

ABSTRAK

Muhammad Fachri Misbahuddin Z: “Dakwah di Era Digital: Studi mengenai Aktivitas Dakwah Buya Yahya melalui Media Sosial Youtube, Facebook, dan Instagram)”

Penelitian ini mengkaji tentang Digitalisasi Dakwah melalui Media Sosial yang dilakukan oleh K.H. Yahya Zainul Ma’arif atau yang lebih akrab disapa dengan Buya Yahya. Perkembangan zaman yang semakin maju telah membawa manusia pada era Digital yang ditandai dengan besarnya penggunaan teknologi-informasi seperti Media Sosial dalam menjalankan kehidupan seperti sekarang ini. Kondisi ini tentunya menjadi sebuah tantangan di Bidang Dakwah Islam dalam melakukan berbagai upaya langkah pengembangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Digitalisasi Dakwah Buya Yahya melalui media sosial Youtube, Facebook dan Instagram. Dengan menggunakan Pendekatan Kualitatif, Metode *deskriptif-analitis* dan Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratifications Theory* oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz, Analisis Data Mengikuti Model Miles dan Huberman yang meliputi Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan.

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa digitalisasi dakwah Buya Yahya melalui media sosial Youtube, Facebook dan Instagram dilakukan dengan tahapan pra produksi yang berisikan kegiatan sebelum produksi konten dakwah dilakukan dengan menentukan materi kajian, membuat promo kajian dan mempersiapkan segala peralatan yang dibutuhkan untuk memproduksi konten Dakwah Buya Yahya. Setelah itu tahap produksi konten yang dilakukan dengan merekam kajian Buya Yahya. Kemudian tahap pasca produksi dengan melakukan *editing* video konten, memposting dan mengevaluasi konten melalui pemantauan insight akun media sosial. Penelitian ini Berkontribusi bagi Studi Media dan Pengembangan syi’ar Islam yaitu mampu memperluas jangkauan Dakwah, mampu merespon tuntutan perkembangan zaman dan kebutuhan umat di Era Digital, Selain itu Penelitian ini menawarkan Inovasi Dakwah berbasis teknologi informasi Digital dalam mengembangkan syi’ar Islam terutama untuk para pegiat dakwah, tokoh Agama, ulama, dan Penyuluh Agama Islam serta memberikan kemudahan akses informasi bagi Jama’ah untuk mendapatkan Materi Dakwah.

Kata Kunci: *Dakwah; Media Sosial; Digital.*

ABSTRACT

Muhammad Fachri Misbahuddin Z: “Preaching in the Digital Era: A Study on the Da’wah Activities of Buya Yahya through Social Media Platforms – YouTube, Facebook, and Instagram”

This study explores the digitalization of Islamic preaching (da’wah) through social media, as conducted by K.H. Yahya Zainul Ma’arif, more popularly known as Buya Yahya. The rapid advancement of the times has ushered humanity into the digital era, characterized by the extensive use of information technology—particularly social media—in various aspects of daily life. This condition presents both challenges and opportunities for the field of Islamic da’wah in developing new strategies and approaches.

The aim of this research is to examine the digitalization of Buya Yahya’s da’wah activities through social media platforms such as YouTube, Facebook, and Instagram. Employing a qualitative approach and a descriptive-analytical method, the study applies the Uses and Gratifications Theory by Herbert Blumer and Elihu Katz. Data analysis follows the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results of the study reveal that the digitalization of Buya Yahya’s da’wah through YouTube, Facebook, and Instagram is carried out in three stages: Pre-Production: Activities carried out before the content is produced, such as determining the subject matter, creating promotional materials, and preparing all necessary equipment for the production of Buya Yahya’s da’wah content. Production: The recording of Buya Yahya’s religious lectures. Post-Production: Editing video content, posting it online, and evaluating it by monitoring insights and analytics from social media platforms.

This research contributes to media studies and the development of Islamic preaching by showing how digitalization: Broadens the reach of da’wah, Responds to the demands of technological advancement and the needs of the Muslim community in the digital era, Offers innovative, technology-based approaches for da’wah practitioners, religious leaders, scholars, and Islamic counselors, Provides easier access to religious materials for the general public.

Keywords: *Da’wah; Social Media; Digital*

المخلص

محمد فخري م. ز: "الدعوة في العصر الرقمي: دراسة حول نشاطات الدعوة للشيخ بوبا يحيى عبر وسائل التواصل الاجتماعي يوتيوب، فيسبوك، وإنستغرام"

يتناول هذا البحث موضوع رقمنة الدعوة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، والتي يقوم بها فضيلة الشيخ يحيى زين العارف، المعروف أكثر باسم "بوبا يحيى". لقد أدى تطوّر الزمان وتقدّمه إلى إدخال الإنسان في العصر الرقمي، الذي يتميز بكثرة استخدام التكنولوجيا والمعلومات، كوسائل التواصل الاجتماعي، في الحياة اليومية المعاصرة. ولا شك أن هذا الواقع يشكّل تحديًا لمجال الدعوة الإسلامية في سعيها لتطوير وسائلها وخطواتها.

يهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية رقمنة الدعوة التي يقوم بها بوبا يحيى عبر وسائل التواصل الاجتماعي يوتيوب، فيسبوك، وإنستغرام. وقد استخدم الباحث المنهج النوعي، والطريقة الوصفية التحليلية، والنظرية المستخدمة في هذا البحث هي "نظرية الاستخدامات والإشباع" لهربرت بلومر وإيليهو كاتز. وأما تحليل البيانات فقد تمّ وفق نموذج مايلز وهوبيرمان، والذي يشمل: تقليص البيانات، عرض البيانات، واستخلاص النتائج.

وقد كشفت نتائج هذا البحث أن رقمنة الدعوة التي يقوم بها بوبا يحيى عبر وسائل التواصل الاجتماعي تمرّ بثلاث مراحل: مرحلة ما قبل الإنتاج، وتتضمّن تحديد موضوع الدرس، إعداد الإعلانات، وتحضير جميع الأدوات اللازمة لإنتاج المحتوى الدعوي. ثم مرحلة الإنتاج، حيث يتمّ تسجيل محاضرات الشيخ بوبا يحيى وبعد ذلك تأتي مرحلة ما بعد الإنتاج، والتي تشمل تحرير الفيديو، ونشره، ومراجعته من خلال متابعة التفاعل والتحليلات على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.

يساهم هذا البحث في دراسات الإعلام وتطوير نشر الدعوة الإسلامية، حيث يوسّع من نطاق الدعوة، ويستجيب لمتطلبات تطوّر العصر واحتياجات الأمة في العصر الرقمي. كما يقدّم البحث ابتكارًا في مجال الدعوة قائمًا على تكنولوجيا المعلومات الرقمية، يخدم الدعاة، والعلماء، والوعاظ، والمرشدين الدينيين، ويسهّل على الجمهور الوصول إلى محتوى الدعوة بسهولة ويسر.

الكلمات المفتاحية: الدعوة؛ وسائل التواصل الاجتماعي؛ الرقمنة