

Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Melalui Strategi Dakwah Channel Youtube Shift Media

Nurdin¹, Miftahur Rizik²
Email: nurdin5@gmail.com

Abstrak

Di era modern saat ini, strategi dakwah terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi. Platform media sosial yang menjadi sering menjadi fokus para penggiat dakwah adalah YouTube. salah satu strategi dakwah yang relevan dengan dinamika ini adalah teori strategi dakwah dari Al-bayanuni yang mengklasifikasikan strategi dakwah menjadi tiga jenis, yaitu strategi sentimentil, rasional, dan inderawi. Integrasi dakwah dengan teknologi memungkinkan pendakwah untuk mencapai khalayak yang lebih luas. Shift Media, sebuah channel YouTube dengan konten dakwah kreatif yang disebut-sebut juga menjadi wadahnya para “pemuda hijrah” yang sedang mencari ilmu agama tetapi dengan konsep anak muda. Dengan tema yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, Shift Media berhasil menarik perhatian tidak hanya anak muda tetapi juga kalangan lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan data secara deskriptif, baik dari wawancara, dokumentasi, maupun observasi terhadap strategi dakwah channel YouTube dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, fokusnya pada deskripsi fenomena alamiah dan rekayasa manusia tanpa melibatkan prosedur statistik. Hasil Penelitian ini mengungkap strategi dakwah Shift Media dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam melalui channel YouTube mereka. Strategi sentimentil berfokus pada konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, menggunakan kisah, narasi, dan simbol keagamaan untuk membangkitkan empati dan inspirasi pada penonton. Strategi rasional didasarkan pada argumentasi logis, penelitian, dan penjelasan yang ilmiah. Strategi inderawi memanfaatkan elemen visual, audio, dan sensorik untuk menciptakan pengalaman mendalam bagi penonton, memperkuat pesan-pesan agama Islam dengan daya tarik yang lebih besar.

Kata Kunci: Strategi sentimentil, Strategi rasional, Strategi inderawi

PENDAHULUAN

¹ IAI Darussalam Martapura

² Institut Islam Ma'arif Jambi

Kata dakwah menurut bahasa adalah suatu istilah yang telah memiliki makna sendiri, kata dakwah berarti *da'a - yad'u* yang memiliki arti ajakan, memanggil, mengundang, imbauan, hidangan, seruan atau panggilan. Sedangkan pengertian dakwah secara bahasa menurut M. Husain Fadlullah Al Hasani adalah kata dakwah mengandung makna aktivitas amar ma'ruf nahi munkar. Jika ditinjau dari hubungan dengan kata dakwah maka pemaknaan dari aktivitas amar ma'ruf nahi munkar telah memiliki makna yang selaras yaitu amar ma'ruf memiliki arti sebuah praktik dakwah untuk mengajak orang untuk mengikuti kebaikan, sedangkan makna dari nahi munkar bertujuan mengajak orang untuk menjauhi serta meninggalkan hal atau perbuatan yang buruk.³

Pengertian dakwah secara umum yaitu sebuah ajakan untuk menuju kepada sesuatu yang baik. Dakwah adalah upaya atau aktifitas yang berbentuk ucapan ataupun perbuatan yang bertujuan mengajak orang lain untuk memberi pemahaman, mengetahui, menghayati dan mengamalkan nilai-nilai ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dari berbagai pemaknaan dari kata dakwah diatas dapat kita simpulkan bahwa dakwah adalah suatu upaya secara sadar untuk mengajak orang lain dalam bentuk lisan, tingkah laku, tulisan dan sebagainya yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain hingga timbulnya pengertian dan kesadaran dalam diri mereka untuk menghayati serta mengamalkan nilai-nilai ajaran agama Islam.

Karena dakwah telah banyak dijelaskan dalam al-Qur'an maka sudah menjadi wajib hukumnya bagi setiap muslim untuk melakukannya seperti dalam surah an-Nahl ayat 125 yang artinya "Ajaklah kepada syariat Tuhanmu dengan bijaksana dan nasihat yang baik dan menarik, serta bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Tuhanmu betul-betul mengetahui orang yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.". Dari firman tersebut Allah SWT memberikan panduan kepada Rasulullah agar menyeru atau mengajak para manusia untuk kembali ke jalan Islam. Allah SWT juga menyerukan agar mengajak manusia dengan cara dan pengajaran yang baik serta dengan niat untuk berdakwah keseluruh manusia yang bertujuan agar mengamalkan juga menghayati ajaran-ajaran agama Islam dan menjauhi segala hal yang buruk.

