

## Analyzing the Da'wah Strategy of Muhammad Nuzul Dzikri's YouTube Channel Using Animation

تحليل استراتيجية قناة محمد نزول ذكري على اليوتيوب في نشر الدعوة باستخدام الرسوم المتحركة

Balqist Marhamah<sup>1</sup>, Abdul Aziz<sup>2</sup>, Hisan Mursalin<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> STIBA Ar-Raayah / Sukabumi, Indonesia

[balqist02@gmail.com](mailto:balqist02@gmail.com)<sup>1</sup>; [abdulaziz@arraayah.ac.id](mailto:abdulaziz@arraayah.ac.id)<sup>2</sup>; [hisanmursalin@gmail.com](mailto:hisanmursalin@gmail.com)<sup>3</sup>

Submission: 17-05-2025	Revised: 24-05-2025	Accepted: 20-02-2025	Published: 28-07-2025
------------------------	---------------------	----------------------	-----------------------

### Abstract

The advancement of the digital era has opened new opportunities for spreading Islamic da'wah through various platforms, especially YouTube. The YouTube channel of Muhammad Nuzul Dzikri serves as an effective medium to convey da'wah messages using animation. This research is significant in exploring how animation can become a creative and effective alternative for delivering Islamic values amid the flood of digital content. The purpose of this study is to analyze the strategies used by the channel in presenting animated da'wah content and to examine how it engages audiences through verbal and non-verbal communication. This study adopts a qualitative method with a content analysis approach. Data were collected through non-participant observation of ten animation videos, documentation of visual and message elements, and interviews with a media team member. The findings reveal that the da'wah strategy combines emotional, rational, and sensory approaches, supported by technical strategies such as performance evaluation, engaging titles, and consistent uploads. This research contributes a fresh perspective on digital da'wah innovation using visual media. Its findings serve as a reference for preachers and Islamic institutions to develop relevant, appealing, and sharia-compliant digital content strategies in modern da'wah practices.

**Keywords:** Da'wah Strategy; YouTube; Animation.

### Abstrak

Perkembangan era digital saat ini memberikan peluang baru dalam penyebaran dakwah Islam melalui media sosial, salah satunya platform YouTube. Akun YouTube Muhammad Nuzul Dzikri menjadi salah satu sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah menggunakan media animasi. Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana media animasi dapat menjadi alternatif kreatif dan efektif dalam menyampaikan pesan keislaman secara menarik di tengah gempuran konten digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang digunakan akun tersebut dalam mengemas konten dakwah berbentuk animasi, serta mengkaji bagaimana media tersebut berfungsi menarik perhatian audiens dan menyampaikan nilai-nilai Islam secara verbal maupun non-verbal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Data diperoleh melalui



observasi non-partisipatif terhadap sepuluh video animasi, dokumentasi visual dan pesan dakwah, serta wawancara dengan anggota tim media. Hasil penelitian menunjukkan strategi dakwah menggabungkan pendekatan emosional, rasional, dan sensorik, didukung oleh evaluasi performa video, pemilihan judul menarik, dan konsistensi unggahan. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dalam bentuk inovasi dakwah digital berbasis visual. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi para dai dan lembaga dakwah untuk mengembangkan strategi konten yang relevan, komunikatif, dan tetap sesuai dengan prinsip syar'i.

