

MODEL DAKWAH BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI ERA DIGITAL: STUDI NETNOGRAFI SALURAN YOUTUBE “OFFICIAL MENARA KUDUS”

Serin Himatus Soraya
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
Sherinhsry11@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal pada saluran YouTube "*Menara Kudus Official*" melalui pendekatan netnografi. Saluran ini dikelola oleh Yayasan Masjid Menara dan Makam Sunan Kudus (YM3SK) sebagai upaya melestarikan dakwah Sunan Kudus dalam format digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dakwah melalui kanal ini berhasil mengadaptasi pesan-pesan keislaman dalam bentuk audio-visual yang menarik, memanfaatkan fitur-fitur YouTube seperti live streaming, dokumentasi kegiatan keagamaan, dan konten berbasis tradisi lokal. Integrasi nilai-nilai kearifan lokal, seperti penggunaan bahasa Jawa, narasi budaya Kudus, serta pengangkatan tradisi keagamaan khas, membuktikan keberhasilan model *community-based digital preaching*. Studi ini juga menemukan bahwa meskipun terbentuk komunitas virtual yang menunjukkan apresiasi dan partisipasi, interaksi audiens tidak merata di seluruh konten. Perbedaan respon berupa *like* dari konten pengajian ulama lokal memiliki ketimpangan 30 kali lipat dibandingkan dengan konten tradisi lokal. Sementara untuk respon komentar sebesar 7 kali lipat dan *views* atau penontonnya 10 kali lipat. Faktor personalisasi figur dan kekuatan emosional konten berpengaruh besar terhadap keterlibatan audiens. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan teori digitalisasi dakwah, glokalisasi media, dan metodologi netnografi dalam studi komunikasi keagamaan. Implikasi praktisnya mendorong pengelola media dakwah digital untuk memperkuat strategi konten.

Kata Kunci: *Dakwah, Lokal, Netnografi, YouTube, Kudus*

ABSTRACT

This study aims to analyze the process of digitalizing da'wah based on local wisdom through the YouTube channel "*Menara Kudus Official*" using a netnographic approach. The channel is managed by the Menara Kudus Mosque and Sunan Kudus Tomb Foundation (YM3SK) as an effort to preserve Sunan Kudus' da'wah heritage in a digital format. The findings show that the digitalization of da'wah through this channel successfully adapts Islamic messages into engaging audio-visual forms by utilizing YouTube features such as live streaming, religious event documentation, and content based on local traditions. The integration of local wisdom values—such as the use of Javanese language, Kudus cultural narratives, and the highlighting of religious traditions—proves the success of the *community-based digital preaching* model. The study also found that although a virtual community characterized by appreciation and participation has been

formed, audience interaction is not evenly distributed across all content. The difference in audience response, in terms of likes, shows a disparity of 30 times more for content featuring local religious scholars compared to content on local traditions. Meanwhile, the number of comments is 7 times higher, and the views or total audience reach is 10 times greater. Personalization factors, such as the presence of charismatic figures and the emotional appeal of content, greatly influence audience engagement. This research contributes to the development of theories on da'wah digitalization, media glocalization, and the application of netnography in religious communication studies. Its practical implications encourage digital da'wah media managers to strengthen content strategies, enhance audience engagement, and actively manage online communities in a more sustainable manner.

Keywords: *Da'wah, Local, Netnography, YouTube, Kudus*

A. PENDAHULUAN

Dakwah menjadi bagian yang tidak dapat diabaikan dalam agama Islam. Dakwah merupakan suatu kegiatan yang bertujuan menyebarkan ajaran agama Islam kepada umat manusia di seluruh dunia (AB, 2016). Dalam konteks Indonesia yang memiliki beragama kebudayaan, dakwah memiliki dimensi unik khususnya pada praktik di kehidupan masyarakat. Keberagaman yang ada memberikan tantangan sekaligus peluang bagi para pendakwah dalam menyampaikan pesan agama dengan cara yang relevan dan dapat diterima oleh masyarakat setempat. Integrasi antara dakwah dan kearifan lokal menjadi salah satu strategi efektif untuk menjembatani nilai-nilai Islam dengan budaya local (Hendra et al., 2023), sehingga pesan agama dapat diterima tanpa menghilangkan identitas budaya masyarakat. Hal tersebut sebagaimana yang dicontohkan oleh Sunan Kudus dan masih berlaku hingga saat ini.

