

Studi Netnografi Konten Ruqyah Syar'iyah Pada Akun *Youtube* Ustadz Muhammad Faizar

¹ Unik Hanifah Salsabila , ² Adinda Dika Insani , ³ Ramadhani Tri Astuti , ⁴ Nenchi , ⁵ Vika Melia Sintia ,
¹⁻⁵ Universitas Ahmad Dahlan

Alamat: Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Korespondensi penulis: unik.salsabila@pai.uad.ac.id

Abstract. *Muhammad Faizar is a famous ustadz for his preaching using the Shar'iyah ruqiyah method. Ustadz Muhammad Faizar actively preached through his YouTube Channel through ruqiyah medicine. The purpose of this study is to understand public interaction on social media, especially on the YouTube platform through the account of Ustadz Muhammad Faizar. This research uses qualitative methods with a netnographic approach whose focus of observation is the YouTube social media approach. The object of this research is content in the form of ruqiyah impressions on the YouTube channel "Ustadz Muhammad Faizar". The results of this study show that of all the content of Ustad Muhammad Faizar da'wah videos on YouTube from 2020 the theme of ruqiyah syar'iyah. The content that netizens like the most is Qur'anic verse therapy for healing from magic. These findings are a requirement that digital media is one of the potential means for Islamic da'wah.*

Keywords: *Platform, YouTube, Information, Da'wah, Society*

Abstrak. Muhammad Faizar merupakan seorang ustadz yang terkenal karena dakwahnya menggunakan metode ruqiyah syar'iyah. Ustadz Muhammad Faizar aktif berdakwah melalui *Channel YouTube* melalui pengobatan ruqiyah. Tujuan penelitian ini untuk memahami interaksi masyarakat di media sosial khususnya pada *platform YouTube* melalui akun Ustadz Muhammad Faizar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi yang fokus pengamatannya adalah pendekatan media sosial *YouTube*. Objek penelitian ini adalah konten yang berupa tayangan ruqiyah pada *channel YouTube* "Ustadz Muhammad Faizar". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari semua konten video dakwah Ustadz Muhammad Faizar di *YouTube* dari tahun 2020 tema ruqiyah syar'iyah. Konten yang paling disukai netizen adalah terapi ayat Al-Qur'an untuk penyembuhan dari sihir. Temuan tersebut menjadi persyarat bahwa media digital merupakan salah satu sarana yang potensial bagi dakwah Islam.

Kata kunci: 3-5 kata atau frasa yang mencerminkan isi artikel (secara alfabetis).

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan informasi di era digital saat ini membuat masyarakat global tidak dapat dijauhkan dari aplikasi-aplikasi media sosial karena aksesnya yang cepat dijangkau. Media sosial sering digunakan untuk berkomunikasi antar individu secara *online*. Contoh dari media sosial yang sering dipakai oleh masyarakat yaitu seperti *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, *Telegram*, *Facebook*, dan masih banyak lagi. Berbagai informasi dan komunikasi dapat dicari dengan menggunakan aplikasi tersebut, mulai dari informasi positif hingga informasi negatifpun dapat diakses melalui media sosial. Namun, hal tersebut akan sangat disayangkan apabila hanya dimanfaatkan untuk berkomunikasi dan mengakses informasi-informasi yang terkadang kurang penting dan tidak bermanfaat. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi, menyebarkan kebaikan, dan mengajak orang lain untuk

berbuat baik di era globalisasi seperti saat ini. Dari banyaknya media sosial, salah satu yang paling banyak diminati masyarakat adalah *YouTube*. (Wibowo, 2019)

YouTube merupakan salah satu *platform* media sosial yang digunakan untuk mengunggah berbagai video secara *online* yang dapat disebarluaskan kepada masyarakat dari berbagai negara secara gratis. Selain itu, *YouTube* juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan sesama pengguna dan pengunggah video melalui kolom komentar. Dikutip dari Okezone bahwa *YouTube* diklaim menjadi website ketiga yang paling banyak dikunjungi dari 50 juta pengguna aktif perbulannya dari 146 pengakses internet di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut maka *platform YouTube* dapat dimanfaatkan sebagai wadah untuk menyebarluaskan berbagai jenis informasi, hiburan, dan dapat juga dimanfaatkan sebagai media informasi belajar dan alat komunikasi dalam berdakwah kepada masyarakat. *Platform YouTube* dimanfaatkan sebagai sarana berdakwah untuk mengajak orang dalam kebaikan, sehingga *youtube* dijadikan sebagai tempat dakwah bagi beberapa ustadz dan ulama dengan menyajikan konten dakwah. Pemanfaatan *platform YouTube* ini salah satunya dapat sebagai media berdakwah di era moderen. (Sumadi, 2016)