**Kata kunci** : strategi dakwah; youtube; animasi.

## ملخص البحث

يفتح تطوّر العصر الرقمي آفاقاً جديدة لنشر الدعوة الإسلامية، ومن أبرز الوسائل المستخدمة منصة "يوتيوب". يعدّ حساب محمد نزول ذكري على اليوتيوب نموذجاً فعالاً في إيصال الرسائل الدعوية من خلال الرسوم المتحركة. وتكمن أهمية هذا البحث في استكشاف كيفية تحويل الرسوم المتحركة إلى وسيلة دعوية جاذبة وفعّالة، خصوصاً في ظل التنافس الرقمي الواسع. يهدف هذا البحث إلى تحليل الاستراتيجيات المتبعة في تقديم المحتوى الدعوي من خلال الرسوم المتحركة، وبيان دور العناصر اللفظية وغير اللفظية في جذب الجمهور ونقل القيم الإسلامية. أتّبع في الدراسة منهجية نوعية باستخدام تحليل المحتوى، وجمعت البيانات عبر الملاحظة غير التشاركية لعشرة فيديوهات دعوية، والتوثيق، والمقابلة مع أحد أعضاء الفريق الإعلامي. أظهرت النتائج أن الاستراتيجيات الدعوية تجمع بين الجوانب العاطفية والعقلانية والحسية، مدعومة بتقييم أداء الفيديو، واختيار عناوين جذابة، والاستمرارية في النشر. تعدّ هذه الدراسة إسهاماً جديداً في تطوير وسائل الدعوة الرقمية، كما تتمثل مرجعاً مهماً للدعاة والمؤسسات في صياغة محتوى إعلامي يتسم بالإبداع، ويلتزم بالمبادئ الشرعية.

**الكلمات المفتاحية:** استراتيجية الدعوة، اليوتيوب، الرسوم المتحركة.

## المقدمة

الدعوة هي نشاط لنقل قيم التعاليم الإسلامية التي يحتاجها الناس حقاً. لأن الدعوة هي شكل من أشكال النداء للإنسان للبقاء دائماً على صراط الله سبحانه وتعالى. ولكل مسلم دور في إيصال الدين الإسلامي إلى غيره من المسلمين، وذلك باستخدام الطرق والأساليب الصحيحة من خلال الرجوع إلى القرآن والحديث. (Saharani 2022). قال الله تعالى في كتابه الكريم :

﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (ال عمران: ١٠٤)

من عناصر الدعوة التي تؤثر تأثيراً كبيراً في نجاح الدعوة إلى الله تعالى هو الإعلام الدعوي. فالإعلام الدعوي هو

وسيلة يستخدمها الداعية لإيصال رسالته الدعوية إلى المتلقي للدعوة أو المدعو. (Nurul 2020) يلعب الإعلام في هذا العصر دورا مهما في صياغة أفكار الأفراد والمجتمعات، لأنه أصبح أداة للتوجيه الأولي التي تراجع أمامها دور الأسرة وتقلص دورها دور المدرسة، فأصبحت الأسرة والمدرسة في قبضة الإعلام، يتحكم فيها توجيهها للأدوار ورسم المسار ولما كان التلفاز يقدم المادة المرئية والمسموعة والمقروءة معا كان أكثر وسائل الإعلام نفيرا. (Almaliji 2005) وقد وصلت هذه الطرق إلى ذروتها. ومع ظهور ما يعرف بـ"الإعلام الجديد"، بدأت وسائل إعلامية جديدة في الظهور والتطور، مما أحدث تأثيرا كبيرا على مستخدمي هذه الوسائل، وخاصة موقع "يوتيوب" الذي يعتبر أحد وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة كأداة لمشاركة الفيديوهات بمحتويات متنوعة. أصبح "يوتيوب" ظاهرة خاصة بين الشباب، خصوصا وأن الوصول إليه متاح مجانا. (Sulaeman, Fazri, and Fairus 2020)

