



Karakteristik Konten Dakwah dalam Kanal Youtube Jeda Nulis oleh Habib Ja'far Al-Hadar

Dian Apriyanti

STID Al Hadid, Surabaya

dian.apr1911@gmail.com

Abstrak: Dakwah media sosial sudah menjadi keniscayaan, termasuk dalam mempelajari Islam. Salah satunya dengan media Youtube yang saat ini menjadi media social yang paling banyak diakses di Indonesia. Penulis meneliti kanal Jeda Nulis milik Habib Ja'far Al Hadar, karena kemampuan kanal dalam menyampaikan pesan dakwah dengan impression yang tinggi. Penulis berfokus mendeskripsikan karakteristik konten dakwah dalam kanal Jeda Nulis, yang meliputi fitur atau navigasi yang banyak digunakan, mencakup aspek verbal dan audiovisual. Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, sumber data primer, teknik pengumpulan data dokumentasi dan teknik analisis Miles and Hubberman. Temuan dalam artikel ini, konten dakwah dalam kanal Jeda Nulis memiliki identitas menyampaikan pesan toleransi beragama, yang konsisten dengan kontennya. Kanal ini seringkali menerapkan model konten kolaborasi dan mengangkat topik yang viral atau hangat diperbincangkan di masyarakat. Di luar temuan di atas, ditemukan pula bahwa terdapat kemenarikan dalam kanal Youtube Habib Jafar, yaitu beliau tidak memasang monetisasi atau iklan dalam kanal Youtubanya. Hal ini menunjukkan bahwa Habib Jafar murni mengorientasikan kanal ini untuk dakwah dan tidak mengorientasikan sebagai sumber penghasilan.

Kata kunci: konten dakwah, konten youtube, kanal Jeda Nulis

Abstract: Characteristics of Islamic content on the Jeda Nulis YouTube kanal by Habib Ja'far Al Hadar. Social media da'wah has become a necessity, including in studying Islam. One such medium is YouTube, which is currently the most widely accessed social media platform in Indonesia. The author examined Habib Ja'far Al Hadar's Jeda Nulis channel due to its ability to convey da'wah messages with high impressions. The author focused on describing the characteristics of the da'wah content on the Jeda Nulis channel, which includes the features or navigation that are widely used, encompassing verbal and audiovisual aspects. The author used descriptive qualitative research, primary data sources, documentation data collection techniques, and Miles and Hubberman analysis techniques. The findings in this article indicate that the da'wah content on the Jeda Nulis kanal has an identity of conveying a message of religious tolerance, which is consistent with its content. This channel often implements a collaborative content model and addresses topics that are viral or hotly discussed in society. Beyond the above findings, there is also an interesting aspect of Habib Ja'far's YouTube channel, namely that he does not use monetization or advertising on his YouTube kanal. This indicates that Habib Jafar orients this channel purely for da'wah and does not orientate it as a source of income.

Keywords: dakwah content, YouTube content, Jeda Nulis kanal

Pendahuluan

Media merupakan instrumen yang dapat membantu komunikator menyampaikan pesan pada komunikan. Media umumnya dibutuhkan ketika pesan yang hendak disampaikan komunikator tidak cukup mampu untuk menjangkau komunikan, bisa karena jarak, atau tidak berada dalam waktu dan tempat yang sama. Pun dalam dakwah, dikenal istilah wasilah atau media dakwah¹ yang dapat membantu menghantarkan pesan/ *maddah* dari dai pada *mad'u*. Dalam konteks saat ini seringkali dai/*mad'u* untuk bertemu dalam satu majelis/waktu dan tempat yang sama, entah karena kesibukan yang padat atau letak yang jauh sehingga mutlak dibutuhkan media dakwah. Media dakwah juga bisa mempertemukan dai dengan *mad'u* yang memiliki karakteristik tertentu. Misalkan *mad'u* anak-anak yang akan suka dengan model dakwah yang disampaikan dengan visual atau audiovisual yang menarik, sehingga akan sesuai jika menggunakan media buku cerita bergambar atau film animasi. Begitu pula generasi muda yang selama hidupnya sangat erat dengan teknologi, seperti penggunaan ponsel, pc, internet, media sosial, dan banyak kegiatan lainnya yang mayoritas terhubung dengan dunia digital, akan lebih efektif jika menggunakan media yang familiar dan diminati oleh mereka.²

Karena menysasar komunikan yang berbeda, maka karakteristik konten dari tiap mediapun berbeda. Misalnya

Instagram dengan tipologi pengguna *scroll culture* atau kebiasaan menggulir konten secara cepat dan terus-menerus,³ akan mengutamakan karakter pesan/konten pendek dengan disertai aspek visual yang menarik. Hal ini berbeda dengan konten media cetak, seperti koran/ majalah yang mengutamakan aspek tulisan dengan tambahan gambar/ilustrasi secukupnya. Karakteristik konten masing-masing media ini perlu menjadi asumsi komunikator, yakni untuk menentukan pemilihan media dan pengemasan konten yang disampaikan lewat media tersebut. Hal ini menjadi menarik karena pesan dakwah yang dulu seringkali disampaikan dalam bentuk klasikal seperti tulisan dan ceramah langsung/tatap muka, kemudian di masa sekarang disampaikan lewat berbagai media kontemporer untuk menyesuaikan komunikan dakwah/*mad'u*. Terlebih untuk konten dakwah yang umumnya bersifat mendalam/pesan panjang, bisa jadi perlu penyesuaian dalam pengemasan kontennya, agar tujuan komunikasi dapat tercapai.

Dalam realitasnya pun tidak semua penggunaan media dakwah kontemporer mencapai keberhasilan, yaitu mampu menyampaikan pesan secara efektif pada komunikan. Misal akun-akun dakwah di media sosial yang tidak semuanya ramai peminat yang diindikasikan dengan sedikitnya *followers*, *traffic* kunjungan dan *interaction*. Bahkan ada beberapa fenomena akun dakwah yang tidak sekedar sedikit peminat, tapi juga

¹ Hariyanto Hariyanto, "Relasi Kredibilitas Dai Dan Kebutuhan Mad'u Dalam Mencapai Tujuan Dakwah," *Tasâmuh* 15, no. 2 (2018): 1.

² Erdin Sumardianto, "Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah," *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram* 3, no. 1 (2025): 9.

³ Kharisma Iraz Tsani dkk., "Dampak Scroll Culture terhadap Daya Konsentrasi Generasi Z: Tinjauan Literatur Psikologi dan Media Digital," *Jurnal Penulisan Inovatif* 5, no. 4 (2025): 1.

mendapat komentar negatif, bahkan *direport* oleh para pengguna media sosial karena dianggap tidak mencerminkan ajaran Islam yang *rahmatan lil alamin*. Dengan demikian maka perlu studi lebih lanjut untuk mempelajari bagaimana penggunaan media sosial yang efektif dalam pemanfaatan fitur dan konten-kontennya sehingga mampu mencapai tujuan dakwah.

Dalam artikel ini, penulis mengambil studi case kanal Youtube Jeda Tulis dari Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Alasan pemilihan kanal tersebut, selain karena *subscribers* dan *traffic* nya yang tergolong tinggi untuk kategori kanal dakwah, juga kontennya memiliki beragam model/bentuk. Selain bentuk ceramah klasikal pada umumnya, ada pula bentuk lain seperti dialog/*talkshow*. *Talkshow* atau bincang-bincang ini tidak hanya mengundang sesama muslim, tapi juga pemuka agama lain, baik pemuka agama Kristen, Budha, dan lainnya. Selain itu juga mengundang narasumber dari beragam profesi, seperti artis, komika, dan sebagainya. Salah satu programnya yang baru dan cukup unik yaitu *Class of Religion* yang konsepnya mirip dengan konten dari suatu lembaga bimbingan belajar online, yaitu *Clash of Champion*, tapi tentu dengan topik keagamaan. Tidak hanya *traffic* dan *interaction* yang tinggi, *feedback* dari komunikasi pun juga terbilang positif, yang dapat dilihat dari kolom komentar yang didominasi oleh ungkapan positif/sepakat dari para *viewer*s. Sehingga keragaman

konten yang rata-rata memiliki *traffic* yang bagus dan *feedback* positif tersebut yang menjadi alasan saya memilih kanal tersebut untuk diteliti.

Habib Husein Ja'far Al-Hadar adalah pendakwah 37 tahun yang berasal dari Bondowoso, Jawa Timur. Beliau tampil dengan gaya tampilan yang *casual*, berbeda dengan pendakwah yang bergelar Habib lainnya yang umumnya bergaya busana jubah dengan sorban putih. Di berbagai konten, beliau tampak memakai pakaian santai seperti *hoodie*, *jeans*, dan sesekali berkemeja sehingga gaya dakwahnya tampak tidak terlalu formal. Penampilan demikian menjadi salah satu alasan Habib Ja'far banyak diterima dakwahnya oleh kalangan pemuda. Dengan interaksinya dengan generasi muda, beliau memahami bahwa *mad'u* dari kalangan tersebut banyak menggunakan media sosial dalam kesehariannya, sehingga dakwah akan lebih efisien melalui media digital.⁴ Habib Husein Ja'far Al Hadar memanfaatkan media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube sebagai media dakwahnya. Youtube dipilihnya sebagai media untuk mengunggah materi-materi dakwah beliau. Kanal Youtube Jeda Nulis dibuat oleh Habib Husein Ja'far sejak tahun 2018. Sejak video pertama yang diunggah dalam kanal tersebut, kini kanal Youtube Jeda Nulis rutin mengunggah video-video yang berisi pesan dakwah. Dalam seminggu kanal Youtube Habib Husein bisa mengunggah 2-3 video.⁵

⁴ Aziz Setya Nurrohman dan Anwar Mujahidin, "Strategi Dakwah Digital Dalam Meningkatkan Viewers Di Kanal Youtube Jeda Nulis," *JUSMA: Jurnal Studi Islam Dan Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 20-32.

