**Model Komunikasi dan Strategi Dakwah Akun Youtube Aya Ibrahim**

**Ahmad Nurfajrin1, Chodidjah Makarim2, Fahmi irfani3**

1Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia

2,3Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia

nurfajrinahmad19@gmail.com

**Abstract:** *Communication models and dawah strategies are closely related concepts in the context of the development and dissemination of religious teachings. A communication model refers to the methods and approaches used to communicate with the audience or target audience, while dawah strategies refer to the techniques employed to convey religious messages to others. In communication models, there are several approaches that can be used to effectively communicate with the audience, allowing for meaningful dialogue and mutual respect. Dawah strategies can be categorized into various types. In practice, the use of communication models and dawah strategies can be tailored to the needs and characteristics of the intended audience. Therefore, it is important for dawah propagators to have adequate knowledge of both concepts in order to choose the most suitable models and strategies for delivering religious messages.*

**Keywords**:*Communication models, Da’wah strategi, youtube chanel.*

**Abstrak:** Model komunikasi dan Strategi dakwah adalah dua konsep yang berkaitan erat dalam konteks pengembangan dan penyebaran ajaran agama. Model komunikasi adalah suatu cara dan cara yang digunakan untuk berkomunikasi dengan audiens atau target sasaran, sementara strategi dakwah mengacu pada tehnik yang dilakukan untuk menyampaikan pesan agama kepada orang lain. Dalam model komunikasi, terdapat beberapa pendekatan yang dapat digunakan dalam berkomunikasi dengan audiens, sehingga memungkinkan terciptanya dialog yang berarti dan saling menghargai. Strategi dakwah sendiri dapat dibagi menjadi beberapa jenis, Dalam prakteknya, penggunaan Model komunikasi dan strategi dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik audiens yang dituju. Oleh karena itu, penting bagi para penyebar dakwah untuk memiliki pengetahuan yang memadai tentang kedua konsep tersebut agar dapat memilih model dan strategi yang paling sesuai dalam menyampaikan pesan agama.

**Kata kunci**:Model Komunikasi, Strategi Dakwah, Akun Youtube.

**Pendahuluan**

Strategi pada awalnya dipopulerkan pada dunia militer saat perang. Kemudian istilah trategi ini semakin berkembang dan semakin banyak digunakan dalam kata-kata yang lain mulai dari bisnis, management, dan kata sehari hari. Sehingga kata strategi ini kerap kali dipahami sebagai cara-cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. (faradina Nur Setianingsih : 2022 : 25 ).

 Kehadiran internet sebagai media komunikasi modern telah membuat dunia menjadi semakin mudah digenggam. Hampir semua orang memiliki perangkat komunikasi yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan semua orang diseluruh dunia melalui media sosial. Adapun tujuannya yaitu untuk lebih mengetahui penjelasan mengenai komunikasi dan media sosial. Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia. (Astari Clara Sari 2018 : 1).

 Ilmu komunikasi sebenarnya sudah ada pada zaman Yunani Kuno (SM) yang digagas oleh Aristoteles. Gagasan Aristoles ini menyebutkan bahwa dalam komunikasi memiliki unsur-unsur yaitu komunikator, pesan dan penerima pesan. Komunikator menentukan gagasan atau pesan, diarahkan pada khalayak pilihannya melalui saluran atau media yang dimilikinya atau dikuasainya maka akan keluar hasil yang diinginkan ( Suriati,. 2021 : 10)

 Proses komunikasi dapat dibagi menjadi dua yaitu proses komunikasi primer dan sekunder. Komunikasi juga ditinjau dari bentuknya dapat dibagi atas beberapa komunikasi persona, kelompok, massa dan komunikasi media, . (Samsinar S 2022 : 27)

 dakwah adalah salah satu kewajiban terpenting dalam Islam. Ajaran Islam yang diterima dari para nabi dan rasul diakui oleh generasi berikutnya, bahkan di generasi sekarang, berkat Dakwah. Tanpa dakwah, generasi Islam berikutnya tidak akan ada lagi. Akhir dari tugas para nabi dan rasul ditandai dengan kematian mereka. Bukan berarti tugas dakwah berakhir sampai di situ saja, tetapi pekerjaan mulia ini terus berlanjut dan berpindah menjadi tugas manusia, khususnya Dai, harus berperan aktif dalam menjalankan tugas dakwah, yaitu menyeru kepada kebajikan dan mencegah dari kemungkaran. (Fatoni nigsih 2022: 1).

