

ANALISIS FAKTOR DAYA TARIK DAKWAH USTAZAH HALIMAH ALAYDRUS DI YOUTUBE

Mila Thahira Siregar

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Email: 220401027@student.ar_raniry.ac.id

Hasan Basri M. Nur

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Email: hasanbasrimnur@ac.id

Fakhruddin

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Email: moerdiyana@yahoo.com

Abstract

This research is motivated by the dominance of visual aspects in digital da'wah, especially on the YouTube platform, amidst the phenomenon of da'wah that does not display the physical representation of the communicator. This study aims to analyze the attractiveness of Ustazah Halimah Alaydrus' da'wah delivered without facial visuals, and to understand how the message remains effective and attractive to the audience. The method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through video content analysis based on the categories of faith, morals, and worship, as well as in-depth interviews with purposively selected audiences. Data analysis uses an interactive model that includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that the appeal of da'wah does not depend on the visual aspect, but rather on the credibility of the communicator which includes expertise, trustworthiness, and non-physical attractiveness. Soft delivery, the use of simple language, and appropriate voice intonation can create deep emotional and spiritual engagement. Audiences also demonstrated positive responses, including increased understanding, emotional engagement, and positive changes in attitudes. Thus, preaching without physical representation has proven effective as an alternative communication model in the digital age.

Keywords: *digital preaching; communicator credibility; attractiveness; YouTube.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor daya tarik dakwah Ustazah Halimah Alaydrus yang disampaikan tanpa visual wajah, serta memahami bagaimana pesan tetap efektif dan menarik bagi audiens. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui analisis konten video berdasarkan kategori akidah, akhlak, dan ibadah, serta wawancara mendalam dengan audiens yang dipilih secara purposive. Analisis data menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik dakwah tidak bergantung pada aspek visual, melainkan pada kredibilitas komunikator yang mencakup keahlian, kepercayaan, dan daya tarik nonfisik. Penyampaian yang lembut, penggunaan bahasa sederhana, serta intonasi suara yang tepat mampu menciptakan keterlibatan emosional dan spiritual yang mendalam. Audiens juga menunjukkan respons positif berupa peningkatan pemahaman, keterlibatan emosional, serta perubahan sikap ke arah yang lebih baik. Dengan demikian, dakwah tanpa representasi fisik terbukti tetap efektif sebagai model komunikasi alternatif di era digital.

Kata kunci: *dakwah digital; kredibilitas komunikator; daya tarik; YouTube.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam praktik berdakwah. Penyampaian ajaran agama Islam, yang pada mulanya banyak dilaksanakan secara langsung di tempat ibadah atau forum pengajian, kini bertransformasi ke ranah daring melalui pemanfaatan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Dalam sepuluh tahun terakhir, kemajuan teknologi informasi telah mengakselerasi dinamika komunikasi di kalangan umat Muslim. Media sosial kini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang ekspresi keagamaan dan dakwah.¹

Perkembangan media sosial membuka peluang besar bagi para pendakwah untuk menjangkau audiens yang luas, beragam, serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Di antara berbagai platform, YouTube menjadi media yang efektif karena mampu menyajikan konten audiovisual yang dapat diakses kapan saja. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana strategis dalam menyebarkan pesan keagamaan dan nilai-nilai spiritual kepada masyarakat secara lebih luas dan mudah dijangkau.² YouTube merupakan sebuah wadah daring yang memberikan kesempatan kepada para penggunanya untuk mengunggah, menyaksikan, serta mendiseminasikan berbagai macam materi secara ekstensif.³ Namun demikian, praktik dakwah di media digital cenderung menitikberatkan pada aspek visual, di mana penampilan fisik, ekspresi wajah, dan estetika konten sering dianggap sebagai faktor utama dalam menarik perhatian audiens.

Di tengah dominasi dakwah visual di YouTube, terdapat fenomena menarik dari seorang pendakwah perempuan yang justru memilih pendekatan komunikasi yang berbeda dari kebanyakan pendakwah di media digital. Salah satu figur pendakwah perempuan yang memiliki popularitas tinggi di media YouTube dengan pendekatan tersebut adalah Ustazah Halimah Alaydrus. Melalui kanal YouTube @UstazahHalimahAlaydrusChannel, beliau secara konsisten menyampaikan pesan-pesan dakwah yang berfokus pada akhlak, spiritualitas, dan ketenangan jiwa. Kanal YouTube tersebut tercatat memiliki sekitar 897 ribu pengikut (subscriber) berdasarkan pengamatan pada 13 Februari 2026, yang menunjukkan tingginya minat

¹Yuliatul Firdaus dkk, *Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam*, Jurnal Penelitian Nusantara Vol. 1. No. 6. Tahun 2025.

²Oematan, Nurlela Syafrian, et al. *Peran Media Sosial sebagai Sarana Penginjilan Efektif dalam Menjangkau Jiwa-Jiwa*. REDOMINATE Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani Vol.4. No.2. Tahun 2023.

³Tresia Monica Tinambunan & Chontina Siahaan, *Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar*, Mutakallimin; Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 5 No 1 Mei Tahun 2022.

audiens terhadap konten dakwah yang disampaikan dan memiliki daya tarik yang kuat bagi masyarakat, khususnya generasi muda.⁴

Keunikan dakwah Ustazah Halimah Alaydrus terletak pada cara penyampaiannya yang berbeda dari sebagian besar pendakwah di media digital, yakni dengan tidak menampilkan wajah maupun fisik pendakwah dalam konten dakwahnya. Dalam kanal YouTube @UstazahHalimahAlaydrusChannel, audiens tidak memperoleh representasi visual mengenai wajah atau postur tubuh Ustazah Halimah, karena pesan dakwah disampaikan sepenuhnya melalui medium suara (audio).⁵

Pendekatan dakwah tanpa menampilkan wajah tersebut menunjukkan bahwa daya tarik dakwah Ustazah Halimah Alaydrus tidak bertumpu pada aspek fisik atau tampilan visual pendakwah, melainkan pada kedalaman makna pesan, kualitas vokal, serta kekuatan emosional dalam penyampaian dakwah. Hal ini sekaligus membedakan Ustazah Halimah dari pendakwah lain di media sosial yang umumnya menampilkan visual diri sebagai bagian dari strategi komunikasi dakwah untuk menarik perhatian audiens.