Dakwah dapat diartikan sebagai cara untuk memberi solusi Islam terhadap macam-macam masalah dalam kehidupan. Islam menganjurkan kepada umatnya untuk menebar kebaikan. Penyampaian pesan dakwah juga harus baik dan benar supaya mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat. Hal tersebut dilakukan agar ketika masyarakat menerapkan dan menyebarkan pesan-pesan yang telah disampaikan dapat berjalan dengan baik. Perkembangan masyarakat yang tinggi dan tuntutan yang bermacam-macam menjadikan dakwah tidak dapat hanya dilakukan dengan satu cara saja. Adanya media dakwah dimanfaatkan sebagai perantara penyampaian dakwah kepada masyarakat luas karena seorang pendakwah akan sangat membutuhkan sebuah media apabila ingin menyampaikan pesan dakwah kepada seluruh masyarakat di seluruh negara. (Syeikh, 2015)

Berdasarkan peristiwa diatas, ternyata *platform YouTube* sudah banyak digunakan oleh sbagaian pendakwah untuk menyampaikan kajian-kajian Islam dengan cara meng-*upload* vidio di *YouTube*. Media dakwah *YouTube* mempunyai nilai tersendiri dalam dalam menyeru dakwah, apabila dibandingkan dengan dakwah tatap muka yang memiliki ruang terbatas dan dana yang lebih. Dengan menggunakan *platform YouTube* yang mudah diakses kapanpun, dimanapun, dan siapapun memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi-informasi yang menyebar luas tanpa adanya batasan ruang, waktu dan biaya. Hal tersebut dapat menjadi pilihan yang sangat tepat bagi masyarakat untuk memperoleh dakwah dari *platform YouTube*. (Sulaeman & Fazri, 2020)

KAJIAN TEORITIS

Terdapat kajian yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu *pertama*, artikel jurnal volume 4, nomor 1 tahun 2022 yang disusun oleh Tika Mutia, M. Imam Taufiqurrahman, dan Tito Handoko dengan judul “Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Netnografi Konten *Ruqyah Syar’iyah* pada Akun *TikTok* Ustadz @eriabdulrohimi)”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa video yang memiliki jumlah penonton yang tinggi dan viral karena mengangkat tema *ruqyah syar’iyah* yang mana video tersebut berisikan lantunan ayat Al-Qur’an untuk menyembuhkan seseorang dari ilmu sihir. Selain itu, konten dakwah tersebut juga memberi kontribusi yang dikemas dengan singkat sesuai dengan kejadian yang aktual dan sesuai dengan syariat Islam (Mutia dkk., 2022). Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada media sosial yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan media sosial *TikTok*, sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan media sosial *YouTube*. Perbedaan lainnya terletak pada ustadz yang menyampaikan dakwah. Penelitian sebelumnya mengkaji konten dakwah Ustadz Eri Abdul Rohim, sedangkan penelitian yang akan diteliti mengkaji konten dakwah Ustadz Muhammad Faizar. Penelitian yang akan diteliti menggunakan media sosial *YouTube* karena lebih efektif dalam menyampaikan dakwah dan juga dalam berdakwah durasinya dapat lebih lama dan lengkap penjelasannya dibandingkan dengan aplikasi *TikTok*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada jurnal ini adalah penelitian kualitatif pendekatan netnografi yang metodenya adalah mengkaji perilaku manusia dalam menggunakan media sosial, yakni ucapan, tingkah laku, dan komentar yang akan dianalisa dari penonton *YouTube* di akun Ustadz Muhammad Faizar. Pendekatan netnografi pada penelitian ini digunakan untuk interaksi sosial di dunia maya dapat digunakan sebagai bahan analisis untuk memahami arah publik dalam membangun opininya (Sholahudin, 2023). Analisis penelitian ini menggunakan analisis konten yang membahas isi suatu informasi tertulis di media massa dengan menganalisis isi teks untuk menelaah komunikasi, melalui radio, surat kabar, iklan, televisi, maupun dokumentasi digital lainnya (A.M.Irfan Taufan Asfar, 2019). Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sebuah data yang secara langsung menggunakan teknik pengambilan data dilihat dari interaksi sosial, penggunaan bahasa, saling menghormati. Pada penelitian ini, peneliti menganalisis komentar dari konten *ruqyah* pada *channel YouTube* Ustadz Muhammad Faizar (Sidiq, 2019). Data sekunder, sebuah data yang didapat bukan dari sumber aslinya namun bersumber dari hasil penyajian pihak lain.

