

Pengetahuan Keagamaan *Viewers* Pada Konten YouTube Shorts Yufid TV

Meti Amarila Lestari *, Chaiwiawaty, Parihat Kamil

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

metiamarila56@gmail.com, chaiwiawaty@gmail.com, parihat.kamil2004@gmail.com

Abstract. The development of information technology in the digital era has driven changes in the delivery of Islamic da'wah, one of which is through the utilization of social media platforms such as YouTube. The presence of the YouTube Shorts feature as a short-form video format opens new opportunities for disseminating da'wah messages that are concise, easily accessible, and have the potential to be watched repeatedly. This study aims to explore and understand the religious knowledge of viewers of Yufid TV's YouTube Shorts da'wah content, particularly in the aspects of creed (aqidah), Islamic law (sharia), and morals (akhlaq). This research employs a qualitative approach using content analysis of viewers' comments on Yufid TV's YouTube Shorts content. The research subjects consist of ten viewers selected based on the representativeness of comment data. The results indicate that Yufid TV's YouTube Shorts da'wah content is able to provide religious knowledge to viewers in the aspects of aqidah, sharia, and akhlaq. In the aspect of aqidah, viewers demonstrate an understanding of faith in Allah and an appreciation of His power and will. In the aspect of sharia, viewers understand Islamic laws and religious practices and begin to apply them in their daily lives. Meanwhile, in the aspect of akhlaq, viewers show awareness of the importance of Islamic manners and behavior as part of the comprehensive practice of Islamic teachings. Based on Bloom's Taxonomy, the viewers' religious knowledge is at the levels of understanding and applying. These findings indicate that da'wah through short-form videos on Yufid TV's YouTube Shorts is useful as a medium for delivering religious knowledge, even though it is presented in a short duration.

Keywords: *Digital da'wah, YouTube Shorts, Religious Knowledge.*

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mendorong perubahan dalam penyampaian dakwah Islam, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial YouTube. Kehadiran fitur YouTube Shorts sebagai format video berdurasi singkat membuka peluang baru dalam penyebaran pesan dakwah yang ringkas, mudah diakses, dan berpotensi ditonton berulang kali. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami pengetahuan keagamaan *viewers* pada konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV, khususnya pada aspek akidah, syariah, dan akhlak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi terhadap komentar *viewers* pada konten YouTube Shorts Yufid TV. Subjek penelitian berjumlah sepuluh *viewers* yang dipilih berdasarkan keterwakilan data komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV mampu memberikan pengetahuan keagamaan kepada *viewers* pada aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pada aspek akidah, *viewers* menunjukkan pemahaman tentang keimanan kepada Allah dan penghayatan terhadap kekuasaan serta kehendak-Nya. Pada aspek syariah, *viewers* memahami hukum Islam dan tuntunan ibadah serta mulai menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, pada aspek akhlak, *viewers* menunjukkan kesadaran akan pentingnya adab dan perilaku Islami sebagai bagian dari pengamalan ajaran Islam secara menyeluruh. Berdasarkan teori Taksonomi Bloom, pengetahuan keagamaan *viewers* berada pada tingkat memahami dan menerapkan. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah melalui video pendek YouTube Shorts Yufid TV berguna sebagai media penyampaian pengetahuan keagamaan, meskipun disajikan dalam durasi yang singkat.

Kata Kunci: *Dakwah digital, YouTube Shorts, Pengetahuan Keagamaan.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara penyebaran informasi, hiburan, dan aktivitas keagamaan (Tisrin Tantika et al., 2024). Media sosial kini menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan bernilai dan bermanfaat kepada masyarakat luas karena kemampuannya menjangkau audiens tanpa batasan ruang dan waktu. Media berperan sebagai perantara komunikasi yang menjembatani penyampaian pesan kepada publik secara efektif dan masif, termasuk pesan-pesan dakwah Islam yang sebelumnya lebih banyak disampaikan secara konvensional melalui ceramah tatap muka atau pengajian langsung (Saeful Bambang, n.d.).

