

Teknik *Storytelling* Dakwah Ustadz Maulana pada YouTube @Islam Itu Indah

Deskca Putri Anastasya^{*}, Ida Afidah, Ahmad Mudakir

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

deskcputrianastasya@gmail.com, idaafidah26@email.com, ahmadmudakir@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the use of storytelling techniques in the da'wah delivered by Ustadz Maulana on the YouTube channel Islam Itu Indah Official. This research employs a descriptive qualitative approach by examining four selected sermon videos of Ustadz Maulana. Data were collected through observation and video documentation and analyzed using Jerome Bruner's storytelling theory. The results show that Ustadz Maulana applies storytelling through everyday life stories, simple analogies, and relevant humor. This technique builds emotional engagement and facilitates audience understanding of da'wah messages. Thus, storytelling is proven to be an effective da'wah communication strategy in digital media.

Keywords: *Storytelling, Da'wah, YouTube.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teknik storytelling dalam dakwah Ustadz Maulana pada channel YouTube Islam Itu Indah Official. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan objek penelitian berupa empat video ceramah Ustadz Maulana. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi video, kemudian dianalisis menggunakan teori storytelling Jerome Bruner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Maulana menggunakan storytelling melalui cerita kehidupan sehari-hari, analogi sederhana, dan humor yang relevan dengan audiens. Teknik ini mampu membangun kedekatan emosional serta mempermudah pemahaman pesan dakwah. Dengan demikian, storytelling terbukti menjadi strategi komunikasi dakwah yang efektif dalam media digital.

Kata Kunci: *Storytelling, Dakwah, YouTube.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola penyampaian dakwah Islam. Media digital, khususnya YouTube, tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi medium edukasi dan dakwah yang efektif karena mampu menyajikan pesan secara audio-visual dan menjangkau *audiens* yang lebih luas, terutama generasi muda (Qonita et al., 2025). Pemanfaatan YouTube dalam dakwah memungkinkan pesan keagamaan disampaikan dengan cara yang lebih komunikatif, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik audiens digital.

Di Indonesia, YouTube menjadi salah satu platform yang paling banyak dimanfaatkan sebagai media dakwah karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi dalam penyampaian pesan keagamaan. Melalui YouTube, pesan dakwah dapat diakses kapan saja dan oleh siapa saja, sehingga memungkinkan jangkauan dakwah yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Pemanfaatan media ini juga mendorong munculnya berbagai gaya komunikasi dakwah yang lebih kreatif dan inovatif dibandingkan metode ceramah konvensional (YouTube, 2011).

Salah satu pendakwah yang berhasil memanfaatkan media YouTube adalah Ustadz Maulana melalui channel @Islam Itu Indah Official. Ceramah yang disampaikan tidak hanya bersifat normatif, tetapi dikemas dalam bentuk cerita yang dekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Pendekatan ini sejalan dengan teori *storytelling* Jerome Bruner yang menekankan bahwa manusia memahami realitas dan membangun makna melalui struktur naratif (Bruner, 1990).

Pendekatan *storytelling* dalam dakwah memiliki peran penting dalam membangun pemahaman audiens terhadap pesan keagamaan. Melalui cerita yang memiliki alur naratif yang jelas, audiens dapat lebih mudah menghubungkan pesan dakwah dengan pengalaman hidup mereka sendiri. Teori *storytelling* Jerome Bruner menekankan bahwa manusia memahami realitas melalui narasi yang memiliki struktur seperti pengenalan situasi, konflik, dan resolusi, sehingga pesan menjadi lebih bermakna dan kontekstual (Drajat & Purnama, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji teknik *storytelling* dalam dakwah Ustadz Maulana serta perannya dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah di platform YouTube. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah digital serta menjadi rujukan praktis bagi para dai dan kreator dakwah dalam mengembangkan konten yang komunikatif, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern (Sholihin & Hasbiyah, 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini difokuskan pada beberapa permasalahan utama, yakni:

1. Apa teknik *storytelling* dalam dakwahnya di channel YouTube?
2. Bagaimana *storytelling* Ustadz Maulana dalam dakwah di channel YouTube @Islam Itu Indah Official?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teknik *storytelling* dalam dakwah Ustadz Maulana serta mengkaji relevansi pendekatan naratif dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah di platform YouTube. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi dakwah digital, khususnya terkait penggunaan *storytelling* sebagai strategi komunikasi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi para dai, kreator dakwah, dan pengelola media Islam dalam mengembangkan konten dakwah yang komunikatif, kontekstual, dan mudah dipahami oleh masyarakat *modern* (Munawar, 2015).