Kudus merupakan salah satu kota di Jawa Tengah yang memiliki sejarah panjang mengenai proses penyebaran ajaran Islamnya. Pada masa Walisongo, kota ini adalah bagian dari pusat dakwah Islam, terutama melalui sosok Sunan Kudus. Beliau dikenal dengan pendekatannya yang bijaksana dalam menyebarkan ajaran Islam, yaitu dengan mengadopsi elemen-elemen budaya lokal, seperti larangan menyembelih sapi karena merupakan hewan suci umat Hindu dan bentuk *padasan* (tempat wudhu) dengan pancuran berjumlah delapan yang sesuai dengan ajaran Budha yaitu jalan berlipat delapan (*asta sunghika marga*) (Shabir, 2022). Strategi ini tidak hanya menunjukkan penghormatan terhadap budaya lokal, tetapi juga membangun penerimaan masyarakat terhadap nilai-nilai Islam.

Tidak hanya aspek sejarah, sebagai kota santri, Kudus juga memiliki tradisi-tradisi local lainnya yang memperkuat identitasnya. Tradisi yang dimaksud diantaranya dhandhangan menjelang Ramadan, festival-festival keagamaan, serta seni dan budaya local lainnya menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Kudus. Tradisi ini mencerminkan sinergi antara ajaran agama dan kearifan lokal yang terus terjaga hingga kini. Dalam konteks dakwah modern, mempertahankan nilai-nilai lokal seperti ini dapat menjadi

aset penting untuk menghadapi tantangan globalisasi dan homogenisasi budaya (Ashari et al., 2024).

Di era digital, dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah di masjid atau majelis taklim. Teknologi informasi, khususnya media sosial, telah membuka peluang baru bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan agama kepada audiens yang lebih luas. Tuntutannya adalah para pendakwah tidak hanya harus paham materi agama dengan baik, tetapi sekaligus harus mampu menguasai teknik dan strategi pemanfaatan media (Muhtadi, 2012). Salah satu platform yang sangat populer untuk tujuan ini adalah YouTube. Dengan kemampuannya untuk menyajikan konten video yang kreatif dan mudah diakses, YouTube telah menjadi media utama bagi banyak organisasi dan individu dalam menyampaikan dakwah.

Penelitian tentang dakwah berbasis kearifan lokal di era digital sebenarnya telah dikaji oleh beberapa peneliti, diantaranya pada artikel berjudul “Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal (Konsepsi, Signifikansi, dan Realisasinya)” yang mendeskripsikan bahwa secara umum kemajuan teknologi telah dimanfaatkan secara bijak oleh masyarakat untuk menyebarkan dan mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal melalui konten-konten dakwah di media sosial, situs web, dan aplikasi mobile (AR et al., 2023). Penelitian lainnya berjudul “Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal (Konsep dan Strategi Menyebarkan Ajaran Islam)” yang mengemukakan bahwa sinergi antara dakwah Islam dan kearifan lokal masyarakat dapat membangun fondasi yang kokoh dalam mencapai harmonisasi dan kesejahteraan sosial (Hendra et al., 2023). Kedua penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas konsep dakwah dan kearifan lokal, akan tetapi yang menjadi kebaruan sekaligus pembeda adalah penelitian ini lebih fokus pada model dakwah berbasis kearifan lokal yang ditampilkan dalam saluran YouTube Official Menara Kudus.