Salah satu platform media sosial yang memiliki peran besar dalam penyebaran informasi berbasis audio-visual adalah YouTube. Platform ini menawarkan kemudahan akses dan daya jangkauan yang luas bagi penggunaannya, sehingga memungkinkan informasi disebarluaskan secara cepat dan berulang. Kekuatan YouTube terletak pada kemampuannya menyajikan konten audio-visual, yaitu perpaduan antara suara dan visual yang memungkinkan pesan tidak hanya disampaikan secara verbal, tetapi juga divisualisasikan secara langsung sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Karakteristik tersebut menjadikan YouTube sebagai media yang potensial dalam mendukung aktivitas dakwah Islam di era digital.

Dakwah Islam memiliki sasaran utama berupa masyarakat luas, sejalan dengan karakteristik audiens YouTube yang bersifat terbuka dan heterogen. Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah menunjukkan adanya transformasi dalam metode penyampaian ajaran Islam. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu tertentu, tetapi dapat dilakukan secara terbuka, berkelanjutan, dan dapat diakses kembali oleh *viewers* sesuai kebutuhan mereka (Hamdan & Mahmuddin, 2021). Kondisi ini memungkinkan terjadinya proses pembelajaran keagamaan secara bertahap dan berulang, yang berpotensi meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat.

Perkembangan fitur dan format konten di YouTube juga memunculkan YouTube Shorts sebagai bentuk konten video berdurasi singkat. Meskipun memiliki durasi yang terbatas, konten YouTube Shorts cenderung ditonton secara berulang oleh *viewers*, sehingga pesan yang disampaikan berpotensi lebih mudah diingat. Dalam konteks dakwah, format video pendek ini memiliki peluang untuk memberikan pengaruh terhadap pengetahuan keagamaan *viewers*, khususnya pada aspek kognitif seperti kemampuan mengingat, memahami, dan mengaplikasikan pesan-pesan keagamaan dalam kehidupan sehari-hari (Aferta, n.d.).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa video berdurasi singkat efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens serta daya ingat terhadap informasi. Studi kuasi-eksperimental yang dilakukan oleh Zhu, Tang, dan Zhao (Zhu et al., 2022) menunjukkan bahwa penggunaan video pendek dalam proses pembelajaran mampu meningkatkan fokus dan pemahaman peserta secara signifikan dibandingkan penggunaan video berdurasi panjang. Temuan tersebut diperkuat oleh kajian literatur yang dilakukan oleh Denojean-Mairet yang menyimpulkan bahwa model *microlearning* melalui potongan materi singkat efektif dalam menjaga perhatian dan meningkatkan motivasi belajar, selama pesan yang disampaikan jelas dan relevan dengan kebutuhan audiens (Denojean-Mairet et al., 2024). Dalam konteks dakwah Islam, temuan ini mengindikasikan bahwa video pendek seperti YouTube Shorts berpotensi menjadi sarana efektif dalam menyebarkan ajaran Islam secara cepat dan berulang, khususnya bagi masyarakat dengan keterbatasan waktu.

Salah satu kanal YouTube yang memanfaatkan format YouTube Shorts dalam penyampaian dakwah adalah Yufid TV. Kanal ini menyajikan konten dakwah singkat yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah, dengan jumlah pengikut mencapai lebih dari 4,19 juta subscriber. Konten yang disajikan dikemas secara ringkas namun tetap mengacu pada sumber ajaran Islam yang jelas dan kredibel. Nama "Yufid" yang bermakna memberikan faidah atau memberikan manfaat mencerminkan tujuan utama kanal ini, yaitu menyebarkan pengetahuan keagamaan yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Dalam proses penyampaian dakwah, pesan menjadi unsur penting dalam komunikasi. Menurut Deddy Mulyana, pesan merupakan simbol atau rangkaian simbol yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan untuk menghadirkan makna tertentu. Makna tersebut tidak melekat secara mutlak pada pesan, tetapi lahir melalui proses penafsiran oleh penerima pesan. Oleh karena itu, keberlangsungan dakwah tidak hanya bertumpu pada isi pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut disusun dan disampaikan kepada audiens.

Pesan dakwah setidaknya memiliki tiga komponen utama, yaitu kejelasan tujuan, penggunaan simbol sebagai sarana penyampaian, serta bahasa yang mudah dipahami. Kejelasan tujuan diperlukan agar audiens dapat menangkap arah ajakan menuju kebaikan dan nilai-nilai Islam yang disampaikan. Penggunaan simbol, baik dalam bentuk visual, cerita, maupun ilustrasi, membantu menghadirkan makna pesan sehingga lebih menarik perhatian dan lebih mudah diingat. Sementara itu, bahasa yang sederhana dan komunikatif memudahkan pesan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa menimbulkan kesalahpahaman (Deddy Mulyana, 2015).