Pada zaman Rasulullah dakwah dimulai dengan cara sembunyi-sembunyi hingga terang-terangan. Pada umur 40 tahun Rasulullah menerima wahyu pertamanya kemudian melakukan dakwah selama 23 tahun yang dibagi menjadi dua periode yaitu 13 tahun di Mekkah dan 10 tahun berdakwah di Madinah. Dakwah yang dilakukan Rasulullah di Mekkah meliputi ketuhanan atau keesaan baik dengan cara sembunyi-sembunyi ataupun terang-terangan yang dikarenakan pada saat itu masyarakat Mekkah masih banyak yang menyembah berhala. Pada periode Mekkah ini, proses dakwah melalui lisan masih dilakukan dikalangan terbatas yaitu diawali dari kalangan keluarga, pemuda, beberapa hamba, termasuk beberapa tokoh Quraisy yang siap untuk mengawal perjuangan Rasulullah dalam

³ M. Husain Fadlullah, *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*. (Jakarta: Lentera. 1997), hal. 10.

dakwah di jalan Allah.⁴ Sedangkan dakwah Rasulullah yang dilakukan di Madinah memiliki beberapa substansi yaitu seperti pembinaan akidah, ibadah, dan muamalah, mempersaudarakan kaum muslimin, membina kader-kader perjuangan, dan berbagai strategi pertahanan dan sosial untuk menjaga situasi kota Madinah. Diawali dengan berdakwah secara sembunyi-sembunyi kemudian beberapa sahabat Rasulullah mengikuti hingga akhirnya Rasulullah berdakwah secara terang-terangan walaupun tetap banyak hinaan dan cacian. Setelah periode dakwah Rasulullah selesai, para sahabat hingga penerusnya melanjutkan perjuangan dakwah Rasul dengan cara yang berbeda-beda yang pada akhirnya banyak buku-buku yang ditulis oleh ulama-ulama besar sebagai bukti perjuangan dakwah mereka.

Di zaman yang sudah secanggih sekarang, telah banyak ulama-ulama dan pendakwah-pendakwah yang hebat dengan strategi dakwah mereka masing-masing. Maka semakin berlalunya waktu, maka muncul dan berubah pula berbagai strategi dakwah yang dilakukan para pendakwah dalam menyampaikan pesannya agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh sasaran. Perkembangan zaman dan teknologi membuat pendakwah sekarang tidak harus dilakukan di masjid-masjid yang mengharuskan untuk bergerak dari satu daerah ke daerah lainnya agar dapat didengar oleh banyak orang sehingga para pendakwah harus mengetahui strategi apa yang digunakan agar pesan tersampaikan.

Strategi dakwah merupakan salah satu upaya untuk menemukan cara menghadapi target sasaran dakwah di kondisi dan situasi tertentu agar tujuan dari dakwah tersampaikan dengan optimal maka dengan demikian para pendakwah harus mengenal dan memahami perkembangan teknologi serta komunikasi sehingga dapat menggunakan metode dan strategi dakwah yang tepat dilakukan agar dapat berbeda dari biasanya seperti memanfaatkan teknologi media dakwah yang sekarang telah banyak digunakan yaitu Youtube. Youtube merupakan salah satu media sosial yang besar dan populer yang digunakan oleh banyak orang di dunia sekarang. Media sosial ini memfasilitasi para penggunanya untuk membuat video dan mengunggahnya serta dapat menyiarkan tayangan secara *live* atau siaran langsung ke seluruh pengguna Youtube di dunia.⁵

Dakwah jika diintegrasikan dengan teknologi maka kegiatan para pendakwah akan semakin mudah dan pesan yang ingin disampaikan memiliki jangkauan yang luas. Dengan media Youtube yang dimanfaatkan maka diperlukan strategi dari pendakwah untuk dapat mengelola *channel* Youtube milik mereka menjadi suatu wadah dakwah yang memiliki konten menarik sehingga dapat menarik para *viewers* atau penonton agar pesan yang ingin disampaikan oleh para pendakwah dapat tertanam di dalam diri penonton. Dalam hal ini maksud tujuan dari pendakwah yaitu menyampaikan pesan agar para *viewers* atau penonton dapat mengetahui, memahami, menghayati dan mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam.

⁴ Ridwan Rustandi and Syarif Sahidin, "Analisis Historis Manajemen Dakwah Rasulullah Saw Dalam Piagam Madinah", *Jurnal Tamaddun : Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam*, 7.2 (2019), hal. 369.