Sumber data sekunder berasal dari jurnal, skripsi, buku, dan sumber-sumber semacamnya. (Rijali, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Media *YouTube*

Ditinjau dari estimologi media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius*, jika ditinjau secara harfiah maka bermakna “tengah”, “perantara” ataupun “pengantar”. Dengan demikian penggunaan media mampu menciptakan bahkan membantu dimana suatu kondisi seseorang untuk menjembatani keingintahuan, keterampilan, keahlian, serta peluang. Media sosial yang sangat populer saat ini serta yang sering digunakan oleh semua kalangan ada berbagai macam seperti halnya *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* dan media sosial lainnya. Lister dan kawan-kawan yang dikutip Rulli Nasrullah menjelaskan mengenai *YouTube* adalah salah satu media sosial dengan semua penggunaanya dapat mencari informasi dalam kanal yang ada, atau pun pengguna juga dapat membuat kanal sendiri. (Kusumaningrum dkk., 2022)

Ditinjau dari estimologi media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius*, jika ditinjau secara harfiah maka bermakna “tengah”, “perantara” ataupun “pengantar”. Dengan demikian penggunaan media mampu menciptakan bahkan membantu dimana suatu kondisi seseorang untuk menjembatani keingintahuan, keterampilan, keahlian, serta peluang. Media sosial *YouTube* dengan kelengkapan fiturnya saat ini dapat digunakan untuk hiburan, karena dapat difungsikan sebagai mengunggah, menonton film durasi panjang, live streaming, dan bahkan membagikan moment dalam bentuk video. (Kusumaningrum dkk., 2022)

YouTube merupakan sebuah aplikasi untuk membagikan video, yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* antara lain ialah Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Media sosial *YouTube* ini dapat digunakan untuk mengabadikan, menonton, *live streaming*, bahkan membagikan moment dalam bentuk video. Dengan kata lain *YouTube* merupakan salah satu perusahaan sebagai tempat mengumpulkan video baik video pendek, film, konten kreasi, video klip musik, cuplikan episode dari sebuah stasiun televisi, ataupun sinetron. (Chandra, 2018).

YouTube dirancang menggunakan media audio maupun video sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan, karena konsep *YouTube* memanglah terbuka. *YouTube* membebaskan orang untuk mendapatkan informasi, mengekspresikan diri, memanfaatkan peluang serta dapat digunakan untuk berkarya, dapat dilihat sekarang banyak anak muda yang telah menjadi konten creator memanfaatkan peluang yang terbuka lebar.

2. Dakwah Digital

Ditinjau dari segi bahasa, terdapat banyak sekali maknanya, yaitu ajakan, seruan, dan panggilan (Fadhlih, 2023). Maka orang-orang yang merasa terpanggil untuk melakukan sesuatu kebaikan terhadap orang lain maka ia tergolong sedang berdakwah. Sedangkan dakwah ditinjau dari segi istilah yaitu suatu tindakan atau ajakan untuk melakukan suatu perbuatan yang baik. Sedangkan Menurut Dr. Quraish Syihab dakwah merupakan suatu bentuk keinsyafan atau merubah semua hal yang dibenci Allah dengan melakukan kebaikan secara bertahap. (Wahab & Sa'adah, 2015)

Dakwah merupakan salah satu kewajiban bagi sesama muslim yaitu membagikan ilmu pengetahuannya/pendidikannya baik laki-laki maupun Perempuan, karena dengan demikian ilmunya akan semakin bermanfaat dan mendatangkan pahala bagi yang mau mendakwahnya di jalan yang baik serta yang diridhai oleh Allah SWT. Kewajiban berdakwah ini sebagai cerminan dalam *amar ma'ruf nahi munkar*, sebuah ajakan untuk meninggalkan sesuatu yang telah jelas terlarang yang terkandung di dalam alquran maupun as-sunnah, lalu mengerjakan sepenuh hati disertai ketakwaannya dalam menjalankan perintah Allah Ta'ala dan rasul kita Nabi Agung Muhammad SAW. Orang yang melakukan dakwah disebut "Dai" sedangkan audien atau target dalam berdakwah disebut "mad'u".