Selain teori pesan dakwah, penelitian ini juga menggunakan Teori Taksonomi Bloom untuk menganalisis tingkat pengetahuan keagamaan viewers. Taksonomi Bloom merupakan kerangka klasifikasi hierarkis dalam ranah kognitif yang menggambarkan tahapan kemampuan berpikir individu. Penelitian ini berfokus pada tiga tingkat dasar, yaitu mengingat, memahami, dan menerapkan. Mengingat merujuk pada kemampuan individu untuk mengenali serta menyebutkan kembali informasi keagamaan yang diperoleh. Memahami berkaitan dengan kemampuan menangkap makna pesan dan menjelaskannya kembali dengan bahasa sendiri. Sementara itu, menerapkan merupakan kemampuan menggunakan pengetahuan tersebut dalam kehidupan nyata melalui sikap dan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. (Azizah, 2025)

Fenomena tersebut menjadikan penelitian ini penting untuk dilakukan, terutama di era ketika perhatian masyarakat mudah teralih oleh arus informasi yang cepat dan singkat. Memahami bagaimana konten dakwah digital dalam format video pendek dapat memberikan pengetahuan kepada *viewers* menjadi hal yang relevan untuk dikaji. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami pengetahuan keagamaan *viewers* pada konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV, khususnya terkait pengetahuan akidah, syariah, dan akhlak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pengetahuan akidah, syariah, dan akhlak *viewers* pada konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan keagamaan *viewers* pada ketiga aspek tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi Islam, khususnya terkait pemanfaatan media digital, serta dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran bagi pengelola YouTube Shorts Yufid TV mengenai bagaimana konten dakwah dimaknai oleh *viewers* dan bagaimana perannya dalam membentuk pengetahuan keagamaan mereka. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mendorong para pendakwah untuk berinovasi dalam membuat konten dakwah singkat yang tetap berkualitas dan relevan, serta membantu masyarakat dalam memilih sumber dakwah digital yang kredibel.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan menyeluruh, khususnya terkait pengetahuan keagamaan *viewers* terhadap konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data (Sugiono, 2013).

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan menganalisis konten YouTube Shorts Yufid TV yang memuat tema akidah, syariah, dan akhlak, serta mengamati *respons viewers* melalui kolom komentar. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa tangkapan layar (*screenshot*) terhadap konten video dan komentar *viewers* yang relevan dengan fokus penelitian. Data primer diperoleh dari unggahan YouTube Shorts Yufid TV pada periode Januari hingga Desember 2025, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka yang bersumber dari buku ilmiah, jurnal nasional dan internasional, serta artikel penelitian yang relevan dengan topik dakwah digital dan media sosial.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan memaparkan temuan penelitian dalam bentuk narasi. Analisis ini tidak menekankan pada aspek kuantitatif atau perhitungan statistik, melainkan pada pemaknaan data, penafsiran konteks, serta pengidentifikasian pola-pola pengetahuan keagamaan yang muncul dari *respons viewers*. Teknik analisis ini digunakan untuk memahami

fenomena secara komprehensif sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Yufid TV merupakan salah satu kanal YouTube yang berfokus pada penyampaian dakwah Islam melalui media audiovisual. Kata *Yufid* berasal dari bahasa Arab yang bermakna memberi manfaat atau faedah, yang mencerminkan visi dakwah kanal ini. Yufid dikelola oleh sebuah tim nirlaba yang memiliki misi utama menyediakan konten edukatif berbasis Al-Qur'an dan As-Sunnah. Kanal ini mulai dirintis pada Juni 2009, diawali dengan perencanaan dan gagasan untuk membangun media dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman. Sejak awal berdirinya, Yufid menghadirkan beragam konten dakwah, mulai dari video edukatif, sketsa ringan bernuansa keislaman, hingga video singkat yang menjawab persoalan kehidupan sehari-hari berdasarkan ajaran Islam (Sofiyatus Soleha, 2022). Secara legalitas, Yayasan Yufid Network telah terdaftar secara resmi sejak 27 Oktober 2014 dengan SK AHU-0006780.50.80.2014. Hingga saat ini, yayasan tersebut aktif mengelola berbagai media dakwah digital yang mencakup produksi konten video, audio, serta tulisan bertema keislaman. Kanal Yufid.TV sendiri telah berhasil menarik lebih dari 4,16 juta pelanggan di platform YouTube. Selain itu, Yufid Network juga mengembangkan dan mengelola beberapa kanal lain, seperti Yufid EDU dan Yufid KIDS, serta sejumlah website edukasi Islam, di antaranya KonsultasiSyariah.com, Kajian.net, dan KhotbahJumat.co (Nurul et al., 2024).

