

## PERUBAHAN KEBIASAAN MENONTON TAYANGAN DAKWAH DARI TELEVISI KONVENSIONAL KE PLATFORM DIGITAL

Fadila Nurul Fajri<sup>1</sup>, Fantri Elistia Ainu<sup>2</sup>, Jihan Ramaniya<sup>3</sup>, Jumroni<sup>4</sup>

UIN Jakarta

[fadilaanurul16@gmail.com](mailto:fadilaanurul16@gmail.com)<sup>1</sup>, [tiuleey@gmail.com](mailto:tiuleey@gmail.com)<sup>2</sup>, [jiannn114@gmail.com](mailto:jiannn114@gmail.com)<sup>3</sup>,

[jumroni@uinjkt.ac.id](mailto:jumroni@uinjkt.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstrak:** Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi perubahan perilaku konsumsi media, termasuk dalam hal menonton tayangan dakwah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran signifikan dari televisi konvensional ke platform digital seperti YouTube, fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong audiens beralih ke media digital, bagaimana perubahan perilaku menonton audiens beralih ke media digital, bagaimana perubahan perilaku menonton terjadi setelah imigrasi media, serta sejauh mana peran teknologi dan fitur interaktif mempengaruhi pengalaman menonton tayangan dakwah Damai Indonesiaku di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode analisis khalayak. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap mahasiswa semester 6 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas waktu, kemudahan akses, serta kebebasan memilih konten menjadi faktor dominan perpindahan media. Mahasiswa lebih memilih platform YouTube karena memungkinkan mereka menonton kapan saja, memilih tema dakwah, serta menyesuaikan dengan suasana hati dan kebutuhan spiritual. Perubahan perilaku audiens juga tampak dari meningkatnya frekuensi menonton, meski berdurasi singkat, serta keterlibatan yang bersifat aktif maupun hasil pasif melalui fitur-fitur digital. Tayangan dakwah digital dinilai lebih personal, praktis, dan tetap menghadirkan kedalaman spiritual. Temuan ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications yang menyatakan bahwa audiens aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan pribadi. Oleh karena itu, dakwah digital bukan hanya adaptasi media, tetapi juga cermin dari dinamika keberagaman generasi muda di era digital.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital, Perubahan Kebiasaan Menonton, Damai Indonesiaku, Platform Streaming, Uses and Gratifications.

### PENDAHULUAN

Perubahan kebiasaan menonton merupakan dampak nyata dari berkembangnya teknologi dan digitalisasi media. Dahulu sebelum adanya perkembangan, audiens harus menunggu jadwal siaran televisi untuk menonton program tertentu, tapi kini semua dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui internet. Dalam sistem baru ini, audiens memegang kendali atas waktu, tempat, dan tayangan apa yang ingin ditonton.

Kebiasaan baru ini juga memengaruhi cara individu dalam memahami dan merespons tayangan yang ada di media. Karena menonton tidak hanya sekadar kegiatan hiburan, tapi juga menjadi cara untuk mencari dan menemukan informasi yang dibutuhkan oleh audiens. Perubahan ini memperlihatkan adanya kebiasaan menonton yang telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup modern, yang tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi tetapi juga dari preferensi dan pola pikir audiens.<sup>2</sup> Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana migrasi ini mempengaruhi kebiasaan audiens dalam menonton tayangan di media.

Salah satu program yang berdampak dari perkembangan ini yaitu tayangan dakwah. Tayangan dakwah adalah salah satu tayangan di media yang menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat melalui berbagai format baik berupa ceramah maupun dialog. Dulunya tayangan dakwah hanya tersedia di televisi saja pada waktu-waktu tertentu, tapi kini tayangan dakwah dapat diakses melalui berbagai platform digital. Ini memberi peluang lebih besar bagi audiens untuk menjangkau pemahaman keagamaan sesuai preferensi dan waktu yang mereka tentukan sendiri.

Penelitian ini mengambil subjek mengenai Peralihan dari televisi konvensional ke platform streaming yang merupakan bagian dari pergeseran besar dalam sistem media. Televisi umumnya bersifat linier, di mana audiens hanya dapat menonton tayangan mengikuti jadwal yang ditentukan oleh stasiun televisi saja. Sebaliknya, platform streaming bersifat on-demand dan interaktif, yang memberikan ruang kepada audiens untuk memilih tayangan apa yang ingin mereka tonton.