⁵ Rizal Pikri, "Metode Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis" (B.S. thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2022),

Konten Youtube Habib Jafar memiliki ciri khas dalam menyebarkan nilai-nilai Islam, yang meliputi ajaran yang *rahmatan lil alamin*, toleransi, *akhlakul karimah*.⁶ Dalam salah satu videonya yang berjudul "Berdakwah Ala Nabi", Habib Jafar menjelaskan bahwa sebelum Islam hadir, wanita hanya dijadikan sebagai obyek dan diperlakukan dengan tidak layak, seperti bayi Perempuan yang dikubur hidup-hidup, dijadikan budak, dan sebagainya, yang mana hal-hal tersebut kemudian dihapuskan saat ajaran Islam datang dan mengangkat derajat perempuan setara dengan laki-laki. Ini menunjukkan bahwa Islam datang sebagai agama yang *rahmatan lil alamin*. Kemudian dalam video lain bersama komika Coki Pardede dan Tretan Muslim, Habib Ja'far mengangkat nilai-nilai tentang toleransi. Dalam video tersebut, Coki yang seorang agnostik bertanya perihal puasa Ramadhan. Habib Ja'far menjelaskan kalau perintah puasa sudah ada sejak zaman Nabi Adam dan perintah yang sama juga ada dalam agama-agama lain meski dengan teknis yang berbeda. Adanya kesamaan perintah ini disebutkan bisa menjadi salah satu landasan untuk menerapkan toleransi beragama. Habib Jafar juga menyampaikan bahwa tindakan intoleran seperti memaksa menutup warung saat puasa Ramadhan dengan dalih menghormati orang yang berpuasa adalah hal yang keliru, karena umat Islam pun harus menghormati orang yang tidak berpuasa. Penjelasan Habib Ja'far disini membuat Coki Pardede merasa mendapat pengetahuan baru tentang agama Islam

dengan cara yang nyaman dan mencerahkan. Demikian Habib Jafar seringkali menyisipkan pesan tentang toleransi beragama di beberapa konten videonya dengan berbagai cara/pengemasan. Kemudian soal nilai-nilai *akhlakul karimah*, Habib Ja'far menyampaikan bahwa akhlak yang paling utama adalah akhlak pada orang yang tidak berakhlak, yang menunjukkan bahwa betapa pentingnya *akhlakul karimah*, dengan siapapun dan pada situasi apapun. Hal ini selalu dia tunjukkan dalam semua konten video dakwahnya, baik yang berbentuk ceramah monolog, maupun dialog dengan berkolaborasi dengan narasumber dari berbagai latar belakang yang berbeda. Dalam setiap kontennya, beliau selalu menunjukkan sikap yang menghormati dan menghargai, baik secara gestur maupun tutur bicara, meskipun terkadang ada perbedaan pendapat dengan narasumber.

Dengan beragam konten Habib Ja'far tersebut, secara umum mendapat respon yang positif dari para *subscribers* maupun *viewers* nya, yang ditunjukkan dengan jumlah *view*, *like* dan *comment* yang tergolong banyak dan mayoritas positif. Habib Ja'far sendiri pernah menceritakan di suatu kesempatan, bahwa beberapa anggota komunitas dan pemirsa setia salurannya bahkan memberikan hadiah secara sukarela. Beberapa orang mengirim uang tanpa diminta atau menampilkan nomor rekening di saluran YouTube mereka. Beberapa memberikan kamera bagus untuk membantu membuat konten

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/65248>.

⁶ Rizal Pikri, "Metode Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis" (B.S. thesis,

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2022).

YouTube. Kejadian-kejadian tersebut mencerminkan kuatnya dukungan dan apresiasi masyarakat terhadap dakwah yang dilakukan Habib Ja'far melalui platform YouTube, meski Habib Ja'far tidak mengharapkan atau meminta imbalan atas dakwah yang dilakukannya dalam kanal tersebut.⁷

Hal tersebut yang menarik minat penulis untuk memfokuskan penulisan pada bagaimana karakteristik konten dakwah dalam kanal Youtube Jeda Nulis oleh Habib Ja'far Al Hadar. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konten dakwah dalam kanal Youtube Jeda Nulis, sehingga diharapkan dapat bermanfaat bagi para dai yang ingin berdakwah lewat media Youtube, mampu mempelajari dari konten *kanal* Jeda Nulis oleh Habib Ja'far Al Hadar.

Beberapa artikel sebelumnya juga meneliti konten youtube *kanal* Jeda Nulis oleh Habib Ja'far. Yang pertama adalah penulisan dari Muhammad Hilmi Sya'bani, Abdur Razzaq dan Muhammad Randicha Hamandia yang berjudul "Analisis Pesan Dakwah Pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far dan Onad".⁸ Penulisan tersebut menjelaskan bahwa dalam konten di kanal tersebut terdapat nilai-nilai yaitu pesan moral, pesan syariah dan pesan iman. Pesan moral dalam konten tersebut meliputi nilai toleransi sebagai cara dalam merespon adanya perbedaan yang merupakan fitrah dalam kehidupan.

Pesan syariah dalam konten tersebut menyampaikan tentang nilai kesabaran, khususnya dalam bentuk pembelajaran perbedaan puasa. Kemudian pesan keimanan atau akidah menyampaikan tentang nilai toleransi berupa menghargai perbedaan, khususnya perbedaan agama.⁹ Dengan demikian maka temuan dalam artikel tersebut berbeda dengan apa yang akan diteliti dalam artikel ini. Artikel tersebut fokus mencari pesan dakwah yang termuat dalam konten login, sedangkan artikel ini hendak mendeskripsikan karakteristik konten dakwah dalam kanal Youtube Jeda Nulis.

Yang kedua adalah penulisan dari Hisny Fajrussallam dkk yang berjudul "Konten Dakwah Habib Ja'far Al Hadar di Media Sosial Tiktok".¹⁰ Penulisan tersebut mendeskripsikan bagaimana ciri khas konten dakwah Habib Ja'far yang menggunakan media Tiktok. Hasilnya yaitu konten dakwah Habib Ja'far memiliki beberapa kelemahan dan kelebihan. Kelebihannya tentu mampu menjangkau para pengguna Tiktok yang saat ini menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan berbagai ragam segmen demografis. Kemudian kelemahannya yaitu mengingat media Tiktok adalah media dengan durasi konten yang sangat pendek, begitu pula dengan konten dakwah Habib Ja'far yang rata-rata hanya kurang dari 3 menit, bahkan ada pula yang kurang dari 1 menit. Hal ini membuat pesan dakwah kurang

⁷ Muhammad Fitrah Arifuddin, "Analisis Wacana Van Dijk Terhadap Nilai Nilai Moderasi Beragama Dalam Dakwah Digital Melalui Kanal Youtube" Jeda Nulis" (PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2024), <https://etheses.iainponorogo.ac.id/29203/>.

⁸ Muhammad Hilmi Sya'bani dkk., "Analisis Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far

dan Onad," *Pubmedia Social Sciences and Humanities* 1, no. 3 (2024): 15–15.

⁹ Sya'bani dkk., "Analisis Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far dan Onad."

¹⁰ Hisny Fajrussalam dkk., "Konten Dakwah Habib Ja'far Al-Haddar di Media Sosial Tiktok," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023): 1647–59.

bisa disampaikan secara utuh, atau walaupun masih membutuhkan lanjutan, maka dibuat format putus-putus atau part-part yang berbeda.¹¹ Dengan demikian maka temuan dalam artikel tersebut berbeda dengan apa yang akan diteliti dalam artikel ini. Artikel tersebut fokus mencari karakteristik pesan dakwah Habib Ja'far yang disampaikan lewat media sosial Tiktok, sedangkan artikel ini hendak mendeskripsikan karakteristik konten dakwah dalam kanal Youtube Jeda Nulis.

Yang ketiga adalah penulisan dari Muhamad Luthfi Jauhari dkk yang berjudul "Analisis Konten Tentang Toleransi Beragama dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis."¹² Penulisan tersebut menjelaskan bahwa dalam konten di kanal tersebut sangat erat dengan nilai-nilai toleransi beragama. Hal ini berdasarkan beberapa konten yang diamati seperti saat berkolaborasi dengan Gita Safitri dan Onad yang dalam mengambil hikmah, sangat dominan diarahkan pada nilai-nilai toleransi beragama.¹³ Dengan demikian maka temuan dalam artikel tersebut berbeda dengan apa yang akan diteliti dalam artikel ini. Artikel tersebut fokus mendeskripsikan pesan dakwah tentang toleransi beragama yang termuat dalam kanal Youtube Jeda Nulis, sedangkan artikel ini hendak mendeskripsikan karakteristik konten dakwah secara umum dalam kanal yang sama. Berdasarkan uraian di atas, maka disimpulkan bahwa

belum ada yang meneliti perihal karakteristik konten dakwah dalam kanal Youtube Jeda Nulis, yang spesifiknya berfokus pada bagaimana fitur-fitur kanal Youtube diarahkan pada menyampaikan pesan dakwah secara efektif.