3. Pemanfaatan Platform YouTube sebagai Media Dakwah

Media dakwah terbagi menjadi dua golongan yaitu secara tradisional maupun moderen. Media dakwah secara tradisional dahulu kala zaman walisongo ataupun para alim ulama menggunakan media wayang, ketoprak, drama, bahkan musik gamelan yang aransementnya mengandung makna filosofis seperti halnya ilir-ilir, gundul pacul, padang bulan. Sedangkan media dakwah secara modern seperti saat ini dapat dinikmati melalui berbagai platform *Instagram, TikTok, WhatsApp*, dan terutama *YouTube* yang didesain dapat dinikmati dari segi audio dan visualnya.

Peran media dakwah dalam situasi saat ini sangatlah penting dikarenakan urgensinya perkembangan media digital yang semakin modern, jika tidak dipergunakan sebagaimana mestinya pasti akan terjadi penyelewengan dalam memanfaatkan media digital, sehingga dapat dipastikan peran media sangat mempengaruhi dalam keberhasilan dakwah itu sendiri. Aplikasi *YouTube* saat ini dapat menjadi wadah bagi para dai dalam menyiarkan dakwah secara *online* seperti kajian, majelis, ceramah, atau tanya jawab seputar keagamaan. Sehingga para masyarakat yang minim waktunya untuk mengikuti kajian untuk diharuskan datang di suatu majelis tetap dapat mengikuti dan update terkait kajian-kajian yang disampaikan oleh para dai melalui platform *YouTube* akun da'i tersebut. (Sulaeman & Fazri, 2020)

4. *YouTube* Sebagai Sarana Kebutuhan Informasi dakwah bagi Masyarakat

YouTube dimanfaatkan oleh pengguna sebagai sarana, media yang digunakan untuk melihat berbagai konten video, termasuk konten dakwah yang dapat diakses secara mudah. Pada zaman sekarang ini, era teknologi yang melaju kencang perkembangannya dimana semua mudah diakses secara mudah oleh siapapun, dengan demikian faktor yang membuat para ustadz, pendakwah, konten kreator yang bernuansa islami memanfaatkan media sosial terutama *platform YouTube* sebagai sarana dakwahnya (Wibowo, 2019). *YouTube* dijadikan media dakwah oleh pendakwah karena dianggap lebih efektif dan mudah diakses dengan disertai audio video visual yang dianggap praktis dan menarik jika dipakai untuk memberikan pesan dakwah kepada masyarakat tanpa bertatap muka. (Budiasih & Santoso, 2023)

Memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwahnya, Ustadz Muhammad Faizar, memiliki nama lengkap Muhammad Faizar Hidayatullah, berasal dari Sokaraja, Banyumas, Jawa Tengah, beliau seorang *hafiz* Quran juga merupakan alumni dari pondok pesantren Gontor Darussalam dan melanjutkan kuliahnya di Universitas Al-Azhar Kairo Mesir, Ustadz Muhammad Faizar mendirikan sebuah organisasi keagamaan yang diberi nama Arsyada Yadaka Indonesia, yang dimana organisasi ini berfokus pada bidang Ruqyah Syar'iyah dan menjual produk kesehatan yang sudah melalui proses Ruqyah Syar'iyah yang produknya sudah terdaftar BPOM. Ustadz Muhammad Faizar aktif berdakwah di media sosial salah satunya dengan memanfaatkan *platform YouTube* yang bernama “Muhammad Faizar Official”, informasi yang ada, Ustadz Muhammad Faizar bergabung pada *channel YouTube* pada tahun 2020 dengan *subscriber* dan *viewers* yang sangat banyak. Ustadz Muhammad Faizar menyampaikan dakwah yang berkaitan dengan ajaran islam, membahas pengobatan Ruqyah syar'iyah serta mengungkapkan hal ghaib dalam pandangan masyarakat berupa cerita yang berbau mistis dan mitos yang ada dalam pembahasan sesuai ajaran agama Islam bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. (Pamungkas, 2022)