Konten YouTube Shorts yang diproduksi oleh Yufid TV merupakan bentuk inovasi dalam pengembangan dakwah digital yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi serta perubahan pola konsumsi media di era modern. Kehadiran YouTube Shorts dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara lebih singkat, padat, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. YouTube Shorts sendiri merupakan salah satu fitur yang disediakan oleh platform YouTube yang memungkinkan para pengguna untuk membuat, mengunggah, dan membagikan video berdurasi pendek dengan format vertikal, sehingga lebih sesuai dengan kebiasaan pengguna media sosial saat ini yang cenderung menyukai konten visual yang cepat dan praktis. Secara visual, konten YouTube Shorts Yufid TV umumnya menyajikan cuplikan ceramah, kutipan nasihat, atau pemaparan singkat dari ustadz yang dilengkapi dengan teks serta ilustrasi sederhana. Bahasa yang digunakan bersifat komunikatif dan mudah dipahami, sehingga pesan dakwah dapat diterima oleh penonton dari berbagai latar belakang pendidikan. Pemilihan YouTube Shorts sebagai objek penelitian didasarkan pada tingginya interaksi *viewers* yang tercermin melalui kolom komentar. Berdasarkan data penelitian, jumlah konten dakwah yang dianalisis terdiri atas 12 konten bertema akidah, sembilan konten syariah, 16 konten akhlak, dan 12 konten motivasi kehidupan.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa komentar *viewers* dapat dikelompokkan ke dalam tiga aspek keagamaan, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Dari sepuluh komentar yang dianalisis, empat komentar berkaitan dengan aspek akidah, empat komentar berkaitan dengan aspek syariah, dan dua komentar berkaitan dengan aspek akhlak. Pengelompokan ini menunjukkan bahwa konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV mampu menampilkan berbagai aspek ajaran Islam serta mencerminkan pengetahuan keagamaan *viewers*, yang terlihat dari cara mereka memahami dan menanggapi isi dakwah tersebut.

1. Pengetahuan Akidah *Viewers* pada Konten Dakwah YouTube Shorts Yufid TV

a. Iman kepada Allah

Menurut teori pesan dakwah Deddy Mulyana, konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan mampu membentuk pengetahuan keagamaan, khususnya dalam aspek akidah tentang iman kepada Allah. Deddy Mulyana pesan dipahami sebagai simbol atau rangkaian simbol yang digunakan komunikator untuk membangun makna tertentu pada komunikan. Makna pesan dakwah tidak melekat secara mutlak pada isi pesan, tetapi terbentuk melalui proses interpretasi penerima pesan. Oleh karena itu, keberhasilan pesan dakwah sangat ditentukan oleh kejelasan tujuan, penggunaan simbol yang tepat, serta bahasa yang mudah dipahami.

Dalam konteks konten YouTube Shorts Yufid TV, pesan akidah tentang iman kepada Allah disampaikan secara ringkas, fokus, dan langsung pada inti persoalan. Bahasa yang digunakan sederhana serta diperkuat dengan dalil Al-Qur'an dan penjelasan yang tidak bertele-tele. Hal ini menunjukkan adanya kejelasan tujuan dakwah, yaitu menanamkan dan