وجدت الباحثة الدراسات السابقة التي لها علاقة بهذه الدراسة منها، الأولى: استراتيجية الدعوة الأستاذ نور خزين على حساب يوتيوب "El Tartil TV" للكاتب لطفي كزينا فيرن (Veron 2023)، بحث مقدم لنيل شهادة البكالوريوس في قسم الدعوة والإعلام في كلية الدعوة والإعلام، بالجامعة الإسلامية الحكومية شريف هدية الله جاكرتا. تظهر نتائج الدراسة تطبيق الأستاذ نور خزين استراتيجية الدعوة من البيانوني يعني الاستراتيجية العاطفية، والاستراتيجية العقلانية، والاستراتيجية الحسية. الثانية: تحليل محتوى رسائل الدعوة محمد نزول ذكري في يوتيوب للكاتب شفا أولياء سهرني (Saharani 2022)، بحث مقدم لنيل شهادة البكالوريوس في قسم الدعوة والإعلام في كلية الدعوة والإعلام، بالجامعة الإسلامية الحكومية شريف هدية الله جاكرتا. تظهر نتائج الدراسة أن هناك ١٥ مقطع فيديو لتحليلها قسمتها الباحثة إلى عدة أجزاء يعني، أدب العلم، كلما زادت قيمته كلما احتفظنا به أكثر، أسلوب الفراشة، نحن ضعفاء، نريد أن نصل إلى هناك بسرعة، اتبعوا نمط الناجحين، اكتف بالإنجازات، ربط المعرفة بالكتابة، مطاردة الدنيا أو الآخرة، المانع من العمل الصالح، الدرجة الأولى ولكن بضيق، أكثر من يحسر أكثر، ابحث عن الربح، أنا وأنت وأحلامنا، لا تمتلك قلبا متبعا. الثالثة: التواصل اللفظي في الدعوة @muhammadnuzuldzikri عبر إنستغرام للكاتب محمد ياسين رمضاني (Ramadhani 2020)، بحث مقدم لنيل شهادة البكالوريوس في قسم الدعوة والإعلام في كلية الدعوة والتواصل بالجامعة الإسلامية الحكومية أنتاسر. تظهر نتائج الدراسة أنواع التواصل اللفظي في إيصال رسائله الدعوية في شكل ملصقات مكتوبة وملصقات صوتية ومقاطع فيديو قصيرة وIGTV. من خلال عرض البيانات الخاصة بأنواع الاتصال والرسائل الدعوية يتبين أن نوع الاتصال المستخدم هو الاتصال اللفظي والرسالة الدعوية التي تتضمنها هي رسالة العقيدة والشريعة والأخلاق وقصة خير

الأنام.

هدف هذا البحث إلى معرفة استراتيجية محمد نزول ذكري على اليوتيوب في نشر الدعوة باستخدام الرسوم المتحركة. ويرجى لهذا البحث أن يكون مفيدا للدعاة ويستفيدون من وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الدعوة، فإن ميدان الدعوة واسع جدا، ويمكن أن يبلغ جميع فئات الناس دون حدود زمانية أو مكانية. وكذا للباحثين الآخرين الذين يهتمون بدراسة الدعوة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة منصة اليوتيوب، يُنصح باستكشاف زوايا جديدة لضمان إثراء المعرفة في هذا المجال.

### منهج البحث

في هذه الدراسة، اختارت الباحثة المنهج النوعي (البحث الكيفي) لدراسة الرسائل الدعوية في الرسوم المتحركة على حساب يوتيوب محمد نزول ذكري. (Afandi 2013) يستخدم هذا المنهج بشكل واسع في دراسة الرسائل الإعلامية التي تركز على التحليل الأدبي لأساليب اللغة، واتجاهات المحتوى، وأسلوب الكتابة، والتخطيط، والرسوم التوضيحية. (Nadhifah and Khairuddin 2021) تم جمع البيانات من مصادر متعددة تشمل الكتب، والملاحظات، والتقارير الخاصة بنتائج الأبحاث السابقة، بالإضافة إلى تحليل عدد كبير من مقاطع الفيديو الدعوية المنشورة على الحساب.

اعتمدت الباحثة على الملاحظة غير المشاركة كطريقة رئيسية لجمع البيانات، حيث تمت مراقبة تواصل الوسائط عبر منصة يوتيوب دون تدخل مباشر من الباحثة. ركزت الملاحظة على مقاطع الفيديو التي يستخدم فيها حساب محمد نزول ذكري الرسوم المتحركة، مع الانتباه إلى العناصر البصرية، مدة الفيديو، موضوعات الدعوة، وأسلوب الرسوم المتحركة المستخدم. (Ramadhani 2020) كما استخدمت تقنية التوثيق لتسجيل وتحليل هذه المقاطع بدقة، مع التركيز على محتوى الرسالة، هيكل الفيديو، ومدته، والتي تمثل موضوع البحث الأساسي.