Fenomena dakwah tanpa visual pendakwah di media digital menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam. Dalam kajian komunikasi dakwah modern, media digital sering kali menempatkan unsur visual sebagai komponen utama dalam membangun perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), dan keterikatan emosional audiens (*engagement*), terutama pada konten video di platform seperti YouTube yang didominasi oleh kekuatan visual naratif.⁶ Kondisi tersebut menjadikan tampilan visual sebagai strategi yang lazim digunakan dalam konten dakwah di media sosial untuk mencapai daya tarik dan interaktivitas audiens. Namun demikian, praktik dakwah Ustazah Halimah Alaydrus menunjukkan pendekatan komunikasi yang berbeda, di mana pesan dakwah disampaikan tanpa kehadiran visual pendakwah. Hal ini mengindikasikan adanya pola komunikasi dakwah alternatif di media digital yang tidak sepenuhnya bergantung pada kekuatan visual, melainkan pada efektivitas pesan verbal dan kualitas penyampaian pesan keagamaan.

Penelitian ini juga mengacu pada penelitian terdahulu yang membahas praktik komunikasi dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di media digital. Penelitian Dinnia Asfarani mengkaji metode komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Ustazah Halimah Alaydrus di kanal YouTube, menyoroiti efektivitas pesan verbal dan strategi

⁴YouTube, *Ustazah Halimah Alaydrus Channel*. Diakses pada 13 Februari 2026, dari <https://www.youtube.com/@UstadzahHalimahAlaydrusChannel>

⁵Nadia Ulfa, *Analisis Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram Ustadzah @Halimah Alaydrus*, Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, (Riau: 2025).

⁶Siti Makhmudah, *Konten Dakwah Visual Di Youtube: Strategi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Audiens Muslim*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 1. No. 2. Tahun 2024.

emosional dalam penyampaian ceramah.⁷ Dalam penelitian Inayatul Fajriyah, ia mengkaji gaya komunikasi Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram serta respon audiens terhadap konten dakwah, yang menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang santun dan menenangkan mampu membangun keterlibatan audiens.⁸ Penelitian Fathimatuz Zuhro dan Muhammad Faishol selanjutnya menekankan strategi komunikasi dakwah digital melalui pemanfaatan fitur-fitur Instagram dan pola interaksi dengan pengikutnya untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi audiens.⁹

Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menekankan faktor daya Tarik dakwah tanpa representasi fisik yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus di YouTube. Jika penelitian terdahulu lebih menyoroti teknik persuasif, gaya komunikasi di Instagram, atau penggunaan fitur media sosial secara visual, penelitian ini fokus pada bagaimana dakwah disampaikan tanpa menampilkan wajah maupun fisik pendakwah, sehingga perhatian audiens tertuju pada substansi pesan, kualitas suara, intonasi, dan pilihan diksi. Novelty penelitian ini terletak pada upaya mengkaji faktor daya tarik dakwah tanpa representasi fisik sebagai pendekatan alternatif di era media sosial yang didominasi oleh konten visual. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual mengenai model komunikasi dakwah yang menekankan kedalaman makna, ketulusan penyampaian, dan pembangunan keterikatan emosional audiens.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang berfokus pada penggalian pemahaman komprehensif mengenai strategi komunikasi dakwah yang dilaksanakan oleh Halimah Alaydrus tanpa menampilkan fisik, melalui platform YouTube dengan nama kanal @UstadzahHalimahAlaydrusChannel. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena secara spesifik dalam periode waktu tertentu.¹⁰ Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, analisis konten terhadap 3 video yang telah dipilih berdasarkan kategori tertentu (akidah, akhlak, dan ibadah)

⁷ Dinnia Asfarani, *Teknik Komunikasi Persuasif Ustadzah Halimah Alaydrus Dalam Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus Channel*, Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, (Semarang: 2023).

⁸ Fajriyah, Inayatul. *Gaya Komunikasi Ustadzah Halimah Alaydrus di Media Sosial Studi pada Akun Instagram@ halimahalaydrus*. Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies Vol.1. No.2. Tahun 2022.

⁹ Faishol dkk, *Dakwah's communication strategies in the digital age: The influence of Alaydrus's platform of Instagram*. Jurnal Kajian Manajemen Dakwah, Vol.6. No.1. (2024): 13-26.

¹⁰ M. Anis Bachtiar, *Metodologi Penelitian Komunikasi Dakwah: Buku Perkuliahan Program S-1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2017).

dengan jumlah penonton terbanyak, serta wawancara mendalam kepada 6 informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek penelitian secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. 6 informan tersebut terbagi ke dalam tiga kelompok generasi, yaitu generasi Z (Gen Z), generasi milenial, dan generasi X (Gen X), dengan masing-masing generasi diwakili oleh 2 orang informan., yaitu berdasarkan kriteria tertentu seperti aktif menonton dan memahami konten dakwah tersebut.