⁵ Erik Fahrion Setiadi, Alia Azmi, and Junaidi Indrawadi, "Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial", *Journal of Civic Education*, 2.3 (2019), hal. 314.

Untuk memiliki konten dakwah yang berkualitas perlu adanya strategi yang efektif dan matang. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teori dari Al-Bayanuni yang membagi strategi dakwah dalam tiga jenis, yaitu strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi indrawi. Peneliti melihat adanya salah satu *channel* Youtube yang memiliki konten dakwah yang kreatif dan menarik yaitu Shift Media. *Channel* Youtube Shift Media adalah media dakwah bertemakan islami yang telah banyak dikenal terutama dikalangan anak muda tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa selain anak muda tertarik pada konsep dakwah di channel ini, karena salah satu hal yang membuat *channel* Youtube ini berbeda adalah konsep yang dibungkus dalam setiap konten tersebut disesuaikan dengan tema-tema permasalahan hidup yang tidak jarang kita temukan seperti soal sosial, keluarga, cinta, dan lain-lain. *Channel* ini sudah ada sejak tahun 2017 dan saat peneliti mengamati channel tersebut telah memiliki pengikut sebanyak 560 ribu lebih dengan total durasi ditonton sebanyak 40.000.000 lebih.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang “Strategi Dakwah *Channel* Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan data yang mendeskripsikan atau menggambarkan perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan dari individu. Oleh karena itu, peneliti mengamati subjek penelitian melalui berbagai metode pengumpulan data, termasuk wawancara, dokumentasi, dan observasi secara langsung maupun tidak langsung dari aktivitas strategi dakwah yang dilakukan di *channel* YouTube untuk menyebarkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yang berarti bahwa penelitian mendeskripsikan dan menggambarkan berbagai fenomena yang dibuat oleh manusia dan alami. Tidak ada prosedur statistik atau hitungan lainnya yang dapat memberikan perhatian yang lebih besar pada kualitas, karakteristik, dan hubungan antar temuan.⁶

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan Terbaru *Channel* Shift Media

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan perkembangan terbaru bahwa *channel* Shift Media telah mengimplementasikan daftar *playlist* yang memudahkan peneliti atau bahkan penonton dalam menemukan konten yang dibutuhkan. Berikut adalah daftar *playlist* yang telah diidentifikasi:

1. Ramadhan bareng UHA (Ustadz Hanan Attaki)

Playlist ini didedikasikan untuk konten-konten terkait Ramadhan yang dipandu oleh Ustadz Hanan Attaki (UHA), termasuk kajian-kajian agama, ceramah, dan tips menjalankan ibadah di bulan suci Ramadhan. *Playlist* ini diproduksi setiap harinya pada bulan ramadhan, yang berarti terdapat 30 video

⁶ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020), hal. 9.

yang disajikan Ustadz Hanan Attaki melalui *channel* Shift Media dengan tema yang berbeda-beda.

2. Kajian dari pengisi konten yang lain

Salah satu hal yang membuat *channel* Shift Media menarik adalah video kajian yang diisi lebih dari satu pendakwah didokumentasikan secara penuh tanpa dipotong sedikitpun yang membuat para penonton dapat mengambil pelajarannya tidak setengah-setengah. Ada beberapa *playlist* yang sudah dibuat oleh *channel* Shift Media, yaitu *Jackpot Rezeki Kang Dewa Eka Prayoga*, sebuah *playlist* yang dipandu oleh Kang Dewa Eka Prayoga. Di dalam *playlist* ini, penonton dapat menemukan beragam materi seperti ceramah, motivasi, dan cerita inspiratif yang disampaikan oleh Kang Dewa Eka Prayoga. Selain itu, terdapat pula *playlist* bernama Ustadz Nur Ihsan Kajian Pendek yang menyajikan kumpulan kajian-kajian singkat dari Ustadz Nur Ihsan. Materi-materi ini dirangkum dengan ringkas namun tetap bermanfaat, memudahkan penonton untuk menemukan dan mengakses pelajaran agama yang padat.

Untuk kajian-kajian yang lebih mendalam, terdapat *playlist* bernama Ustadz Nur Ihsan Jundulloh. Di sini, penonton dapat menemukan kajian-kajian yang membahas tema-tema agama, keislaman, dan pemahaman Al-Qur'an dengan lebih detail dan mendalam. Selanjutnya, *playlist* Ustadz Hanan Attaki menyajikan berbagai kajian dan ceramah dari Ustadz Hanan Attaki. Materi-materi ini memberikan wawasan keagamaan dan motivasi bagi penonton, membantu mereka dalam memahami ajaran agama Islam dan menghadapi tantangan kehidupan dengan lebih baik.

