dalam bentuk konten dakwah dengan memasukkan nilai-nilai keislaman yang relevan. Hal ini penting untuk menarik perhatian generasi Z yang cenderung lebih terhubung dengan konten yang bersifat dinamis, kreatif, dan sesuai dengan gaya hidup mereka.

Sebab, menyampaikan dakwah atau ceramah dengan gaya yang terlalu formal dan berdurasi panjang bisa membuat audiens merasa bosan dan kehilangan minat. Oleh karena itu, penting bagi para da'i dan *crew* media yang bertanggung jawab untuk terus mempelajari dan mengadaptasi metode dakwah yang kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan audiens mereka.

Seorang da'i memiliki peran yang penting dalam menanggapi sudut pandang yang berbeda dari para audiensnya. Dalam situasi dimana masyarakat terbelah atau terlibat dalam konflik, seorang da'i dapat menjadi penengah yang membawa perdamaian. Kemampuan da'i untuk menengahi konflik dan mencipta harmoni antara pihak-pihak yang berbeda adalah salah satu kekuatan utamanya. Dengan memahami sudut pandang yang berbeda, seorang da'i mampu melihat dan merasakan kompleksitas serta kedalaman permasalahan yang dihadapi masyarakat. Penyampaian informasi dan konten dakwah di media sosial lebih mudah dipahami karena tidak hanya berupa tulisan, tetapi juga mencakup gambar, meme, audio, video, dan infografis. (Ummah, 2020)

Seringkali, masyarakat menghadapi masalah yang kompleks dan memerlukan pendekatan yang bijaksana dalam penyelesaiannya. Sebagai seorang da'i, mereka memiliki tanggung jawab moral dan etis untuk mengedepankan perdamaian dan keadilan. Hal ini memerlukan kesabaran, pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai agama, serta kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan semua pihak yang terlibat. Media dakwah harus diperhatikan dengan cermat sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak. Kecenderungan masyarakat dalam menggunakan media sosial menjadi peluang yang harus dimanfaatkan oleh para dai untuk menyampaikan dakwah mereka. (Karim, 2016)

Dengan berada di posisi yang netral dan memiliki otoritas moral, seorang da'i dapat memfasilitasi dialog antara pihak-pihak yang berkonflik dan membantu mencari solusi yang adil dan berkelanjutan. Melalui dakwah dan penyampaian pesan-pesan keislaman, mereka dapat mempengaruhi pikiran dan perilaku masyarakat, serta mendorong terciptanya kedamaian dan persatuan di tengah-tengah konflik yang ada. Dengan demikian, peran seorang da'i bukan hanya sebagai pemimpin spiritual, tetapi juga sebagai pembawa perdamaian dan penengah dalam

menanggapi problematika masyarakat yang kompleks.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengembangan konten dakwah di Youtube Studio Al-Fusha TV, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan platform ini dilakukan dengan sangat baik dan terorganisir. Penelitian ini menemukan bahwa platform Youtube telah menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan dakwah, memungkinkan pesan-pesan keagamaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Selain itu, pengembangan konten ini juga melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak, termasuk pengasuh pondok, ustadz, ustadzah, santri, dan alumni. Melalui kerjasama yang terjalin baik antara berbagai instansi pendidikan dan Studio, konten-konten yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan audiens dapat diproduksi secara konsisten. Studio Al-Fusha TV mampu mempertahankan posisinya sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan bagi pemirsa yang setia mengikuti konten-konten yang mereka sajikan.

Daftar Pustaka

- Al-Hakim, L. dkk. (2021). *Dakwah Online Dalam Perspektif Masyarakat Modern di Media Sosial Youtube*. Komunikata.
- Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru Dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 55.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *Komunika*, 11(2), 264.
- Fabriar, S. R. (2022). Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital. *An-Nida: Jurnal An-Nida*, 2.
- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah. *Journal of Social Religion Research*, 6(1), 70–71.
- Hidayat, T., & Purwokerto, U. M. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian. *Jurnal Study Kasus*, 3, 1–13.
- Husain, A. (2020). Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital. *Al-*

- Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman*, 8(1), 105.
- Karim, A. (2016). Dakwah Melalui Media. *At-Tabsyir*, 4(1), 168.
- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, 43.
- Sulaeman, A. R. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Darussalam: Jurnal Communication*, 82.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 173–190.
- Syam, M. T. (2022). *Pengantar Studi Media Dakwah Digital*. Liyan Pustaka Ide.
- Ummah, A. H. (2020). *Dakwah Digital dan Generasi Milenial*. 8(1), 69.
- Ummah, A. H., Khairul Khatoni, M., & Khairurromadhan, M. (2020). PODCAST SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN. *KOMUNIKE*, 12(2), 210–234. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>
- Yoga, S. S. (2015). Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prospeknya. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 57.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (JSC)*, 1(1).