Selain itu, perkembangan dakwah digital juga menuntut para pendakwah untuk menyesuaikan metode komunikasi dengan karakteristik *audiens* media sosial yang cenderung menyukai konten singkat, menarik, dan mudah dipahami. Dalam konteks ini, penggunaan teknik *storytelling* menjadi salah satu pendekatan yang relevan karena mampu menyampaikan pesan agama secara persuasif melalui alur cerita yang dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari.

Ustadz Maulana sebagai salah satu figur pendakwah populer memanfaatkan pendekatan tersebut dalam ceramahnya di channel YouTube *Islam Itu Indah Official*, dengan mengemas pesan dakwah melalui kisah inspiratif, pengalaman nyata, serta gaya penyampaian yang komunikatif dan interaktif sehingga mampu meningkatkan minat serta pemahaman *audiens* terhadap nilai-nilai keislaman yang disampaikan (Lestari & Asia, 2024).

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis untuk memahami secara mendalam teknik *storytelling* dalam dakwah Ustadz Maulana pada channel YouTube *@Islam Itu Indah Official*. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengkaji makna, serta struktur naratif, serta yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah digital. Analisis dilakukan dengan menggunakan perspektif teori *storytelling* Jerome Bruner yang menekankan pada konsep *narrative thinking* dan struktur naratif dalam penyampaian pesan (Agusta, 2003).

Sumber data utama dalam penelitian ini berupa video ceramah Ustadz Maulana yang diunggah pada channel YouTube *@Islam Itu Indah Official*, sedangkan data pendukung diperoleh dari literatur ilmiah, jurnal, buku, serta dokumen terkait komunikasi dakwah digital dan *storytelling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten video, dokumentasi, serta studi pustaka untuk memperkuat landasan teoretis penelitian. Pemilihan video didasarkan pada kesesuaian tema dakwah dan penggunaan unsur cerita dalam penyampaian pesan (Achjar et al., 2023).

Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti mengidentifikasi unsur-unsur *storytelling* seperti alur cerita, konflik, resolusi, serta pesan moral yang disampaikan dalam dakwah. Selanjutnya, data dianalisis dengan mengaitkan struktur naratif yang ditemukan dengan konsep *storytelling* menurut Jerome Bruner guna memahami bagaimana pendekatan naratif tersebut berperan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah di media digital (Saleh, 2017).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori *storytelling* Jerome Bruner (1990), khususnya konsep *narrative thinking*. Data dianalisis dengan mengidentifikasi struktur naratif yang meliputi pengenalan situasi, konflik, dan resolusi, serta menafsirkan makna pesan dakwah yang dibangun melalui narasi tersebut. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif untuk menunjukkan bagaimana teknik *storytelling* berperan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah Ustadz Maulana di media digital (Bruner, 1990).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik *storytelling* menjadi strategi utama yang digunakan Ustadz Maulana dalam menyampaikan dakwah melalui channel YouTube *Islam Itu Indah Official*. *Storytelling* disampaikan melalui cerita kehidupan sehari-hari, dialog interaktif, serta humor yang relevan dengan kondisi audiens. Teknik ini mampu membangun kedekatan emosional antara dai dan audiens serta membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diingat.

Struktur cerita yang digunakan umumnya terdiri dari pengenalan situasi, munculnya permasalahan, dan penyampaian solusi berdasarkan nilai-nilai Islam. Pola ini menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak disampaikan secara langsung dalam bentuk nasihat, tetapi dibangun melalui alur cerita yang runtut dan mudah diikuti oleh audiens.