Metode

Artikel ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu penulis berusaha mendeskripsikan suatu objek, fenomena atau *setting social*, yang mana data yang ditampilkan bukan berupa angka melainkan himpunan kata atau gambar untuk menggambarkan suatu realitas, yang berarti mendeskripsikan pertanyaan apa, mengapa dan bagaimana suatu fenomena terjadi.¹⁴ Penulisan kualitatif dirasa sesuai karena artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konten dakwah Habib Jafar Al Hadar dalam kanal Youtube Jeda Nulis. Dengan demikian, maka penulisan akan bersifat mendalam, sehingga tidak bisa dijelaskan dalam bentuk angka. Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penulisan ini yaitu konten-konten dalam kanal Youtube Jeda Nulis, baik yang terdapat dalam fitur *videos, shorts, playlist, kanal*, dan lainnya, baik yang digunakan oleh Habib Ja'far maupun tidak. Di masing-masing fitur tersebut akan dianalisis karakteristik per konten yang meliputi pesan dakwah, aspek visual dan aspek audio yang diterapkan. Aspek visual meliputi *thumbnail, teaser*, judul, deskripsi video, dan sebagainya. Sedangkan aspek audio yang akan diamati

¹¹ Fajrussalam dkk., "Konten Dakwah Habib Ja'far Al-Haddar di Media Sosial Tiktok."

¹² Muhamad Luthfi Jauhari dkk., "Analisis Konten Tentang Toleransi Beragama dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis," *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 4, no. 1 (2024): 79–86.

¹³ Jauhari dkk., "Analisis Konten Tentang Toleransi Beragama dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis."

¹⁴ Prof. Dr. H. Ismail Nawawi, MPA, M.si, *Metode Penulisan Kualitatif* (Jakarta: Dwiputra Pustaka jaya, 2012). Hal. 72

meliputi suara yang menyampaikan pesan verbal, lagu dan *backsound* yang digunakan. Dengan sumber data seperti yang dijelaskan tersebut, maka teknik penggalian data yang diterapkan adalah dokumentasi, yakni data yang dibutuhkan akan diambil dari dokumen yang sudah tersedia seperti tulisan, gambar, foto, video atau karya-karya monumental.¹⁵

Terkait dengan sumber data yang digunakan dalam artikel ini merupakan sumber data primer, maka tidak ada keraguan mengenai kredibilitas data yang digunakan, karena langsung berasal dari pemilik kanal. Sehingga teknik kredibilitas data yang diterapkan hanya peningkatan ketekunan dan perpanjangan pengamatan, karena potensi kelemahan proses pengambilan data hanya berasal dari penulis.

Untuk teknik analisis data, penulis menggunakan teknik analisis *Miles and hubberman*, yang meliputi reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan.¹⁶ Reduksi data merupakan proses pemilahan data menjadikan data lebih fokus pada kebutuhan penulis. Data yang dikumpulkan dari transkrip atau catatan lapangan dipilih, dikonsentrasikan, disederhanakan, dan diubah untuk menghasilkan kelompok data yang penting untuk memecahkan rumusan masalah.¹⁷ Dalam artikel ini, penulis akan memilah mana yang termasuk konten kanal dan mana yang bukan, misalnya hanya fitur-fitur standart dari Youtube yang semua

kanalpun sama. Kemudian analisis berikutnya yakni penulis melakukan display data, yang merupakan proses mengorganisasi atau menyusun data ke dalam bentuk tertentu sehingga lebih mudah untuk menarik kesimpulan. Data dapat disajikan dalam bentuk narasi, tabel, matriks, grafik, atau diagram.¹⁸ Dalam konteks ini, penulis menampilkan data berdasarkan fitur dan variabel-variabel yang sudah dijelaskan di atas, yakni aspek verbal, visual dan audio. Kemudian tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan, yang merupakan proses mendeskripsikan suatu gambaran objek, sehingga menjadi jelas dan mudah untuk dipahami. Di tahap tersebut penulis akan memaknai data dan mencatat pola, keteraturan, penjelasan, hubungan sebab akibat, proposisi, hipotesis atau teori untuk menjawab masalah penulisan, yaitu deskripsi karakteristik konten dakwah Habib Ja'far dalam kanal Jeda Nulis, yang meliputi konten video, shorts, playlist, kanal, postingan dan deskripsi, yang masing-masing akan diuraikan aspek verbal, visual dan audionya.

Hasil dan Pembahasan

Pesan Dakwah

Komunikasi dakwah memiliki unsur-unsur yaitu *dai* atau komunikator, *mad'u* atau komunikan, *maddah* atau pesan, *kaifiyah* atau metode, *wasilah* atau media dan *atsar* atau feedback.¹⁹ Dengan demikian, maka pesan dakwah atau *maddah* adalah salah satu elemen terpenting dalam aktivitas komunikasi dakwah. Hal tersebut

¹⁵ Prof DR Sugiyono, Hal. 240.

¹⁶ Prof DR Sugiyono, Hal. 247

¹⁷ Prof. Dr. H. Ismail Nawawi, MPA, M.Si, *Metode Penulisan Kualitatif* (Jakarta: Dwiputra Pustaka jaya, 2012). Hal. 257

¹⁸ Prof. Dr. H. Ismail Nawawi, MPA, M.Si, Hal. 258

¹⁹ Hariyanto, "Relasi Kredibilitas Da'i Dan Kebutuhan Mad'u Dalam Mencapai Tujuan Dakwah," 1.

mengingat definisi komunikasi dakwah yaitu kegiatan menyeru atau menyebarkan pesan yang mengandung nilai-nilai agama Islam, baik berbentuk pesan verbal maupun non verbal pada *mad'u*.²⁰ Dakwah merupakan seruan pesan dakwah yang menasar *mad'u* dari berbagai golongan, meliputi individu dan kelompok yang dilakukan oleh pelaksana dakwah.²¹ Ali Aziz dalam Ilmu Dakwah menyebutkan ada sembilan jenis pesan dakwah, yaitu hal-hal yang bersumber dari Ayat-ayat al-Qur'an, Hadis Nabi Muhammad Saw., pendapat para sahabat Nabi Saw., pendapat para ulama, hasil penulisan ilmiah, kisah dan pengalaman teladan, berita dan peristiwa, karya sastra, dan Karya seni.²² Berbeda halnya dengan Jafar yang menggolongkan pesan dakwah menjadi 4 jenis, yaitu topik-topik yang terdapat dalam Al Quran, meliputi, yakni Al-Qur'an, Hadis, pendapat Ulama dan hasil penulisan.²³ Sumber-sumber tersebut menjelaskan definisi dakwah merupakan aktifitas penyampaian ajaran Islam yang sangat luas, mengingat ajaran Islam memang tidak hanya yang ada di teks al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad Saw. saja, melainkan segala petunjuk Allah di bumi, yakni segala sunnatullah yang ada di semesta.

Enjang & Aliyuddin dalam Jafar menjelaskan bahwa dalam Al-Qur'an terdapat beberapa hal pokok, yang didefinisinya sebagai pesan dakwah. Yang pertama yaitu akidah, yakni aspek

ajaran Islam yang berhubungan dengan keyakinan, meliputi rukun iman, atau segala sesuatu yang yang harus diyakini menurut ajaran al-Qur'an dan al-Sunnah. Yang kedua yaitu ibadah, yakni aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan kegiatan ritual dalam rangka pengabdian kepada Allah swt. Yang ketiga yaitu muamalah, yang merupakan aspek ajaran Islam yang mengajarkan berbagai aturan dalam tata kehidupan sosial, dalam berbagai aspeknya. Yang keempat yaitu akhlak, yakni aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan tata perilaku manusia sebagai hamba Allah, anggota masyarakat, dan bagian dari alam sekitarnya. Yang kelima yakni sejarah, yaitu peristiwa perjalanan hidup yang sudah dialami umat manusia yang diterangkan al-Qur'an untuk senantiasa diambil hikmah dan pelajarannya. Yang keenam yaitu prinsip-prinsip pengetahuan dan teknologi, yang merupakan petunjuk-petunjuk singkat yang memberikan dorongan kepada manusia untuk mempelajari isi alam dan perubahan-perubahannya. Yang terakhir adalah lain-lain, baik berupa anjuran-anjuran, janji-janji, ataupun ancaman.²⁴ Terkait dengan tujuan dakwah yaitu menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan keteladanan Islam, pesan dakwah mesti disampaikan melalui media dan cara yang baik dan benar, sehingga *mad'u* dapat menerima dengan sukarela tanpa adanya

²⁰ Agung Teguh Prianto, "Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural dalam Perspektif Al-Qur'an," *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2023): 199.

²¹ Evy Asroany Siregar dkk., "Memahami Pesan Dakwah Dalam Siaran," *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* 4, no. 6 (2022): 3.

²² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Prenada Media, 2004), 44.

²³ Iftitah Jafar dan Mudzhira Nur Amrullah, "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur'an," *Jurnal Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2018): 43.

²⁴ Jafar dan Amrullah, "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur'an," 44.

paksaan.²⁵ Dengan demikian, pesan merupakan unsur yang sangat penting dalam dakwah, bahkan bisa dikatakan bahwa pesan dakwah atau *maddah* merupakan ruh dari dakwah itu sendiri.²⁶ Hal ini mengingat dakwah sebagai proses komunikasi antara da'i/komunikator pada *mad'u*/komunikan, dikatakan sukses bila *mad'u* sepakat dan yakin dengan pesan yang disampaikan oleh da'i.²⁷

Media Youtube

Dakwah akan lebih cepat berkembang, tepat sasaran dan diterima dengan baik jika media atau saluran yang dipilih sesuai dengan asumsi *mad'u*. Perkembangan zaman yang semakin maju dan didukung berbagai teknologi, menyebabkan masyarakat mengalami tidak bisa lepas, terlebih pada teknologi dan media komunikasi kontemporer. Media komunikasi seperti youtube, televisi, komputer, internet, koran, majalah dan sebagainya telah menjadi konsumsi pokok masyarakat modern, dimana media tersebut sebagai alat dan tempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Realitas tersebut menjadi perhatian serius bagi keberlangsungan dakwah Islam di tengah-tengah masyarakat yang terus berubah. Memanfaatkan media komunikasi sebagai alat perantara dakwah kepada *mad'u* sebagai sebuah keniscayaan yang harus dilakukan dan dikelola secara baik agar aktivitas dakwah terus berjalan sesuai dengan kondisi *mad'u*.