Pemilihan informan yang berasal dari 3 kelompok generasi yang berbeda didasarkan pada pertimbangan bahwa setiap generasi memiliki karakteristik, pengalaman, serta preferensi yang beragam dalam menerima dan merespons pesan dakwah. Variasi latar belakang usia dan dinamika perkembangan sosial tersebut berpotensi memengaruhi tingkat ketertarikan serta persepsi audiens terhadap gaya penyampaian dakwah yang disampaikan oleh narasumber. Oleh karena itu, pelibatan informan lintas generasi dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif, mendalam, dan representatif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik dakwah.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data dalam studi ini mengadopsi kerangka kerja analisis interaktif yang diajukan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Model ini dipilih karena mampu menganalisis data kualitatif secara sistematis, mendalam, dan berlangsung secara terus-menerus hingga data mencapai titik jenuh.¹¹

Tahapan analisis data meliputi tiga fase utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Proses ini berlangsung secara terus-menerus. Pada tahap reduksi, data dipilih dan disederhanakan sesuai fokus penelitian, kemudian disajikan dalam bentuk naratif untuk memudahkan pemahaman, dan diakhiri dengan penarikan serta verifikasi kesimpulan guna memperoleh temuan yang valid dan konsisten.¹²

C. Pembahasan

1. Konsep Dakwah dan Relevansinya dalam Media Digital

Secara etimologis, istilah dakwah bersumber dari bahasa Arab, yaitu "da'a – yad'u – da'watan," yang bermakna mengajak, menyerukan, atau memanggil. Dakwah didefinisikan sebagai upaya strategis untuk mengarahkan manusia menuju jalan yang lurus, sejalan dengan perintah Allah, demi tercapainya kesejahteraan dan keselamatan baik di dunia maupun di kehidupan mendatang. Penjelasan ini konsisten dengan firman Allah dalam Surat An-Nahl ayat 125, yang menyatakan:

¹¹Ahmad & Muslimah, *Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif*, Proceedings Vol.1. No. 1. Tahun 2021, IAIN Palangka Raya.

¹²Ismail, K., *Metode Kualitatif* (2023), <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.36003.63528>.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk. (Q.S. An-Nahl: 125).

Pada ayat ini, Allah SWT memberikan pedoman kepada Rasul-Nya tentang cara mengajak manusia (dakwah) ke jalan Allah. Jalan Allah disini maksudnya adalah agama Allah yakni syariat Islam yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW. Usai menyebut keteladanan Nabi Ibrahim sebagai imam, nabi, dan rasul, dan meminta Nabi Muhammad untuk mengikutinya, pada ayat ini Allah meminta beliau menyeru manusia ke jalan Allah dengan cara yang baik, “Wahai Nabi Muhammad, seru dan ajak-lah manusia kepada jalan yang sesuai tuntunan Tuhanmu, yaitu Islam, dengan hikmah, yaitu tegas, benar, serta bijak, dan dengan pengajaran yang baik. Dan berdebatlah dengan mereka, yaitu siapa pun yang menolak, menentang, atau meragukan seruanmu, dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Yang Maha Memberi petunjuk dan bimbingan, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dan menyimpang dari jalan-Nya, dan Dialah pula yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk dan berada di jalan yang benar.”¹³

Secara terminologis, dakwah merupakan suatu unsur penting dalam kehidupan seorang muslim yang berorientasi pada usaha mengajak, mendorong serta membimbing orang lain agar memahami serta menerima ajaran agama islam dengan kesadaran penuh.¹⁴ Aktivitas ini dilakukan demi kebaikan dan kemaslahatan orang yang diajak, bukan untuk kepentingan pribadi pendakwah. Dakwah merupakan usaha untuk mendorong individu agar melakukan kebaikan, menempuh jalan yang benar, serta menjalankan prinsip *amar ma'ruf nahi munkar*, dengan tujuan mencapai kebahagiaan dan keberhasilan baik di dunia maupun di akhirat.¹⁵

Dalam perspektif komunikasi, dakwah dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan (*message*) dari seorang komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*) melalui media tertentu dengan tujuan memengaruhi pemahaman, sikap, dan perilaku agar selaras dengan ajaran Islam. Dakwah tidak hanya sekadar aktivitas menyampaikan ajakan, tetapi merupakan usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana melalui berbagai media seperti lisan, tulisan, maupun tindakan.¹⁶

¹³NU Online, *Surat An-Nahl Ayat 125: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap*, diakses 07 Maret 2026, <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>

¹⁴Aprilia, A. *Pengertian Dakwah*. 2019

¹⁵Asyifa Ul Hikmah, *Dakwah Islam melalui Seni Hadrah di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur* (Metro: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2018).

¹⁶Abdullah& Fiki Febrian Dwi Prasetya, *Dakwah Islam Dan Revolusi Komunikasi, Transformasi:Jurnal Kepemimpinan dan Pendidikan Islam*Vol.7. No.1. Tahun 2023.

YouTube tidak hanya berperan sebagai sarana untuk penyampaian pesan dakwah, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang turut membentuk persepsi audiens terhadap sosok da'i. Karakter audiovisual yang dimiliki platform ini menjadikan aspek visual, gaya komunikasi, serta pengemasan pesan sebagai faktor penting dalam menarik perhatian dan memengaruhi audiens.¹⁷ Namun, fenomena dakwah Halimah Alaydrus menunjukkan dinamika yang berbeda, karena beliau tidak menampilkan wajah dalam kontennya. Minimnya identitas visual ini menjadi keunikan tersendiri di tengah dominasi budaya visual di media digital.

Relevansi dakwah di media digital, khususnya YouTube, tidak hanya terletak pada luasnya jangkauan audiens, tetapi juga pada kemampuan da'i menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik platform. YouTube sebagai media audiovisual yang interaktif, algoritmik, dan kompetitif menuntut perhatian audiens yang dipengaruhi oleh visual, gaya penyajian, dan engagement. Karena itu, da'i tidak hanya dituntut menyampaikan pesan yang benar, tetapi juga mengemasnya secara menarik agar mampu bersaing di tengah arus konten digital yang cepat.