Cerita yang digunakan sering kali diambil dari pengalaman nyata masyarakat, kisah inspiratif, kisah nabi, maupun ilustrasi sederhana yang dekat dengan kehidupan audiens. Hal ini membuat pesan dakwah terasa relevan dan realistis, sehingga audiens lebih mudah mengaitkan isi ceramah dengan pengalaman pribadi mereka.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana dan gaya penyampaian yang komunikatif membantu memperkuat pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. Cerita yang disampaikan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana penanaman nilai moral dan spiritual secara bertahap.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *storytelling* yang digunakan mampu membangun keterlibatan emosional audiens. Penonton terlihat memberikan respons positif melalui komentar yang menyatakan bahwa ceramah mudah dipahami, menyentuh, dan memberikan motivasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Selain itu, *storytelling* yang digunakan dalam dakwah Ustadz Maulana juga menunjukkan adanya upaya penyederhanaan konsep keagamaan yang kompleks menjadi cerita yang praktis dan aplikatif. Dengan demikian, audiens tidak hanya memahami pesan secara teoritis, tetapi juga memperoleh gambaran konkret mengenai penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan analisis terhadap empat video dakwah, ditemukan bahwa struktur naratif yang digunakan umumnya terdiri dari pembukaan yang *relatable*, ilustrasi cerita yang kontekstual, konflik atau permasalahan kehidupan, serta penutup berupa pesan moral dan kesimpulan dakwah. Setiap video menunjukkan penggunaan unsur *storytelling* yang berbeda, namun tetap berorientasi pada pembentukan makna keagamaan yang kontekstual dan aplikatif bagi kehidupan sehari-hari audiens.

Teknik *storytelling* juga berfungsi sebagai media persuasi yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam seperti kesabaran, tawakal, serta pemaknaan terhadap ujian hidup. Penggunaan bahasa sederhana dan interaksi langsung dengan jamaah menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Analisis dan Pembahasan

Pembahasan penelitian menegaskan bahwa *storytelling* dalam dakwah Ustadz Maulana dapat dipahami melalui teori Jerome Bruner mengenai *narrative thinking*, yaitu cara manusia memahami realitas melalui cerita. Narasi yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana membangun makna religius yang lebih kontekstual dan persuasif bagi audiens digital.

Analisis menunjukkan bahwa keberhasilan *storytelling* Ustadz Maulana terletak pada kemampuannya mengaitkan ajaran agama dengan pengalaman sosial masyarakat. Cerita yang disampaikan mengandung konflik dan resolusi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari sehingga memudahkan audiens dalam menginternalisasi nilai-nilai dakwah. Struktur narasi bertahap serta penggunaan humor menjadikan pesan lebih komunikatif dan tidak terasa menggurui.

Penggunaan *storytelling* terbukti meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah di media digital karena mampu menciptakan interaksi emosional dan partisipasi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan naratif tidak hanya memperkuat pemahaman pesan keagamaan, tetapi juga memperluas jangkauan dakwah serta menyesuaikan metode penyampaian dengan karakteristik generasi digital.

Berdasarkan perspektif *storytelling* Jerome Bruner, pendekatan naratif dalam dakwah memiliki peran penting dalam membantu audiens memahami realitas melalui cerita. Ceramah Ustadz Maulana menunjukkan bahwa penyampaian pesan dalam bentuk narasi mampu menjembatani konsep agama yang abstrak menjadi pengalaman yang lebih nyata dan mudah dipahami.

Struktur cerita yang sistematis menunjukkan bahwa dakwah yang berbasis *storytelling* memungkinkan audiens mengikuti alur pemikiran secara bertahap. Pendekatan ini sesuai dengan konsep *narrative thinking* yang menekankan bahwa manusia lebih mudah memahami makna melalui cerita dibandingkan dengan penjelasan yang bersifat teoritis semata.

Penggunaan cerita yang kontekstual juga memperlihatkan bagaimana narasi dapat berfungsi sebagai sarana pembentukan makna sosial dan spiritual. Audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga diajak merefleksikan pengalaman hidup mereka melalui kisah yang disampaikan dalam ceramah.

Selain itu, *storytelling* dalam dakwah di media digital menunjukkan relevansi yang tinggi dengan karakteristik audiens modern yang cenderung menyukai konten naratif. Penyampaian pesan melalui cerita menjadikan dakwah lebih menarik dan tidak terasa kaku, sehingga pesan dapat diterima secara lebih alami.

Dari sudut pandang Bruner, cerita berfungsi sebagai alat untuk membangun interpretasi dan pemahaman individu terhadap dunia sekitarnya. Hal ini terlihat dalam cara audiens merespons ceramah dengan menghubungkan cerita yang disampaikan dengan pengalaman pribadi mereka.