Allah *subhanahu wa ta’ala* berfirman dalam Al-Quran

 ![C:\Users\Herawati\OneDrive\Dokumen\punya ajin]\fix\Screenshot (7).png]()

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.(Q.s. An-Nahl 125).

 Kegiatan dakwah islami tidak mesti selalu dilakukan di sekitar majlis ta’lim, yang meliputi ceramah, tausyiah, dan nasihat tentang pengetahuan agama, baik itu pemembahasan tentang ilmu syari’at islam, tafsir, tauhid dan pembahasan syariat islam yang lain. Namun, dengan berkembangnya teknologi komunikasi, dakwah Islam dapat dilakukan dengan cara yang berbeda. (Fatoni ningsih 2022: 2)

 Sejatinya, dakwah menjadi sebuah penopang utama dalam komunikasi agama karena melalui dakwah pesan-pesan agama akan tersampaikan. Dakwah disampaikan dengan cara-cara simpatik, bijaksana dan lebih humanis. Konsep dakwah dengan pendekatan sosial dan budaya yang diterima oleh masyarakat luas, memperhatikan ruang dan waktu, topik-topik aktual, menyentuh kebutuhan dasar mad‟u dan isu-isu terkini dalam masyarakat, sehingga metode dakwah yang digunakanpun lebih fleksibel disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Meskipun demikian, tujuan dari dakwah tidak tereduksi dengan adanya perkembagan media internet, justru dengan kehadiran media baru ini dapat dimanfaatkan guna pengembangan dakwah ke depan. (Hayani Saputri 2021 : 14 )

 Pada era globalisasi saat ini banyak kalangan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, baik untuk mencari informasi maupun mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan misalnya whatsapp, instagram, facebook, path, line, twitter, Youtube, dan lain sebagainya. Youtube merupakan media sosial dengan konten berbagi video, di mana semua pengguna dapat mencari informasi melalui kanal yang ada, bahkan dapat membuat kanal sendiri. Dari kanal tersebutlah, penyebaran informasi terjadi. Proses tersebut seperti proses produksi pada stasiun Youtube di perangkat televisi namun, dikemas dalam media sosial. Dua miliar pengguna per bulannya sehingga Youtube telah mencatatkan rekor baru di tahun 2019 untuk jumlah pengguna atau pengunjung bulanan terbanyak. Platform aliran ini memiliki sekitar dua miliar pengguna per bulan. Angka ini mencapai sekitar seperempat atau 25% dari seluruh populasi di dunia. Selain itu, menurut beberapa laporan, 62% pengguna Youtube adalah pria, sementara 38% lainnya adalah wanita. (Mahmuddin : 2021 : 64)

 Jadi wajar saja jika banyak content creator dakwah menggunakan youtube sebagai alat untuk berdakwah, Aya Ibrahim adalah salah satu konten kreator yang berasal dari kota bandung dan dikenal dengan kontennya yang sangat menghibur, beliau sendiri memiliki beberapa akun youtube dengan jumblah pengikut yang sangat banyak, seperti aya Ibrahim video pendek dengan jumlah 1 juta 60 ribu pengikut dan telah mengunggah lebih dari 1000 video, dan aya ibrahim dengan jumlah pengikut 2,9 juta dan telah mengunggah 762 video (per November 2022).

 Aya Ibrahim adalah konten kreator yang sudah cukup lama, dilihat dari postingan yang pertama kali diunggah diakun youtube aya Ibrahim, beliau sudah memulai membuat konten youtube sejak tiga tahun yang lalu, dengan postingan postingan yang konsisten, serta menarik untuk dilihat membuat pengikut youtube aya Ibrahim sangat berkembang dengan pesat. Dari setiap postingan postingan yang beliau muat diakun youtube ada beberpa playlist yang sanga populer dan di tonton oleh jutaan orang seperti sambung ayat, berbagi, Tanya bocah gede, Tanya bocah kecil, dan social eksperiment. Selain itu beliau juga kerap membagikan konten yang menghibur dan bermanfaat di akun aku sosial media yang lain seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan lainnya.