Dalam penelitian ini, analisis terhadap faktor daya tarik menjadi penting karena daya tarik komunikator merupakan salah satu elemen yang menentukan apakah pesan dakwah akan diperhatikan, dipahami, dan diterima oleh audiens. Fenomena dakwah Ustazah Halimah Alaydrus menjadi menarik untuk dikaji karena beliau tetap mampu mempertahankan eksistensi dan memperoleh respons positif dari audiens meskipun tidak memanfaatkan aspek visual secara maksimal.

Dengan demikian, kajian dakwah di media digital tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga berkembang sebagai bentuk komunikasi strategis. Perubahan ini menuntut pengelolaan pesan, pemilihan media, serta penguatan daya tarik komunikator agar pesan tetap relevan dan efektif dalam budaya visual digital. Kerangka tersebut menjadi dasar untuk menganalisis faktor daya tarik dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di YouTube.¹⁸

2. Analisis Daya Tarik Komunikator dalam Dakwah Digital

Dalam komunikasi dakwah digital, komunikator berperan penting dalam menentukan efektivitas pesan, dengan daya tarik yang tidak hanya bersifat visual, tetapi juga mencakup aspek psikologis dan simbolik yang memengaruhi persepsi audiens. Pada YouTube, daya tarik umumnya terlihat dari penampilan, ekspresi, dan bahasa tubuh, namun dakwah Ustazah Halimah Alaydrus menunjukkan bahwa daya tarik tetap dapat terbentuk meskipun tanpa menampilkan fisik.

Secara teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori kredibilitas sumber (*Source Credibility Theory*) teori yang digunakan dalam penelitian ini Adalah teori

¹⁷Siti Makhmudah, *Konten Dakwah Visual Di Youtube: Strategi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Audiens Muslim*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 1. No. 2. Tahun 2024.

¹⁸Azzahra, Siti Fatimah, and Robi'ah Machtumah Malayati. *Gaya Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Pada Channel Youtube*. Spektra Komunika 3.1 (2024): 50-71.

redibilitas sumber (*Source Credibility Theory*) yang diperkenalkan oleh Carl I. Hovland, Janis dan Kelly dalam karya mereka *Communication and Persuasion* pada tahun 1953 di Yale University.¹⁹ Teori ini menyatakan bahwa efektivitas pesan dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator, yang pada awalnya terdiri dari dua komponen utama, yaitu keahlian (*expertise*) dan kepercayaan (*trustworthiness*). Dalam perkembangannya, aspek daya tarik (*attractiveness*) juga dipertimbangkan sebagai faktor pendukung. Keahlian merujuk pada kemampuan dan penguasaan materi, sedangkan kepercayaan berkaitan dengan persepsi audiens terhadap kejujuran dan ketulusan komunikator.²⁰

Dalam konteks dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di YouTube, daya tarik komunikator tidak bertumpu pada eksposur visual, melainkan pada kekuatan vokal dan substansi pesan. Ketiadaan representasi visual justru mendorong audiens untuk lebih fokus pada isi dakwah yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas komunikator dapat menjadi sumber utama daya tarik dalam komunikasi digital.

Hasil Analisis Video

Penelitian ini menganalisis tiga video dakwah Ustazah Halimah Alaydrus yang dipilih berdasarkan kategori ibadah, akhlak, dan akidah dengan jumlah penonton tertinggi pada periode 2025–2026.

1. Pada kategori ibadah, video berjudul “Doa Nisfu Sya’ban” yang diunggah pada 13 Februari 2025 dan dianalisis pada 6 April 2026 memperoleh 148 ribu penonton, 2,7 ribu tanda suka, dan 163 komentar.

Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik dalam video tersebut dibangun melalui penyampaian vokal yang lembut, tempo yang tenang, serta penggunaan bahasa yang sederhana namun bermakna. Penyampaian doa yang dilakukan secara langsung memberikan ruang refleksi bagi audiens, sehingga menciptakan keterlibatan emosional yang kuat.

Bisa dilihat dari kolom komentar salah satunya berasal dari akun [@ferlytaega315](#) ia menyatakan bahwa setiap kali melihat video tersebut, ia merasakan emosi yang tidak dapat dijelaskan hingga menangis, bahkan tidak mampu mengartikan perasaan tersebut. Ungkapan ini menunjukkan adanya keterlibatan emosional yang sangat dalam terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Selain itu, komentar dari akun [@syukriahsyaza9232](#) juga menunjukkan bentuk keterikatan spiritual yang kuat, di mana ia meminta agar ustazah mengakui dirinya sebagai murid di dunia dan akhirat, serta mengungkapkan rasa cinta dan kekaguman yang besar terhadap komunikator. Komentar ini mencerminkan adanya hubungan

¹⁹ Winoto, Yunus. *The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan*, Vol. 5 No 2. Tahun 2015.

²⁰ Ibid.

emosional dan spiritual yang melampaui sekadar penerimaan pesan, tetapi sudah masuk pada tahap penghormatan dan kedekatan personal dengan komunikator.

2. Pada kategori akidah, video berjudul “Bahagia dalam kasih sayang Allah” yang diunggah pada 5 Maret 2026 dan dianalisis pada 7 April 2026 memperoleh 57 ribu penonton, 2,1 ribu tanda suka dan 133 komentar.

Hasil analisis menunjukkan bahwa video ini menekankan konsep kebahagiaan yang bersumber dari kasih sayang Allah, bukan dari aspek material atau duniawi. Pesan utama yang disampaikan adalah pentingnya membangun hubungan spiritual dengan Allah sebagai sumber ketenangan batin.

Pada video ini Ustazah Halimah Alaydrus menyampaikan dakwah dengan gaya komunikasi lembut, tenang, dan empatik, didukung intonasi stabil serta tempo bicara yang santai sehingga menciptakan suasana reflektif. Bahasa yang sederhana namun bermakna memudahkan pemahaman materi akidah dan mendorong keterlibatan emosional audiens, terlihat dari komentar yang berisi rasa syukur, haru, dan refleksi diri.