Terakhir, *playlist* Ustadz Imam Nuryanto berisi kumpulan ceramah dan kajian dari Ustadz Imam Nuryanto. Di dalam *playlist* ini, Ustadz Imam Nuryanto membahas berbagai tema agama dan kehidupan sehari-hari, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Islam dan bagaimana mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan adanya daftar *playlist* ini, peneliti dan penonton dapat dengan mudah menavigasi dan menemukan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka di *channel* Shift Media. Ini mencerminkan upaya Shift Media dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan menyediakan konten yang bermanfaat bagi masyarakat.

B. Strategi Inderawi Channel Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam.

Strategi dakwah inderawi adalah pendekatan yang memanfaatkan elemen-elemen inderawi, seperti media visual, audio, dan sensori lainnya, untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan lebih kuat dan memikat. Dalam konteks media modern, seperti *channel* YouTube, strategi ini sering kali mencakup penggunaan gambar, video, musik, dan efek suara untuk memperkuat pesan-pesan agama Islam. Tujuan utamanya adalah

menciptakan pengalaman yang mendalam dan memikat bagi pemirsa, sehingga mereka lebih terhubung dengan materi dakwah yang disampaikan. Dengan memanfaatkan daya tarik inderawi ini, dakwah dapat menjadi lebih efektif dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam dan memengaruhi pemirsa dengan lebih dalam. Berdasarkan hasil wawancara dengan tim media dari *channel* YouTube Shift Media, serta pendapat dari pengisi konten dan penonton, diperoleh pemahaman mendalam tentang strategi inderawi yang digunakan dalam konten dakwah Shift Media. Berikut adalah hasil temuan dari penelitian ini :

1. Penggunaan Media Visual

Shift Media memanfaatkan strategi inderawi dengan mengintegrasikan media visual, seperti gambar, video, dan animasi, untuk memperkuat pesan-pesan agama Islam dalam konten dakwah mereka. Dengan teknologi yang terus berkembang, Shift Media menyadari bahwa visualisasi konsep-konsep agama Islam dapat disampaikan secara lebih menarik dan dinamis, meningkatkan keterlibatan penonton dalam pemahaman dan refleksi atas nilai-nilai keagamaan. Melalui penggunaan gambar, video, dan animasi, Shift Media menciptakan pengalaman visual yang memikat, memungkinkan penonton untuk memahami pesan-pesan tersebut dengan lebih mendalam. Pendekatan ini mencerminkan komitmen Shift Media untuk memperluas jangkauan dakwah dan edukasi keagamaan dengan memanfaatkan kekuatan media visual.

Fatur Rahman, seorang anggota tim Shift Media, menjelaskan bahwa penggunaan media visual memiliki peran penting dalam mempengaruhi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap pesan-pesan agama Islam. Dengan memanfaatkan teknologi visual yang canggih, Shift Media menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mendalam dalam konteks nilai-nilai keagamaan. Hal ini memungkinkan pesan-pesan agama Islam disampaikan secara lebih persuasif dan universal, mencapai berbagai lapisan masyarakat.

Rizki Hidayat sebagai anggota tim Shift Media menegaskan bahwa

“Melalui gambar, video, dan animasi, konsep-konsep agama Islam dapat disampaikan dengan jelas dan persuasif, memungkinkan penonton memahami pesan-pesan tersebut secara mendalam.” Dari jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa melalui gambar, video, dan animasi, Shift Media mampu menciptakan pengalaman visual yang memukau, meningkatkan keterlibatan penonton dalam pemahaman dan refleksi atas nilai-nilai keagamaan. Pendekatan ini membantu Shift Media untuk memperluas dampak dakwah mereka dan mencapai audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital.

2. Pengalaman Sensori

Strategi inderawi dari Shift Media juga melibatkan penggunaan elemen sensori, seperti musik, suara, dan kata-kata yang menyentuh hati, untuk memperkuat pengalaman penonton terhadap pesan-pesan agama Islam. Dengan memperhatikan intonasi suara pembicara dan memilih musik yang tepat, Shift Media menciptakan nuansa yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, merangsang pikiran dan merasuk ke dalam hati penonton. Respon positif dari penonton menunjukkan bahwa penggunaan elemen sensori ini berhasil membuat pesan dakwah mereka lebih berkesan dan mudah diingat.