بالإضافة إلى ذلك، أُجريت مقابلة شبه مفتوحة مع أحد أعضاء فريق الأستاذ محمد نزول ذكري بهدف التعرف على الاستراتيجية الدعوية التي يُمارسها الفريق عبر الوسائط الرقمية، خاصة في مجال استخدام الرسوم المتحركة. ساعدت هذه المقابلة في توفير تصور أوضح حول الأنشطة الدعوية التي تتوافق مع تطور الوسائط الرقمية واحتياجات المجتمع المعاصر.

تمت معالجة البيانات باستخدام تقنيات التحليل الموضوعي (thematic analysis) ، حيث تم تصنيف المعلومات إلى موضوعات رئيسية تعكس معاني الرسائل الدعوية اللفظية وغير اللفظية. كما تم التحقق من صحة البيانات عبر تقنيات مثل التثليث (triangulation) ، من خلال مقارنة النتائج المستخلصة من الملاحظات، التوثيق، والمقابلات لضمان دقة وشمولية الدراسة.

بهذه الطريقة، تمكنت الدراسة من استكشاف معاني الرسائل الدعوية التي تحمل قيمًا دينية من خلال الرسوم المتحركة، مما يساهم في إثراء المعرفة حول استراتيجيات الدعوة الرقمية الحديثة وفعالية استخدام الوسائط المتعددة في هذا المجال.

### النتائج والمناقشة

ولد الأستاذ محمد نزول ذكري في جاكرتا عام ١٩٨٣، وهو داعية إندونيسي من جاكرتا. أمضى طفولته من الحضانة إلى المرحلة الثانوية في جاكرتا، ثم يواصل دراسته في جامعة الإمام محمد بن سعود وتخصص في العلوم الشرعية ويتخرج منها عام ٢٠٠٩، وكانت أطروحته ”دراسة مقارنة بين قانون الزواج والفقہ الإسلامي“. ويواصل إلى المستوى التالي في نفس الجامعة مع التركيز على التعلم في كلية إعداد اللغوي في عام ٢٠١٠. (Profil. 2025) Muhammad Nuzul Dzikri”



Figure ١ صورة الأستاذ محمد نزول ذكري

تركز القناة على نشر الدعوة الإسلامية من خلال أشكال مختلفة من المحتوى، بما في ذلك المحاضرات المباشرة والرسوم المتحركة الدعوية. ومع تزايد عدد المشتركين، تلعب هذه القناة دورًا مهمًا في نشر القيم الإسلامية للجمهور الرقمي. ومن الابتكارات في تقديم الدعوة التي تستخدمها هذه القناة استخدام الرسوم

المتحركة. يهدف محتوى الرسوم المتحركة إلى جذب انتباه الجمهور الشاب وتوفير فهم أسهل للاستيعاب من خلال الصور المرئية المثيرة للاهتمام. واستنادا إلى البيانات التي تم جمعها، تحظى بعض مقاطع الفيديو المتحركة بعدد مشاهدات مرتفع إلى حد ما مقارنة بالمحتوى غير المتحرك. وهذا يدل على أن الرسوم المتحركة يمكن أن تكون إحدى الاستراتيجيات الفعالة في نشر الدعوة.