YouTube adalah platform video online yang fungsi utamanya adalah sebagai platform untuk mencari, melihat, dan berbagi video asli ke dan dari seluruh penjuru dunia melalui internet.²⁸ Wigati Rahmawati dalam Dinda hasibuan dkk, Youtube memiliki beberapa keunggulan, yaitu merupakan situs web yang paling populer di internet, dapat diakses oleh semua kalangan sehingga cukup efektif untuk menjadi media pendidikan, bersifat informatif, interaktif dan ekonomis. Keunggulan-keunggulan tersebut membuat Youtube menjadi media yang bisa diakses siapa saja untuk berbagai tujuan komunikasi. Youtube juga lebih cenderung menarik dan tidak membosankan jika dibandingkan dengan televisi. Konten yang disuguhkan youtube lebih lengkap dan tanpa dibatasi oleh waktu. Sehingga pengguna dapat menikmati konten youtube sesuai dengan keminatan, dimanapun dan kapanpun. Hal ini menjadikan Youtube punya beberapa fungsi Youtube, di antaranya untuk mencari video, dengan kata kunci tertentu, fungsi memutar atau menonton video, mengunggah video, dan mengunduh video. Dengan demikian, Youtube sangat memudahkan penggunaannya memperoleh pengetahuan-pengetahuan yang tidak sempat diperoleh secara tepat waktu. Dalam konteks dakwah, Youtube akan sangat membantu *mad'u* yang mungkin tidak sempat atau berhalangan hadir dalam sebuah majelis taklim, maka tetap bisa mengikuti kajian lewat media Youtube. Hal ini menunjukkan bahwa

²⁵ Prianto, "Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural dalam Perspektif Al-Qur'an," 199.

²⁶ Aris Kristianto, "Pesan Dakwah Perintah Menutup Aurat Surat An-Nūr Ayat 31 Perspektif Antropologi Quran," *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2023): 212.

²⁷ Dian Apriyanti, "Komunikasi Argumentasi Dakwah: Studi Kasus Klarifikasi Ridwan Kamil terhadap

Mispersepsi Pemaknaan pada Desain Arsitektur Masjid Al Safar Cipularang," *INTELAKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (2022): 379-402.

²⁸ Dinda RA Hasibuan dkk., "Pemanfaatan media sosial youtube sebagai media edukasi di kalangan milenial," *Sci-Tech Journal* 2, no. 2 (2023): 142-47.

kegiatan dakwah mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman dengan tetap tidak bertentangan dengan syari'at Islam.²⁹

Adapun komponen fitur dalam media Youtube meliputi komponen profil, beranda, video, shorts, playlist, live dan postingan. Fitur profil meliputi banner, foto profil, nama kanal, username dan deskripsi. Fitur video dan shorts memiliki komponen yang sama, meliputi judul video, deskripsi, subtitle, thumbnail, pesan dakwah, aspek verbal, visual dan audio. Sedangkan fitur-fitur lainnya seperti live, kanal dan postingan memiliki komponen yang berbeda sehingga akan dideskripsikan sesuai realitasnya. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing fitur tersebut:

Pertama Profil, yaitu komponen yang berisi identitas pemilik kanal Youtube berikut identitas umum, seperti penjelasan umum tentang akun, jumlah subscribers, negara asal pemilik kanal, dsb. Bagian profil ini terdapat rincian meliputi Banner, yang bertujuan untuk memberikan kesan, memperkenalkan identitas/ *branding* kanal dan tema konten sehingga mendorong komunikasi untuk menonton video dan berlangganan/ *subscribe*. Selain itu, banner juga menunjukkan visual yang menarik dan informatif.

Profil meliputi Foto profil, yang menunjukkan visual dari pemilik kanal, Nama kanal, yang merupakan identitas dari pemilik kanal, Username, yang berfungsi untuk mencari kanal dan *attach* atau *tag* jika diperlukan, Deskripsi, yang menjelaskan identitas kanal, sehingga dapat mengkomunikasikan topik, *branding*, dan

sebagainya. Di dalam deskripsi, bisa juga ditambahkan resources atau link yang terhubung dengan media sosial lain dari pemilik kanal, *Gabung*, yang merupakan navigasi yang perlu dipilih jika pemilik kanal menyediakan fitur berlangganan khusus dan subscribersnya tertarik untuk berlangganan.

Kedua Beranda, yang mana di laman ini akan menampilkan video-video dari pemilik kanal baik yang terbaru, yang paling banyak dilihat, atau yang direkomendasikan untuk komunikasi tersebut.

Ketiga Video, yang secara definisi merupakan salah satu jenis media audio-visual yang dapat menggambarkan suatu obyek bergerak bersama-sama dengan suara yang alami dan sesuai. Video menampilkan gambar-gambar dalam frame, dimana frame demi frame digabung dengan mekanisme tertentu sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Video juga dapat menyajikan informasi, menjelaskan konsep, memaparkan proses, mengajarkan ketrampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu dan mempengaruhi sikap. KBBI menjelaskan video sebagai bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi, atau rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi. Jadi, video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka video merupakan salah satu jenis media audio-visual dan dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Menurut sebuah survey, YouTube memiliki lebih

²⁹ Abdul Salam dkk., "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)," *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 1, no.

3 (2020), <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/1623>

dari 100.000 video yang ditonton setiap hari. Setiap bulan, YouTube dikunjungi oleh lebih dari 20 juta orang, yang sebagian besar diantaranya berusia 12 dan 17 tahun.³⁰

Bagian video ini terdapat rincian meliputi Thumbnail, yaitu gambar yang diletakkan di bagian awal video, yang bertujuan untuk menarik komunikasi menonton video tersebut. Bagian ini bisa juga disebut sebagai cover dari suatu video, Judul video, yang berfungsi menjelaskan gambaran singkat isi video dan menarik komunikasi menonton video tersebut, Deskripsi video, yang memberikan informasi yang lebih detail terkait dengan isi video/ konten, Subtitle, yaitu teks transkrip dari video, atau bisa juga berupa terjemahan dari verbal dalam video. Bagian ini berfungsi untuk membantu komunikasi yang mengalami kendala pendengaran, untuk tetap mampu memahami verbal dalam video. Atau bisa juga berfungsi untuk membantu komunikasi yang saat menampilkan video tidak memungkinkan untuk membesarkan suara, karena kendala tertentu, misal di tempat umum dan tidak sedang membawa perangkat untuk mendengarkan seperti *earphone*.

Keempat Shorts, yaitu fitur Youtube yang menampilkan video berdurasi singkat, yakni maksimal 3 menit. Komponen shorts ini sama seperti video, hanya dengan durasi yang lebih singkat. Kelima Playlist, yaitu kumpulan video Youtube yang dikelompokkan oleh pemilik kanal berdasarkan klasifikasi/kategori tertentu.

Postingan, yaitu fitur yang berfungsi untuk berinteraksi dengan komunikasi/

subscribers di luar konten video, seperti update, polling, kuis, GIF, foto, atau video singkat.

Konten Dakwah Youtube

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik. Menurut Cambridge Dictionary, salah satu pengertian konten adalah "artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku". Dalam *Business Dictionary* konten memiliki beberapa arti. Pertama yaitu teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apa pun. Kedua, konten adalah informasi dan komunikasi yang meliputi jumlah total dari kesegaran, keterbacaan, relevansi, dan kegunaan informasi yang disajikan, dan cara penyajiannya. Ketiga, konten yaitu esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami atau diterima oleh audiens yang dituju. Keempat, konten diartikan sebagai "lem" yang membuat situs web 'lengket' dan membuat pengunjung kembali, juga membuat pengunjung web tidak pergi. Dari berbagai pengertian di atas, maka konten yaitu berbagai macam format dan informasi yang tersaji melalui media, khususnya media baru, berupa tulisan, gambar, suara (audio), atau video.³¹

³⁰ Erwan Effendy dkk., "Media Youtube Sebagai Dakwah Pemersatu Umat Islam (Analisis Kanal YouTube Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, Ph. D.)," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 6539-45.

³¹ Siti Muslichatul Mahmudah dan Muthia Rahayu, "Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan," *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2, no. 1 (2020): 4.

Konten di Navigasi Home

Dalam fitur deskripsi dijelaskan bahwa kanal ini didirikan pada 4 Mei 2018, di beri nama dengan Jeda Nulis, yang per tanggal 25 Desember 2025 kanal ini sudah memiliki 1,65 Juta Subscriber, sudah mengunggah 442 video, dan total sudah di tonton 173.519.116 kali. Habib Ja'far juga menjelaskan alasan menggunakan YouTube sebagai media untuk mendapatkan lebih banyak penonton generasi muda agar mendengarkan dakwah Habib Ja'far yang memperkenalkan Islam sebagai agama yang penuh keadilan dan kedamaian. Hal ini linear dengan respon *subscribers* di kolom komentar yang menangkap kesan bahwa dakwah Habib Ja'far membawa perasaan damai dan selalu terkesan santun dalam berdakwah, sehingga memudahkan mereka untuk memahami apa yang disampaikan oleh beliau.³²

Di fitur profil/*about*, Habib Jafar hanya menuliskan 1 paragraf, yaitu "Saya penulis muda tentang tema keislaman di media massa sejak lebih 10 tahun lalu. Saat ini, sembari terus menulis, di saat jeda, saya bikin video tentang Islam yang adem. Karena saat ini, khususnya generasi millennial, penyampaian melalui video lebih diminati. Sekalian agar saya bisa mengekspresikan gagasan saya secara lebih leluasa dengan media visual."

