



Pengembangan Teori Dakwah Partisipatori Melalui Analisis Empirik Komentar Audiens pada Konten Youtube Ustad Khalid Basalamah

Nova Prihatina¹ Bayu Darmawan Putra² Ima Khotimatunnisa³ Ahmad Sarbini⁴ Asep Iwan⁵

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pasca Sarjana UIN Sunan Gunung Djati
Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: novaprihatina@gmail.com¹ bayu.dhputra@gmail.com²
ima.khotimatunnisa@gmail.com³ iwanfidkom@uinsgd.ac.id⁵

Abstract

The development of digital media has transformed da'wah practices from one-way communication into dialogical and participatory spaces. YouTube, as an audio-visual platform, functions not only as a medium for disseminating religious messages but also as an interactive arena where meaning is socially constructed between preachers and audiences. This study aims to analyze the characteristics of audience comments, forms of participation in digital da'wah, and their implications for the development of participatory da'wah theory. Employing an interpretive qualitative approach with a multi-method digital textual analysis design, this research integrates qualitative content analysis, thematic analysis, digital ethnography, and social network analysis (SNA). The dataset consists of 2,907 audience comments collected from ten highly interactive YouTube videos by Ustadz Khalid Basalamah, selected through purposive sampling. The findings reveal four main categories of audience participation: spiritual appreciation and aspiration, fiqh-related inquiries, peer-to-peer dialogue and collaboration, and critical or alternative perspectives. Social network analysis indicates that audience interactions form clustered discursive communities with several central actors functioning as informal opinion leaders. These results demonstrate that digital da'wah operates as a network-based participatory ecosystem, where audiences act as co-producers of religious meaning. This study contributes theoretically by reinforcing the Participatory Da'wah Development Community (PDDC) model as a contemporary framework that emphasizes dialogical communication, distributed religious authority, and collective religious learning in the digital era.

Keywords: Digital Da'Wah, Participatory Culture, Youtube Comments, Social Network Theory, Participatory Da'Wah



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi komunikasi telah membawa perubahan fundamental dalam praktik dakwah Islam. Media sosial, khususnya YouTube, memungkinkan dakwah menjangkau audiens luas sekaligus menyediakan ruang interaksi yang bersifat dialogis. Berbeda dengan dakwah konvensional yang cenderung satu arah, dakwah digital membuka peluang partisipasi audiens melalui komentar, diskusi, klarifikasi, dan bahkan perbedaan pandangan keagamaan. Sejumlah penelitian terdahulu mengenai dakwah digital umumnya menekankan aspek strategi komunikasi dai, efektivitas retorika, branding personal, serta dampak kognitif audiens. Kajian-kajian tersebut relatif masih menempatkan audiens sebagai penerima pesan, meskipun berada dalam medium interaktif. Padahal, karakter utama media digital justru terletak pada kemampuannya membentuk relasi horizontal dan jaringan komunikasi yang kompleks di antara pengguna.

Artikel ini berangkat dari celah teoretis tersebut dengan menempatkan audiens sebagai aktor sentral dalam praktik dakwah digital. Kolom komentar YouTube dipahami bukan sekadar ruang respons atau umpan balik, melainkan arena diskursif tempat berlangsungnya proses ko-konstruksi makna keagamaan. Dengan mengambil studi kasus komentar audiens pada konten

dakwah Ustadz Khalid Basalamah, penelitian ini menganalisis bagaimana interaksi audiens membentuk pola partisipasi, struktur jaringan sosial, serta distribusi otoritas keagamaan. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada integrasi analisis empiris komentar audiens dengan pengembangan model teoretis dakwah partisipatori berbasis jaringan. Berbeda dari studi sebelumnya yang bersifat deskriptif atau evaluatif, artikel ini menawarkan penguatan konseptual *Participatory Dakwah Development Community* (PDDC) sebagai kerangka teoretis dakwah digital kontemporer. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya menjelaskan fenomena dakwah digital, tetapi juga berkontribusi pada pembaruan teori dakwah dalam konteks budaya partisipatori dan masyarakat jaringan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini perlu dilakukan agar dapat menggali bagaimana komentar audiens memainkan peran strategis dalam proses dakwah digital, serta bagaimana dinamika ini dapat menjadi dasar pembaruan konseptual dalam teori dakwah kontemporer.