**Metode**

Metode penelitian adalah jalan atau suatu cara pengumpulan data yang sifatnya analisis. Metode yang penulis akan gunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu metode yang didefinisikan sebagai suatu pendekatan untuk memahami sesuatu yang sifatnya esensial, sehingga tercipta hasil karya penelitian yang akurat dengan menggunakan data yang pasti dan membaca informasi tertulis, berfikir dan melihat objek. (Rais ubadillah 2020 :32 )

 Peneliti akan memaparkan serta menjabarkan secara rinci dan menyeluruh sehingga menghasilkan suatu bentuk data yang pas, prosedur penelitian yang mendapatkan data deskriptif seperti kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode yang digunakan berfokus pada penelitian yang bersifat non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis, Karakteristik penelitian deskriptif yang dikumpulkan berupa data dari beberapa kata, gambar maupun audio visual, dan bukan angka-angka, metode ini dilakukan untuk mencaritau strategi dan model dakwah yang diterapkan oleh chanel youtube Ayaibrahim. (Rais ubadillah 2020 :32 ).

 Dengan menggunakan penelitian kualitatif ini penulis berharap dapat memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap permasalahan, sebab pedekatan seperti ini diharap agar penulis mendapatkan dan menemukan terkait model komunikasi dan strategi dakwah yang diterapkan oleh akun YouTube Aya Ibrahim. Penelitian kualitatif deskriftif sendiri adalah penelitan menggunakan observasi yang dilaksanakan melalui media youtube seperti yang dijelaskan di atas bahwa penulis meneliti sendiri dengan cara menganalisis sebuah data seperti audio visual, gambar, dan kata perkata dari apa yang dilihat penulis pada konten chanel YouTube Aya Ibrahim, yang merupakan sumber dari penelitian ini sendiri.

Sedangkan data data yang diambil oleh penulis itu sendiri menggunakan beberapa data seperti data primer yang melihat potongan beberapa video dan data sekunder yang penulis dapat dari hasil pencarian melalui jurnal, artikel, catatatn, buku, dan wawancara dengan orang orang atau tokoh yang memiliki pemahaman di bidangnya. Selain itu penulis juga menggunakan beberapa teknik pengumpulan data demimendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang penulis harapkan seperti, observasi Menurut Wikipedia observasi adalah aktifitas suatu proses memahami dan merasakan dari sebuah fenomena atau kejadian berdasarkan pengetahuan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan sebuah penelitian. (Wikipedia).

 Mewawancara Wawancara dilakukan oleh penulis kepada responden yang sudah menonton video aya Ibrahim atau para tokoh yang memahami mengenai model komunikasi dan strategi dakwah yang di terapkan oleh akun YouTube Aya Ibrahim. Dan wawancara dilakukan dengan cara dicatat atau direkam oleh penulis, menurut basrowi dan suwandi wawancara adalah percakapan dengan maksud mempertanyakan kepada responden oleh penulis mengenai semua yang ingin ditanyakan. (Mega Berlian Yolandasari : 29 : 2021). Dokumentasi Teknik dokumentasi adalah teknik yang dilakukan dengan cara mencari data mengenai hal hal atau variabel tertentu berupa transkip, gambar, buku, surat kabar majalah maupun video yang relevan yang dapat mendukung penelitian. Adapun data datanya seperti : profil akun tersebut, profil tokoh, dan video yang diambil sebagai penelitian dimana chanel itu diteliti.

 Pemeriksaan keabsahan data begitu pentingnya keabsahan data dalam penelitian kualitatif karena keabsahan adalah salah satu cara untuk menetapkan keabsahan yang dalam versi kuantitatif disebut kesahihan (validitas) dan keandalan (reabilitas), bagi penelitian kualitatif tidak ada ukurannya yang baku. Ada empat kriteria yang digunakan untuk pengukuran itu. Pertama, derajat kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), keberuntungan (dependability), dan kepastian (confirmability). Adapun kreteria yang digunakan dalam penelitian yang penulis buat ini adalah menggunakan derajat kepercayaan (kredibility). (Moleong : 2018 ). Dan pembuatan prosedur Prosedur dari pelaksanaan analisi data adalah peneliti mengamati video video yang dibuat oleh akun YouTube Aya Ibrahim dengan memperhatikan lebih mendalam mengenai model komunikasi dan strategi dakwah yang di terapkan akun YoTube Aya Ibrahim.