Dalam fitur Home, juga terdapat navigasi "For You", atau rekomendasi untuk komunikasi/*audiens*. Dalam navigasi tersebut terdapat beberapa rekomendasi video yang terdapat dalam kanal Youtube

Habib Jafar. Berdasarkan analisis penulis, rekomendasi video yang tampil dalam fitur For You ini bukan ditentukan oleh Habib Jafar, melainkan ditentukan oleh algoritma atau rekomendasi Youtube. Hal ini diketahui saat penulis mencoba membuka fitur ini beberapa kali yang dilakukan di beberapa waktu yang berbeda, ternyata rekomendasi video yang muncul berbeda-beda. Penulis juga mencoba mengamati apa mungkin rekomendasi tersebut berdasarkan video yang terbaru diunggah, atau mungkin yang paling banyak ditonton, ternyata tidak selalu demikian, sehingga penulis menyimpulkan bahwa isi video di fitur ini berdasarkan rekomendasi dari Youtube, bukan dari pemilik kanal. Adapun video yang muncul dalam fitur For You antara lain yaitu "Sholatlah - Kenapa harus shalat?". Video ini memiliki viewers 211k, dan diunggah 1 tahun yang lalu, "Ramadan : Libur penuh atau tidak?". Video ini memiliki viewers 40k, dan diunggah 2 minggu yang lalu, "Yang Unik dan lucu dari orang Jawa" ft Nopek Novian. Video ini memiliki viewers 1,5m, dan diunggah 2 tahun yang lalu, "Tuhan, filsafat dan waktu." Video ini memiliki viewers 91k, dan diunggah 4 minggu yang lalu, "Cerita Sunda Kang Soleh - Soleh "Sunda" Solehun". Video ini memiliki viewers 256k, dan diunggah 2 tahun yang lalu, "Restoran Padang punya orang China" ft Deddy C. Video ini memiliki viewers 494k, dan diunggah 2 minggu yang lalu. (ft Deddy C), "Gen-Z Mudah Depresi?" ft. Hasan Askari - Gen-Z, Depresi, dan Agama". Video ini memiliki viewers 182k, dan diunggah 1 tahun yang lalu, "Cerita Toleransi dalam Rumah Winona - Lucunya hidup Winona : Ayah Buddha, Ibu Kristen, Diajak Log In

³² Lanna Sari Rkt dan Erwan Efendi, "Pemanfaatan Media Youtube Kanal Jeda Nulis Dalam Membangun Sikap Toleransi Beragama Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan

KomunikasiUIN Sumatra Utara," *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5, no. 6 (2023): 3508-21.

Sama ART Islam". Video ini memiliki viewers 3m, dan diunggah 1 tahun yang lalu, "Islam di Barat harus Ilmiah? Ini kata Profesor Muslim di Barat". Video ini memiliki viewers 135k, dan diunggah 2 bulan yang lalu, "Habib Qurban VS Bhante Vegan". Video ini memiliki viewers 208k, dan diunggah 7 bulan yang lalu, "Gen Z Hedon. Gak Bahaya Ta?". Video ini memiliki viewers 87k, dan diunggah 1 tahun yang lalu, dan "Habib & Bhante Reaction Bhante". Video ini memiliki viewers 318k, dan diunggah 1 tahun yang lalu.

Di bawah "For You", terdapat juga rekomendasi video lain, yang berdasarkan temuan penulis juga disusun berdasarkan algoritma Youtube, bukan dari pemilik kanal. Rinciannya yaitu "Neraka, Kebakaran Los Angles dan Gaza". Video ini memiliki viewers 438k, dan diunggah 2 minggu yang lalu, "Restoran Padang Punya Orang China" Inilah Sulap Terdahsyat Deddy C. Video ini memiliki viewers 494k, dan diunggah 2 minggu yang lalu, "Ramadhan: Libur penuh atau tidak?". Video ini memiliki viewers 40k, dan diunggah 2 minggu yang lalu, "6 Poin Dari Haul Guru Sekumpul". Video ini memiliki viewers 725k, dan diunggah 3 minggu yang lalu, "Tuhan, filsafat dan waktu". Video ini memiliki viewers 91k, dan diunggah 4 minggu yang lalu, "Habib Login Rumah Pendeta". Video ini memiliki viewers 711k, dan diunggah 1 bulan yang lalu, "Habib Hadir Nikahan Vior". Video ini memiliki viewers 1,1m, dan diunggah 1 bulan yang lalu, "Islam di Barat Harus Ilmiah? Ini Kara Profesor Muslim di Barat!". Video ini memiliki viewers 135k, dan diunggah 2 minggu yang lalu, "Kamu Pilih "Tanah Air" Atau "Tanah Suci". Video ini memiliki viewers 19k, dan diunggah 2 bulan yang lalu, "Final Class Of Religion I Ini Dia Tokoh Agama Paling Cerdas (Babak Final! Siapa Pemenangnya)". Video ini memiliki viewers

452k, dan diunggah 3 minggu yang lalu, "Class of Religion Episode 1 I 6 Tokoh Agama Adu Cerdas". Video ini memiliki viewers 1,3 m, dan diunggah 3 minggu yang lalu, dan "Habib main ke kempung Bhante". Video ini memiliki viewers 196k, dan diunggah 3 bulan yang lalu.

Konten di Navigasi Video

Dalam fitur videos, pemilik kanal mengunggah video yang telah dibuat sesuai langkah-langkah yang ditentukan oleh Youtube. Kemudian bagi viewers, bisa melakukan filter videos berdasarkan apa yang diinginkan, yaitu bisa berdasarkan video terbaru/*latest*, *popular* atau yang paling banyak ditonton dan *oldest* atau yang terlama diunggah. Untuk menampilkan data, penulis menyortir berdasarkan terpoluler, untuk menunjukkan video yang paling diminati oleh subscribers kanal Jeda Nulis.

Video dengan *range viewers* 3 sampai 5 juta yaitu Boris Belajar Islam, Tak Takut Mualaf? (konten kolaborasi), Kultum Pemuda Tersesat (konten kolaborasi), Begini Kalau Gog In Live Offline (konten kolaborasi), Azan Subuh bisa bangunkan orang mati? (konten kolaborasi), dan Cerita toleransi dalam rumah Winona? (konten kolaborasi).

Kemudian Video dengan *range viewers* 2-3 juta yaitu Kultum Pemuda Tersesat : Masjid Pakai Penglaris? (konten kolaborasi), Hidden Camera With Onad (konten kolaborasi), Tuhan, Agama, dan Tata Krama Mbah Sujiwo Tejo (konten kolaborasi), Deep Talk With Boy william (konten kolaborasi), Akhir Perjalanan Log In Onad (konten kolaborasi)







Kemudian Video dengan *range viewers* 1-2 juta yaitu Kultum Emak Tersesat (konten kolaborasi), Kenapa Deddy Tertarik Dakwah Saya? (konten kolaborasi), Kultum "Sate Mad'ura"- pesan dakwah : beda cari duit dan cari rejeki (non kolaborasi/ Habib Ja'far sendiri), Filosofi Toko Klontong Mad'ura (interview dengan pemilik orang

Mad'ura) (non kolaborasi/ Habib Ja'far sendiri), Kultum Pemuda Tersesat (Episode "Extra Time di Akhirat") (konten kolaborasi), dan Romo Magnis : Filsafat, Agama, Perang dan Etika (konten kolaborasi dengan Romo Magnis).

Dalam menganalisis video yang diunggah oleh Habib Jafar, penulis menganalisis 3

sample video dengan viewers terbanyak, dengan alasan viewers terbanyak tersebut mampu mengindikasikan bahwa video tersebut cukup diminati oleh *subscribers* dan non *subscribers*nya, sehingga layak untuk diteliti. Berikut tiga video dengan viewers teratas yang dianalisis:

Tabel 1 – Analisis Konten di Fitur Video

	Video 1	Video 2	Video 3
Judul Video	Boris belajar Islam, Tak takut mualaf?	Kultum Pemuda Tersesat	Begini kalau Log in Live Offline (Perdana)
Tanggal Upload	5 Juni 2022	23 Agustus 2020	16 Juni 2023
Like, viewers, comments	88k/ 4,79m	108k/ 4,41m	49k/ 3,58m
Pesan Dakwah	Islam toleran	Iman pada Allah	Iman pada Allah
Bentuk/ Narasi Audio visual	Talkshow/ bincang-bincang Habib Jafar dan Boris berhadapan, di belakang meja, di suatu ruangan.	Talkshow/ bincang-bincang Bincang-bincang dengan Tretan Muslim	Talkshow/ bincang-bincang Bincang-bincang di atas panggung dengan disaksikan penonton
Thumbnail	Boris Log In? Dan foto mereka berdua   Boris Belajar Islam, Tak Takut Mualaf?	Coki ditanya soal Tuhan, Pertanyaan paling sesat dari Coki – salah satu foto dengan seseorang (Tretan M) pakai aksesoris devil   Kultum Pemuda Tersesat 4.4M views • 4 years ago	Onad Log In di depan 1000 muslim   Begini Kalau LOG IN Live Offline (Perdana) 3.5M views • 1 year ago

	Video 1	Video 2	Video 3
Teaser	Cuplikan video konten : 	Hanya tulisan : 	Cuplikan video konten : 
Deskripsi	Boris Belajar Islam, Tak Takut Muafaf? 4.7M views · 2 years ago	Kultum Pemuda Tersesat 4.4M views · 4 years ago	Begini Kalau LOG IN Live Offline (Perdana) 3.5M views · 1 year ago
	Sama dengan identitas di profil, di beberapa video hanya menambahkan akun lain yang ditautkan		

Konten di Navigasi Shorts

Konten *shorts* adalah kumpulan video pendek yang berdurasi rata-rata kurang dari 1 menit dengan tema dan konsep yang ringan. Berdasarkan pengamatan penulis, tidak semua konten shorts berisi pesan dakwah, tetapi ada yang murni berisi humor/bertujuan menghibur saja. Sama dengan analisis pada bagian videos, pada fitur shorts ini penulis hanya meneliti 3 video dengan viewers tertinggi, karena jumlah viewers ini dianggap mampu menunjukkan kalau konten Habib Jafar diminati oleh *subscribers* nya maupun bukan.