Imam Nuryanto, seorang pengisi konten Shift Media, mengungkapkan bahwa Shift Media berupaya mengoptimalkan penggunaan kata-kata yang menyentuh hati dan merangsang pikiran, serta memperhatikan intonasi suara pembicara untuk memberikan nuansa yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Respon penonton yang positif menunjukkan bahwa penggunaan elemen sensori ini berhasil membuat pesan dakwah mereka lebih berkesan dan memicu refleksi diri dan tindakan.

Menggaris bawahi bahwa penggunaan media visual dan elemen sensori dalam video dakwah Shift Media telah membawa pengalaman yang lebih mendalam dan memikat bagi mereka. Penggunaan gambar, suara, dan efek visual telah berhasil memperkuat pesan-pesan keagamaan, meningkatkan koneksi emosional, dan menarik perhatian audiens. Dengan demikian, Shift Media berhasil tidak hanya dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, tetapi juga dalam menginspirasi dan memengaruhi pemirsa untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui pengalaman inderawi yang mendalam ini, Shift Media berhasil menyampaikan pesan dakwah yang lebih dari sekadar kata-kata. Mereka membawa penonton dalam perjalanan spiritual yang mempengaruhi hati dan jiwa, mengajak mereka untuk merenungkan pentingnya berbagi rezeki dan berbuat baik kepada sesama. Sebagai bagian dari strategi dakwah inderawi Al Bayanuni, video ini menciptakan pengalaman yang tidak hanya menginspirasi, tetapi juga menggerakkan penonton untuk bertindak dan mempraktikkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian Shift Media menggunakan strategi dakwah inderawi dalam konten-konten seperti "*One Minute Booster*", "*Dzikir Petang*", dan "*Borong Dagangan Cuanki*" untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam melalui media digital. Video "*Jajan Kuliner*" menggabungkan keindahan kuliner dengan nilai-nilai Islam tentang bersyukur atas rezeki Allah. Video "*Dzikir Petang*" membahas praktik dzikir petang dan manfaatnya dalam mendekatkan diri kepada Allah. Sedangkan video "*Borong Dagangan Cuanki*" mengilustrasikan kebaikan dan solidaritas

dalam berbagi rezeki kepada sesama. Semua video ini merupakan bagian dari upaya Al Bayanuni untuk menyebarkan nilai-nilai Islam melalui konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga mencapai audiens yang lebih luas. Dengan demikian, Shift Media efektif menggabungkan konten digital dengan dakwah inderawi untuk memperkuat pemahaman dan praktik keagamaan dalam masyarakat.

C. Strategi Sentimentil Channel Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Pendekatan sentimentil dalam upaya dakwah menekankan pada dimensi emosional dan spiritual, dengan tujuan untuk mempengaruhi kesadaran batin individu yang menjadi target dakwah. Strategi ini berfokus pada penyampaian pesan dakwah dengan kelembutan dan perasaan, bertujuan untuk membangkitkan perasaan positif, penghayatan spiritual, dan keterlibatan emosional yang mendalam.

Menurut Ali Mahfudz, dakwah bukan sekadar menyampaikan pesan-pesan agama secara verbal, tetapi juga merupakan upaya untuk memberikan dorongan atau motivasi kepada para pendengar.⁷ Hal ini bertujuan agar mereka dapat terinspirasi untuk melaksanakan perbuatan baik dan menghindari tindakan yang merugikan, baik bagi diri sendiri maupun bagi masyarakat sekitar. Dengan memberikan pengetahuan, pemahaman, dan inspirasi kepada audiens, dakwah bertujuan untuk memperoleh kebaikan dalam kehidupan dunia dan kehidupan akhirat, serta menciptakan lingkungan yang lebih baik dan harmonis bagi semua individu.

Salah satu taktik yang digunakan *channel* Shift Media adalah memberikan nasihat atau arahan dengan cara yang santun, mengutamakan penghargaan terhadap kondisi serta perasaan individu yang didengarkan. Selain itu, layanan yang disediakan juga dirancang untuk memenuhi kebutuhan emosional dan spiritual audiens, sehingga mereka merasa dihargai dan didengar dengan baik.

Beberapa judul yang peneliti ambil untuk penelitian yang menggunakan strategi sentimentil :

1. Kisah Perang Uhud – Hanan Attaki

Pada kajian yang disampaikan dalam *channel* YouTube Shift Media menampilkan Hanan Attaki yang menjelaskan kisah perang Uhud sebagai strategi dakwah sentimental. Dalam kisah tersebut, dia menggambarkan kekuatan iman dan keteguhan hati kaum Muslimin dalam menghadapi tantangan. Kisah perang Uhud menjadi sarana untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam kepada penonton.