Dengan memiliki kemudahan akses, waktu yang fleksibel, dan variasi konten yang luas menjadikan platform streaming lebih diminati. Bagi sebagian besar masyarakat, terutama generasi muda, media digital lebih cocok dengan pola hidup mereka yang dinamis dan serba cepat. Ini mendorong terjadinya perubahan signifikan dalam pola konsumsi tayangan, termasuk tayangan yang bersifat religius.

Tidak hanya itu, platform digital juga memberi ruang bagi audiens untuk menjadi bagian dari proses produksi melalui komentar, interaksi, atau bahkan membuat konten sendiri. Perubahan ini menunjukkan bahwa audiens kini tidak lagi pasif, tapi aktif membentuk pengalaman menonton mereka sendiri.<sup>6</sup> Perubahan ini penting untuk dikaji karena memberikan dampak yang signifikan terhadap media dan audiens. Berdasarkan konteks tersebut penelitian ini diberi judul **“Perubahan Kebiasaan Menonton Tayangan Dakwah dari Televisi Konvensional ke Platform Streaming”**.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yaitu cara pandang yang melihat bahwa kebiasaan menonton tayangan dakwah dibentuk melalui pengalaman, interaksi, dan cara masing-masing individu memahami media yang mereka akses.<sup>12</sup>

Sesuai dengan paradigma tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena fokusnya adalah untuk menjelaskan perubahan kebiasaan menonton audiens. data dan hasil yang didapatkan melalui proses wawancara dan observasi, dengan menggali pengalaman dan pandangan audiens secara mendalam untuk mengetahui bagaimana mereka menyesuaikan diri dengan perubahan media.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Profil Tayangan Dakwah “Damai Indonesiaku”**

“Damai Indonesiaku” merupakan salah satu program tayangan dakwah unggulan yang disiarkan oleh stasiun televisi tvOne. Program ini pertama kali ditayangkan pada 13 februari 2008 dan sejak saat itu program ini terus berjalan sebagai tayangan religius yang konsisten dalam menampilkan ceramah keislaman yang disampaikan oleh para dai dan ustad-ustad ternama dari berbagai daerah di Indonesia. biasanya , program ini ditayangkan setiap akhir pekan dan disampaikan secara langsung di masjid atau tempat terbuka lainnya.

Menurut penelitian Yazid dan Mahfud (2023) “Damai Indonesiaku” menjadi salah satu wadah penyiaran dakwah yang berperan penting dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman yang sejalan dengan semangat toleransi dan keberagaman, hal ini menjadikan “Damai Indonesiaku” tetap relevan dan banyak diminati ditengah kehidupan masyarakat modern saat ini. Program ini tidak hanya disiarkan melalui siaran langsung di televsi konvensional saja, tetapi juga direkam dan diunggah ke platform digital, seperti pada kanal YouTube resmi tvOne untuk menjangkau audiens supaya bisa menonton tayangan dakwah secara fleksibel dan tidak terikat waktu siaran.

Adanya perubahan pola distribusi ini menjadi respons terhadap pergeseran perilaku penonton, khususnya generasi muda yang kini lebih memilih menonton konten dakwah dalam format on demand dan mobile. Dengan hadirnya di berbagai platform digital, “Damai Indonesiaku” menjadi contoh nyata transisi dakwah dai media konvensional ke media digital yang memberikan akses lebih luas dan fleksibel bagi masyarakat .

## B. Temuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan apa saja faktor-faktor yang mendorong audiens beralih dari menonton tayangan dakwah di televisi konvensional ke platform digital, serta bagaimana perubahan perilaku dan pengalaman menonton mereka setelah adanya peralihan tersebut. Temuan ini diperoleh melalui wawancara dengan tiga mahasiswa UIN Jakart semester 6, yang merupakan penonton tayangan dakwah “Damai Indonesiaku” naik di televisi maupun di platform digital.