Ragam bentuk konten shorts di kanal Youtube Habib Jafar yaitu Bukan soal kopi atau susu (sndr). Viewers 8,1 juta, "Habib Roaming", dua kata lucu (sndr). Viewers 4,1 juta, Bagaimana sih ini cara mainnya (konten kolaborasi dengan Arafah).

Viewers 3,7 juta, Mundur, Wir! Ini Habib Vs Muhammadiyah (konten kolaborasi). Viewers 2,4 juta, Onad Tobat (edit footage dari podhub & dok Onad). Viewers 2,3 juta, Mata saja sering kali tak cukup. Maka gunakan pikiran & sempurnakan dengan hati (konten sendiri/ non kolaborasi). Viewers 2,2 juta, Interview With Aang (konten kolaborasi dengan Bhante). Viewers 1,8 juta, Log In Eps Terakhir sudah tayang! (dengan semua pemuka agama yang diundang, diakhiri Onad dengan tulisan 'Djl'). Viewers 1,5 juta, Bukan Jawa atau Habib. Kata Nabi SAW yang paling mulia adalah yang paling bermanfaat pada sesama manusia (konten kolaborasi). Viewers 1,2 juta, dan Mumpung Jum'at ini. Yok bisa Yok, atau mau gue samperin lagi, ngobrol?. Viewers 1,1 juta.

Berikut tiga konten shorts yang dianalisis:

Tabel 2 – Analisis Konten Shorts

	Video 1	Video 2	Video 3
Judul Video	Bukan soal kopi atau susu	"Habib Roaming", dua kata lucu	Bagaimana sih ini cara mainnya (k Arafah)
Tanggal Upload	7 Maret 2024	8 Desember 2024	25 Februari 2024
Like, viewers, comments	245k 8,132 2669	125k 4,454 2126	105k 3,726 1346
Pesan Dakwah	Anjuran atau ajakan untuk membayar hutang puasa	Berdasarkan analisis penulis, tidak ada pesan dakwah yang disampaikan. Sepertinya ini hanya konten yang	Berdasarkan analisis penulis, di <i>shorts</i> ini menjelaskan tentang konsekuensi berhijrah, yaitu harus siap dengan mentaati segala perintah

<p>Bentuk/ Narasi</p>	<p>Ada Habib Jafar yang di depannya ada 2 gelas, yaitu cairan yang sepertinya kopi dan cairan yang sepertinya susu. Kemudian saat gelas yang berisi cairan yang sepertinya susu dituang ke cairan yang sepertinya kopi, di dinding gelas menjadi muncul tulisan "Bayar Utang Puasa"</p>	<p>bertujuan untuk menghibur/ humor. Ada Habib Jafar yang tampak sedang menghadiri suatu acara, yang sepertinya resepsi pernikahan. Kemudian dia berdiri dengan wajah tampak bingung, yaitu tampak mengamati sekitarnya, dengan diberikan 2 sound, yaitu music instrument dan suara laki-laki seperti Cak Imin yaitu : "Saya terus terang enggak tahu ini. Tiba-tiba terus terang saya tidak diberi tahu. Saya tidak tahu, dan saya bahkan bertanya-tanya, kenapa saya tidak diberi tahu."</p>	<p>Allah dan menjauhi segala laranganNya. Di Reels ini ada 2 orang yaitu Habib Jafar dan Arafah Rianti. Di bagian pertama, Habib Jafar bertanya pada Arafah, apa siap berhijrah dengan konsekuensi tidak pacarana dan jika akan dianggap sok alim. Arafah menjawab pertanyaan Habib Jafar yaitu Tidak siap. Kemudian di bagian selanjutnya bergantian Arafah yang bertanya pada Habib Jafar, yaitu apa Habib Jafar siap berhijrah dengan konsekuensi harus ibadah tepat waktu dan tidak berghibah. Terhadap 2 pertanyaan Arafah tersebut, Habib Jafar menyatakan Siap. Kemudian Arafah tampak kecewa karena Habib Jafar selalu menjawab Siap.</p>
<p>Audiovisual</p>	<p>Visual yang ditampilkan yaitu cerita di atas, dengan latar belakang ruangan yang terdapat lemari buku yang berisi banyak buku. Habib Jafar sebagai pemeran utama dan satu-satunya berpakaian sederhana, yaitu hanya mengenakan kaos putih polos. Untuk audio hanya music pengiring berupa instrumen, tanpa lirik. Di bagian deskripsi dituliskan kalau instrumennya berjudul <i>What You Won't Do for Love – Bobby Caldwell</i>.</p>	<p>Visual yang ditampilkan yaitu cerita di atas, dengan latar belakang di suatu resepsi pernikahan, dengan dekorasi yang cukup mewah dan tamu undangan yang cukup banyak. Di konten ini Habib Jafar mengenakan pakaian serba putih yang terbilang bagus dan rapi. Untuk audio ada 2, yaitu backsound instrument dan suara laki-laki mirip Cak Imin.</p>	<p>Visual yang ditampilkan yaitu cerita yang sudah dipaparkan di atas, dengan latar belakang seperti di halaman atau ruang terbuka. Untuk audio hanya ada suara percakapan Habib Jafar dan Arafah, tanpa ada instrument music lain.</p>

Thumbnail			
	 <p data-bbox="475 728 708 808">Bukan soal kopi atau susu. 8.1M views</p>	 <p data-bbox="759 638 951 705">"Habib Roaming", dua kata lucu. 4.4M views</p>	 <p data-bbox="1043 862 1251 929">Gimana sih ini cara mainnya?</p>
<p data-bbox="277 987 379 1039">Teaser Deskripsi</p>	<p data-bbox="448 987 715 1039">Tidak ada Bukan soal kopi atau susu</p>	<p data-bbox="746 987 1013 1095">Tidak ada PoV : Habib di Nikahan Vior. Orang Arab – Islam di Nikahan Chinese – Katolik.</p>	<p data-bbox="1043 987 1315 1070">Tidak ada Gimana di ini cara mainnya?</p>

Konten di Navigasi Playlist

Playlist merupakan kumpulan beberapa video yang dikategorikan/dikelompokkan berdasarkan tema tertentu sesuai yang ditentukan/dikehendaki pemilik kanal. Dalam kanal Youtube Habib Jafar, terdapat 6 playlist. Yang pertama adalah playlist "Kultum" yang berisi 4 video pendek dengan pesan dakwah yang disampaikan dengan disisipkan di topik yang sedang dibahas. Yang kedua yaitu playlist "Tarik Napas", yang berisi 5 video yang berkolab dengan Adjie Santoso Putro. Yang ketiga yaitu playlist "Safar so good", yang berisi 6 video. Yang keempat yaitu playlist "Jeda ceramah", yang berisi 2 video. Yang kelima adalah playlist "Jeda tulis", yang berisi 18 video. Dan yang keenam adalah playlist "Jeda ngobrol" yang berisi 8 video. Sepanjang pengamatan yang dilakukan, pengklasifikasian playlist tidak

berdasarkan tema konten, maupun partner kolaborasi. Sampai dengan artikel ini selesai, masih belum diketahui dasar pengklasifikasian playlist oleh pemilik kanal.

Konten di Navigasi Post

Fitur post ini adalah salah satu fitur dalam kanal Youtube yang dapat dimanfaatkan pemilik kanal untuk menginformasikan sesuatu, seperti jika ada video baru atau ada kabar baru dari pemilik kanal yang perlu disampaikan ke subscribers. Akan tetapi fitur post dalam kanal Habib Jafar, ternyata sangat jarang diisi konten. Berdasarkan pengamatan penulis, konten di fitur ini jarang dibuat.