## ١. محتوى حساب اليوتيوب محمد نزول ذكري

تحتوي قناة يوتيوب محمد نزول ذكري على مجموعة من المحتويات الهادفة التي تهدف إلى نشر الدعوة الإسلامية وتعزيز الفهم الصحيح للدين. وتتناول القناة موضوعات دينية متنوعة بأسلوب علمي وأسلوب سهل الفهم، مما يجعلها مناسبة لجميع فئات المجتمع، سواء كانوا طلاب علم أو عامة المسلمين الذين يسعون إلى زيادة معرفتهم الدينية. وتتميز القناة بتقديم محتوى متنوع يجمع بين التوجيه الشرعي، والتفسير، والتحفيز الإيماني، مما يجعلها منبرا علميا متميزا على منصة يوتيوب. بعد إجراء بحث لمدة ٣ أشهر تقريبا على مقاطع الفيديو الدعوية للأستاذ محمد نزول ذكري في حسابه على اليوتيوب، البيانات المتعلقة بالعنوان وصياغة المشكلة في هذه الدراسة. البيانات التي تم الحصول عليها من نتائج الملاحظة أو المشاهدة على محتوى الرسالة الدعوية من فيديوهات الأستاذ محمد نزول ذكري التي هي موضوع هذا البحث. (Saharani 2022)

يقدم حساب الأستاذ محمد نزول ذكري على اليوتيوب محتوى دعوي عقائدي وأخلاقي وشرعي بطريقة مبتكرة وجذابة، مستخدما أساليب عرض متنوعة تشمل المحاضرات والمناقشات ومناقشة المواضيع، وذلك لجذب المشاهدين من مختلف الخلفيات، وباستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحالية مثل اليوتيوب يجعل انتشار الدعوة أوسع، مما يدل على أن المحتوى الدعوي المقدم قادر على التأثير الإيجابي في تكوين الفهم والممارسة الدينية بين أفراد المجتمع.

في بث الدعوة، يحتوي حساب محمد نزول ذكري على موقع يوتيوب على محتوى متنوع. يقدم مجموعة متنوعة من مقاطع الفيديو، بدءا من مقاطع الفيديو القصيرة إلى مقاطع الفيديو التي يتم بثها والتي تستمر لأكثر من ثلاثين دقيقة. ويتضح من الصورة أن حساب محمد نزول ذكري على اليوتيوب الذي تم إنشاؤه لأول مرة في ٣ نوفمبر ٢٠١٧ لديه ٧٩٤ ألف مشترك و ٩٩,٧٣٣,٧٤٨ مشاهدة. عدد مقاطع الفيديو التي تم تحميلها حتى الآن اعتبارا من ١٧ فبراير ٢٠٢٥ هو ٧٠١١ مقطع فيديو.

## ٢. استراتيجية الدعوة قناة محمد نزول ذكري

مع تطور التكنولوجيا، يتطور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. فغالبية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي هم من جيل الألفية أو المراهقين، ويوتيوب هو أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تحظى بإقبال كبير من قبل العديد من الناس. لذلك من الممكن جدا أن يكون اليوتيوب أيضا وسيلة لنشر الدعوة، كما أن الأستاذ محمد نزول ذكري ينشر دعوته من خلال اليوتيوب.

ليس من المستحيل استخدام اليوتيوب كوسيلة للدعوة، ليس من المستحيل أن يتم تغليف الدعوة بشكل إبداعي ومشوق بحيث يمكن أن تلقى الرسالة الدعوية التي يتم إيصالها قبولاً جيداً من قبل جيل الألفية والمراهقين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي على اليوتيوب. لذلك وبمساعدة فريق عمل مبدع وما لديه من معرفة دينية، يتم الجمع بين ذلك بحيث يتشكل محتوى نشر الدعوة من خلال الرسوم المتحركة على اليوتيوب. وهذا أمر فريد من نوعه لأن الرسوم المتحركة عادةً ما تستخدم كوسيلة لتسلية الأطفال فقط، أما الآن فهي وسيلة لإيصال الدعوة.

المفاهيم الدينية بطريقة مبسطة وجذابة تناسب مختلف الفئات العمرية، وخاصة الأطفال والشباب. إن استخدام التكنولوجيا الرقمية في إنتاج المحتوى الدعوي يساهم في تعزيز التفاعل مع المشاهدين ونشر الرسالة الإسلامية بأسلوب حديث يتماشى مع تطورات العصر. تتطلب الدعوة في هذا العصر الحديث بعض الاستراتيجيات الخاصة لجذب انتباه المجتمع. يمكن استخدام المشاكل الشائعة التي يعاني منها المجتمع كأحد المواد المستخدمة لإيصال الدعوة. وتستخدم قناة الأستاذ محمد نزول ذكري وسائل التواصل الاجتماعي لإيصال الدعوة ومن الوسائط المستخدمة اليوتيوب. بعد القيام بمعالجة البيانات للرسائل أو المواد الموجودة في حساب إنستغرام @muhammadnuzuldzikri .