menguatkan keyakinan tentang keesaan serta kekuasaan Allah sebagai fondasi utama ajaran Islam. Penggunaan simbol verbal berupa ayat Al-Qur'an, istilah tauhid, serta gaya penyampaian dai yang tenang berfungsi sebagai penguat makna pesan. Penekanan pada iman kepada Allah selaras dengan prinsip dasar ajaran Islam bahwa tauhid merupakan pondasi seluruh amal ibadah dan akhlak. Sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nisa' ayat 136, iman kepada Allah menjadi dasar bagi keimanan terhadap rukun iman lainnya. Oleh karena itu, fokus konten pada aspek ini menunjukkan kesesuaian antara pesan dakwah dan substansi ajaran Islam.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالْكِتَابِ الَّذِي نَزَّلَ عَلَى رَسُولِهِ وَالَّذِي أَنزَلَ مِنْ قَبْلُ وَمَنْ يَكْفُرْ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَقَدْ ضَلَّ ضَلَالًا بَعِيدًا

Wahai orang-orang yang beriman, tetaplah beriman kepada Allah dan rasul-Nya, dan kepada kitab yang Allah turunkan kepada rasul-Nya serta kitab yang Allah turunkan sebelumnya. Barangsiapa yang kafir kepada (1) Allah, (2) malaikat-malaikat-Nya, (3) kitab-kitab-Nya, (4) rasul-rasul-Nya, dan (5) hari akhir, maka sesungguhnya orang itu telah sesat sejauh-jauhnya. (QS. An-Nisa' 4: 136)

Hasil analisis komentar *viewers* menunjukkan adanya *respons* yang mencerminkan pengetahuan akidah. Beberapa akun seperti @jackqwerty3515, @RasyidKartinah-ld2he, @rasawelo1929, dan @oi4510 menampilkan komentar yang menegaskan keyakinan terhadap kekuasaan dan kehendak Allah dalam berbagai peristiwa kehidupan. Akidah tidak hanya dipahami sebagai konsep teologis, tetapi juga sebagai dasar dalam memaknai realitas kehidupan sehari-hari.

Ditinjau dari Taksonomi Bloom pada ranah kognitif, pengetahuan akidah *viewers* berada pada tingkat memahami (*understanding*) dan menerapkan (*applying*). Pada tahap memahami, *viewers* mampu menafsirkan makna keimanan kepada Allah, sedangkan pada tahap menerapkan, pemahaman tersebut dijadikan dasar dalam menyikapi peristiwa kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang diperoleh tidak berhenti pada aspek kognitif, tetapi mulai terinternalisasi dalam cara pandang dan sikap.

2. Pengetahuan Syariah *Viewers* pada Konten Dakwah YouTube Shorts Yufid TV

a. Hukum Islam dan Praktik Ibadah

Konten dakwah YouTube Shorts Yufid TV dalam penelitian ini menitikberatkan pada penyampaian hukum Islam dan tuntunan praktik ibadah. Fokus ini relevan karena aspek syariah berkaitan langsung dengan aktivitas keseharian umat Islam, sehingga membutuhkan penjelasan yang praktis dan mudah dipahami. Penyajian konten yang ringkas dan langsung pada inti permasalahan bertujuan agar *viewers* dapat memahami serta mengamalkan syariat secara tepat. Hal ini sejalan dengan QS. Al-Jatsiyah ayat 18 yang menegaskan kewajiban mengikuti syariat Allah dan menjauhi hawa nafsu. Konten Yufid TV menampilkan tema-tema syariah yang kontekstual, seperti hukum makanan, puasa, kebiasaan hidup sehat menurut sunnah, serta ketentuan ibadah yang sering menimbulkan keraguan di masyarakat.

Allah berfirman dalam QS. Al-Jatsiyah (45):18

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui. (QS. Al-Jatsiyah (45):18)

Analisis komentar *viewers* menunjukkan adanya pengetahuan syariah yang cukup

baik. Akun seperti @inarusua, @KontenKreasiKu, @captainharris965, dan @puterilotus4108 menampilkan komentar yang menekankan pentingnya memahami hukum Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Syariah dipahami sebagai pedoman hidup yang harus dijalankan secara sadar.

Menurut Deddy Mulyana dalam teori pesan dakwah, komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan telah berhasil menyampaikan nilai-nilai syariah melalui simbol verbal dan nonverbal. Penjelasan da'i yang ringkas, penggunaan contoh konkret, serta pengaitan antara dalil agama dan realitas kehidupan membuat pesan hukum Islam lebih mudah dipahami dan relevan bagi *viewers*. Hal ini terlihat dari komentar yang menyatakan kejelasan hukum serta rasa syukur karena memperoleh pemahaman baru.