**Hasil dan Pembahasan**

 Aya Ibrahim adalah seorang content creator asal bandung yang sudah cukup lama melakukan kegiatan dimedia social seperti youtube, Instagram bahkan tiktok, tidak mudah untuk beliau mengawali karir menjadi youtuber, membuat salah satu konten yang dibuat oleh beliau sehingga menarik untuk di tonton oleh banyak orang, sebelum menjadi konten creator aya Ibrahim juga pernah berkerja sebagai ojek online, dan pengemudi taxi online di daerah bandung, sampai berjualan sate ayam. (<https://wartakota.tribunnews.com/2020/03/11/dulu-ojek-online-jualan-sate-dan-ayam-geprek-kini-aya-ibrahim-nyanyikan-malaikat-tak-bersayap> )

 Konten-konten yang mendidik yang beliau buat dan diberikan kepada masyarakat salah satunya adalah tentang ke agamaan, dimana beliau melakukan sebuah chaleng atau tantangan keapada masyarakat umum untuk melanjutkan bacaan quran yang beliau bacakan terlebih dahulu, memberikan pertanyaan kepada anak anak mengenai nilai nilai keislaman, dan membuat program obrolan agama dengan nara sumber yang sudah beliau pilih seperti ustad dery sulaeman, beliau adalah content creator yang bisa dibilang sukses saat ini terlihat dari beberapa akun social media beliau yang memiliki banyak pengikut, dan viewer yang cukup banyak juga. Seperti halnya di youtube beliau memiliki pengikut sebanyak lebih dari satu juta pengikut. ( YouTube Aya Ibrahim ).

 Konten beliau yang sangat digemari oleh masyarakat adalah konten konten yang justru bisa kita bilang melawan arus pada hari ini seperti chaleng melanjutkan bacaan quran, karena dari sini siapa sangka ternyata banyak sekali orang orang yang ikut serta dalam mengikuti tantangan ini, dan dari konten beliau kita bisa lihat kita mendapatkan pelajaran pelajaran yang lebih salataunya adalah jangan melihat seseorang dari covernya, karena ada di konten beliau yang melakukan konten dengan anak anak jalan dimana mungkin anak jalanan yang kita anggap adalah anak yang urakan namun di dalam hatinya masih menyimpan kecintaan kepada nabi Muhammad SAW. (YouTube Aya Ibrahim ).

 Pada wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis pada hari rabu 15 maret 2023, penulis mendapatkan jawaban dari narasumber mengenai model komunikasi yang dilakukan oleh akun YouTube Aya Ibrahim adalah, Akun YouTube Aya Ibrahim cenderung menggunakan strategi komunikasi : Komunikasi persuasif : Dimana Aya Ibrahim mengajak kepada masyarakat, mempertanyan, dan melanjutkan tantangan tantangan yang diberikan oleh Aya Ibrahim kepada masyarakat seperti, menanyakan tentang nilai nilai keislaman kepada anak anak, memberikan tantangan kepada masyarakat untuk sambung ayat, selain itu juga ajakan atau komunikasi persuasif ini berpengaruh kepada penonton sehingga bukan hanya orang yang ditanya yang hatinya tergugah melainkan para penonton yang menonton acaranya tersebut menjadi tersentuh atau tergugah.

 Komunikasi kelompok : Model yang kedua beliau juga menggunakan Model komunikasi kelompok dimana biasanya pada beberapa acara seperti acara dengan segment Tanya bocah kecil, beliau akan menananyakan beberapa pertanyaan kepada kelompok itu sendiri mengenai nilai nilai keislaman. Komunikasi masa : Pada model ini beliau menggunakan strategi komunikasi masa yang dimana pada komunikasi ini adalah peralihan dari komunikasi kelompok yang di pindahkan ke suatu media masa YoutTube sehingga beliau bisa sekaligus berinteraksi dengan para penonton yang menonton pada akun tersebut.

 Penulis juga selain mendapatkan hasil mengenai Model komukasi, penulis juga mendapatkan hasil dari pada Strategi dakwah yang dilakukan oleh akun YouTube Aya Ibrahim dari hasil penelitian berupa observasi dan wawan cara, penulis mendapatkan beberapa Strategi dakwah yang dilakukan oleh akun youtube aya Ibrahim seperti. Dakwah bilqaul : Dimana pada dakwah ini chanel youtube Aya Ibrahim menggunakan strategi dakwah bilqauli yaitu strategi dakwah yang dilakukan oleh akun YouTube Aya Ibrahim dalam berdakwah, strategi ini dilakukan kepada orang orang yang berada disekitar atau yang menjadi target beliau dalam membuat konten tersebut, selain itu secara tidak langsung beliau juga melakukan dakwah ini kepada para penonton yang menonton kontennya mengunakan strategi dakwah bilqaul.