Saluran YouTube "Official Menara Kudus " adalah salah satu contoh nyata pemanfaatan platform digital untuk dakwah. Saluran ini tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga mengangkat kearifan lokal yang menjadi ciri khas Kota Kudus. Melalui kontennya, "Official Menara Kudus " menghadirkan berbagai tema yang mencakup ceramah agama, sejarah Islam di Kudus, tradisi lokal, dan pengenalan budaya khas Kudus. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana dakwah dapat dikemas secara menarik dan relevan dengan tetap mempertahankan identitas budaya lokal.

Keberadaan "Official Menara Kudus " menjadi bukti bahwa integrasi antara dakwah dan kearifan lokal dapat menjadi strategi yang efektif dalam menyampaikan pesan agama di tengah masyarakat yang semakin heterogen. Namun, keberhasilan pendekatan ini membutuhkan pemahaman mendalam tentang konteks budaya lokal dan kemampuan untuk menyajikan konten yang menarik serta relevan bagi audiens modern. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis lebih jauh bagaimana "Official Menara Kudus" mengemas kontennya sehingga dapat menarik perhatian sekaligus menyampaikan pesan dakwah dengan baik.

Dengan latar belakang tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana praktik dakwah dan representasi kearifan lokal terwujud dalam saluran YouTube “Official Menara Kudus”. Melalui pendekatan netnografi, studi ini akan mengkaji konten video, interaksi pengguna, dan simbol-simbol budaya yang ditampilkan dalam kanal tersebut sebagai bentuk artikulasi identitas keagamaan dan kebudayaan di ruang digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang pentingnya pendekatan digital dalam dakwah yang berbasis budaya, serta memberikan rekomendasi bagi para pendakwah untuk memanfaatkan media digital dengan efektif.

B. METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan netnografi. Penelitian kualitatif berupaya untuk memberikan penjelasan deskriptif terkait dengan data-data maupun temuan penelitian (Fiantika et al., 2022). Sedangkan netnografi merupakan metode penelitian budaya yang dilakukan melalui internet, atau dengan kata lain menggunakan data atau informasi yang telah tersedia di berbagai media sosial dan dapat diakses secara public (Bakry, 2017). Netnografi dipilih karena penelitian berfokus pada pengamatan aktivitas dakwah digital yang terjadi di komunitas daring, khususnya pada saluran YouTube “Official Menara Kudus”. Dengan menggunakan pendekatan netnografi memungkinkan peneliti untuk memahami praktik komunikasi, nilai-nilai kearifan lokal, dan interaksi sosial yang terbentuk di lingkungan digital tersebut. Sebagaimana teori yang menyebutkan bahwa melalui pendekatan netnografi peneliti hendak menggambarkan, menganalisis, dan menafsirkan budaya kelompok dari waktu ke waktu untuk memahami sikap, keyakinan, konsep, perilaku, dan bahasa yang menjadi milik bersama kelompok tersebut (Bakry, 2017).

Peneliti menggunakan observasi partisipasi digital dalam proses pengambilan data. Adapun data primer dari penelitian ini yaitu konten video dakwah, komentar penonton, deskripsi video, dan interaksi komunitas dalam kanal. Melalui pendekatan netnografi ini, Melalui metode ini, peneliti berusaha untuk melihat bagaimana saluran YouTube “Official Menara Kudus” mengintegrasikan dakwah dan kearifan lokal dalam syi’ar dakwahnya di media sosial. Peneliti secara langsung ikut terlibat atau berpartisipasi dalam melakukan pengamatan. Adapun yang diamati pada penelitian ini adalah konten-konten yang terdapat dalam saluran YouTube “Official Menara Kudus”. Konten yang menjadi focus peneliti yaitu konten yang diunggah pada satu tahun terakhir sejak bulan Januari 2024 hingga Januari 2025. Peneliti mengambil rentang waktu tersebut karena mencerminkan tren terbaru dalam aktivitas dakwah digital pascapandemi, selain itu juga memberikan cakupan yang cukup memenuhi semua kegiatan yang merepresentasikan dakwah dan kearifan lokal yang ditampilkan pada saluran YouTube “Official Menara Kudus”.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi tematik dengan memerhatikan beberapa hal berikut:

Kategori Tema	Indikator
Bahasa Daerah	Penggunaan bahasa Jawa atau dialek lokal
Tradisi Lokal	Penyebutan atau visualisasi tradisi dhandhangan, maulid, dll.
Interaksi Audiens	Komentar yang menunjukkan apresiasi, kritik, atau diskusi dari penonton
Nilai Religius Lokal	Penyampaian dakwah yang dikaitkan dengan nilai budaya setempat

Tabel 1 Analisis Isi Tematik

Perlu ditekankan bahwa dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan data yang tersedia secara publik dan tidak menghubungi subjek secara langsung. Untuk menjaga privasi, seluruh komentar yang dikutip telah dianonimkan dan tidak menampilkan nama akun pengguna.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi Dakwah dalam Saluran YouTube “Menara Kudus Official”

Saluran YouTube “Menara Kudus Official” merupakan salah satu bagian pengembangan dakwah yang dikelola oleh Yayasan Masjid Menara dan Makam Sunan Kudus atau YM3SK. Yayasan ini didirikan dengan tujuan untuk melestarikan dakwah Sunan Kudus (Fatah, 2024). Saluran youtube ini mulai dibentuk pada 8 Oktober 2017. Per tanggal 26 April ini, saluran YouTube “Menara Kudus Official” telah mengunggah 2.189 video. Selain itu, saluran ini juga telah memiliki 126 ribu pelanggan dan telah ditonton sebanyak 16.564.115 kali. Data tersebut membuktikan bahwa saluran YouTube “Menara Kudus Official” mampu membentuk suatu komunitas digital yang besar.



Gambar 1 Profil Saluran YouTube Official Menara Kudus

Saluran YouTube “Menara Kudus Official” menunjukkan bahwa proses digitalisasi dakwah telah mengubah cara penyampaian pesan-pesan keagamaan dari bentuk

konvensional menjadi format audio-visual yang lebih interaktif dan mudah diakses. Kanal ini memanfaatkan berbagai fitur digital seperti live streaming, video dokumenter, pengajian terekam, hingga konten edukatif berbasis kisah-kisah sejarah Islam lokal. Pendekatan ini memperluas jangkauan dakwah tidak hanya kepada jamaah lokal, tetapi juga kepada khalayak global yang memiliki koneksi dengan tradisi keislaman di Nusantara. Dalam hal ini pengelola YM3SK telah berhasil menyesuaikan diri dengan tuntutan perkembangan teknologi yaitu dengan mengembangkan saluran youtube “Menara Kudus Official” sebagai media dakwah yang dapat diakses dengan mudah, cepat, dan konten yang menarik (Puspito & Azhima, 2023).

Penggunaan platform YouTube memungkinkan penyebaran konten secara masif, dengan fleksibilitas waktu dan tempat bagi para audiens untuk mengaksesnya. Ini mencerminkan bentuk *digital religious engagement* yang semakin meningkat di era internet (Fakhruroji, 2025). Dimensi dakwah baru ini memungkinkan ruang partisipasi dakwah yang terbuka (Pamungkas & Halwati, 2023). Dengan kata lain kehadiran fisik dalam majelis telah bergeser pada pengalaman spiritual melalui media digital.

Studi ini menunjukkan bahwa saluran YouTube “Menara Kudus Official” berperan sebagai jembatan transkultural antara Islam tradisional Jawa dengan dunia digital global. Digitalisasi tidak mengikis nilai-nilai lokal, melainkan merekonstruksi ulang dalam bentuk yang lebih relevan dengan konteks zaman (Ashari et al., 2024). Dakwah yang ditampilkan tidak bersifat kaku dan tekstual, melainkan naratif, visual, dan berbasis pengalaman. Dalam perspektif komunikasi dakwah, ini menjadi contoh keberhasilan *strategi dakwah bil hikmah* (Muhtadi, 2012), di mana pesan agama disampaikan dengan pendekatan budaya, estetika, dan teknologi. Saluran ini menunjukkan bahwa modernisasi dakwah bukan berarti westernisasi, melainkan kontekstualisasi ajaran dengan sarana dan media yang adaptif.