Jika ditinjau dari Taksonomi Bloom, pengetahuan syariah *viewers* berada pada tiga tingkatan kognitif. Pada tingkat mengingat, *viewers* mampu menyebutkan kembali hukum-hukum tertentu. Pada tingkat memahami, *viewers* dapat menjelaskan alasan dan makna di balik hukum tersebut. Sedangkan pada tingkat menerapkan, *viewers* menunjukkan niat dan praktik pengamalan syariat dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam pola makan, ibadah puasa, dan meneladani sunnah Rasulullah SAW.

3. Pengetahuan Akhlak *Viewers* pada Konten Dakwah YouTube Shorts Yufid TV

Konten dakwah Yufid TV juga menekankan pembahasan akhlak yang bersifat praktis dan aplikatif, seperti adab makan dan minum, sikap menghormati orang lain, serta etika dalam kehidupan sosial. Fokus ini dipilih karena akhlak merupakan aspek ajaran Islam yang dampaknya dapat langsung dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Islam, akhlak memiliki posisi yang sangat penting. Rasulullah SAW diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia, yang menunjukkan bahwa akhlak merupakan bagian integral dari keimanan. Hal ini diperkuat oleh QS. Al-Baqarah ayat 208 yang memerintahkan umat Islam untuk mengamalkan Islam secara menyeluruh, tidak hanya dalam ibadah, tetapi juga dalam perilaku sosial.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah : 208)

Dalam ayat tersebut, Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk masuk ke dalam Islam secara keseluruhan. Maksudnya, Islam tidak boleh dijalankan setengah-setengah. Tidak hanya ibadah, tetapi juga akhlak dan perilaku sehari-hari. Ayat ini juga mengingatkan agar umat Islam tidak mengikuti langkah-langkah setan. Langkah setan sering kali terlihat dari perilaku buruk dan sikap yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, ayat ini sangat relevan dengan pembahasan akhlak. Konten Yufid TV sejalan dengan pesan ayat tersebut.

Jika dilihat dari komentar *viewers* menunjukkan bahwa beberapa akun seperti @budiawansidik5420 dan @MuhammadIqbal-yy60c memahami pentingnya akhlak sebagai inti keberagamaan. Pernyataan bahwa adab lebih tinggi daripada ilmu menunjukkan adanya kesadaran bahwa pengetahuan agama harus diiringi dengan pengamalan dalam bentuk perilaku yang baik.

Menurut teori pesan dakwah Deddy Mulyana, konten Yufid TV menyampaikan pesan yang bersifat informatif dan normatif. Pesan informatif terlihat dari penjelasan singkat tentang adab dan ajaran Islam. Pesan normatif terlihat dari ajakan untuk berperilaku sesuai tuntunan Islam. Penyampaian pesan dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Selain kata-kata, gaya penyampaian yang tenang juga memperkuat pesan. Contoh-contoh nyata yang diberikan membuat pesan lebih jelas. *Viewers* tidak hanya mendengar, tetapi juga memahami maksudnya.

Jika dianalisis menggunakan Taksonomi Bloom, pengetahuan akhlak *viewers* berada pada tingkat memahami dan menerapkan, *viewers* tidak hanya memahami pentingnya akhlak, tetapi juga mulai mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari, seperti menjaga adab, membantu sesama, dan memperbaiki sikap pribadi. Dengan demikian, konten dakwah

YouTube Shorts Yufid TV tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter keagamaan.

D. Kesimpulan

Pada aspek akidah, khususnya iman kepada Allah, pesan dakwah menunjukkan keterkaitan dengan pemahaman *viewers* mengenai konsep tauhid dan kehendak Allah. Hal ini terlihat dari tanggapan *viewers* yang mengaitkan pesan keagamaan dengan pengalaman personal. Ditinjau melalui Taksonomi Bloom, pengetahuan akidah berada pada tingkat memahami dan menerapkan, yang menunjukkan bahwa pesan tidak hanya dikenali, tetapi juga dimaknai dalam cara pandang keagamaan.