بعد إجراء بحث لمدة ٣ أشهر تقريبا على مقاطع الفيديو الدعوية للأستاذ محمد نزول ذكري في حسابه على اليوتيوب، البيانات المتعلقة بالعنوان وصياغة المشكلة في هذه الدراسة. البيانات التي تم الحصول عليها من نتائج الملاحظة أو المشاهدة على محتوى الرسالة الدعوية من فيديوهات الأستاذ محمد نزول ذكري التي هي موضوع هذا البحث. (Saharani 2022) في هذه الدراسة، تم البحث في ٥ مقاطع فيديو وتم تجميعها في فئات مختلفة. وفيما يلي محتوى مقاطع الفيديو ٥ التي سيتم بحثها:

١. بمجرد خمس دقائق (Walau hanya 5 menit)

نُشر المقطع بتاريخ ٢٣ مارس ٢٠٢٤، ويُظهر أن الاستراتيجية الدعوية الرئيسية هي الاستراتيجية العقلانية، حيث استخدم الأستاذ الحجج والبراهين لدعم شرحه. كما استخدمت الاستراتيجية الحسية عبر الرسوم المتحركة لتوضيح المفهوم وجعل الرسالة أكثر تشويقاً وفهماً. وتتمثل الرسالة الدعوية في أهمية الثبات على فعل الخير، وهي من باب الأخلاق. الوسيلة المستخدمة هي الفيديو السمعي البصري، بنوع رسوم متحركة ثنائية الأبعاد (2D)، مدته دقيقة و ٢٩ ثانية، بعدد مشاهدات ١٠,٥٤٤ وإعجابات ١,١٠٠ و ١٨ تعليماً (Dzikri 2024d). شرح الأستاذ أهمية الاتساق باستخدام مثال محاضر يحضر للصف لبضع دقائق، مبيّناً أن الأفعال الصغيرة المتكررة لها أثر كبير، مستدلاً بحديث النبي ﷺ: «أَحَبُّ الْأَعْمَالِ إِلَى اللَّهِ أَدْوَمُهَا وَإِنْ قَلَّ». يُظهر الطلاب تفكيراً عقلانياً قبل فهمهم المعنى العميق للفعل. من خلال الملاحظة، استخدمت الاستراتيجية البصرية دمج الرسوم المتحركة الناعمة مع مشاهد من الحياة اليومية تُناسب فئة الشباب، وهو ما يتماشى مع هدف الفريق في توجيه الرسائل إلى هذه الفئة، خاصة المبتدئين في طريق الهداية.

## ٢. بشرى للنساء الحائض (Berita gembira bagi wanita yang haid)

نُشر المقطع بتاريخ ٢٣ مارس ٢٠٢٣، وتُظهر الدراسة أن الاستراتيجية الدعوية الرئيسية فيه هي الاستراتيجية العاطفية، حيث يركز الأستاذ على إثارة المشاعر والوعي، مع دور داعم للاستراتيجية الحسية عبر الرسوم المتحركة التي تعزز الفهم والشعور. الرسالة تدعو النساء الحائضات لاستغلال فرص العبادة الأخرى في رمضان، وهي من باب العبادة. الوسيلة المستخدمة هي فيديو سمعي بصري برسوم متحركة ثنائية الأبعاد (2D)، مدته دقيقة و ٣٠ ثانية، عدد مشاهداته ١٠,٩٣١، الإعجابات ١,٤٠٠، والتعليقات ١٨ (Dzikri 2023). أثار الأستاذ المشاعر من خلال قصة امرأة حزينة لعدم تمكنها من العبادة، وطمأنها بأن الحزن علامة إيمان ويؤجر عليه، مستشهداً بقصص الصحابة الذين تعذر عليهم الجهاد. كما قدم حلولاً لمشكلات المجتمع مدعومة بالحجج الشرعية. تُشبه هذه الاستراتيجية أسلوب النبي ﷺ في دعوته بمكة، من خلال الآيات المكية التي أبرزت القيم الإنسانية. بهذه الطريقة، يشعر الضعفاء بالتقدير والأقوياء بالاحترام. من خلال ملاحظة الباحثة لمقطع "بشرى للنساء الحائض"، يظهر أن الاستراتيجية البصرية تتضمن استخدام الرسوم المتحركة.