Kerangka Teoretis

Budaya Partisipatori dan Media Baru

Konsep *participatory culture* (Jenkins) menjelaskan pergeseran audiens dari konsumen pasif menjadi partisipan aktif. Dalam konteks YouTube, audiens tidak hanya mengonsumsi ceramah, tetapi juga memproduksi makna melalui komentar, diskusi, dan berbagi pengalaman keagamaan. Melalui diskusi yang terjadi, audiens tidak hanya menerima dakwah tetapi turut membentuk maknanya. Inilah yang disebut Jenkins sebagai *collective intelligence*, yakni kecerdasan kolektif yang muncul dari kolaborasi pengguna dalam sebuah ruang digital (Jenkins, 2009:12). Dalam dakwah digital, proses ini menjadi signifikan karena nilai agama tidak hanya dapat diinterpretasikan oleh pemuka agama, melainkan dinegosiasikan kembali oleh audiens.

Dakwah Partisipatori

Dakwah partisipatori merupakan model komunikasi dakwah yang menempatkan mad'u sebagai subjek aktif dalam proses produksi, distribusi, dan pemaknaan pesan keagamaan. Dakwah tidak lagi dipahami sebagai komunikasi satu arah, melainkan sebagai proses dialogis yang memungkinkan pertukaran makna antara dai dan audiens. Media digital memperkuat karakter ini dengan menyediakan ruang interaksi, kolaborasi, dan diseminasi pesan yang terbuka (Putrawansyah & Hasbullah, 2023).

Indikator Keberhasilan Dakwah Digital Partisipatori

Dalam perspektif partisipatori, keberhasilan dakwah digital tidak cukup diukur melalui indikator kuantitatif seperti jumlah penonton atau jangkauan konten. Ukuran yang lebih substantif terletak pada kedalaman keterlibatan (engagement) audiens, yaitu sejauh mana jamaah tidak hanya mengakses, tetapi juga memahami, merespons, dan berinteraksi aktif dengan pesan dakwah (Putrawansyah & Hasbullah, 2023). Secara teoretis, engagement dalam dakwah digital bersifat multidimensional, mencakup keterlibatan kognitif, afektif, dan sosial. Ketiga dimensi ini saling terkait dan menjadi indikator kualitas partisipasi jamaah dalam ruang dakwah virtual, sejalan dengan kajian komunikasi digital yang menekankan interaksi audiens sebagai proses bermakna, bukan sekadar aktivitas teknis (Tabaika, Barizi, & Arif, 2023). Keterlibatan kognitif merujuk pada partisipasi intelektual audiens dalam memahami pesan dakwah, yang tampak melalui diskusi dalil, perdebatan hukum Islam, pertanyaan kritis, serta klarifikasi materi. Bentuk keterlibatan ini menunjukkan proses internalisasi dan refleksi intelektual audiens, yang berpotensi mendorong transformasi pengetahuan keagamaan secara lebih kritis dan kontekstual (Dermawan, 2023). Keterlibatan afektif tercermin melalui ekspresi emosional audiens, seperti empati, kedekatan batin, motivasi spiritual, dan testimoni

pengalaman religius. Ikatan emosional ini membangun relasi psikologis antara dai dan audiens, sekaligus menjadi faktor penting dalam pembentukan loyalitas jamaah terhadap kanal dakwah digital (Hasanah, 2024; Tabaika et al., 2023). Keterlibatan sosial menunjukkan intensitas interaksi antarpengguna dalam komunitas dakwah digital, baik antara dai dan audiens maupun antar-audiens. Interaksi berupa saling menanggapi komentar, berbagi pengalaman, dan memperluas jaringan dakwah mempertegas karakter kolektif dakwah partisipatori serta mendorong terbentuknya komunitas keagamaan digital yang berkelanjutan (Anto, Huda, & Anam, 2024).