Dakwah fi’ah : Pada Strategi ini Akun YouTube Aya Ibrahim melakukan dakwah kepada para penontonnya menggunakan dakwah fiah dimana pada dakwah fi’ah ini adalah dakwah yang dilakukan dengan cara pertemuan dengan para tokoh tokoh, atau kepompok kecil, seperti berdiskusi bermusyawarah dan lain sebagainya, pada dakwah ini ada dimana beliau berdiskusi dengan seorang dai ustad dery sulaiman mengenai ajaran ajaran keislaman lalu disebarkan melalui media YouTube dan banyak ditonton oleh masyarakat. Dakwah tarbawiyah : Pada strategi dakwah ini akun YouTube Aya Ibrahim menggunakan strategi dakwah tarbawiyah dimana strategi dakwah ini adalah strategi yang digunakan menggunaka metode pendidikan atau pengajaran, dimana salah satu konten beliau yang menanyakan kepada anak anak mengenai ajaran ajaran keislmana yang disampaikan, dan pada konten itu beliau memberikan pemahamannya atau ilmunya kepada para anak anak kecil sehingga anak anak tersebut mengetahui daripada apa yangtelah dijelaskan oleh akun YouTube Aya Ibrahim, baik yang ada dikonten beliau maupun yang menonton konten beliau.

Dakwah umum : Dalam berdakwah kepada masyarakat, agar dakwahnya bisa sampai kebanyak masyarakat beliau menggunakan metode atau strategi dakwah umum, dimana strategi dakwah umum ini adalah strategi dakwah yang dilakukan secara umum menggunakan suatu media atau suatu alat sehingga dari media tersebut tersampaikan kepada para penontonnya bukan hanya yang berada disekelilingnya melainya bisa juga pada orang orang umum, dalam dakwah ini jangkawan terhadap masyarakat akan lebih luas, dimana jangkawan tersebut bukan hanya kepada anak muda atau bukan hanya kepada satu golongan saja.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang penulis lakukan terhadap apa yang penulis teliti, maka penulis menemukan beberapa hasil mengenai model komunikasi dan strategi dakwah yang diterapkan oleh akun YouTube Aya Ibrahim sesusai dengan fokus dari pembahasan yang penulis buat adalah :

 Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapat oleh penulis bahwa akun YouTube Aya Ibrahim memiliki beberapa model komunikasi yang berbeda beda di setiap video atau content contennya maka disini penulis menyimpulkan bahwa model komunikasi yang di terapkan oleh chanel youtube Aya Ibrahim yaitu komunikasi persuasif, komunikasi kelompok, dan komunikasi masa. Dalam penelitian penulis mengambil kesimpulan pada pokok-pokok permasalahan yang diambil oleh penulis seperti salah satunya strategi dakwah yang diterapkan oleh akun YouTube Aya Ibrahim, sama seperti fokus masalah yang pertama, akun YouTube Aya Ibrahim memiliki beberapa strategi dakwah, dan strategi dakwah yang di dapat penulis dari hasil penelitian yaitu adalah dakwah bil qaul memalui perkataan, namun ada juga pada runtutan jika di teliti lebih mendalam penulis menemukan strategi dakwah yang lainnya seperti dakwah fi’ah, tarbawiyah, dan dakwah umum.

**Referensi**

Rusnali, N. A., & Adawiyah, R. (2017). Update Status Media Sosial Sebagai Gaya Hidup Baru (Studi Fenomena Pada Mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2017). *al-Din*, Hal 1.

Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, Nurul Ainun5(2020) *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL: jurnal hal 1*

Mahmudin, & Hamdan. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah. *pelita, VI*, 63-80.

Marfuah, U., & Sulton, M. (2016). Komunikasi Brand Lembaga Dakwah : Studi Pada Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat. *Jurnal imu Dakwah, 35*, 139-159.

Nesiasari, D. P., & Ismawat, E. (2018). Pengaruh Penggunaan Model Pembelajaran Problem Based Learning Terhadap Hasil prestasi Belajar Menulis EksplanasiDitinjau Dari Aspek Motifasi Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Bahasa, 7*, 436-447.

Rusnali, N. A., & Adawiyah, R. (2017). Update Status Media Sosial Sebagai Gaya Hidup Baru (Studi Fenomena Pada Mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2017). *al-Din*, 1.

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Researchgate*.

Setianingsih, F. N. (2022). Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Pesan Lagu Cari Berkah Wali Band. *SALIHA jurnal pendidikan agama islam, IV*, 17-40.

Suriati . (2022). Pengantar Ilmu Komunikasi. *Akademia Pustaka, IV*, 2.

Rusnali, N. A., & Adawiyah, R. (2017). Update Status Media Sosial Sebagai Gaya Hidup Baru (Studi Fenomena Pada Mahasiswa KPI IAIN Bone Angkatan 2017). *al-Din*, Hal 1.

Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, Nurul Ainun5(2020) *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL: jurnal hal 1*