Dengan demikian, penggunaan *storytelling* dalam dakwah Ustadz Maulana menunjukkan bahwa pendekatan naratif mampu meningkatkan kualitas komunikasi dakwah di media digital. Narasi yang terstruktur, kontekstual, dan relevan menjadikan pesan agama lebih mudah dipahami, diingat, serta diimplementasikan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Pendekatan *storytelling* juga memungkinkan terjadinya proses internalisasi nilai-nilai keislaman. Ketika audiens merasa cerita yang disampaikan dekat dengan pengalaman pribadi mereka, pesan dakwah menjadi lebih bermakna dan mudah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *storytelling* tidak hanya berfungsi sebagai teknik penyampaian, tetapi juga sebagai sarana pembentukan makna dan kesadaran spiritual audiens.

Dalam konteks dakwah digital, *storytelling* menjadi semakin relevan karena karakteristik audiens media sosial yang cenderung menyukai konten naratif dan komunikatif. Cerita yang disampaikan Ustadz Maulana mampu menarik perhatian audiens, mempertahankan fokus penonton, serta menciptakan pengalaman dakwah yang lebih personal meskipun disampaikan melalui media digital.

Selain itu, penggunaan *storytelling* dalam dakwah Ustadz Maulana menunjukkan bahwa dakwah di media YouTube tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga pada proses komunikasi yang humanis dan dialogis. Cerita menjadi jembatan antara teks keagamaan dan realitas sosial, sehingga dakwah mampu menjawab kebutuhan spiritual masyarakat modern.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa *storytelling* sebagaimana dijelaskan oleh Jerome Bruner memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah di media digital. Pendekatan ini dapat dijadikan model bagi para dai dan pengelola media dakwah dalam mengembangkan konten dakwah yang lebih komunikatif, kontekstual, dan relevan dengan kehidupan audiens masa kini.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan *storytelling* Jerome Bruner (1990), dapat disimpulkan bahwa dakwah Ustadz Maulana pada channel YouTube *Islam Itu Indah Official* menunjukkan bahwa *storytelling* merupakan pendekatan utama dalam penyampaian pesan dakwah. Ustadz Maulana tidak hanya menyampaikan materi keagamaan secara normatif, tetapi juga mengemasnya melalui cerita yang diangkat dari pengalaman kehidupan sehari-hari sehingga pesan dakwah menjadi lebih kontekstual, dekat dengan audiens, serta mudah dipahami.

Teknik *storytelling* yang digunakan menunjukkan kesesuaian dengan teori naratif Bruner, khususnya konsep *narrative thinking*, di mana cerita disusun dengan struktur yang jelas meliputi pengenalan situasi, konflik, dan resolusi. Struktur naratif tersebut membantu audiens membangun pemahaman secara bertahap, sekaligus memudahkan mereka dalam mengingat pesan dakwah yang disampaikan. Selain itu, *storytelling* juga berfungsi sebagai strategi komunikasi yang efektif di media digital karena mampu membangun keterlibatan emosional audiens melalui dialog, interaksi, dan alur cerita yang menarik. Dengan demikian, penggunaan *storytelling* terbukti berperan penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah Ustadz Maulana di platform YouTube.

Adapun saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah pentingnya bagi para praktisi dakwah, khususnya yang memanfaatkan media digital, untuk terus mengembangkan teknik *storytelling* dalam penyampaian pesan keagamaan agar lebih komunikatif dan relevan dengan kehidupan audiens. Pengelola media dakwah juga disarankan untuk mengemas konten secara naratif dan kreatif guna meningkatkan daya tarik serta keterlibatan audiens di media sosial.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian, menggunakan pendekatan teori yang beragam, atau mengkaji respons audiens secara lebih mendalam agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah digital serta menjadi rujukan bagi mahasiswa dan peneliti yang meneliti bidang dakwah, komunikasi, dan media Islam.

Ucapan Terimakasih

Peneliti menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kontribusi selama proses pelaksanaan penelitian ini, khususnya:

1. Cinta pertama saya, Daddy Chandra Rasyid. Beliau memang agak *strict* dalam mendidik penulis karena penulis adalah putri semata wayang kesayangannya. Beliau memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana. Penulis meminta maaf belum bisa memberikan yang terbaik dan penulis berharap suatu saat nanti Daddy bisa bangga dengan anak tunggalnya ini. *I love you more more and more.*
2. Pintu surgaku, Mommy Riska Milandari terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang telah diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati dalam menghadapi penulis yang keras kepala dan selalu ada dalam setiap episode kehidupan penulis. Penulis meminta maaf belum bisa memberikan yang terbaik dan penulis berharap suatu saat nanti Mommy bisa bangga dengan anak tunggalnya ini. Mommy menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk pulang, mom. *I love you more more and more.*
3. Ibu Dr. Hj. Ida Af'idah, Dra., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung sekaligus Dosen Pembimbing 1 saya yang telah memberikan bimbingan serta arahnya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Yang terhormat bapak Muhammad Fauzi Arif, S. Sos.I., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Dakwah sekaligus Dosen Wali yang senantiasa membantu dalam hal kemahasiswaan.
5. Yang terhormat ibu Dr. Hj. Nia Kurniati Syam, Dra., M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Dakwah.
6. Bapak Malki Ahymad Nasir, S.Ag., M.Irk., Ph.D selaku Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung.
7. Bapak Ahmad Mudakir., S.Th.I. M.Ag selaku Dosen Pembimbing 2 saya yang telah memberikan arahan dalam perkuliahan terkhusus penelitian ini.
8. Dosen Fakultas Dakwah dan para staff di dalamnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, dan senantiasa membantu penulis dalam memenuhi kebutuhan administrasi.
9. Sahabat-sahabat saya tercinta yaitu Nabila Nydia Salsabila, Siti Reysa Permatasari, Anggia Puti Listiani Salamah, Widi Ardiyanti, Nabila Syahwa Aqila, Syifa Sadatu Dariah, Atin Mustautinah, Nadia Siti Sa'adah, Ayu Andira, Yasinta Nurhaliza, Nasywa Nur Handayani, Anissa Nur Azizah Herdiana, Adha Rhoudatul Aisyi, Tiana Dwi Kirana, Rahmi Nurul Huda, Bunga Nurliana, Syafa Herdiani dan Benita Madi Rachmat, *thank you for being support shoulder in my though times.* Penulis ucapkan terima kasih karena sudah selalu ada untuk penulis dengan menjadi *support system* dalam kondisi suka maupun duka, selalu bisa mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, serta doa kepada penulis. Terima kasih sudah dengan sabarnya menghadapi saya dengan berbagai *mood* yang terjadi, terima kasih telah menjadi teman yang baik dan menjadi bagian dari perjalanan saya selama perkuliahan hingga waktu penulisan tugas akhir.
10. Last but not least, i wanna thank me i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and trying give more than i receive, i wanna thank me for trying to do more right than wrong, i wanna thank me for just being me at all time.

Daftar Pustaka

- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk analisis data kualitatif dan studi kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179–188.
- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. Retrieved <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Bruner, J. (1990). *Acts of meaning: Four lectures on mind and culture* (Vol. 3). Harvard university press.
- Drajat, H., & Purnama, H. (2020). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL STORYTELLING KANAL YOUTUBE “Kok Bisa?” DALAM MENINGKATKAN MINAT BELAJAR. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 6(1), 382–389.
- Hidayah Safiramu'ti, & Malki Ahmad Nasir. (2024). Peningkatan Pemahaman Pembinaan Akhlak pada Channel Youtube Adi Hidayat Official. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 131–136. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5270>
- Lestari, A., & Asia, N. (2024). Gaya bahasa Ustadz Maulana dalam acara Islam Itu Indah. *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(1), 1–13.
- Maulina, N. A., Syam, N. K., & HMZ, N. (2021). Pengaruh Intensitas Menonton Program Youtube Channel Wirda Mansur terhadap Motivasi Membaca Al-Qur'an Subscriber. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 61–67. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.216>
- Munawar, I. (2015). *Muatan Dakwah Ustadz Muhammad Nur Maulana Pada Program “Islam Itu Indah” di Trans TV*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Qonita, F., Najela, F., Rahmawati, D., Izzah, A., Mirwazi, L., Febrianto, M., & Aziz, M. A. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KEPADA GENERASI MILENIAL: PENERAPAN PRINSIP AT-TARGHIB QABLA TARHIB DALAM KONTEN YOUTUBE (USTAD HANAN ATTAHI). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 10(1), 175–187.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Sholihin, S., & Hasbiyah, D. (2024). Pengaruh Digital Storytelling pada Channel Youtube Satu Persen Indonesian Life School Terhadap Literasi Kesehatan Mental Generasi Z. *Karimah Tauhid*, 3(9), 10045–10065.

Uswatun Layina Maya, Nia Kurniati, & Asep Ahmad Sidiq. (2025). Analisis Konten Akun Youtube Kata Ustadz Dalam Memperkenalkan Jilbab. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 57–64. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v5i1.6670>

YouTube, L. L. C. (2011). YouTube. *Retrieved*, 27, 2011.