

## ANALISIS EFEKTIFITAS APLIKASI YOUTUBE DALAM PENYEBARAN AGAMA ISLAM

Felan Rhesnandia Satgas Putra<sup>1</sup>, Muhammad Syaifudin Afandi<sup>2</sup>, Nugraini Dewi Puspitasari<sup>3</sup>, 'Athoul Maula Arrohima<sup>4</sup>, Saifuddin Zuhri<sup>5</sup>

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: [23052010024@student.upnjatim.ac.id](mailto:23052010024@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [23081010001@student.upnjatim.ac.id](mailto:23081010001@student.upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>, [23081010260@student.upnjatim.ac.id](mailto:23081010260@student.upnjatim.ac.id)<sup>3</sup>, [23081010261@student.upnjatim.ac.id](mailto:23081010261@student.upnjatim.ac.id)<sup>4</sup>, [saifuddin\\_zuhri.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:saifuddin_zuhri.ilkom@upnjatim.ac.id)<sup>5</sup>

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the effectiveness of the YouTube application as a medium for spreading Islam. In the digital era, social media has become an important tool in disseminating religious information and teaching. Through quantitative and qualitative approaches, this research measures the extent to which YouTube has succeeded in reaching a wider and deeper audience in the context of the spread of Islam. Data was collected through surveys, interviews, and content analysis from several popular YouTube channels that focus on Islamic material. The research results show that YouTube has great potential in increasing religious understanding and awareness, although there are challenges in ensuring content is accurate and in accordance with Islamic teachings.*

**Keywords:** *YouTube, Spread of Religion, Islam, Social Media, Effectiveness*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas aplikasi YouTube sebagai media dalam penyebaran agama Islam. Dalam era digital, media sosial telah menjadi alat penting dalam menyebarkan informasi dan pengajaran agama. Melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini mengukur sejauh mana YouTube berhasil mencapai audiens yang lebih luas dan mendalam dalam konteks penyebaran agama Islam. Data dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan analisis konten dari beberapa kanal YouTube populer yang fokus pada materi keislaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube mempunyai potensi cukup besar dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran beragama, meskipun terdapat tantangan dalam memastikan konten yang akurat dan sesuai dengan ajaran Islam.

Kata Kunci: YouTube, Penyebaran Agama, Islam, Media Sosial, Efektivitas

### PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi platform utama untuk berbagi informasi dan pengetahuan dalam beberapa tahun terakhir, termasuk dalam konteks penyebaran agama. YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan membagikan video. YouTube memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja bagi yang memiliki perangkat elektronik dan koneksi internet. Sebagai salah satu platform video terbesar di dunia, YouTube menawarkan berbagai konten keagamaan yang dapat diakses oleh jutaan pengguna. Artikel ini membahas bagaimana YouTube digunakan dalam penyebaran agama Islam dan seberapa efektif platform ini dalam mencapai tujuan tersebut.

## TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas aplikasi YouTube dalam penyebaran agama islam.

## TINJAUAN PUSTAKA

Sejumlah penelitian telah membahas penggunaan media sosial dalam konteks keagamaan. Anderson (2013) membahas bagaimana media baru mengubah cara publik berinteraksi dengan konten keagamaan, menunjukkan bahwa media digital dapat membentuk ulang ruang publik Islam. Bunt (2018) mengeksplorasi bagaimana lingkungan digital mengubah otoritas keagamaan dan menyebarkan informasi Islam. Campbell (2010) menyoroti interaksi antara agama dan media baru, termasuk penggunaan platform seperti YouTube untuk penyebaran agama. Echchaibi (2011) menjelaskan peran media dalam membentuk opini publik di dunia Islam, dengan fokus pada platform digital. Howard dan Hussain (2011) menganalisis peran media digital dalam mobilisasi sosial dan penyebaran informasi di negara-negara Muslim.