Analisis dan Sintesis

Berdasarkan paparan data di atas, temuan di fitur Profil dan Home, yaitu Habib Ja'far di kanal Jeda Nulis menunjukkan identitas/*branding* dari kanalnya. Dalam kanal Youtube Habib Jafar, fitur ini digunakan untuk menjelaskan identitas kanal, yaitu Habib Jafar menunjukkan bahwa kanalnya diperuntukkan untuk kegiatan dakwah yang spesifiknya bertujuan untuk menyampaikan Islam yang damai/adem. Maksud dari damai dan adem disini menurut analisis penulis yaitu Habib Jafar ingin menunjukkan citra Islam yang damai dan toleran melalui konten-konten di kanal Youtube nya, yang diharapkan menjadi kontra narasi atas dakwah yang eksklusif ataupun dakwah radikal. Habib Jafar cukup konsisten dalam mengimplementasikan apa yang ditulisnya di bagian identitas ini, karena sebagian besar konten dalam kanalnya menunjukkan nilai Islam yang toleran. Beberapa konten yang mendukung analisis penulis seperti seringnya Habib Jafar berkolaborasi dengan non muslim baik pemeluk maupun pemuka agama. Konten-konten tersebut menunjukkan bahwa Habib Jafar sangat menerima dan memiliki toleransi yang tinggi terhadap perbedaan. Adapun hal lainnya tidak ada khas tertentu yang membedakan dengan kanal lainnya, yaitu link kanal, jumlah subscribers, jumlah video, viewers keseluruhan, join sejak kapan dan basis lokasi di Indonesia. Di bagian ini sepertinya sudah ada template/atau standarisasi dari Youtube harus diisi poin apa saja oleh pemilik kanal, sehingga kanal manapun seperti yang berisi hal yang sama, begitupun dengan Habib Jafar.

Kemudian di fitur Videos, menunjukkan tema-tema konten kanal Jeda Tulis sesuai dengan yang dicantumkan di profil kanal, yaitu menyajikan tema2 dakwah yang 'adem' atau toleran. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa sebagian besar tema konten kanal Youtube Habib Jafar mengandung nilai Islam yang damai dan toleran. Misalnya dalam konten yang mengundang beberapa pemuka berbagai agama, baik dengan kemasan dialog suatu tema tertentu maupun yang dikemas sebagai konten humor atau hiburan. Hal ini menunjukkan konsistensi antara konten video yang diunggah Habib Jafar dengan apa yang sebelumnya sudah ditulis di profil/identitas. Di samping itu Habib Jafar juga seringkali mengangkat tema-tema yang agak sensitif bagi sebagian orang seperti perbedaan agama, kemudian tema yang sedang viral saat ini seperti istilah 'log in' atau masuk/berpindah keyakinan dari agama asal ke agama tertentu. Hal ini dijadikan konten yang menarik dan menghibur dan cukup digemari oleh viewers, sehingga menunjukkan bahwa Habib Jafar konsisten dalam menyajikan konten Islam yang toleran.

Kemudian karakteristik lain yaitu banyak terdapat konten kolaborasi, misal dengan Tretan Muslim, Nopek, Deddy C, Boris, dan dengan beberapa tokoh agama lain. Salah satu yang tampak khas dari konten kanal Youtube Habib Jafar adalah seringnya Habib Jafar melakukan kolaborasi. Jika diamati, sebagian besar, bahkan hampir semua dari video Habib Jafar menggandeng tamu, dengan tema maupun pesan dakwah apapun. Dari konten-konten kolaborasi tersebut ada yang sebatas hiburan, seperti konten

hiburan dengan Arafah atau Onad di fitur shorts, juga konten toleransi seperti saat konten dialog dengan beberapa pemuka agama, atau konten pesan dakwah umum seperti saat kolaborasi dengan Nopek Novian. Konten kolaborasi memang sedang populer di kalangan konten kreator, terlebih saat mulai marak konten sinear atau yang sering disebut podcast. Dalam menanggapi realitas ini, sepertinya Habib Jafar tidak ketinggalan, dengan juga banyak mengajak sejumlah konten kreator atau publik figur untuk berkolaborasi di sejumlah kontennya. Banyak mengangkat tema kekinian, seperti 'log in', Class Of Religion 'CoC', pernikahan influencer (Vior), kebakaran LA, dsb.

Selain format kolaborasi, Habib Jafar juga seringkali mengangkat tema yang sedang kekinian di masyarakat. Misalnya terkait konten 'log in' yang sedang menjadi pembahasan di kalangan masyarakat sosial media dalam membahas fenomena orang yang berpindah keyakinan/agama, entah karena pernikahan maupun yang lainnya. Kemudian konten Clash of Religion yang analisis penulis terinspirasi dari konten yang sedang viral juga yaitu 'CoC', yaitu konten dari Ruang Guru, yang isinya merupakan kompetisi akademik atau yang sering disebut dengan cerdas cermat. Dalam konten Clash of Religion, Habib Jafar mengundang beberapa tokoh lintas agama, kemudian melakukan cerdas cermat sehingga ada kemiripan dengan CoC. Selain konten log ini dan CoC, ada pula beberapa konten yang membahas hal yang sedang viral/jadi perbincangan seperti kebakaran di Kota New York dan pernikahan influencer Vior. Hal ini menunjukkan bahwa Habib Jafar cukup responsif dalam menanggapi konten yang

sedang populer dan diminati di masyarakat, kemudian dijadikan inspirasi untuk konten di kanalnya.

Karakteristik lainnya yaitu menyampaikan pesan dakwah bisa langsung (misal di konten kenapa harus Sholat), bisa disisipkan dalam tema konten (misal di konten Sate *Mad'ura*). Salah satu temuan yang cukup menarik dalam konten video Habib Jafar yaitu bagaimana cara Habib Jafar dalam menyisipkan pesan dakwah. Ada beberapa video yang memiliki pesan dakwah yang disampaikan secara terang terangan atau jelas memang konten tersebut sedang membahas perihal pesan dakwah tertentu, misalnya dalam konten mengapa harus sholat. Namun ada pula beberapa video yang memiliki pesan dakwah yang disisipkan dalam kemasan yang dibuat, seperti dalam konten di warung sate dan di warung *Mad'ura*, yang mana pesan dakwahnya disipkan di bagian akhir video sebagai hikmah.

Dari beberapa video yang diamati penulis, tidak disertai dengan *description/caption* dari video yang diunggah. Dari beberapa video yang diamati oleh penulis, bagian *description* di bagian bawah video, hanya ditulis sama persis seperti di bagian profil. Hanya di beberapa video ditambahkan menautkan seorang tokoh yang menjadi rekan kolaborasi dalam video tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Habib Jafar tidak menggunakan fitur deskripsi dalam menyampaikan pesan dakwah.

Untuk panjang video, konten-konten dalam kanal ini memiliki durasi yang beragam, rata-rata 20-30 menit, di bawah dan di atas itu ada, tapi sedikit/jarang. Hal ini bisa dipengaruhi oleh

kemampuan/kapasitas Habib Jafar dalam membuat konten, bisa juga karena isi kontennya yang cukup padat sehingga tidak cukup jika hanya 20-30 menit. Ada pula yang kurang dari durasi tersebut, yang bisa jadi karena memang isi dan pesan dakwah yang hendak disampaikan tidak banyak, seperti di konten Sate *Mad'ura* dan Warung *Mad'ura*.

Kemudian di fitur shorts, dominan berisi tema/tren konten kekinian yang menghibur, misal pakai backsound Cak Imin (tidak tahu), siap - tidak siap (ft Arafah), Mundur Wir (NU - MD), dsb. Sama seperti penjelasan dari konten-konten sebelumnya, Konten Habib Jafar seringkali memilih konsep yang sedang viral/kekinian. Biasanya di media sosial terdapat suatu konsep konten yang sedang viral, yang kemudian diikuti/ditiru oleh konten kreator lainnya sehingga menjadi tren yang sedang kekinian. Berdasarkan pengamatan penulis dari konten-konten Habib Jahfar, seringkali menggunakan konsep tren tersebut dalam tiap kontennya, khususnya di fitur shorts yang merupakan konten pendek.

Dari beberapa konten shorts yang diamati, tidak semua, bahkan tidak banyak yang terdapat pesan dakwah. Berdasarkan pengamatan penulis dari sebagian besar konten shorts dalam Kanal Habib Jafar, sebagian besar tidak mengandung pesan dakwah. Adapun pesan dakwah yang disampaikan, terbilang sangat umum dan dengan kuantitas durasi atau teks yang sangat sedikit. Misalnya dalam konten susu dan kopi, yang hanya terdapat tulisan "Bayar Hutang Puasa". Ini bahkan agak sulit untuk diklaim bahwa kalimat tersebut adalah pesan dakwah, karena hanya 1

kalimat itu saja. Pun juga konten dengan Arafah yang terkesan hanya semacam games yang sedang tren saja. Sehingga disini penulis simpulkan bahwa di bagian short, umumnya hanya bermuatan konten yang bertujuan hiburan, dan hanya sebagian kecil yang mengandung pesan dakwah.

Banyak konten kolaborasi di fitur shorts, misal dengan Arafah, Bhante (pemuka Budha), Onad, dsb tapi dengan durasi pendek (maks 1 menit). Sama dengan fitur video, di fitur shorts Habib Jafar juga banyak menggandeng konten kreator lain dengan konsep konten kolaborasi. Konten kolaborasi memang sedang populer di kalangan konten kreator, terlebih saat mulai marak konten sinear atau yang sering disebut podcast. Dalam menanggapi realitas ini, sepertinya Habib Jafar tidak ketinggalan, dengan juga banyak mengajak sejumlah konten kreator atau publik figur untuk berkolaborasi di sejumlah kontennya.

Kemudian di fitur playlis, ada 6 playlist yang berisi 2-18 video yang berbeda dan sepanjang pengamatan yang dilakukan, pengklasifikasian playlist tidak berdasarkan tema, misal CoC, LogIn, dsb. Belum diketahui pasti berdasarkan apa. Playlis yang dibuat di kanal Youtube Habib Jafar tidak tampak polanya atau tidak tampak bagaimana Habib Jafar mengklasifikasikan playlist. Awalnya penulis menghipotesa Habib Jafar mengklasifikasikan video-videonya ke dalam beberapa playlist yang didasarkan pada kesamaan konsep program, seperti konten sinear, Clash Of Religion, konten 'Log In', Konten pemuda tersesat, dsb, akan tetapi ternyata tidak demikian. Belum

ditemukan data terkait bagaimana dasar Habib Jafar membuat playlist.