Integrasi Nilai Kearifan Lokal dengan Konten Dakwah

Berdasarkan hasil observasi, konten yang diunggah dalam saluran YouTube “Official Menara Kudus” sangat beragam diantaranya yaitu ceramah agama oleh para ulama, kajian tafsir, dokumentasi kegiatan keagamaan di kawasan Menara Kudus, Sholawat dari grup-grup hadrah di sekitar Kudus, dan berbagai tradisi tahunan yang biasa diselenggarakan di Menara Kudus. Adapun format video yang digunakan dalam saluran YouTube “Official Menara Kudus” cenderung sederhana dengan durasi relatif singkat yaitu berkisar 5-40 menit. Konten yang diunggah juga menggunakan perpaduan Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia. Selain itu, konten-kontennya juga disampaikan dengan nada yang sejuk, serta mengedepankan nilai-nilai humanis yang menonjolkan toleransi, kebersamaan dan menghindari kontroversi.

Model dakwah digital yang ditampilkan dalam saluran kan dalam saluran YouTube “Official Menara Kudus” adalah *community-based digital preaching* (dakwah digital

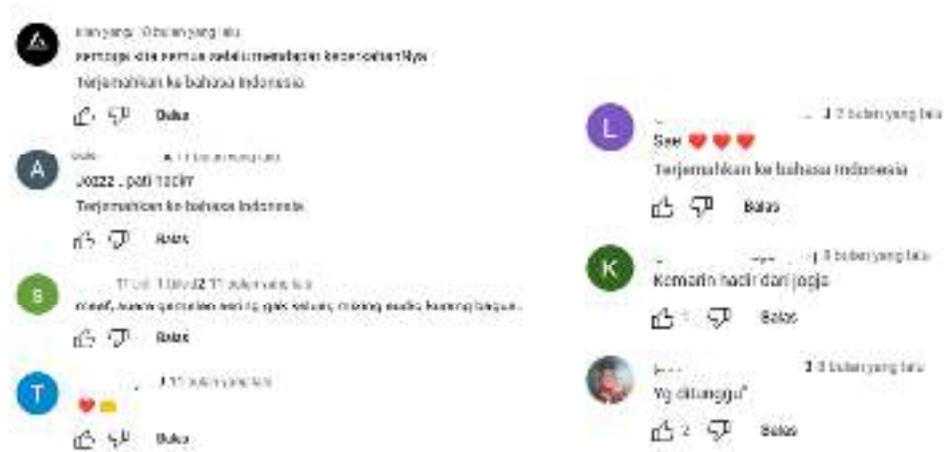
berbasis komunitas lokal), artinya model dakwah digital ini berfokus pada penyebaran pesan-pesan agama dengan mempertimbangkan konteks dan kearifan masyarakat lokal (Hapsari et al., 2024). Dalam hal ini, dakwah tidak hanya sekedar menyampaikan pesan agama secara umum, tetapi berakar dari kehidupan, nilai, bahasa, dan budaya masyarakat Kudus.

Apabila dicermati, konten yang diunggah pada saluran YouTube “Official Menara Kudus” tidak hanya menyampaikan ceramah atau mengutip ayat dan hadis saja, tetapi banyak membahas tradisi keagamaan lokal seperti dhandangan, buka luwur, ta’sis, dan lainnya. Hal ini tidak hanya memperkuat identitas lokal tetapi juga menjadi bagian dari diplomasi budaya keislaman. Praktik ini sesuai dengan pendekatan etnografi digital yang melihat bagaimana komunitas daring membentuk representasi diri melalui simbol, ritual, dan narasi (Maulidya & Hidayat, 2023). Tidak hanya itu, penggunaan Bahasa Jawa dan penyisipan simbol-simbol budaya Kudus juga turut menjadi titik fokus dalam kontennya. Penggunaan bahasa Jawa diselipkan secara strategis untuk menjangkau masyarakat lokal dan membangun kedekatan emosional.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, model dakwah digital saluran YouTube “Official Menara Kudus” ini sejalan dengan konsep glocalisasi (Nisa, 2018) dalam komunikasi media, yaitu ketika produk global (YouTube) digunakan untuk mempertahankan nilai lokal. Dalam hal ini produk global diisi dengan konten dakwah yang mengintegrasikan kearifan lokal masyarakat Kudus. Sehingga audiens tidak hanya merasa menjadi bagian dari komunitas muslim global, tapi juga tetap mempertahankan identitas lokal sebagai orang Kudus yang punya tradisi keagamaan unik.