Dari respons audiens, kolom komentar video “*Bahagia dalam Kasih Sayang Allah*” menunjukkan keterlibatan emosional yang tinggi, ditandai dengan ungkapan ketenangan, rasa syukur, serta doa. Beberapa audiens mengaku merasa lebih tenang setelah mendengarkan tausiyah, bahkan menunjukkan keterikatan emosional dan spiritual yang kuat dengan komunikator. Hal ini terlihat dari salah satu komentar akun @Azizah123Azizah12-z yang menyatakan bahwa ia merasa lebih tenang setelah mendengarkan tausiyah karena sedang berada dalam kondisi tidak baik. Selain itu, komentar dari akun @hainunnaya4067 mengungkapkan rasa syukur karena dapat mengenal ustazah melalui media sosial, serta harapan untuk dapat diakui sebagai murid di akhirat.

3. Pada kategori akhlak, video berjudul “Belajar cinta dari Sayyidah Khadijah” yang diunggah pada 1 Maret 2026 dan dianalisis pada 7 April 2026 memperoleh 38 ribu penonton, 2,1 ribu tanda suka dan 111 komentar.

Video ini mengangkat keteladanan Sayyidah Khadijah dalam hal cinta, kesetiaan, dan pengorbanan yang berlandaskan keimanan. Dari sisi respons audiens, video ini memperoleh interaksi yang cukup tinggi melalui komentar yang menunjukkan rasa kagum, cinta terhadap sosok teladan, serta refleksi diri. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga mampu menyentuh aspek emosional audiens.

Hal ini terlihat dari komentar akun @ummdhatea yang menyatakan bahwa ia merasa “merinding” saat mendengarkan kajian tersebut. Komentar ini menunjukkan adanya reaksi emosional spontan yang muncul akibat penyampaian pesan dakwah yang menyentuh. Komentar dari akun @mutiamutia2150 menunjukkan apresiasi dan kedekatan emosional dengan komunikator, di mana ia menyatakan bahwa kajian

mudah dipahami serta mengungkapkan rasa cinta dan doa meskipun belum pernah bertemu langsung.

Tabel 1.
Indikator Ketertarikan Audiens terhadap Dakwah
Ustazah Halimah Alaydrus di YouTube

No	Kategori Video	Judul Video	Bentuk Daya Tarik Komunikator	Respons Audiens	Indikator ketertarikan Audiens
1	Ibadah	Doa Nisfu Sya'ban	Penyampaian vokal lembut, tempo tenang, bahasa sederhana namun bermakna, serta pembacaan doa secara langsung yang menciptakan suasana reflektif	Audiens merasa tersentuh secara emosional, menangis, dan merasa memiliki kedekatan spiritual dengan komunikator	Komentar audiens menunjukkan adanya keterlibatan emosional mendalam, rasa haru, refleksi diri, serta penghormatan dan kedekatan spiritual terhadap ustazah
2	Akidah	Bahagia dalam Kasih Sayang Allah	Gaya komunikasi lembut, tenang, empatik, intonasi stabil, tempo santai, serta penyampaian materi akidah dengan bahasa sederhana dan menyentuh	Audiens merasa lebih tenang, bersyukur, terharu, dan merasa lebih dekat dengan Allah setelah mendengarkan dakwah	Komentar audiens menunjukkan adanya efek ketenangan batin, rasa syukur, refleksi diri, serta keterikatan emosional dan spiritual dengan komunikator
3	Akhlak	Belajar Cinta dari Sayyidah	Penyampaian kisah teladan dengan cara yang	Audiens merasa kagum, merinding,	Respons audiens menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak

		Khadijah	menyentuh, lembut, dan mudah dipahami sehingga membangun suasana emosional	tersentuh, serta memiliki rasa cinta dan kedekatan emosional dengan komunikator	hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga mampu menyentuh aspek emosional dan membangun kedekatan personal dengan komunikator
--	--	----------	--	---	---

a. Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara terhadap 6 informan, yang terdiri dari 2 informan melalui wawancara daring (Instagram) dan 4 informan melalui wawancara langsung, diperoleh beberapa temuan utama yang disusun berdasarkan kategori berikut:

1. Kemudahan Pemahaman Pesan Dakwah

Sebagian besar informan menyatakan bahwa dakwah Ustazah Halimah Alaydrus mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang sederhana dan tidak berbelit-belit. Informan 1 (I1) menyebutkan bahwa:

“Bahasanya easy listening, tidak terlalu tinggi dan mudah dipahami.”

Hal serupa juga disampaikan oleh Informan 2 (I2) yang mengatakan:

“Bahasa yang beliau gunakan bisa mudah dimengerti.”

Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang ringan menjadi salah satu faktor yang memudahkan audiens dalam memahami pesan dakwah.

2. Gaya Penyampaian Komunikator

Dari segi penyampaian, informan menilai bahwa gaya komunikasi yang digunakan cenderung tenang dan tidak berlebihan. Informan 2 (I2) menyatakan:

“Pembawaan ustazah ini tidak menggebu-gebu.”

Selain itu, aspek intonasi juga menjadi perhatian penting. Informan 4 (I4) mengungkapkan bahwa:

“Suara beliau sangat menyejukkan, lembut, tenang, namun tetap memiliki penekanan pada saat menyampaikan poin penting.”

Hal ini menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang santun dan terkontrol memberikan kenyamanan bagi audiens dalam menerima pesan.

3. Kualitas dan Relevansi Materi Dakwah

Informan menilai bahwa materi yang disampaikan memiliki kualitas yang baik, jelas, dan mudah diingat. Informan 5 (I5) menyatakan:

“Materinya sangat jelas, dalam, dan mudah diingat.”