## ٣. عواقب الزواج لمجرد الجمال (Akibat menikah hanya karena kecantikan)

نُشر المقطع بتاريخ ٢ مايو ٢٠٢٤، وتُظهر الدراسة أن الاستراتيجية الدعوية الأساسية فيه هي الاستراتيجية العقلانية، حيث قدّم الأستاذ حججاً منطقية مدعومة ببراهين قوية، مدعومة أيضاً بالرسوم المتحركة التي تُسهّم في توضيح المفهوم وتبسيط الرسالة. الرسالة تدعو إلى الثبات على فعل الخير، وهي من باب العقيدة. الوسيلة الدعوية المستخدمة هي فيديو سمعي بصري برسوم متحركة ثنائية الأبعاد (2D)، مدته دقيقة و ٢١ ثانية، عدد مشاهداته ٩,٩٧١، الإعجابات ٧٨٦، والتعليقات ١٠ (Dzikri 2024a). اعتمد الأستاذ

على قصص تاريخية مثل قصة عمر بن حطان ليؤكد أن الذكاء وحده لا يكفي إذا كانت البيئة فاسدة، وربط ذلك بحديث النبي ﷺ: "لا تصادق إلا مؤمناً"، لتقوية الحجج الشرعية والمنطقية في اختبار الصحة الصالحة. من خلال ملاحظة الباحثة لمقطع "عواقب الزواج لمجرد الجمال"، يظهر أن الفريق استخدم رموزاً بصرية قوية تمثل الجاذبية الظاهرية مقابل القيم الدينية، وهذا يتماشى مع توضيح المصدر بأن الرسوم الرمزية تُستخدم لتبسيط المفاهيم الإسلامية المهمة بطريقة جذابة.

٤. كسب الأجر بإحياء سنة النبي في شهر المحرم (Raih pahala menghidupkan sunnah nabi di bulan muharram)

نُشر المقطع بتاريخ ٩ يوليو ٢٠٢٤، وتُظهر الدراسة أن الاستراتيجية الدعوية الأساسية فيه هي الاستراتيجية العقلانية، حيث استند الأستاذ إلى الأدلة الحديثية والعقلية لشرح أهمية إحياء السنن النبوية، خاصة في شهر الله المحرم. كما لعبت الاستراتيجية الحسية دوراً داعماً من خلال الرسوم المتحركة التي توضح المفاهيم وتجعل الرسالة أكثر تأثيراً وفهماً. وتدخل هذه الرسالة في باب العبادة. الوسيلة المستخدمة هي فيديو سمعي بصري بنمط رسوم متحركة ثنائية الأبعاد (2D)، مدته دقيقة و٣١ ثانية، عدد المشاهدات ٧,٩٠٣، الإعجابات ٥٢٩، والتعليقات ٦ (Dzikri 2024b). ذكر الأستاذ فضائل شهر المحرم كونه من الأشهر الحرم، واستعرض العديد من العبادات مثل الصلاة والصيام والذكر والدعاء، مع تقديم حجج عملية لكيفية اغتنام الفرص فيه، مما يعزز الفهم العقلي والروحي لدى الجمهور. وبحسب ملاحظة الباحثة لمقطع "كسب الأجر بإحياء سنة النبي في شهر المحرم"، يتبين أن الفريق اعتمد عناصر مرئية مستوحاة من التاريخ الإسلامي لتقوية المعاني، وهذا ينسجم مع توضيح المصدر بأن المواضيع الموسمية تُعرض بطريقة بصرية محفزة للقلوب نحو العمل الصالح.