Interaksi Audiens dan Komunitas Virtual

Komentar dan partisipasi penonton dalam kanal menunjukkan adanya komunitas virtual yang terbangun dengan karakteristik khas: apresiatif, spiritual, dan partisipatif. Audiens tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga memberikan testimoni keagamaan, berbagi pengalaman spiritual, serta menyebarkan konten ke jaringan masing-masing. Komentar-komentar netizen dalam saluran ini mencerminkan bagaimana kanal ini berfungsi sebagai ruang digital dakwah sekaligus penguat identitas religius-kultural.



Gambar 2 Contoh Komentar Netizen pada Konten Saluran YouTube "Official Menara Kudus"

Meskipun saluran YouTube “Official Menara Kudus” berhasil membangun komunitas audiens yang menunjukkan keterlibatan terhadap dakwah berbasis kearifan lokal, namun hasil observasi netnografi menunjukkan bahwa interaksi audiens tidak terjadi secara merata di semua konten yang dipublikasikan. Video yang mendapatkan komentar paling aktif pada postingan saluran YouTube “Official Menara Kudus” diantaranya adalah video-video kajian tafsir atau pengajian Gus Baha. Sedangkan video lainnya seperti tradisi-tradisi keagamaan, tidak banyak mendapatkan komentar atau bahkan hanya mendapatkan respon berupa like atau views. Sementara untuk like video cenderung stabil pada setiap postingan, hanya saja jumlah like yang diperoleh pada setiap video rata-rata kurang dari 10 like, namun untuk jumlah penontonnya rata-rata berkisar 1 ribu penonton untuk setiap video postingan maupun live.

Jenis Konten	Like	Komentar	Views
Pengajian Ulama Lokal	>300	>20	>10k
Tradisi Lokal	<10	<3	<1k

Tabel 3 Perbandingan Engagement Jenis Konten

Berdasarkan tabel di atas terlihat perbedaan yang mencolok antara respon audiens terhadap jenis konten. Perbedaan respon berupa *like* dari konten pengajian ulama lokal memiliki ketimpangan 30 kali lipat dibandingkan dengan konten tradisi lokal. Sementara untuk respon komentar sebesar 7 kali lipat dan *views* atau penontonnya 10 kali lipat.

Ditinjau dari teori *uses and gratification* audiens memiliki keleluasaan terhadap konten yang diikutinya berdasarkan kegunaan dan kepuasan pribadi (Hajdarmataj & Paksoy, 2023). Dengan demikian, komunitas virtual yang terbentuk di saluran YouTube “Official Menara Kudus” cenderung menyatukan audiens dengan minat dan kebutuhan serupa, khususnya dalam hal konten keagamaan dari ulama lokal. Kecenderungan audiens untuk lebih memberikan *like*, komentar, dan *views* pada konten pengajian ulama lokal menunjukkan bahwa konten tersebut lebih mampu memenuhi kebutuhan kognitif (pencarian informasi dan pengetahuan agama), kebutuhan afektif (penguatan nilai dan emosional religius), serta kebutuhan integratif personal (identitas keagamaan dan afiliasi sosial).

Sebaliknya, meskipun konten tradisi lokal juga merupakan bagian dari budaya keagamaan, respons yang lebih rendah menunjukkan bahwa audiens mungkin tidak menemukan relevansi personal atau nilai guna yang sama besarnya dibandingkan dengan konten ceramah ulama. Hal ini juga bisa mencerminkan adanya pergeseran preferensi audiens digital yang lebih menyukai penyampaian agama yang bersifat langsung dan aplikatif daripada yang berbasis simbolisme budaya.