Konsep Dakwah Partisipatori (Participatory Dakwah Development Community – PDDC)

Dalam kerangka *Participatory Dakwah Development Community* (PDDC), dakwah partisipatori dipahami sebagai pendekatan yang memosisikan audiens sebagai aktor aktif dalam konstruksi, distribusi, dan evaluasi makna keagamaan. Pada media digital seperti YouTube, partisipasi audiens terefleksi melalui komentar, diskusi, kritik, dan afirmasi terhadap konten dakwah, yang menandai pergeseran dari komunikasi linear menuju pola interaktif dan dialogis (Munir & Ilahi, 2006). Secara teoretis, PDDC berakar pada prinsip *bottom-up approach* dan pemberdayaan komunitas, yang menempatkan pengalaman serta kebutuhan jamaah sebagai basis pembangunan kesadaran keagamaan. Prinsip ini relevan dalam dakwah digital, di mana audiens secara aktif mengekspresikan pemahaman dan kegelisahan keagamaannya melalui ruang komentar, sehingga membentuk ruang publik keagamaan yang dinamis (Chambers, 1997). Dalam praktiknya, dakwah partisipatori tidak berhenti pada penyampaian ceramah, tetapi berlanjut dalam interaksi lanjutan antarpengguna. Audiens saling berbagi rujukan dalil, pengalaman personal, dan interpretasi keagamaan yang memperkaya makna pesan. Dalam konteks ini, dai berperan sebagai *opinion leader* dan fasilitator wacana, sementara audiens menjadi *co-producer of meaning*, sehingga dakwah digital bersifat kolektif dan tidak sepenuhnya terpusat pada otoritas tunggal (Jenkins, 2006). Tahap evaluasi dalam PDDC tercermin melalui respons kritis audiens terhadap isi dan relevansi dakwah. Dukungan maupun kritik yang muncul dalam komentar berfungsi sebagai evaluasi sosial yang memengaruhi legitimasi dakwah digital. Sejalan dengan Romadlany (2021), kepercayaan audiens terhadap dakwah digital sangat dipengaruhi oleh keberadaan ruang dialog dan keterlibatan aktif jamaah dalam proses pemaknaan pesan.

Teori Jaringan Sosial

Teori Jaringan Sosial (*Social Network Theory/SNT*) memandang realitas sosial sebagai hasil dari relasi antarpelaku yang terhubung dalam suatu struktur jaringan. Fokus utama teori ini terletak pada pola hubungan (*ties*), posisi aktor (*nodes*), serta konfigurasi struktur jaringan yang terbentuk dari interaksi sosial, bukan semata pada atribut individual. Akar pemikiran SNT dapat ditelusuri dari gagasan Georg Simmel tentang pentingnya pola interaksi dalam struktur sosial, serta pengembangan sosiometri oleh Jacob L. Moreno yang memetakan hubungan sosial secara sistematis (Moreno, 1934). Perkembangannya kemudian diperkokoh oleh para pemikir seperti Harrison C. White, Mark Granovetter, dan Stanley Wasserman. Granovetter (1973) melalui konsep *The Strength of Weak Ties* menegaskan bahwa hubungan sosial yang lemah justru berperan strategis dalam penyebaran informasi karena mampu menjembatani kelompok sosial yang berbeda. Gagasan ini relevan dalam konteks media digital, di mana interaksi antarpengguna yang tidak saling mengenal secara personal dapat membentuk jaringan komunikasi yang luas dan berpengaruh. Selanjutnya, Wasserman dan Faust (1994) menegaskan bahwa karakteristik struktur jaringan, seperti kepadatan, sentralitas, dan keterhubungan, dapat dianalisis secara kuantitatif untuk memahami aliran informasi, pengaruh, dan dinamika kekuasaan dalam suatu komunitas. Dalam kajian komunikasi dan dakwah digital, SNT

memberikan kerangka analitis untuk memahami komentar audiens sebagai bagian dari jaringan komunikasi keagamaan, bukan sekadar respons individual. Relasi antarpengguna di kolom komentar YouTube membentuk struktur jaringan diskursif yang memengaruhi proses pemaknaan dan legitimasi pesan dakwah secara kolektif. Aktor dengan tingkat sentralitas tinggi—misalnya pengguna yang sering dirujuk atau memicu diskusi—dapat berfungsi sebagai *opinion leader* dalam jaringan dakwah digital, sebagaimana ditegaskan oleh Borgatti, Everett, dan Johnson (2018). Dengan demikian, SNT memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap dinamika partisipasi, pengaruh, dan otoritas keagamaan di ruang publik digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan desain multi-method digital textual analysis. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam praktik komunikasi keagamaan di ruang digital, menafsirkan makna di balik interaksi audiens, serta mengonstruksi pemahaman teoretis berbasis data empiris yang kontekstual. Penggunaan desain multi-metode bertujuan memastikan triangulasi data sekaligus memperkuat kedalaman dan validitas analisis.