### 1. Faktor -Faktor yang Mendorong Perpindahan ke Platform Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber, ditemukan bahwa fleksibilitas waktu merupakan faktor utama yang mendorong peralihan tersebut. Nazhifa menyatakan: “Aku pribadi lebih milih nonton tayangan dakwah kaya Damai Indonesiaku lewat YouTube dibanding di TV soalnya lebih fleksibel dan mudah diakses”<sup>16</sup>

Hal serupa disampaikan oleh Rifda yang mengatakan lebih nyaman menonton di waktu luang tanpa harus menyesuaikan dengan jadwal tetap di televisi. Najwa pun menjelaskan bahwa aktivitas kampus seringkali membuatnya tidak bisa menonton siaran langsung di TV, sehingga ia lebih memilih YouTube sebagai alternatif yang interaktif untuk tetap menonton siaran dakwah “Damai Indonesiaku”<sup>17</sup>

Selain fleksibilitas waktu, kemudahan akses juga menjadi pertimbangan penting lainnya. Ketiga narasumber mengatakan bahwa hanya dengan bermodalkan ponsel dan koneksi internet, mereka sudah bisa menonton tayangan dakwah kapan pun dan dimana pun tanpa adanya keterbatasan. Rifda menjelaskan: “Dengan hanya menggunakan ponsel dan koneksi internet, saya bisa menonton dimana saja tanpa harus duduk di depan TV dan ini jauh lebih praktis”.

Mereka juga menyukai keberagaman konten dakwah di platform YouTube, karena dapat memilih topik yang sesuai dengan kebutuhan spiritual masing-masing serta memilih penceramah dengan gaya penyampaian yang disukai.<sup>18</sup>

### 2. Perubahan Perilaku Menonton Tayangan Dakwah

Perpindahan ke platform digital turut mengubah pola konsumsi tayangan dakwah para responden. Jika sebelumnya mereka hanya menonton saat tayangan berlangsung di TV, kini mereka dapat menonton kapanpun, bahkan lebih sering meski dalam durasi singkat. Nazhifa menyatakan bahwa ketika memiliki waktu luang, ia bisa menonton beberapa video sekaligus, dan ketika sibuk, ia bisa menyimpan video di fitur watch later. Rifda menambahkan bahwa ia lebih sering menonton dalam durasi pendek saat waktu istirahat kuliah atau menjelang tidur. Sementara itu, Najwa merasa bahwa dengan YouTube, ia bisa menonton dakwah hampir setiap hari meski hanya 10–15 menit, namun terasa lebih rutin dibanding menonton melalui tayangan di TV. Selain itu, responden juga menunjukkan keterlibatan dengan konten dakwah di platform digital, baik secara pasif maupun aktif. Rifda mengatakan, “Kalau saya merasa isi dakwahnya bermanfaat, saya biasanya memberikan like, kadang juga komentar. Dan kalau menurut saya videonya bagus, saya suka membagikannya ke teman-teman lewat WhatsApp atau media sosial.”

Najwa pun mengaku sering memberikan like dan kadang share video dakwah dengan tema yang dirasa relevan. Sementara Nazhifa mengaku lebih suka menonton secara pribadi tanpa terlalu sering berkomentar, namun tetap menunjukkan dukungan melalui like.

### 3. Peran Teknologi dan Fitur Interaktif terhadap Pengalaman Menonton

Ketiga responden sepakat bahwa teknologi dan fitur interaktif yang tersedia di platform digital seperti YouTube sangat mempengaruhi kenyamanan dan pengalaman menonton. Fitur seperti pause, watch later, history, subscribe, dan notifikasi membuat mahasiswa merasa lebih nyaman dan bebas menyesuaikan waktu menonton. Nazhifa

mengatakan: “Dengan YouTube, kita bisa atur sendiri mau nonton kapan, bisa di-pause pas ada gangguan, terus dilanjutin kapan aja.”

Dari segi kualitas tampilan dan penyampaian, tayangan dakwah di YouTube dinilai lebih santai, jernih, dan tidak terlalu kaku. Menurut Nazhifa, gaya penyampaian para ustaz terasa lebih relate dengan kehidupan sehari-hari. Najwa menambahkan bahwa YouTube memberikan kebebasan untuk memilih ceramah mana yang dibutuhkan tanpa harus mengikuti seluruh durasi seperti di televisi.

Menariknya, meskipun tayangan dakwah dilihat melalui media digital, para responden tetap merasakan kedalaman spiritual dan dampak religius dari konten dakwah tersebut. Nazhifa menyebut bahwa tayangan dakwah sering menjadi pengingat dan penyejuk hati di tengah kesibukan: “Kadang di tengah hari yang sibuk dan penuh tekanan, dengerin ceramah dari ustadz-ustadz yang bahas tentang sabar, syukur, atau akhlak tuh rasanya kayak diingatkan lagi buat kembali tenang.”