Dalam kerangka *uses and gratifications*, hal ini memperkuat premis bahwa audiens bukanlah penerima pasif, melainkan aktor aktif yang secara selektif mengonsumsi konten sesuai dengan motivasi dan harapan tertentu. Komunitas virtual dalam hal ini tidak hanya menjadi tempat distribusi konten, tetapi juga ruang partisipatif tempat audiens menegosiasikan identitas, keyakinan, dan preferensi mereka. Oleh karena itu, tingginya keterlibatan terhadap konten pengajian ulama lokal bisa dipahami sebagai cerminan dari kebutuhan spiritual dan sosial yang sedang dominan dalam komunitas tersebut.

Minimnya partisipasi audiens menunjukkan bahwa tidak semua konten memiliki kekuatan yang sama dalam membangun kedekatan emosional atau diskursif dengan komunitas. Komentar aktif biasanya berkumpul pada video yang menampilkan tokoh karismatik atau membahas acara besar lokal. Ini menandakan bahwa faktor personalisasi (kehadiran figur ulama atau ikon lokal) dan momentum emosional berperan penting dalam mendorong audiens berinteraksi, sementara konten tanpa kedua faktor tersebut relatif sepi tanggapan. Hal ini menunjukkan interaksi terjadi ketika kebutuhan audiens terpenuhi (Hajdarmataj & Paksoy, 2023).

Meskipun terdapat pembentukan komunitas virtual dalam saluran YouTube “Official Menara Kudus”, namun keterlibatan antar-audiens belum merata dan konsisten. Interaksi berjalan secara episodik atau muncul intens pada momen tertentu kemudian meredup dalam aktivitas harian. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas audiens belum sepenuhnya solid atau terorganisasi sebagai komunitas daring yang aktif sepanjang waktu. Dalam teori keterlibatan media, audiens akan terlibat secara aktif karena dipengaruhi oleh relevansi konten, daya tarik emosional, dan peluang untuk berinteraksi (Shania et al., 2024). Maka

dapat dikatakan bahwa konten YouTube “Official Menara Kudus” belum mampu menarik emosional atau kebutuhan audiens.

Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan membangun interaksi audiens di ruang digital sangat bergantung pada strategi konten, pengelolaan momentum, dan keberhasilan menciptakan rasa keterlibatan emosional yang kuat. Tanpa elemen-elemen tersebut, dakwah digital berpotensi hanya menjadi konsumsi satu arah tanpa membentuk komunitas interaktif yang berkelanjutan. Minimnya partisipasi audiens di saluran YouTube “Official Menara Kudus” terjadi karena konten tidak selalu memenuhi kebutuhan audiens, kurang dalam membangun engagement emosional, dan tidak optimal dalam membentuk partisipasi komunitas.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa saluran YouTube “Official Menara Kudus” berhasil memanfaatkan digitalisasi sebagai strategi dakwah modern berbasis kearifan lokal. Dengan mengintegrasikan konten keagamaan, nilai-nilai budaya, serta penggunaan media visual yang sederhana namun relevan, saluran ini mampu memperluas jangkauan dakwah hingga membentuk komunitas digital yang cukup besar. Adapun model dakwah yang dikembangkan YouTube “Official Menara Kudus” berbasis pada komunitas lokal yaitu mengutamakan penggunaan bahasa, simbol, dan budaya lokal sebagai media komunikasi religius. Pendekatan ini selaras dengan konsep glokalisasi, di mana media global digunakan untuk mempertahankan dan memperkaya nilai-nilai lokal. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa interaksi audiens di saluran ini tidak merata. Partisipasi aktif audiens hanya terjadi pada konten tertentu yang melibatkan figur karismatik atau momentum keagamaan besar. Secara umum, keterlibatan audiens masih bersifat episodik dan belum membentuk komunitas virtual yang solid dan berkelanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada jumlah konten atau aksesibilitas platform, tetapi juga pada kekuatan narasi, daya tarik emosional, relevansi kebutuhan audiens, serta strategi pengelolaan komunitas daring yang lebih dinamis. Dengan demikian, digitalisasi dakwah yang dilakukan saluran YouTube “Official Menara Kudus” merupakan langkah strategis dan adaptif, namun untuk membangun komunitas digital yang lebih aktif dan berkelanjutan, diperlukan penguatan interaktivitas, inovasi konten, dan pengelolaan keterlibatan audiens secara lebih intensif. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan yaitu tidak dilakukan wawancara mendalam atau survei persepsi audiens untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik tentang efektivitas dakwah digital.