Desain Penelitian

Desain multi-method digital textual analysis mengintegrasikan empat pendekatan analisis untuk mengeksplorasi data tekstual dari kolom komentar YouTube. Pendekatan terintegrasi ini memungkinkan peneliti tidak hanya mengklasifikasikan komentar secara sistematis, tetapi juga menafsirkan pola partisipasi audiens dalam konteks budaya digital yang lebih luas. Pertama, Qualitative Content Analysis (Schreier, 2012) digunakan untuk mengidentifikasi dan mengorganisasi kategori partisipasi audiens melalui proses pengkodean induktif. Ribuan komentar dikelompokkan ke dalam kategori tematik seperti apresiasi, pertanyaan fiqh, dan dialog horizontal. Kedua, Thematic Analysis (Braun & Clarke, 2006) diterapkan untuk mengidentifikasi pola makna yang lebih mendalam, termasuk negosiasi makna dan dinamika dakwah dialogis. Analisis ini menyingkap peran kolom komentar sebagai ruang *tabayyun* dan komunitas pencarian spiritual, yang mencerminkan konstruksi kolektif pemahaman keagamaan di ruang daring. Ketiga, elemen Digital Ethnography (Pink et al., 2016) diintegrasikan untuk memahami perilaku interaksi jamaah sebagai *online religious community*. Observasi terhadap norma komunikasi, penggunaan simbol digital, dan pola respons terhadap kritik memberikan konteks sosial yang memperkaya analisis tekstual. Keempat, Computer-Assisted Textual Analysis digunakan sebagai alat eksploratif awal melalui perangkat lunak seperti Voyant Tools untuk menganalisis frekuensi kata, kluster kata kunci, dan pola leksikal. Pendekatan ini membantu memetakan istilah dominan dan mengarahkan penggalan tema kualitatif secara lebih terfokus.

Langkah Analisis (Hybrid Method)

Analisis data dilakukan melalui Hybrid Method, yang mengombinasikan pengumpulan data terarah dengan tahapan coding kualitatif berbasis *Grounded Theory* (Strauss & Corbin, 1990), serta didukung analisis tekstual berbantuan komputer.

Pengumpulan dan Pembersihan Data

Data diperoleh melalui scraping komentar dari kanal YouTube Ustadz Khalid Basalamah menggunakan YouTube Data API v3. Pemilihan data dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria video bertema fiqh atau manhaj, berformat tanya jawab, dan memiliki tingkat interaksi tinggi. Strategi ini memastikan data yang dikumpulkan kaya akan variasi dan kedalaman partisipasi audiens. Data mentah kemudian melalui tahap preprocessing

(pembersihan dan deduplikasi) menggunakan Voyant Tools untuk menghilangkan noise seperti spam, iklan, duplikasi komentar, dan karakter non-relevan, sehingga menjamin validitas data sebelum analisis lanjutan.

Tahapan Coding Kualitatif

Analisis inti dilakukan melalui dua tahapan utama coding kualitatif. Open coding digunakan untuk mengidentifikasi unit makna dalam komentar dan memberi label awal, seperti apresiasi, pertanyaan fiqh, dialog klarifikasi, serta kritik atau perspektif alternatif. Tahap ini menghasilkan empat kategori utama partisipasi audiens sebagai dasar analisis selanjutnya. Selanjutnya, Selective coding mengintegrasikan kategori-kategori tersebut untuk menemukan pola teoretis dakwah partisipatori digital, termasuk relasi antara partisipasi kolaboratif audiens dan pembentukan komunitas keagamaan daring.