Hal ini menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya menjadi media alternatif, tetapi juga ruang spiritual baru bagi generasi muda untuk memberikan pengalaman spiritual yang bermakna.

### C. Pembahasan Hasil Temuan Penelitian

#### 1. Faktor-faktor yang mendorong audiens beralih dari menonton tayangan dakwah di televisi konvensional ke platform digital

Hasil wawancara menunjukkan bahwa fleksibilitas waktu dan kemudahan akses yang menjadi alasan utama responden mulai beralih dari televisi konvensional ke platform digital seperti youtube untuk menonton tayangan dakwah. Karena platform digital dinilai dapat memberikan kebebasan bagi mereka dalam menentukan waktu menonton. Nazhifa menyatakan bahwa ia lebih nyaman menonton program “Damai Indonesiaku” melalui YouTube karena mudah diakses dan fleksibel.<sup>19</sup> Pendapat serupa juga disampaikan oleh Rifda dan Najwa yang merasa mereka memiliki keleluasaan untuk memilih waktu dan tempat dalam menikmati tayangan dakwah tanpa harus mengikuti jadwal tayang televisi.<sup>20</sup> Perubahan pola konsumsi media ini menunjukkan adanya pergeseran dari sistem

linear (terikat dengan jadwal siaran) ke sistem on-demand yang lebih personal. Jika televisi mengharuskan penonton untuk mengikuti waktu tayang tertentu, maka Youtube memberikan keleluasaan pada penonton, untuk menentukan sendiri kapan dan bagaimana mereka ingin menonton konten dakwah. Kebebasan ini memberi rasa kontrol yang lebih besar bagi audiens dalam menyesuaikan tontonan dengan rutinitas harian mereka. Dalam konteks ini, teori Uses And Gratifications menjadi sangat relevan karena teori ini menekankan bahwa audiens adalah pihak aktif yang memilih media berdasarkan kebutuhan serta tujuan mereka.

Hasil wawancara ini di perkuat oleh temuan dalam penelitian Ahmad Alwi dkk. (2024),<sup>21</sup> yang meneliti kecenderungan mahasiswa KPI menggunakan Youtube sebagai media dakwah. Dalam penelitiannya, menyebut bahwa Youtube menjadi pilihan utama karena akses yang mudah, praktis, dan digunakan kapan saja. Penelitian tersebut menekankan bahwa platform digital seperti Youtube memfasilitasi penyampaian pesan dakwah yang lebih efektif dan efisien, sekaligus dapat menjangkau audiens dalam skala yang lebih luas. Berbeda dengan televisi yang terbatas oleh waktu siaran dan lokasi, media digital justru memungkinkan konten dakwah hadir secara terus-menerus dan bisa disesuaikan dengan kebiasaan konsumsi informasi mahasiswa yang cenderung cepat dan instan.

Dari pembahasan di atas, dapat di simpulkan bahwa alasan utama peralihan mahasiswa ke platform digital dalam mengakses tayangan dakwah adalah karena media digital mampu menjawab kebutuhan mereka akan waktu yang fleksibel, akses yang

praktis, serta kemampuan memilih konten sesuai kebutuhan mereka. Mahasiswa saat ini tidak hanya menjadi penerima pasif informasi, tetapi juga berperan aktif dalam menentukan jenis tayangan ke agamaan yang mereka nikmati. Youtube, dalam hal ini tidak berfungsi sebagai saluran alternatif dari saluran televisi tetapi telah bertransformasi menjadi bagian penting dari praktik ke agaman digital mahasiswa.

Oleh karena itu, penyampaian digital di era digital perlu mempertimbangkan dinamika konsumsi konten yang kini lebih personal, cepat, dan terkoneksi pola hidup generasi muda.

## **2. Bentuk perubahan perilaku audiens saat menonton tayangan dakwah setelah beralih ke platform digital**

Setelah beralih ke platform digital seperti Youtube, perilaku menonton mahasiswa menunjukkan perubahan yang signifikan, terutama dalam hal frekuensi dan durasi. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh Rifda “Saya bisa menonton di waktu luang sebentar- sebentar frekuensi nya jadi lebih sering di bandingkan ketika menonton lewat televisi.<sup>22</sup>

Tidak hanya frekuensi, terdapat pula perubahan dari audiens pasif menjadi interaktif rifda aktif memberikan like, komentar, dan membagikan video melalui WhatsApp serta nazhifa dan najwa juga terlibat meski lebih pasif dalam bentuk like dan share. Partisipasi ini melihat bagaimana fitur digital memfasilitas respons sosial dan emosional mereka kini bukan konsumen pesan, tetapi juga penyebar dan penguat konten dakwah.