Pada aspek syariah, konten dakwah menghadirkan penjelasan mengenai hukum Islam dan praktik ibadah yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Tanggapan *viewers* memperlihatkan kemampuan untuk mengingat, memahami, serta menggunakan pengetahuan tersebut sebagai rujukan dalam aktivitas keseharian. Kondisi ini menunjukkan adanya keterhubungan antara pesan dakwah dan cara *viewers* memaknai tuntunan syariat.

Sementara itu, pada aspek akhlak, pesan dakwah menekankan pentingnya adab dan perilaku terpuji sebagai bagian dari pengamalan ajaran Islam. Tanggapan *viewers* menggambarkan bahwa nilai-nilai akhlak dipahami sebagai unsur yang menyatu dengan keimanan dan tercermin dalam sikap sehari-hari. Dalam perspektif Taksonomi Bloom, pengetahuan akhlak juga berada pada tingkat memahami dan menerapkan, yang menunjukkan bahwa pesan diterima tidak hanya pada tataran pengetahuan, tetapi juga dalam praktik kehidupan.

Berdasarkan temuan penelitian, pengelola YouTube *Shorts* Yufid TV disarankan untuk mempertahankan penyampaian dakwah yang komunikatif dengan bahasa sederhana serta didukung dalil yang relevan, sekaligus menghadirkan variasi konten yang memberikan ruang penjelasan lebih luas dan mendorong interaksi dengan *viewers*. Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan konten dakwah digital secara bijak dengan tetap selektif terhadap sumber informasi serta melengkapi pemahaman keagamaan melalui rujukan lain yang kredibel. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian dengan melibatkan berbagai platform dakwah digital atau menggunakan pendekatan berbeda agar diperoleh pengetahuan yang lebih beragam.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam proses penelitian ini. Terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan dan masukan yang konstruktif selama penyusunan penelitian. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada pengelola kanal Yufid TV serta para *viewers* yang secara tidak langsung menjadi bagian dari sumber data penelitian. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian dakwah dan komunikasi Islam, sebagai sarana penyebaran pengetahuan keagamaan.

Daftar Pustaka

- Aferta, D. (n.d.). *YOUTUBE SHORTS SEBAGAI MEDIA EDUKASI : STUDI NETNOGRAFI PADA YOUTUBE SHORTS @ENOBENING SKRIPSI* Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Oleh.
- 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>
- Azizah, K. (2025). Teori Taxonomi Bloom Dan Implementasinya Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, 2(2), 157–172. <https://doi.org/10.38073/pelita.v2i2.2531>

- Denojean-Mairet, M., López-Pernas, S., Agbo, F. J., & Tedre, M. (2024). A literature review on the integration of microlearning and social media. In *Smart Learning Environments* (Vol. 11, Number 1). Springer. <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00334-5>
- Halwa Sri Wulandari, & Malki Ahmad Nasir. (2024). Strategi Dakwah YouTube Darussurur Media dalam Meningkatkan Pemahaman Agama. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 47–52. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3903>
- Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63–80. <https://doi.org/10.24256/pal.v6i1.2003>
- Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D.) (Z-Library)*. (n.d.).
- Nurul, A., Uin, F., Surabaya, S. A., Khoirul, M., & Uin, A. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah Akun Instagram @yufid.tv: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce. *Journal of Islamic Communication Studies (JICoS)*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.2.1>
- Saeful Bambang. (n.d.). *modul komunikasi massa*.
- Sofiyatus Soleha, M. (2022). *CITRA PEREMPUAN SALIHAH DALAM AKUN YOUTUBE YUFID.TV: AL-QUR'AN, HADIS, KONSTRUKSI, DAN RELEVANSI*.
- sugiono. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Tisrin Tantika, A., Rifki Fauzan, M., Susi Susanti, N., Akbar Ramadhana, S., Khairani Ilma, T., Oktavioni, V., & Siddiq, ah. (n.d.). Efektivitas Penggunaan YouTube Shorts Dalam Penyebaran Informasi (Studi Kasus: Pada Akun Pojok History). In *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* (Vol. 3, Number 1).
- Zhu, J., Yuan, H., Zhang, Q., Huang, P. H., Wang, Y., Duan, S., Lei, M., Lim, E. G., & Song, P. (2022). The impact of short videos on student performance in an online-flipped college engineering course. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01355-6>