Nasrullah (2016) menambahkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern, termasuk dalam konteks keagamaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, termasuk YouTube, memfasilitasi komunikasi dua arah antara penyebar pesan dan audiens. Nisa (2018) menemukan bahwa platform seperti Instagram dan YouTube digunakan oleh pemuda Muslim di Indonesia untuk berdakwah secara kreatif dan menarik perhatian audiens muda. Sisler (2011) mengkaji penggunaan situs web Islam dan platform digital lainnya untuk memberikan nasihat dan bimbingan keagamaan, menunjukkan pentingnya kredibilitas dan akurasi informasi.

Yusof dan Ahmad (2017) mengamati efek program televisi keagamaan di Malaysia dan menemukan bahwa media visual memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan masyarakat. Zickuhr dan Smith (2012) memberikan data tentang penggunaan internet dan media sosial yang relevan untuk memahami demografi pengguna YouTube.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode campuran, yang melibatkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif dikumpulkan melalui survei online yang

disebarkan kepada pengguna yang sering mengakses konten keagamaan di YouTube. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan beberapa pengelola kanal YouTube keislaman dan analisis konten dari video-video populer.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Jumlah dan Jenis Konten

Analisis menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah kanal dan video yang berfokus pada konten keislaman. Konten islami di YouTube sangat beragam, yaitu mencakup ceramah, tutorial ibadah, kajian, dan tanya jawab mengenai berbagai aspek ajaran Islam. Nasrullah (2016) mencatat bahwa media sosial, termasuk YouTube, memungkinkan distribusi informasi yang luas dan cepat.

### 2. Dampak terhadap Audiens

Survei menunjukkan bahwa 75% responden merasa bahwa YouTube membantu mereka memahami ajaran Islam dengan lebih baik. Wawancara mengungkapkan bahwa banyak pengguna merasa lebih terhubung dengan komunitas Islam global melalui YouTube. Bunt (2018) dan Campbell (2010) menyoroti bahwa media digital tidak hanya memperluas jangkauan dakwah tetapi juga meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens.

### 3. Tantangan dan Kendala

Beberapa tantangan yang diidentifikasi termasuk risiko penyebaran informasi yang tidak akurat dan sulitnya memverifikasi kredibilitas sumber konten. Sisler (2011) menunjukkan pentingnya validasi informasi dalam konteks keagamaan. Pengelola kanal juga menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi dan kualitas konten. Yusof dan Ahmad (2017) menekankan perlunya strategi untuk memastikan kualitas dan akurasi program keagamaan di media.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa YouTube memiliki potensi besar sebagai media penyebaran agama Islam. Platform ini tidak hanya memperluas jangkauan dakwah tetapi juga membantu meningkatkan pemahaman keagamaan di kalangan audiens yang lebih luas. Namun, diperlukan upaya lebih lanjut untuk memastikan bahwa konten yang disebarakan akurat dan dapat dipercaya. Pengembangan panduan dan pelatihan bagi pembuat konten dapat menjadi langkah penting dalam mengatasi tantangan ini.

## REFERENSI

- Anderson, J. W. (2013). "New Media, New Publics: Reconfiguring the Public Sphere of Islam." *Social Research: An International Quarterly*, 70(3), 887-906.
- Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. University of North Carolina Press.
- Campbell, H. A. (2010). *When Religion Meets New Media*. Routledge.
- Echchaibi, N. (2011). "Voices of a New 'Arab' Public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today." *International Journal of Middle East Studies*, 33(1), 25-41.
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2011). "The Role of Digital Media." *Journal of Democracy*, 22(3), 35-48.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, E. F. (2018). "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia*, 5(1-2), 68-99.
- Sisler, V. (2011). "Cyber Counsellors: Islamic Websites and Advice." *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 5(2), 133-155.
- Yusof, S. A. M., & Ahmad, S. A. (2017). "Islamic Religious Programming on Television in Malaysia: Perceptions and Effects." *Journal of Media and Communication Studies*, 9(5), 34-42.
- Zickuhr, K., & Smith, A. (2012). "Digital Differences." Pew Research Center's Internet & American Life Project.