Selain itu, relevansi materi dengan kehidupan sehari-hari juga menjadi keunggulan. Informan 3 (I3) menyebutkan:

“Materi yang disampaikan sering membahas kehidupan sehari-hari, jadi bisa langsung kita alami dan aplikasikan.”

Hal ini menunjukkan bahwa materi dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga aplikatif dalam kehidupan audiens. Artinya, pesan dakwah tidak berhenti pada tataran konsep, melainkan mampu diterjemahkan menjadi tindakan nyata yang relevan dengan kondisi dan pengalaman audiens. Dengan demikian, audiens tidak hanya memahami isi pesan secara kognitif, tetapi juga terdorong untuk mengimplementasikannya dalam perilaku dan praktik keseharian.

4. Preferensi Kategori Dakwah

Terkait kategori dakwah yang paling disukai, terdapat variasi jawaban dari informan.

- Informan 1 (I1), Informan 3 (I3), Informan 5 (I5) dan Informan 6 (I6) menyatakan lebih menyukai kategori ibadah:

Informan 1 (I1) informan 5 (I5) mengatakan: *“Karena bisa selalu mengingatkan kita kepada Allah.”*

dan informan 6 (I6) mengatakan:

“Karena merasa seperti dapat Recharge Iman”

Sementara informan 3 (I3) mengatakan: *“Beliau memberikan hal-hal menarik mengenai ibadah seperti tentang shalawat dan doa.”*

Temuan ini menunjukkan bahwa baik kategori ibadah maupun akhlak memiliki daya tarik tersendiri bagi audiens.

- Informan 2 (I2) dan Informan 4 (I4) lebih menyukai kategori akhlak. I2 menyatakan:

“Jadi paham bagaimana cara sabar sesuai ajaran islam dan mampu menghadapi atau menyikapi orang yang memiliki sifat kurang baik seperti iri, dengki.”

Sementara I4 menyebutkan:

“Langsung bisa dipraktikkan dalam kehidupan sosial kita.”

5. Tingkat Keahlian Komunikator

Seluruh informan menyatakan bahwa komunikator dinilai menguasai materi yang disampaikan. Hal ini didasarkan pada cara penyampaian yang tidak hanya berupa materi atau ceramah biasa, tetapi juga didukung oleh dalil.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan:

“Beliau bukan hanya ceramah biasa, tapi selalu mengiringi dari sumber-sumber berupa dalil dari Al-Qur’an dan hadis.”

Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan materi menjadi salah satu faktor penting dalam membangun penilaian positif audiens.

6. Tingkat Kepercayaan Audiens

Seluruh informan menyatakan bahwa mereka merasa percaya terhadap pesan yang disampaikan. Kepercayaan ini muncul dari konsistensi penyampaian, penggunaan dalil, serta gaya komunikasi yang tidak menghakimi. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikator mampu membangun hubungan yang dipercaya oleh audiens.

7. Dampak Dakwah terhadap Audiens

Dari segi dampak, seluruh informan merasakan adanya perubahan positif setelah mendengarkan dakwah. Mereka mengaku merasa lebih tenang, nyaman, dan termotivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Informan 4 (I4) secara khusus menyatakan:

“Setelah mendengarkan dakwah beliau, saya merasa seperti membangkitkan dan meningkatkan imam saya.”

Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya memberikan pemahaman, tetapi juga berdampak pada kondisi emosional dan spiritual audiens.

Berdasarkan hasil analisis video dan respons audiens, ditemukan bahwa daya tarik dakwah Ustazah Halimah Alaydrus tidak hanya terletak pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada cara penyampaian pesan tersebut yang mampu membangun keterikatan emosional dan spiritual audiens meskipun tanpa menampilkan fisik komunikator. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dakwah di media digital tidak selalu bergantung pada kekuatan visual, melainkan juga dapat dibangun melalui kualitas vokal, intonasi, suasana komunikasi, serta kedalaman emosional pesan yang diterima audiens.

Fenomena dakwah tanpa representasi fisik dalam konten Ustazah Halimah Alaydrus memperlihatkan bahwa suara dapat berfungsi sebagai bentuk “kehadiran spiritual” bagi audiens. Dalam konteks ini, suara tidak hanya berperan sebagai media penyampai informasi, tetapi juga menjadi sarana pembentukan kedekatan emosional dan batin antara komunikator dengan audiens. Intonasi yang lembut, tempo bicara yang tenang, serta penggunaan bahasa yang sederhana namun reflektif menciptakan suasana komunikasi yang intim dan menenangkan. Hal tersebut membuat audiens merasa seolah-olah sedang diajak berbicara secara personal, sehingga muncul rasa nyaman, tenang, bahkan keterhubungan spiritual ketika mendengarkan dakwah.

Menariknya, ketidakhadiran wajah atau representasi visual justru menjadi salah satu faktor yang memperkuat fokus audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Di tengah budaya media sosial yang umumnya menonjolkan visual, penampilan fisik, dan ekspresi wajah sebagai daya tarik utama, dakwah Ustazah

Halimah Alaydrus menunjukkan pola yang berbeda. Audiens tidak diarahkan untuk memperhatikan aspek fisik komunikator, melainkan lebih fokus pada makna pesan, isi nasihat, serta nuansa spiritual yang dibangun melalui suara. Kondisi ini menciptakan ruang refleksi yang lebih personal karena audiens dapat menghayati pesan tanpa terdistraksi oleh elemen visual.

Selain itu, respons audiens yang didominasi oleh ungkapan seperti “tenang”, “menangis”, “merinding”, “tersentuh”, hingga keinginan untuk menjadi murid sang ustazah menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi tidak berhenti pada tahap pemahaman kognitif saja, tetapi telah mencapai keterlibatan afektif dan spiritual. Artinya, audiens bukan hanya memahami isi dakwah secara rasional, melainkan juga merasakan dampak emosional yang mendalam setelah mendengarkan kajian tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital mampu membentuk hubungan emosional yang kuat meskipun dilakukan tanpa interaksi tatap muka secara langsung.