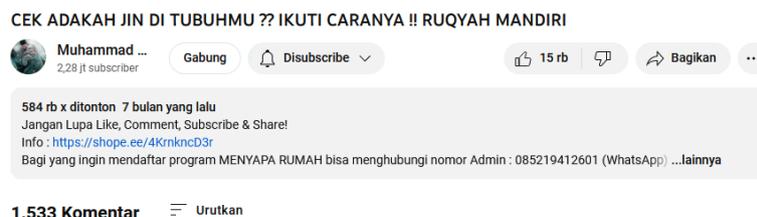


Gambar 1. (Logo dan Informasi *YouTube* Muhammad Faizar Official).

Dalam tayangan-tayangan video *YouTube* yang telah banyak diunggah pada *channel YouTube* Ustadz Muhammad Faizar dengan *subscriber* yang tidak sedikit yakni mencapai 2,28 juta dengan 684 video yang diunggah. Ustadz Muhammad Faizar dikenal sebagai Ustadz yang gemar mengunggah konten terkait metode pengobatan Ruqyah syar'iyah dengan maksud ingin meluruskan akidah umat Islam yang terjerumus dalam perbuatan syirik sebagai sarana penyembuhan dari penyakit yang mereka alami (Wahyudin, 2022). Fokus dakwah melalui media sosial ini menentukan bagaimana seorang pendakwah dapat menyampaikan dakwahnya agar menarik, dengan demikian beberapa tema-tema konten yang diangkat dalam unggahan *YouTube* Ustadz Muhammad Faizar diantaranya adalah, tema konten tentang sihir yang meghalangi jodoh, orang yang terkena sihir atau santet, tutorial mengusir jin dalam tubuh dan masih banyak lagi kaitannya dengan gangguan metafisik yang dialami oleh orang-orang yang terkena gangguan, sehingga hal ini menjadikan peneliti tertarik pada salah satu judul konten *YouTube* Ustadz Muhammad Faizar yang berjudul “Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri” yang dibuat oleh Ustadz Muhammad Faizar sebagai wujud ikhtiar, memberikan edukasi dalam menafsirkan dan menyikapi hal-hal ghaib, menegakkan tauhid, membenahkan sejarah, memberantas TBC (Tahayul, Bid'ah, Churofat), serta menyikapi peristiwa ghaib dengan petunjuk Al-Quran dan As-Sunnah.



Gambar 2. Tayangan video konten Ustadz Muhammad Faizar “Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri”.

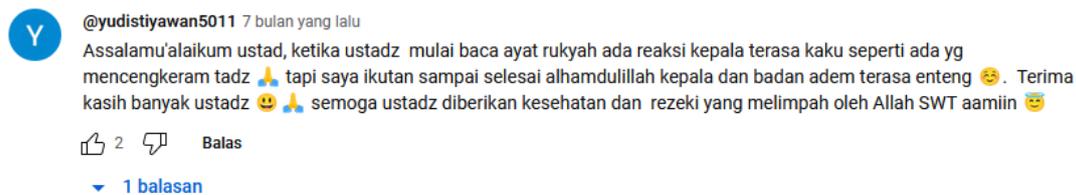


Gambar 3. Informasi tayangan video konten Ustadz Muhammad Faizar “Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri”.

Ustadz Muhammad Faizar dalam kontennya memberikan tutorial ruqyah mandiri yang bisa dilakukan sendiri melalui ayat-ayat dari Al-Quran sebagai ikhtiar penyembuhan penyakit-penyakit khususnya penyakit yang sifatnya metafisik serta dapat mendeteksi apakah ada jin ditubuh kita atau tidak, dalam kontennya juga beliau mengajak para penonton untuk ikut membaca surat yang telah dipaparkan oleh beliau diantaranya, Surat Al-Fatihah, Surat Al-Baqarah ayat 1-5, Surat Al-Baqarah ayat 255-257, Surat Al-Baqarah 284-286, Surat Al-Mu'minin ayat 115-118, As-Saffat ayat 1-10, Al-Hasyr ayat 21-24. Konten video yang berjudul "Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri" pada *channel YouTube* Ustadz Muhammad Faizar diunggah pada tujuh bulan yang lalu dapat diperoleh data aktivitas tayangan sebagai berikut:

Durasi video	Jumlah ditonton	Jumlah komentar	Jumlah suka
14 Menit	584.000	1.533	15.000

Tabel 1: Data aktivitas tayangan video *YouTube* Ustadz Muhammad Faizar dengan Judul "Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri".