Hasil wawancara semakin diperkuat oleh penelitian Nasution, A. (2024) “ Analisis Efektivitas Dakwah Channel Youtube Khalid Basmalah Official : Peran Interaksi Dan Keterlibatan Audiens”. Peneliti menulis bagaimana keterlibatan audiens baik secara online atau offline, memengaruhi efektivitas Dakwah Channel Youtube Khalid Basmalah Official: Peran Interaksi Dan Keterlibatan Audiens. Peneliti ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan audiens ( seperti memberi komentar, dan berbagi konten ).

Dari pembahasan di atas, dapat di simpulkan bahwa peralihan ke media digital telah mengubah perilaku menonton lebih adatif, partisipasi, dan bermakna. Mahasiswa memilih sesuai minat dan suasana hati, mengatur durasi sesuai kebutuhan, dan menggunakan fitur interaksi untuk membentuk dakwah sosial yang lebih aktif. Transformasi ini bukan hanya soal platform tetapi perubahan pola interaksi religius yang kini makin personal dan komunitas digital yang hidup.

## **3. Peran teknologi dan fitur interaktif pada platform digital memengaruhi pengalaman menonton tayangan dakwah Damai Indonesiaku**

Perkembangan platform digital seperti Youtube membawa perubahan besar terhadap cara audiens menikmati tayangan dakwah, termasuk tayangan Damai Indonesiaku. Melalui fitur-fitur seperti pause, watch later dan playback speed, mahasiswa dapat mengatur sendiri waktu dan tempo sesuai kebutuhan. Nazhifa juga mengungkapkan “Dengan Youtube, kita bisa atur sendiri mau nonton kapan, bisa di pause pas ada gangguan, terus di lanjutin kapan aja”.<sup>24</sup> Hal ini yang menciptakan pengalaman yang jauh lebih fleksibel dan personal dibandingkan saat menonton televisi konvensional yang terikat jadwal siaran tetap.

Tidak hanya fleksibel, fitur interaktif seperti like, subscribe, dan notifikasi juga membuat pengalaman menonton lebih terlihat dan menyenangkan. Rifda juga menyampaikan bahwa ia aktif menyukai dan membagikan video dakwah yang di rasa bermanfaat untuk teman-temannya, sedangkan najwa mengaktifkan notifikasi agar tidak ketinggalan konten terbaru. Partisipasi semacam ini memperlihatkan bahwa fitur digital memberi ruang bagi audiens untuk terlibat, bukan hanya sekedar menjadi penonton pasif.

Adapun penelitian terdahulu oleh Anggun Dwi Nanda Nasution, dkk menunjukkan bahwa partisipasi audiens terhadap tayangan dakwah di YouTube seperti memberi

komentar, menyukai video, dan membagikannya berperan besar dalam membentuk pemahaman serta pengalaman religius mereka secara lebih mendalam. Dalam konteks kanal YouTube Khalid Basalamah Official, keterlibatan aktif tersebut menjadi indikator bahwa audiens tidak lagi pasif, melainkan turut serta dalam proses dakwah sebagai bagian dari komunitas digital yang saling terhubung dan reflektif terhadap isi ceramah yang disampaikan.

Penjelasan ini juga relevan dengan teori Uses and Gratifications yang menyatakan bahwa audiens adalah pengguna aktif media yang secara sadar memilih konten dan fitur media untuk memenuhi kebutuhannya, baik secara informatif, sosial, emosional, maupun spiritual. Siregar dkk (2022) menegaskan bahwa audiens itu aktif dalam memilih media mana yang harus dipilih untuk memenuhi kebutuhannya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perubahan kebiasaan menonton tayangan dakwah dari televisi konvensional ke platform digital, dapat disimpulkan bahwa transformasi ini merupakan bagian dari adaptasi generasi muda terhadap perkembangan teknologi dan gaya hidup modern. Sebagai audiens utama, mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan kecenderungan untuk lebih memilih platform digital seperti YouTube karena memberikan fleksibilitas waktu dan kemudahan akses yang tidak dimiliki oleh televisi konvensional. Mereka dapat menonton tayangan dakwah kapan saja dan dimana saja tanpa harus menyesuaikan diri dengan jadwal siaran televisi.