Interpretasi Teoretik

Temuan hasil coding kemudian diinterpretasikan menggunakan tiga kerangka teoretis utama sebagai lensa analisis, sehingga memungkinkan pembacaan yang lebih mendalam terhadap dinamika partisipasi audiens, konstruksi makna keagamaan, dan pembentukan otoritas dakwah di ruang publik digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Dataset

Objek penelitian ini adalah komentar audiens pada kanal YouTube Khalid Basalamah Official yang diambil dari sepuluh video dakwah dengan tingkat interaksi tinggi, khususnya bertema fiqh, renungan keimanan, dan sesi tanya jawab. Video yang dianalisis mencakup kajian tematik, konten ramadhan, serta format dialog interaktif, yang merepresentasikan variasi praktik dakwah digital. Secara keseluruhan, dataset mencerminkan spektrum partisipasi keagamaan digital yang luas, mulai dari ekspresi emosional, pertanyaan normatif, diskusi horizontal antarpengguna, hingga kritik dan klarifikasi. Dari total 4.386 komentar hasil scraping awal, sebanyak 2.907 komentar dinyatakan valid setelah melalui proses pembersihan data, meliputi penghapusan duplikasi, spam, iklan, dan komentar non-relevan. Proses reduksi data dilakukan secara sistematis untuk menjamin validitas dan reliabilitas temuan.

Analisis Deskriptif Komentar

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa partisipasi audiens bersifat heterogen dan membentuk empat kategori utama berdasarkan hasil *open coding*. Pertama, kalimat *"MasyaAllah ustadz, semoga Allah membalas dengan kebaikan."* menunjukkan apresiasi dan aspirasi spiritual yang merupakan kategori dominan yang merefleksikan keterlibatan afektif audiens melalui ungkapan doa, rasa syukur, dan kedekatan emosional dengan dai. Kedua, kalimat seperti *"Ustadz, bagaimana hukumnya sedekah kepada keluarga sendiri?"* merupakan pertanyaan dan pencarian penjelasan fiqh menunjukkan peran audiens sebagai pencari pengetahuan keagamaan aktif. Ketiga, dialog dan klarifikasi antar-audiens menampilkan interaksi horizontal berupa saling menjawab dan berbagi rujukan, yang menandai praktik *peer learning*. Hal ini ditunjukkan oleh kalimat seperti *"Setahu saya, ada hadits riwayat Muslim tentang hal ini, mohon koreksi."* Keempat, kritik dan perspektif alternatif, yang ditunjukkan oleh kalimat *Pendapat ini sebaiknya dibandingkan juga dengan pandangan ulama lain.* Meskipun proporsinya lebih kecil, memperlihatkan adanya ruang diskursif yang relatif terbuka dalam dakwah digital.

Analisis Leksikon (Simulasi Voyant Tools)

Analisis leksikon dilakukan menggunakan Voyant Tools untuk mengidentifikasi kosakata dominan dan kecenderungan semantik dalam komentar audiens. Setelah melalui proses *pre-processing*, analisis difokuskan pada fitur *Cirrus* dan *Trends*.

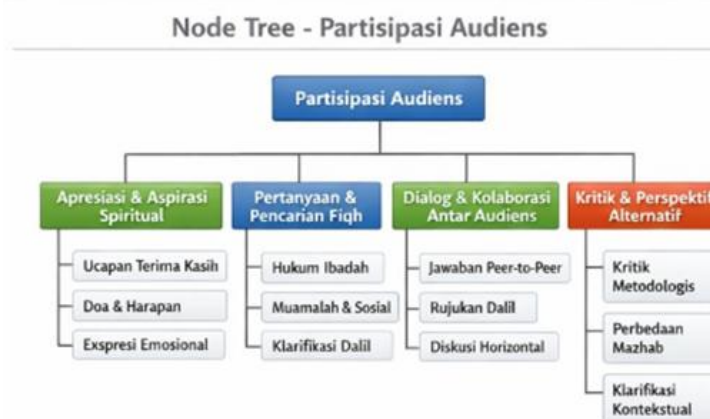
Tabel 1. Kata Yang Paling Sering Muncul

Peringkat	Kata	Frekuensi	Kategori Makna
1	ustadz	1.842	Otoritas keagamaan
2	Allah	1.765	Teologis
3	ilmu	1.214	Kognitif
4	doa	1.098	Afektif-spiritual
5	masyaAllah	1.032	Afektif
6	hukum	987	Normatif-fiqh
7	hadits	876	Referensi dalil
8	pahala	842	Spiritualitas
9	aamiin	791	Ritual kolektif
10	syukur	735	Afektif-reflektif