Keterikatan emosional tersebut juga memperlihatkan adanya bentuk kredibilitas komunikator yang dibangun bukan melalui penampilan visual, melainkan melalui konsistensi karakter vokal, kelembutan penyampaian, serta kemampuan komunikator menciptakan rasa empati dan ketenangan bagi audiens. Dengan demikian, kredibilitas dalam dakwah digital tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan agama yang dimiliki komunikator, tetapi juga kemampuan menghadirkan kenyamanan psikologis dan spiritual melalui cara berkomunikasi.

Temuan ini memperlihatkan bahwa dakwah tanpa representasi fisik memiliki karakteristik tersendiri dalam membangun hubungan komunikatif dengan audiens. Ketidakhadiran visual tidak melemahkan efektivitas pesan, melainkan justru dapat memperkuat dimensi spiritual komunikasi karena audiens lebih fokus pada makna, penghayatan, dan pengalaman emosional yang dirasakan selama mendengarkan dakwah.

D. Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui analisis video serta wawancara dengan audiens, efektivitas dakwah Halimah Alaydrus tidak hanya dapat dipahami melalui teori *Source Credibility* dari Carl I. Hovland, tetapi juga melalui pembentukan otoritas keagamaan di ruang digital. Dalam media digital, otoritas keagamaan tidak lagi hanya ditentukan oleh institusi formal atau kehadiran langsung seorang pendakwah, melainkan juga dibangun melalui media komunikasi yang digunakan, cara penyampaian pesan, serta kemampuan komunikator menciptakan kedekatan emosional dengan audiens.²¹ Melalui dakwah berbasis audio, audiens

²¹Rachmadhani, “Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial,” *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat* 5, no. 2 (2021): 150–169.

tetap mampu membangun persepsi mengenai identitas religius, karakter, dan kredibilitas komunikator meskipun tanpa representasi visual. Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membentuk cara audiens memahami dan memaknai otoritas keagamaan di era kontemporer.

Pertama, dari aspek keahlian (*expertise*), hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens menilai Ustazah Halimah Alaydrus sebagai komunikator yang kompeten dalam menyampaikan materi dakwah. Penyampaian materi yang runtut, penggunaan bahasa yang sederhana, serta kemampuan menjelaskan persoalan agama secara mudah dipahami membuat audiens merasa lebih dekat dengan pesan yang disampaikan. Dalam teori *Source Credibility*, keahlian menjadi faktor penting karena audiens cenderung menerima pesan dari sumber yang dianggap memiliki pengetahuan dan kompetensi di bidang tertentu.

Namun, dalam konteks dakwah digital, efektivitas dakwah tidak hanya muncul karena kemampuan komunikasi semata. Ustazah Halimah Alaydrus dikenal publik sebagai seorang habibah atau syarifah, yaitu kelompok yang dalam tradisi masyarakat Muslim Indonesia dipahami sebagai keturunan Nabi Muhammad saw. Identitas religius tersebut turut membentuk persepsi otoritas keagamaan dan memperkuat kepercayaan audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas dakwah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor identitas, tetapi juga oleh kualitas vokal, intonasi lembut, serta gaya penyampaian yang menenangkan. Dengan demikian, otoritas keagamaan dalam ruang digital pada penelitian ini terbentuk melalui perpaduan antara identitas religius dan performa komunikasi yang mampu membangun kenyamanan emosional audiens.

Kedua, dari aspek kepercayaan (*trustworthiness*), audiens menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap dakwah Ustazah Halimah Alaydrus. Hal ini dipengaruhi oleh gaya komunikasi yang santun, tidak menghakimi, dan penuh empati sehingga audiens merasa nyaman ketika mendengarkan dakwah yang disampaikan. Dalam teori *Source Credibility*, kepercayaan merupakan unsur penting karena pesan lebih mudah diterima apabila komunikator dianggap tulus dan memiliki niat baik dalam menyampaikan pesan.

Menariknya, penelitian ini menemukan bahwa kedekatan personal antara komunikator dan audiens tetap dapat terbentuk meskipun dakwah dilakukan tanpa visualisasi wajah maupun bahasa tubuh secara langsung. Dalam komunikasi tanpa menampilkan fisik ini, suara berperan menggantikan sebagian fungsi *body language* melalui intonasi lembut, tempo bicara yang tenang, serta pemilihan kata yang sederhana sehingga menciptakan kesan hangat dan personal bagi audiens. Melalui unsur vokal tersebut, audiens merasa seolah-olah sedang dinasihati secara langsung, sehingga terbentuk hubungan emosional dan rasa percaya terhadap komunikator.

Ketiga, dari aspek daya tarik (*attractiveness*), penelitian menunjukkan bahwa daya tarik Ustazah Halimah Alaydrus tidak hanya terletak pada aspek fisik, tetapi lebih dominan pada daya tarik emosional dan komunikasi. Audiens merasa tertarik karena gaya penyampaian yang lembut, penggunaan bahasa yang sederhana, serta cara penyampaian nasihat yang tidak menggurui. Dalam teori *Source Credibility*, daya tarik berfungsi menciptakan kedekatan psikologis antara komunikator dan audiens sehingga audiens menjadi lebih terbuka terhadap pesan yang diterima.

Dalam konteks dakwah digital, daya tarik tersebut juga berkaitan dengan kemampuan komunikator menciptakan rasa nyaman di tengah arus media sosial yang cepat dan kompetitif. Dakwah yang disampaikan dengan nada tenang dan penuh empati memberikan pengalaman emosional yang berbeda bagi audiens. Oleh karena itu, daya tarik komunikator dalam penelitian ini lebih mengarah pada *emotional attractiveness* dibandingkan sekadar penampilan visual.