Dalam kisah ini, Hanan Attaki menyoroti keberanian dan keyakinan luar biasa para sahabat meskipun dalam kondisi sulit. Mereka mengandalkan Allah sepenuhnya dan tidak

⁷ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Rosdakarya, 2010). hal. 16

mengharapkan bantuan dari siapapun selain-Nya. Ungkapan "Hasbunallah Wanikmal Wakil" menjadi simbol kepercayaan dan ketergantungan mereka kepada Allah. Pesan yang disampaikan menunjukkan bahwa kekuatan sejati berasal dari iman dan ketergantungan kepada Allah, bukan hanya dari faktor fisik atau strategi semata. Dari kisah perang Uhud, penonton diajak untuk memperkuat iman dan ketergantungan kepada Allah dalam menghadapi ujian kehidupan. Hubungan spiritual yang kuat dengan Allah menjadi kunci dalam menghadapi segala cobaan dengan keteguhan hati dan keberanian yang sejati. Dengan demikian, video ini merupakan contoh strategi dakwah sentimentil dalam menyampaikan nilai-nilai agama Islam melalui penggambaran kisah yang menyentuh hati dan mengilustrasikan pentingnya keimanan serta ketergantungan kepada Allah.

2. Ridho Allah Tergantung Ridho Orang Tua"

Dalam video "Ridho Allah Tergantung Ridho Orang Tua" yang disampaikan oleh Ustadz Nur Ihsan Jundulloh di *channel* YouTube Shift Media, dapat disimpulkan bahwa video tersebut secara jelas memanfaatkan unsur strategi dakwah sentimental. Melalui pemaparan yang penuh makna tentang pentingnya hubungan dengan orang tua dalam Islam, penyampai pesan mengaitkan hal ini secara langsung dengan ridho Allah, menyebabkan penonton merasakan ikatan emosional yang kuat dengan materi yang disampaikan.

Ustadz Nur Ihsan menggunakan narasi yang mengharukan, kisah-kisah inspiratif, serta ayat-ayat Al-Qur'an untuk menggerakkan hati dan perasaan penonton, menjadikan mereka merenungkan makna mendalam dari pesan yang disampaikan. Dengan demikian, video ini dengan jelas mengadopsi strategi dakwah sentimentil untuk mencapai tujuan dakwahnya, yaitu menginspirasi dan memberikan pengajaran kepada pemirsa tentang pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan orang tua dalam mencari ridho Allah.

3. "Hikmah Ujian"

Dalam sebuah konten dakwah berjudul "Hikmah Ujian" oleh Ustadz Imam Nuryanto menjadi sorotan. Dalam video ini, Ustadz Imam Nuryanto mengajak pemirsa untuk merenungkan makna kesabaran dan doa dalam menghadapi ujian hidup. Dalam video ini, Ustadz Imam Nuryanto menggunakan kata-kata yang menyentuh hati dan memfokuskan dakwahnya untuk menggerakkan hati dan perasaan penonton.

Dia memulai dengan mengingatkan pentingnya bersyukur atas nikmat Allah, meskipun dalam situasi sulit seperti pandemi COVID-19. Dia menyoroti pentingnya sabar

dan memanfaatkan situasi yang berubah dengan baik, sambil tetap berdoa dan mengharap kebaikan dari Allah. Melalui kisah-kisah tentang cobaan hidup, Ustadz Imam menekankan pentingnya berbaik sangka kepada Allah. Dengan cara penyampaian yang penuh emosi, dia berhasil menyampaikan pesan-pesan agama Islam dengan sentuhan yang menggerakkan hati. Dengan demikian, video ini dapat dikategorikan sebagai strategi dakwah sentimental yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam.

Dengan demikian, ketiga video tersebut berhasil menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam melalui penggunaan strategi dakwah sentimental, yaitu melalui penggambaran kisah-kisah yang membangkitkan emosi, menyentuh hati audiens, dan menekankan pentingnya keimanan serta ketergantungan kepada Allah dalam menghadapi segala cobaan. Secara keseluruhan strategi sentimental yang diterapkan oleh Shift Media dalam *channel* YouTube mereka adalah bahwa pendekatan ini telah berhasil mempengaruhi dan menyentuh hati audiens mereka dalam menyebarkan pesan-pesan agama Islam. Dengan menggunakan konten yang relevan, cerita-cerita inspiratif, dan interaksi yang kuat dengan pemirsa, Shift Media mampu memperkuat hubungan spiritual audiens dengan Islam. Mereka mengilustrasikan kekuatan iman, ketergantungan kepada Allah, dan pentingnya nilai-nilai Islam dalam menghadapi tantangan kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, strategi sentimental tidak hanya menyampaikan pesan dakwah dengan kuat, tetapi juga membangun keterlibatan yang berarti dengan pemirsa mereka, membantu dalam mencapai tujuan dakwah mereka dengan lebih efektif.