Hasil menunjukkan dominasi istilah religius, afektif, dan normatif seperti *ustadz*, *Allah*, *ilmu*, *doa*, dan *hukum*. Temuan ini mengindikasikan kuatnya orientasi audiens pada figur otoritas, dimensi teologis, serta keterlibatan kognitif dalam diskursus keagamaan. Analisis tren memperlihatkan bahwa kosakata afektif muncul stabil di hampir seluruh video, sementara istilah normatif dan dialogis meningkat pada konten fiqh dan diskusi. Secara keseluruhan, analisis leksikon mengonfirmasi tiga dimensi utama partisipasi dakwah digital: afektif-spiritual, kognitif-normatif, dan sosial-dialogis.

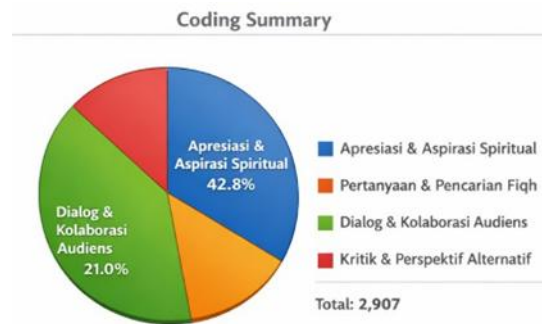
Analisis Koding Komentar (Simulasi NVivo 12)

Hasil *open coding* dengan bantuan NVivo 12 menghasilkan empat kategori utama partisipasi audiens beserta subkategori pendukungnya. Struktur ini menunjukkan bahwa audiens terlibat aktif dalam berbagai bentuk respons keagamaan, sejalan dengan konsep *Participatory Dakwah Development Community (PDDC)*.



Gambar 1. Struktur Node Komentar Audiens

Kategori apresiasi dan pertanyaan fiqh merepresentasikan dimensi afektif dan kognitif dalam PDDC, sementara dialog horizontal dan kritik menunjukkan proses pembelajaran kolektif serta evaluasi sosial terhadap dakwah. Dalam perspektif teori jaringan sosial, interaksi antarpengguna memperlihatkan audiens sebagai *co-producer of meaning*, bukan sekadar penerima pesan.

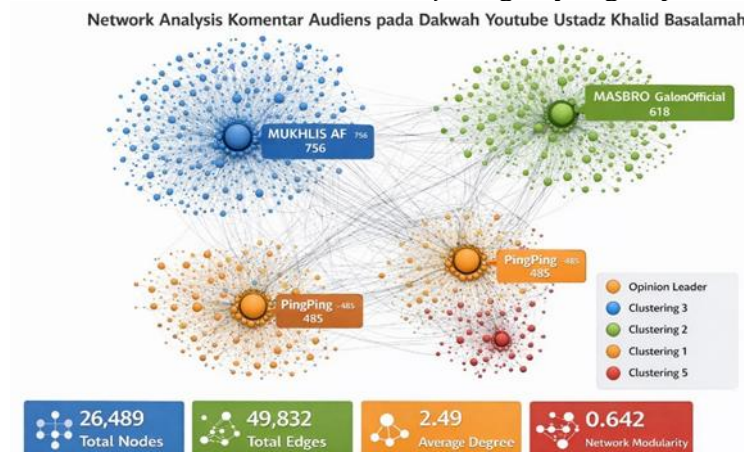


Gambar 2. Koding Partisipasi Komentar Audiens

Distribusi koding menunjukkan bahwa apresiasi spiritual mendominasi (42,8%), diikuti dialog dan kolaborasi audiens (21,0%). Meskipun pertanyaan dan kritik muncul dalam proporsi lebih kecil, keberadaannya menegaskan karakter dakwah digital yang dialogis dan reflektif. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa kolom komentar berfungsi sebagai ruang belajar kolektif dengan otoritas keagamaan yang terdistribusi.