Konten dakwah di platform digital dinilai lebih menarik karena penyampaiannya santai, relevan, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Audiens dapat memilih tema, penceramah, dan durasi tayangan sesuai kebutuhan, sehingga konsumsi dakwah menjadi pengalaman yang lebih personal dan bermakna. Pola menonton pun berubah menjadi fleksibel dan partisipatif, dengan audiens aktif memberikan like, komentar, membagikan konten, atau menyimpan video untuk ditonton nanti. Fitur-fitur seperti pause, watch later, dan notifikasi meningkatkan kenyamanan sekaligus keterlibatan dalam menikmati tayangan.

Meskipun berpindah ke media digital, pengalaman spiritual tetap kual. Tayangan dakwah menjadi sarana reflektif yang membantu audiens merenung, memperbaiki diri, dan memperkuat nilai keislaman. Temuan ini sejalan dengan Uses and Gratifications, yang menekankan bahwa audiens secara aktif memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan mereka. Maka, peralihan ke platform digital tidak hanya soal teknologi, tetapi juga kepuasan mereka. Maka, peralihan ke platform digital tidak hanya soal teknologi, tetapi juga mencerminkan perubahan cara beragama generasi muda di era digital.

## Saran

1. Untuk da'i dan pendakwah dirasa perlu menyesuaikan gaya komunikasi dakwah dengan karakteristik media digital agar lebih menarik dan membunu.
2. Penyampaian yang santai, relevan dengan keseharian, tidak kaku menjadi nilai lebih di mata audiens digital.
3. Untuk produsen media dakwah sebaiknya lebih banyak memproduksi konten dakwah yang bersifat on-demand, berdurasi fleksibel, dan memiliki tampilan visual yang baik agar lebih kompetitif di platform digital.
4. Untuk akademisi dan peneliti komunikasi dapat memperluas penelitian mengenai pergeseran media dakwah ini dengan melibatkan populasi dan pendekatan lain, seperti observasi kuantitatif atau eksperimental, agar mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alby, A. S. (2023). Jakarta: Universitas Islam Negeri, 68.
- Alwi A, d. (2024). Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4, 7.
- Asma Sari Siregar, d. (2022). Analisis Use And Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah Virtual. *Jurnal An-Nadwah*, 28, 5.
- Basri, M. (2022). Dakwah dan Media Baru: Studi Tentang Partisipasi Digital Audiens. *Al-Mutsala: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 4.
- Devi, N. (2025, Juni 9). (J. Ramaniya, Interviewer)
- Firmansyah, I. (2019). Gaya Hidup Digital Dalam Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9.
- Hajrie, M. (2015). Analisis Uses And Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah. *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, 4, 31.
- Hans Karunia H, d. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *JTeksis: Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3.
- M, Y. (2020). Perubahan Perilaku Media: Dari Televisi ke Platform Digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24.
- Moleong, L. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya. Mubarak, H. (2022). Budaya Menonton Televisi di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16.
- Nasution A, d. (2024). Analisis Efektivitas Dkawah Channel Youtube Khalid Basakamah Official: Peran Interaksi dan Keterlibatan Audiens. *Jurnal-jurnal Keislaman*, 14, 3.
- Nugroho, D. (2021). Transformasi Dakwah Islam di Era Digital. *JIAN: Jurnal Ilmu Agama Nusantara*, 5.
- R., F. (2021). Konsumsi Media Generasi Digital: Kajian pada Platform Streaming. *Jurnal Sosioteknologi*, 20.
- Sugoyono. (2010). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Y., N. (2018). Analisis Audiens dalam Penelitian Media. *Jurnal Komunikasi Massa*, 20, 36. Yazid T, M. M. (n.d.). Nilai-Nilai Moderasi Beragama dalam Proses Religi Damai Indonesiaku TvOne. *Jurnal Komunikata*, 5.
- Yulianto, E. &. (n.d.). Pengaruh Migrasi Media Terhadap Kebiasaan Menonton Tayangan Dakwah dalam Konteks Televisi Konvensional ke Platform Streaming. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10, 145.