D. Strategi Inderawi Channel Youtube Shift Media dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam

Strategi dakwah inderawi ialah metode yang memakai unsur-unsur inderawi seperti visual, audio, dan lain-lain untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan lebih kuat dan menarik. Dalam era media modern seperti YouTube, strategi ini sering menggunakan gambar, video, musik, dan efek suara untuk memperkuat pesan-pesan agama Islam. Tujuannya adalah menciptakan pengalaman yang mendalam dan menarik bagi penonton, sehingga mereka dapat lebih terhubung dengan materi dakwah yang disajikan.

Al-Bayanuni mengklasifikasikan media dakwah menjadi dua kategori, yaitu media materi dan nonmateri. Media materi mencakup semua elemen yang dapat dipersepsi oleh panca indera kita, yang membantu pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah, seperti perkataan, tindakan, dan perilaku. Sementara itu, media nonmateri merujuk pada aspek-aspek yang tidak dapat dirasakan secara langsung oleh panca indera, seperti perasaan dan pikiran, sehingga disebut sebagai media nonmateri.

Dalam konteks dakwah melalui media YouTube, *channel* Shift Media memanfaatkan media materi ini untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan beragam format konten, seperti ceramah, kajian, tanya jawab, dan vlog keagamaan. Sementara itu, media nonmateri dalam dakwah YouTube mencakup aspek-aspek yang tidak langsung dapat dirasakan oleh indra, seperti keberhasilan menginspirasi hati dan pikiran penonton. Dengan memanfaatkan kedua jenis media ini secara tepat dalam platform YouTube, *channel* Shift Media dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperoleh dampak yang lebih signifikan dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan.

Dengan memanfaatkan daya tarik inderawi ini, *Channel* YouTube Shift Media menerapkan strategi ini agar dapat menjadi lebih efektif dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam dan memengaruhi penonton secara lebih mendalam.

Beberapa judul yang peneliti ambil untuk penelitian yang menggunakan strategi rasional :

1. "*One Minute Booster* – Putuskan atau halalkan"

Dalam video tersebut menjadi salah satu strategi dakwah inderawi dari *channel* Shift Media dalam menanamkan nilai pendidikan agama Islam dengan menggunakan efek visual yang mendukung dan suara yang menyentuh. Dalam video tersebut, Ustadz Hanan Attaki menggambarkan persiapan mental yang penting untuk menghadapi pilihan-pilihan hidup yang sulit. Beliau menekankan pentingnya memiliki kekuatan, keberanian, dan keyakinan yang kokoh dalam menghadapi ujian-ujian berat seperti ujian nasional, mengerjakan skripsi, mengambil keputusan dalam hubungan, dan lain-lain.

Shift Media dalam memproduksi video tersebut menggunakan video-video yang menggambarkan sesuai dengan apa yang audio dari Ustadz Hanan Attaki sampaikan yang membuat para penonton dapat menghayati dan lebih mudah dalam mengambil nilai-nilai ajaran agama Islam yang disampaikan dalam video, oleh karena itu video ini dapat dikatakan sebagai salah satu strategi dakwah inderawi dari *channel* Shift Media dalam menyampaikan dakwahnya.

2. Video "*Dzikir Petang*"

Dengan menggunakan efek visual yang mendukung dan suara yang menyentuh menjadi tujuan dari strategi dakwah inderawi tersebut tercapai. Dalam video ini, tidak hanya sebatas pembacaan praktik dzikir petang secara mekanis, tetapi kita juga dapat menggali makna dan manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan suara yang tenang dan penuh penghayatan, mereka menjelaskan bagaimana dzikir petang dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT, memberikan ketenangan hati, dan membersihkan jiwa dari dosa-dosa yang terjadi selama hari.

Dengan demikian, video ini berhasil mengaplikasikan strategi dakwah inderawi dengan menghadirkan efek visual yang mendukung dan suara yang menyentuh untuk mencapai tujuan dakwah yang mendalam dan meresap di hati penonton.