Social Network Analysis (Simulasi Gephi 0.10)

Analisis jejaring sosial dilakukan untuk memetakan relasi antarpengguna melalui fitur *reply* komentar menggunakan Gephi 0.10. Meskipun sebagian besar komentar bersifat satu arah, interaksi antar-audiens membentuk struktur jaringan yang dapat dianalisis.



Gambar 3. Analisis Jaringan Sosial Komentar Audiens

Hasil visualisasi menunjukkan bahwa interaksi audiens pada kolom komentar YouTube Ustadz Khalid Basalamah membentuk jaringan komunikasi yang padat, terkluster, dan bersifat terpusat pada beberapa aktor kunci. Setiap node merepresentasikan akun pengguna, sedangkan edge menunjukkan relasi interaksi, seperti balasan komentar atau keterkaitan diskusi dalam satu thread. memperlihatkan lima klaster utama yang dibedakan melalui warna (biru, hijau, oranye, merah, dan variasi turunan). Setiap klaster merepresentasikan kelompok audiens yang lebih intens berinteraksi satu sama lain dibandingkan dengan kelompok lain. Karakteristik utama klaster:

1. Klaster besar (biru dan hijau) cenderung didominasi oleh komentar apresiatif dan pertanyaan fiqh umum
2. Klaster menengah (oranye) menunjukkan diskusi peer-to-peer dan rujukan dalil
3. Klaster kecil (merah) lebih sering berisi kritik, perbedaan pandangan, atau klarifikasi kontekstual

Pola ini menegaskan bahwa kolom komentar YouTube berfungsi sebagai ruang afiliasi keagamaan (affinity space), di mana audiens membentuk komunitas berdasarkan minat, pemahaman, dan orientasi diskursif yang serupa. Relasi antar-klaster yang terbentuk melalui *weak ties* berfungsi sebagai mekanisme integratif yang memungkinkan penyebaran informasi dan pertukaran makna lintas komunitas. Temuan ini memperkuat konsep distributed religious authority, di mana legitimasi dakwah dibangun secara kolektif melalui struktur jaringan audiens. Analisis network ini memperkuat temuan bahwa dakwah digital di YouTube bekerja sebagai ekosistem partisipatoris berbasis jaringan, bukan sekadar komunikasi satu arah. Interaksi audiens membentuk:

1. Komunitas belajar keagamaan digital
2. Distribusi peran dakwah secara horizontal
3. Ko-konstruksi makna melalui interaksi sosial

Interpretasi Teoretik

Temuan empiris dari analisis komentar audiens pada sepuluh video dakwah Ustadz Khalid Basalamah mengungkap adanya dinamika komunikasi yang mengarah pada model dakwah partisipatori. Jika dalam tradisi dakwah klasik posisi da'i bersifat sentral sebagai *source of truth*, maka dalam ekosistem digital ini terjadi pergeseran paradigma, audiens tidak lagi menempati posisi reseptif, tetapi turut terlibat sebagai aktor aktif dalam membentuk makna pesan keagamaan. Interaksi yang teridentifikasi melalui analisis leksikon, tematik, dan *Social Network Analysis (SNA)* mengonfirmasi karakteristik dakwah dialogis sebagaimana dikemukakan oleh model *Participatory Communication Theory* (Melkote & Steeves, 2015), yang menekankan pentingnya kontribusi komunitas dalam proses komunikasi. Dalam konteks dakwah digital, kontribusi ini diwujudkan melalui:

1. Ekspresi Apresiasi dan Aspirasi Spiritual. Memperkuat aspek *emotional involvement*, yang menurut Littlejohn (2017) merupakan indikator keberhasilan komunikasi interpersonal. Audiens merasa dekat dengan da'i, yang menciptakan iklim dakwah berbasis kedekatan emosional.
2. Pertanyaan dan Permintaan Penjelasan Fiqh. Berfungsi sebagai bentuk *interactive inquiry*, di mana komunikasi dakwah melibatkan unsur klarifikasi dan negosiasi makna. Hal ini menunjukkan bahwa otoritas tidak diterima secara pasif, tetapi melalui proses dialog.
3. Dialog Antar-Audiens (*Peer-to-Peer Learning*). Tahap ini mencerminkan *horizontal interaction*, yaitu proses pembelajaran bersama yang tidak bergantung sepenuhnya pada figur da'i. Tahapan ini menjadi ciri utama dalam dakwah partisipatori yang menempatkan komunitas sebagai *co-creator* pesan.
4. Kritik dan Perspektif Alternatif. Menandakan adanya atau keberagaman suara. Menurut konsep *digital religion* (Campbell, 2013), ruang online memungkinkan terjadinya negosiasi otoritas keagamaan, yang jarang dijumpai dalam dakwah tradisional.

Keseluruhan temuan ini memperlihatkan bahwa proses dakwah digital yang berlangsung dalam video-video Ustadz Khalid Basalamah tidak lagi sekadar penyampaian pesan searah, melainkan merupakan proses sosio-kultural yang melibatkan berbagai aktor dan wacana dalam konstruksi makna keagamaan.

Implikasi terhadap Pengembangan Teori Dakwah Partisipatori

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi teoretis penting. Pertama, dakwah digital berfungsi sebagai ruang ko-konstruksi makna, bukan sekadar saluran penyampaian pesan. Kedua, peran audiens meluas sebagai penafsir, pemberi umpan balik, dan pendidik sebaya. Ketiga, otoritas keagamaan bersifat lebih cair dan terdistribusi dalam jaringan audiens.

Keempat, dakwah digital bekerja sebagai proses dialogis dan kolaboratif yang sejalan dengan gagasan komunikasi dialogis Paulo Freire. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat PDDC sebagai model teoretis dakwah digital kontemporer yang menekankan partisipasi aktif jamaah, komunikasi dua arah, dan produksi pengetahuan keagamaan secara kolektif.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami karakteristik komentar audiens, bentuk partisipasi yang muncul dalam ruang dakwah digital, serta bagaimana dinamika tersebut berkontribusi pada pengembangan teori dakwah partisipatori. Berdasarkan analisis terhadap komentar pada sepuluh video dakwah Ustadz Khalid Basalamah, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Karakteristik Komentar Audiens. Komentar audiens pada konten dakwah YouTube Ustadz Khalid Basalamah didominasi oleh ekspresi apresiasi, pertanyaan fiqh, diskusi antar-audiens, serta sejumlah kecil kritik konstruktif. Karakter ini menunjukkan bahwa audiens terlibat secara emosional, intelektual, dan sosial dalam merespons pesan dakwah.
2. Bentuk Partisipasi Audiens dalam Dakwah Digital. Partisipasi audiens tercermin dalam tiga bentuk utama, yaitu keterlibatan afektif (doa dan testimoni spiritual), keterlibatan kognitif (pertanyaan dan klarifikasi hukum), serta keterlibatan sosial (dialog dan kolaborasi antarjamaah). Ketiga bentuk ini menunjukkan bahwa dakwah digital bersifat dialogis dan kolaboratif.
3. Implikasi terhadap Pengembangan Teori Dakwah Partisipatori. Temuan empiris penelitian ini memperkuat pengembangan Teori Dakwah Partisipatori, yang memandang dakwah sebagai proses komunikasi berbasis komunitas digital. Audiens berperan sebagai subjek aktif yang turut membangun, mendistribusikan, dan mengevaluasi makna dakwah dalam jaringan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. (2019). *Ilmu dakwah: Revitalisasi dan rekonstruksi*. Jakarta: Kencana.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Johnson, J. C. (2018). *Analyzing social networks* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. London: Routledge.
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. London: Intermediate Technology Publications.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York, NY: Continuum.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Melkote, S. R., & Steeves, H. L. (2015). *Communication for development: Theory and practice for empowerment and social justice* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moreno, J. L. (1934). *Who shall survive? A new approach to the problem of human interrelations*. Washington, DC: Nervous and Mental Disease Publishing Company.
- Mulkhan, A. M. (2000). *Teologi kebudayaan dan demokrasi modernitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Munir, M., & Ilahi, W. (2006). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Kencana.



Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.