Gambar 4. Komentar positif dari penonton *channel YouTube* Ustadz Muhammad Faizar dengan judul "Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri".

Dalam kolom komentar terdapat banyak sekali komentar positif atau testimoni dari penonton yang mengikuti tutorial dalam konten video Ustadz Muhammad Faizar yang berjudul "Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri" merasakan banyak berbagai sensasi mulai dari hawa adem, badan terasa enteng, pusing menjadi sembuh, pengelihatan lebih bening, kepala dan badan terasa ringan, rasa malas beribadah menjadi hilang. Efek tersebut ada berasal dari mendengarkan ayat-ayat ruqyah. Ada komentar yang menjadi beberapa bukti jika setelah mendengarkan ayat-ayat tersebut penonton yang ada dirumah merasakan efeknya secara langsung. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dakwah Ustadz Muhammad Faizar melalui *platform YouTube* dalam kontennya yang berjudul "Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri" dapat memberikan kebermanfaatan meskipun melalui ruang *virtual* dapat dirasakan langsung manfaatnya oleh penonton.

Nama akun komentator	Isi komentar
@rahmi9848	Sudah saya coba ruqyah mandiri ini mantap sekali. Reaksi pas di kepala yaitu badan berkeringat dan merinding sejadi-jadinya. Alhamdulillah badan

	terasa enteng, sehat, sakitnya hilang.
@kiranamumtazah3285	Merinding dari awal sampe akhir, dan reaksi muntah2 air mata juga netes, Ya Allah semoga senantiasa melindungiku.
@kikimardiana460`	Trimakasih ustad, ada reaksi. Semoga saya dpt sembuh kmbli, & semua yg mendengarkan Ruqyah di <i>channel</i> ini.

Tabel 2: Nama akun komentator dan isi komentar pada *channel YouTube* Ustadz Muhammad Faizar dengan judul “Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri”.

Pernyataan diatas menjadikan bukti bahwa hadirnya media sosial dapat dimanfaatkan umat islam sebagai wadah untuk mendakwahkan ajaran-ajaran islam, sangat besar pengaruh dari pemanfaatan media sosial ini menjadi langkah kita sebagai umat islam untuk bisa semakin canggih, maka harus dibarengi dengan trik atau cara agar dakwah yang dilakukan menarik dan tentunya bermanfaat. Dakwah yang dilakukan oleh seorang da’i atau pendakwah melalui *platform* media sosial khususnya *YouTube* menjadikan misi tersendiri bagaimana seorang pendakwah dapat merubah dan menyusun pesan-pesan pendakwah sehingga nantinya akan tersampaikan lebih menarik (Zaini & Rahmawati, 2021). Berdasarkan keuntungannya media sosial memberikan manfaat bagi penggunanya diantaranya, pembuat konten manapun yang menikmati konten tersebut dalam saling berkolaborasi dan berkontribusi satu sama lain dapat menggunakannya dengan bijak, dlam hal ini pendakwah dapat bebas membuat konten keagamaan sesuai dengan kemampuan, minat masing-masing karena tidak semua pendakwah memiliki strategi metode serta teknik yang sama dalam menyampaikan dakwahnya (Nurfitria & Arzam, 2022). Maka dari itu akan sangat disayangkan jika media sosial khususnya *YouTube* hanya digunakan untuk menyebarkan konten-konten yang kurang bermanfaat, sudah saatnya sebagai seorang pendakwah khususnya untuk bisa ikut serta meramaikan dunia teknologi sebagai sarana penyebaran konten dakwah Islami agar memberikan pemahaman ilmu islam yang benar dan rahmatan lil alamin, di dunia dakwah melalio media sosial. (Usman, 2016)