3. Video "Borong Dagangan Cuanki"

Video tersebut dapat diidentifikasi sebagai salah satu metode dakwah inderawi karena beberapa faktor. Pertama, distribusinya melalui *platform* YouTube menandakan pemanfaatan teknologi digital untuk menyampaikan pesan agama Islam melalui unsur-unsur visual dan audio. Kedua, penggunaan efek visual yang mendukung, seperti cuplikan kegiatan berbagi rezeki dan dialog dengan pedagang cuanki, memberikan kekuatan tambahan pada pesan dakwah. Ketiga, penggunaan suara yang emosional, terutama dalam narasi dan interaksi dengan pedagang, menambah dimensi sensorik yang lebih kuat bagi penonton. Terakhir, pembahasan tentang praktik berbagi rezeki yang terkait dengan kehidupan agama sehari-hari meningkatkan keterhubungan penonton dengan pesan-pesan agama yang diperkenalkan.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, efek visual yang mendukung, penggunaan suara yang emosional, dan relevansi dengan praktik agama, video tersebut secara efektif menerapkan strategi dakwah inderawi.

Secara keseluruhan berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menerapkan strategi inderawi, *Channel* YouTube Shift Media menggunakan berbagai konten digital untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam kepada audiensnya. Dari hasil observasi, terlihat bahwa Shift Media berhasil menggabungkan konten-konten seperti "*One Minute Booster*", "*Dzikir Petang*", dan "*Borong Dagangan Cuanki*" untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam secara efektif. Melalui video-video tersebut, Shift Media tidak hanya menyajikan informasi tentang praktik keagamaan Islam, tetapi juga mengajak penonton untuk merenungkan makna dan pentingnya menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan relevan dengan kebutuhan dan minat audiens, Shift Media mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pendidikan agama Islam melalui platform digital.

KESIMPULAN

Strategi Sentimental digunakan oleh Shift Media untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan agama Islam dengan mengandalkan dimensi emosional dan spiritual. Pendekatan ini berfokus pada penyampaian pesan dakwah dengan kelembutan dan perasaan, bertujuan untuk membangkitkan perasaan positif, penghayatan spiritual, dan keterlibatan emosional yang mendalam.

Strategi Rasional dipergunakan oleh Shift Media dengan memanfaatkan pendekatan edukatif dan informatif. Dengan menyajikan argumen yang kuat dan penjelasan yang mudah dipahami, Shift Media membantu penonton untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam terhadap konsep-konsep Islam tanpa dipengaruhi oleh faktor emosional

Strategi Inderawi menjadi pilar penting dalam dakwah melalui media digital seperti YouTube. Shift Media memanfaatkan unsur-unsur inderawi seperti visual, audio, dan lain-lain untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan lebih kuat dan menarik. Secara keseluruhan, Shift Media telah berhasil memanfaatkan berbagai strategi dakwah secara efektif dalam menyebarkan pesan-pesan agama Islam melalui *platform* YouTube. Melalui pendekatan yang beragam dan relevan dengan kebutuhan dan minat audiens, Shift Media mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pendidikan agama Islam dalam upaya membangun pemahaman yang kuat dan terukur terhadap ajaran Islam, serta memberikan alasan yang kuat bagi pemirsa untuk mengadopsi dan menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Bramantyo, R. Y Strategi Mewujudkan Lulusan Fakultas Hukum Berkompetensi Spesifik (Pendidikan Hukum Indonesia Dalam Tantangan Era Revolusi Industri 4.0). *Transparansi Hukum*, 1(2), 2018

David, F. R. *Strategic management concepts and cases*. Pearson. 2011

Erik Fahron Setiadi, Alia Azmi, and Junaidi Indrawadi, "Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial", *Journal of Civic Education*, 2.3 (2019), hal. 314.

Fadlullah, M. Husain, *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*. (Jakarta: Lentera. 1997)

Hajar, I.. Youtube sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Kota Makassar (Analisis Sosial Media). 2018

Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020)

M. Husain Fadlullah, *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*. (Jakarta: Lentera. 1997)

Mauludin, H. *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) Melalui Sosial Media Instagram* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). 2019

Mohamad Joko Susilo, *Pentingnya Penguatan Pendidikan Karakter di Masa Merdeka Belajar*, Media Sains Indonesia. 2023

Mukti, K. *Strategi Dakwah Habib Ja'far Dalam Praktik Toleransi Beragama di Youtube* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Nasrullah, R. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Teknologi*. Simiosa Rekatama Media, 2017

Ridwan Rustandi and Syarif Sahidin, "Analisis Historis Manajemen Dakwah Rasulullah Saw Dalam Piagam Madinah", *Jurnal Tamaddun : Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam*, 7.2 (2019)

Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosdakarya, 2010)