Untuk fitur Post, penulis menjumpai bahwa fitur ini jarang diupdate oleh Habib Ja'far. Konten terakhir diunggah sekitar 4 bulan yang lalu. Sehingga bisa diketahui Habib Jafar jarang memanfaatkan fitur *post* ini dalam menyampaikan pesan dakwah dalam kanal Youtube nya. Kemudian di luar temuan-temuan di atas, ditemukan pula bahwa terdapat kemenarikan dalam kanal Youtube Habib Jafar, yaitu beliau tidak memasang monetisasi atau iklan dalam kanal Youtube nya. Beliau juga pernah menyampaikan di salah satu videonya, bahwa jika menonton video dalam kanalnya, seperti sedang mengaktifkan Youtube eksklusif, karena dapat menikmati konten tanpa iklan. Hal ini menunjukkan bahwa Habib Jafar tidak mengorientasikan kanalnya sebagai sumber penghasilan.

Simpulan

Simpulan dari analisis di atas, karakteristik konten dakwah dalam kanal Jeda Nulis melekat pada tiap fitur/ navigasinya. Yang pertama yaitu dalam fitur profil, digunakan untuk menjelaskan identitas kanal, yaitu Habib Jafar menunjukkan bahwa kanalnya diperuntukkan untuk kegiatan dakwah yang spesifiknya bertujuan untuk menyampaikan Islam yang damai/toleran. Identitas ini tercermin dalam konten-kontennya yang cukup konsisten dalam menunjukkan nilai Islam yang toleran. Beberapa konten yang mendukung analisis penulis seperti seringnya Habib Jafar berkolaborasi dengan non muslim baik pemeluk maupun pemuka agama

lain. Konten-konten tersebut menunjukkan bahwa Habib Jafar sangat menerima dan memiliki toleransi yang tinggi terhadap perbedaan. Di samping itu Habib Jafar juga seringkali mengangkat tema-tema perbedaan agama, seperti konten-konten yang menggunakan istilah 'log in' atau masuk/berpindah keyakinan dari agama asal ke agama tertentu. Konten jenis ini ternyata cukup digemari oleh viewers, sehingga makin menunjukkan bahwa Habib Jafar konsisten dalam menyajikan konten Islam yang toleran.

Kemudian karakteristik lain yaitu banyak terdapat konten kolaborasi, misal dengan Tretan Muslim, Nopek Novian, Deddy Corbuzier, Boris, juga dengan beberapa tokoh agama lain. Dari konten-konten kolaborasi tersebut ada yang sebatas hiburan, seperti konten hiburan dengan Arafah atau Onad di fitur shorts, juga konten toleransi seperti saat konten dialog dengan beberapa pemuka agama, atau konten pesan dakwah umum seperti saat kolaborasi dengan Nopek Novian. Konten kolaborasi memang sedang populer di kalangan konten kreator, terlebih saat mulai marak konten sinear atau yang sering disebut podcast. Selain format kolaborasi, Habib Jafar juga seringkali mengangkat tema yang sedang kekinian di masyarakat, seperti konten CoC, kebakaran di Kota New York dan pernikahan influencer Vior yang saat itu cukup menarik perhatian publik.

Karakteristik lainnya yaitu menyampaikan pesan dakwah bisa dengan langsung, misal di konten kenapa harus Sholat, dan ada yang disisipkan dalam tema konten, misal di konten Sate *Mad'ura*, yang mana pesan dakwahnya disipkan di bagian akhir video

sebagai hikmah. Dari beberapa video yang diamati penulis, tidak disertai dengan *description/caption* dari video yang diunggah. Kemudian di bagian *description* di bagian bawah video, umumnya tidak banyak diisi dengan pesan dakwah, yang menunjukkan bahwa Habib Jafar tidak menggunakan fitur deskripsi dalam menyampaikan pesan dakwah. Untuk panjang video, konten-konten dalam kanal ini memiliki durasi yang beragam, rata-rata 20-30 menit, di bawah dan di atas itu ada, tapi sedikit/jarang. Kemudian di fitur shorts, dominan berisi tema-tema/ tren konten kekinian yang menghibur, dimana tidak semua bahkan tidak banyak yang terdapat pesan dakwah. Kemudian di fitur playlis, ada 6 playlist yang berisi 2-18 video

berbeda dan sepanjang pengamatan yang dilakukan, pengklasifikasian playlist tidak berdasarkan tema tertentu. Untuk fitur Post, penulis menjumpai bahwa fitur ini jarang diupdate oleh Habib Ja'far, sehingga bisa diketahui Habib Jafar jarang memanfaatkan fitur *post* ini dalam menyampaikan pesan dakwah. Kemudian di luar temuan-temuan di atas, ditemukan pula bahwa terdapat kemenarikan dalam kanal Youtube Habib Jafar, yaitu beliau tidak memasang monetisasi atau iklan dalam kanal Youtube nya. Hal ini menunjukkan bahwa Habib Jafar murni mengorientasikan kanal ini untuk dakwah dan tidak mengorientasikan kanalnya sebagai sumber penghasilan.

Bibliografi

- Apriyanti, Dian. "Komunikasi Argumentasi Dakwah: Studi Kasus Klarifikasi Ridwan Kamil terhadap Mispersepsi Pemaknaan pada Desain Arsitektur Masjid Al Safar Cipularang." *INTELAKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (2022): 379–402.
- Arifuddin, Muhammad Fitrah. "Analisis Wacana Van Dijk Terhadap Nilai Nilai Moderasi Beragama Dalam Dakwah Digital Melalui Kanal Youtube" Jeda Nulis". PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2024. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/29203/>.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2004.
- Effendy, Erwan, M. Fauzan Al Anshori, Muhammad Surya, dan Arobiyah Siregar. "Media Youtube Sebagai Dakwah Pemersatu Umat Islam (Analisis Kanal YouTube Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, Ph. D.)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 6539–45.
- Fajrussalam, Hisny, Andini Nursyahbani, Anis Khoirunnisa, Nisrina Nurbaiti, dan Novita Cahya Ningrum. "Konten Dakwah Habib Ja'far Al-Haddar di Media Sosial Tiktok." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023): 1647–59.
- Hariyanto, Hariyanto. "Relasi Kredibilitas Da'i Dan Kebutuhan Mad'u Dalam Mencapai Tujuan Dakwah." *Tasâmuh* 15, no. 2 (2018): 61–82.
- Hasibuan, Dinda RA, Kartini Kartini, Hannum Angginami, Imam Hardani Ritonga, dan Rahmat Al-Rasyid. "Pemanfaatan media sosial youtube sebagai media edukasi di kalangan milenial." *Sci-Tech Journal* 2, no. 2 (2023): 142–47.
- Jafar, Iftitah, dan Mudzhira Nur Amrullah. "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur'an." *Jurnal Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2018): 41–66.

- Jauhari, Muhamad Luthfi, Wildan Yahya, dan Parihat Kamil. "Analisis Konten Tentang Toleransi Beragama dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 4, no. 1 (2024): 79–86.
- Kristianto, Aris. "Pesan Dakwah Perintah Menutup Aurat Surat An-Nūr Ayat 31 Perspektif Antropologi Quran." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2023): 211–32.
- Mahmudah, Siti Muslichatul, dan Muthia Rahayu. "Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2, no. 1 (2020): 1–9.
- Nawawi, MPA, M.si, Prof. Dr. H. Ismail. *Metode Penelitian Kualitatif*. Dwi Putra Pustaka Jaya, 2012.
- Nurrohman, Aziz Setya, dan Anwar Mujahidin. "Strategi Dakwah Digital Dalam Meningkatkan Viewers Di Kanal Youtube Jeda Nulis." *JUSMA: Jurnal Studi Islam Dan Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 20–32.
- Pikri, Rizal. "Metode Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis." B.S. thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/65248>.
- Pikri, Rizal. "Metode Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Kanal Youtube Jeda Nulis." B.S. thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2022.
- Prianto, Agung Teguh. "Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural dalam Perspektif Al-Qur'an." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2023): 193–210.
- Rkt, Lanna Sari, dan Erwan Efendi. "Pemanfaatan Media Youtube Kanal Jeda Nulis Dalam Membangun Sikap Toleransi Beragama Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatra Utara." *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5, no. 6 (2023): 3508–21.
- Salam, Abdul, Muliaty Amin, dan Kamaluddin Tajibu. "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)." *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 3 (2020). <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>.
- Siregar, Evy Asroany, Ihsan Almunawwar Siregar, dan Erwan Efendy. "Memahami Pesan Dakwah Dalam Siaran." *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* 4, no. 6 (2022): 12128–37.
- Sugiyono, Prof DR. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, 2013. Bandung.
- Sumardianto, Erdin. "Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah." *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram* 3, no. 1 (2025): 67–84.
- Sya'bani, Muhammad Hilmi, Abdur Razzaq, dan Muhammad Randicha Hamandia. "Analisis Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far dan Onad." *Pubmedia Social Sciences and Humanities* 1, no. 3 (2024): 15–15.
- Tsani, Kharisma Iraz, Mufida Aly, Sandrina Ardy Garini, Nadin Amaliyah Putri, Helmy Prasetyo Yuwinanto, dan Fitri Mutia. "Dampak Scroll Culture terhadap Daya Konsentrasi Generasi Z: Tinjauan Literatur Psikologi dan Media Digital." *Jurnal Penelitian Inovatif* 5, no. 4 (2025): 2723–30.