Lebih lanjut, kombinasi antara keahlian, kepercayaan, dan daya tarik yang dimiliki Ustazah Halimah Alaydrus menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap audiens, seperti meningkatnya motivasi untuk memperbaiki diri, munculnya ketenangan emosional, serta keinginan mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Keterlibatan audiens juga terlihat dari tindakan membagikan ulang konten dakwah di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya menjadi sarana penyebaran dakwah, tetapi juga ruang terbentuknya relasi emosional dan otoritas keagamaan baru. Dengan demikian, efektivitas dakwah non-visual dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator, identitas religius.

E. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor daya tarik dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di YouTube, dapat disimpulkan bahwa praktik dakwah yang dilakukan tanpa menampilkan wajah atau representasi fisik tetap mampu menarik perhatian audiens dan menghasilkan respons yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah tidak selalu ditentukan oleh kehadiran unsur visual, melainkan dapat dibangun melalui kualitas penyampaian pesan, seperti intonasi suara, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta kedalaman makna yang disampaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang membentuk daya tarik dakwah, yaitu keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*) komunikator sebagaimana dijelaskan dalam teori *Source Credibility*. Dari aspek keahlian, Ustazah Halimah Alaydrus dinilai memiliki penguasaan materi yang baik, penyampaian yang runtut, serta didukung oleh sumber yang jelas sehingga memudahkan audiens dalam memahami pesan dakwah. Dari aspek kepercayaan, gaya komunikasi yang santun, tidak menggurui, serta penuh ketulusan mampu membangun hubungan psikologis

yang positif dan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Sementara itu, dari aspek daya tarik, kekuatan vokal, intonasi yang lembut, serta pendekatan emosional menjadi faktor utama yang menciptakan kenyamanan dan keterlibatan audiens.

Selain itu, hasil analisis video dan wawancara menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan mampu menimbulkan keterlibatan emosional dan spiritual yang kuat. Audiens tidak hanya memahami pesan secara kognitif, tetapi juga merasakannya secara emosional, seperti munculnya perasaan tersentuh, tenang, hingga refleksi diri. Hal ini juga berdampak pada perubahan sikap audiens, seperti meningkatnya motivasi untuk memperbaiki diri, kedekatan dengan nilai-nilai spiritual, serta keinginan untuk mengamalkan pesan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks dakwah digital, daya tarik tidak selalu bersumber dari aspek visual, melainkan dapat dibangun melalui kredibilitas komunikator, kualitas penyampaian pesan, serta kedalaman pendekatan emosional dan spiritual. Temuan ini menunjukkan adanya model komunikasi dakwah alternatif di media digital yang menekankan substansi pesan dibandingkan tampilan visual, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah di era digital.

F. Daftar Rujukan

- Abdullah, dan F. F. D. Prasetya. "Dakwah Islam dan Revolusi Komunikasi." *Transformasi: Jurnal Kepemimpinan dan Pendidikan Islam* 7, no. 1 (2023).
- Ahmad, dan Muslimah. "Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif." *Proceedings* 1, no. 1 (2021). Palangka Raya: IAIN Palangka Raya.
- Asfarani, Dinnia. *Teknik Komunikasi Persuasif Ustazah Halimah Alaydrus dalam YouTube Ustazah Halimah Alaydrus Channel*. Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semarang, 2023.
- Azzahra, S. F., dan R. M. Malayati. "Gaya Komunikasi Dakwah Ustazah Halimah Alaydrus pada Channel YouTube." *Spektra Komunika* 3, no. 1 (2024): 50–71.
- Bachtiar, M. Anis. *Metodologi Penelitian Komunikasi Dakwah: Buku Perkuliahan Program S-1 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2017.
- Faishol, Muhammad, dan Fathimatuz Zuhro. "Dakwah's Communication Strategies in the Digital Age: The Influence of Alaydrus's Platform of Instagram." *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* 6, no. 1 (2024): 13–26.
- Fajriyah, Inayatul. "Gaya Komunikasi Ustazah Halimah Alaydrus di Media Sosial: Studi pada Akun Instagram @halimahalaydrus." *ICON: Islamic Communication and Contemporary Media Studies* 1, no. 2 (2022): 190–199.
- Firdaus dkk. "Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam." *Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 6 (2025): 746–755. <https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis>.
- Hardian, N. "Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2018): 42–52.
- Hikmah, Asyifa UI. *Dakwah Islam Melalui Seni Hadrah di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2018.
- Ismail, K. *Metode Kualitatif*. 2023. [DOI Metode Kualitatif](#)
- Makhmudah, Siti. "Konten Dakwah Visual di YouTube: Strategi Komunikasi dan Dampaknya terhadap Audiens Muslim." *Jurnal Komunikasi Islam* 1, no. 2 (2024).
- Nase, Nase, Holina Holina, dan Yoshy Hendra Hardiyani Syah. "Phenomenon of Digital Da'wah: Analysis of Religious Moderation and the Ethics of Da'wah Communication on Social Media." Vol. 45, No. 2, 2025.
- Oematan, Nurlela Syafrian, dkk. "Peran Media Sosial sebagai Sarana Penginjilan Efektif dalam Menjangkau Jiwa-Jiwa." *REDOMINATE: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 4, no. 2 (2023).
- Rachmadhani, A. "Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial." *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat* 5, no. 2 (2021): 150–169.

- Tinambunan, Tresia Monica, dan Chontina Siahaan. "Pemanfaatan YouTube sebagai Media Komunikasi Massa di Kalangan Pelajar." *Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2022). [Mutakallimin Jurnal Ilmu Komunikasi](#)
- Ulfa, Nadia. *Analisis Pesan Dakwah dalam Akun Instagram Ustadzah @Halimah Alaydrus*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Riau, 2025.
- Winoto, Y. The Application of Source Credibility Theory in studies about ibrary services, *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian Layananan Perpustakaan*, 5(2). Tahun 2015.