E. DAFTAR PUSTAKA

AB, S. (2016). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Kencana.

- AR, N. W., Said, N. M., & Siagian, H. F. (2023). Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal (Konsepsi, Signifikansi, dan Realisasinya). *Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 5(2), 322–344. <https://doi.org/10.46870/jstain.v5i2.637>
- Ashari, M. F., Dova, M. K., & Jaya, C. K. (2024). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital. *Journal of Da'wah*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4423>
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Global Strategis*, 11(1). <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>
- Fakhruroji, M. (2025). Socially Distanced, Digitally Engaged: Mediatization of Religious Practices of Indonesian Digital Natives during covid-19 Pandemic. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 14(1), 23–44.
- Fatah, A. (2024). Strengthening Peace Education, Mosque Digital Programs and Media Literacy: Review of Menara Kudus Official YouTube Channel. *Proceedings of the 2nd International Conference on Islamic Education and Science Development (ICONSIDE)*.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., & Honesti, L. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Hajdarmataj, F., & Paksoy, A. F. (2023). Uses And Gratifications Theory in Social Media Applications: Today's Active Users, Characteristics and Obtained Gratifications. In *CURRENT STUDIES IN COMMUNICATION SCIENCES- 1 (Crisis Communication, Metaverse, Uses and Gratifications Theory, Social Media, Cinema, News Production Practices)*. MİKYAS KİTAP YAYIN DAĞITIM.
- Hapsari, T. B., Rhafidilla, V., & Muzayana, M. (2024). Community-Based Preaching Model in Preventing Online Radicalization among Adolescents. *Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies*, 18(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/idajhs.v18i1.29426>
- Hendra, T., Adzani, S. A. N., & Muslim3, K. L. (2023). Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal (Konsep dan Strategi Menyebarkan Ajaran Islam). *Journal of Da'wah*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660>
- Maulidya, M. N., & Hidayat, M. A. (2023). Studi Netnografi Deteritorialisasi Budaya Hallyu di Kalangan Penggemar Drama Korea. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.69289>

- Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi Dakwah*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, K. M. (2018). GLOKALISASI: MEMBANGUN PENDIDIKAN GLOBAL BERBASIS KEARIFAN LOKAL PADA PONDOK MODERN. *An Nuha: Jurnal Kajian Islam, Pendidikan, Budaya Dan Sosial*, 5(1).
- Pamungkas, A., & Halwati, U. (2023). Tantangan Dakwah melalui Media Sosial di Era Media Baru. *ARKANA Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 146–158.
<https://doi.org/10.62022/arkana.v2i01.4036>
- Puspito, I. D., & Azhima, N. (2023). Dakwah Digital Untuk Generasi Millennial. *TABAYYUNJURNAL KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM*, 4(2), 1–10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61519/tby.v4i2.50>
- Shabir, M. (2022). PERIODISASI WALISONGO: Jaringan, Teritori dan Strategi Dakwah. In *THE LIVING WALISONGO Historisitas, Kontekstualitas dan Spiritualitas* (1st ed.). Southeast Asian Publishing.
- Shania, S., Ismail, F., & Karomah. (2024). Optimalisasi Media Digital dalam Pengelolaan Public Relations. *Jurnal Inovatif Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.38073/jimpi.v3i2.1616>