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa memanfaatkan *platform YouTube* milik Ustadz Muhammad Faizar Official yang bergabung pada *channel YouTube* pada tahun 2020 dengan *subscriber* dan *viewers* yang sangat banyak, salah satu nya video yang berjudul “Cek adakah jin di tubuhmu? Ikuti caranya!! Ruqyah mandiri” pada *channel* Ustadz Muhammad Faizar video nya mengenai ruqiyah telah ditonton sekitar 584 ribu kali dan 1.533 komentar. Ustadz Muhammad Faizar dalam kontennya memberikan tutorial ruqyah mandiri yang bisa dilakukan sendiri dalam edukasi menyikapi hal-hal ghaib melalui ayat-ayat Al-Qur’an sebagai ikhtiar penyembuhan. Konten ruqiyah yang diunggah Ustadz Muhammad Faizar menjadi

kontribusi baru dalam menyampaikan dakwah. Hal ini dibuktikan karena banyak netizen berkomentar positif yang mengikuti tutorial, bahwa mereka menemukan kesembuhan melalui metode ruqiyah Ustadz Muhammad Faizar. Kemudian konsep dakwah dalam pemanfaatan *platform YouTube* ini adalah banyak pendakwah menyukai konten yang mudah diakses dan menarik, hal ini terbukti dari banyaknya jumlah komentar memberikan *like* pada *channel YouTube* Ustadz Muhammad Faizar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada program studi Pendidikan Agama Islam dan Dosen pengampu pada mata kuliah Teknologi Pendidikan Agama Islam yang telah memberikan kesempatan dan bimbingan pada kami sehingga dapat tercipta mini riset tentang pemanfaatan teknologi sebagai sarana penyebaran informasi dakwah islami.

DAFTAR REFERENSI

- A.M.Irfan TAUFAN Asfar. (2019). *ANALISIS NARATIF, ANALISIS KONTEN, DAN ANALISIS SEMIOTIK* (Penelitian Kualitatif). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Budiasih, R. A., & Santoso, B. (2023). *STRATEGI PEMANFAATAN PLATFORM YOUTUBE SEBAGAI SARANA KEBUTUHAN INFORMASI DAKWAH BAGI MASYARAKAT YOGYAKARTA*.
- Chandra, E. (2018). YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF ATAU MEDIA PENYAMPAIAN ASPIRASI PRIBADI. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Fadhlih, D. (2023). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH USTADZ DUDI MUTTAQIEN MELALUI CHANNEL YOUTUBE MAJELIS MADANI*.
- Kusumaningrum, H., Unik Hanifah Salsabila, Nanik Rahmanti, Istiani Nur Kasanah, & Dian Sidik Kurniawan. (2022). Optimalisasi Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Daring. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 5(1), 92–114. <https://doi.org/10.54396/saliha.v5i1.223>
- Nurfitria, S., & Arzam, A. (2022). Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media. *An-Nida'*, 46(1), 88. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>
- Pamungkas, S. C. (2022). *PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM FAKULTAS DAKWAH UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO 2022*.
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

- Sholahudin, U. (2023). *Perempuan dan Politik di Media Sosial; Twitter Settimen terhadap #megawati dalam Pendekatan Netnografi*.
- Sidiq, R. (2019). PEMANFAATAN WHATSAPP GROUP DALAM PENGIMPLEMENTASIAN NILAI-NILAI KARAKTER PANCASILA PADA ERA DISRUPSI. *Puteri Hijau: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 4(2), 145. <https://doi.org/10.24114/ph.v4i2.16304>
- Sulaeman, A. R., & Fazri, A. (2020). *Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh*. 11.
- Sumadi, E. (2016). *DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*. 4(1).
- Syeikh, A. K. (2015). *POLA DAKWAH DALAM ERA INFORMASI*.
- Usman, F. (2016). *Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah*. 1.
- Wahab, A., & Sa'adah, K. (2015). *KONSEP DAKWAH ISLAM TERHADAP PLURALITAS AGAMA DALAM TAFSIR AL-MISBAH KARYA M. QURAIISH SHIHAB*.
- Wahyudin, Y. (2022). PERKEMBANGAN TERAPI RUQYAH SYAR'IAH DI INDONESIA DAN RELEVANSINYA DENGAN PENDIDIKAN. *Ilma Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 60–69. <https://doi.org/10.58569/ilma.v1i1.455>
- Wibowo, A. (2019). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI TREND MEDIA DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL*. 03(02).
- Zaini, A., & Rahmawati, D. (2021). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(1), 162. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>