٥. ترك المعاصي بكماها (Totalitas meninggalkan maksiat)

نُشر المقطع بتاريخ ٢ يونيو ٢٠٢٣، وتبين للباحثة أن الاستراتيجية الدعوية الرئيسية فيه هي الاستراتيجية العاطفية، حيث ركّز الأستاذ على إثارة مشاعر الخشوع والخوف من الإثم، مستعيناً بقصص العلماء الأوائل مثل الإمام أبي زُرعة الرازي الذي تحفّظ عن الكلام في الحديث في أيام العشر خشية الزلل. كما سلّط الضوء على الفارق بين ورع السلف وتهاون الناس اليوم، مما حفّز الجمهور على التوبة والتحفّظ من المعاصي. وتُعد هذه الرسالة من أبواب العقيدة. الوسيلة الدعوية المستخدمة هي فيديو بصري سمعي بنمط رسوم متحركة ثنائية الأبعاد (2D)، مدته دقيقة و٥٢ ثانية، عدد المشاهدات ١٨,٢٧٩، الإعجابات ١,٦٠٠، والتعليقات ٢٢ (Dzikri 2024c). وبناءً على ملاحظة الباحثة لمقطع "ترك المعاصي بكماها"، فقد استُخدمت

تقنيات الحركة البطيئة والتعبير الوجدانية القوية لتعزيز الأثر العاطفي، وهذا يتماشى مع توضيح المصدر بأن الفريق يستخدم الرسوم المتحركة لتعميق التأثير الروحي في قلوب المشاهدين.

تشمل استراتيجيات زيادة عدد المشاهدات والتفاعل مع الجمهور تحديد توقيت النشر الأمثل، تقييم مقاطع الفيديو السابقة، وتعديل أسلوب الرسوم المتحركة بما يتناسب مع ذوق الجمهور. عادة ما يتم تحميل مقطعين من الرسوم المتحركة أسبوعياً للحفاظ على التنوع ومنع الملل. كما يحرص الفريق على زيادة عدد التحميلات في المناسبات الخاصة مثل رمضان. على الرغم من أنه لا توجد صيغة ثابتة لجذب الانتباه، فإن المرونة والتقييم المستمر تعتبران عاملين رئيسيين في الحفاظ على استمرارية الدعوة عبر المنصات الرقمية. (Amri, 2025)

### خلاصة البحث

بناءً على تحليل خمس مقاطع فيديو نُشرت في قناة اليوتيوب الخاصة بالأستاذ محمد نزول ذكري، يتبين أن القناة تُركّز على نشر الدعوة الإسلامية بأسلوب علمي مبسّط وجذاب، خاصة لفئة الشباب. تتناول القناة مواضيع متعددة في العقيدة، والفقه، والسلوك، والتاريخ الإسلامي، إلى جانب فقرة "سؤال وجواب"، وتوظّف الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد (2D) كوسيلة فعّالة لنشر الرسالة الدعوية بشكل مرئي ومؤثر.

أظهرت الدراسة أن المقطعين معتمدين على الاستراتيجية العاطفية في الدعوة، حيث تم إيصال الرسائل من خلال أسلوب هادئ ومؤثر، يستهدف المشاعر ويحفّز القلوب على الطاعة، مما يخلق تعاطفاً عاطفياً ويقوّي الروح الإيمانية لدى المشاهدين.

في حين استخدمت ثلاثة مقاطع أخرى الاستراتيجية العقلانية، حيث اعتمد الأستاذ في شرحه على الحجج المنطقية والبراهين العقلية، مع الاستدلال من القرآن الكريم والحديث الشريف، مما يعزز فهم المتابعين للأحكام الشرعية ويجيب على تساؤلاتهم بأسلوب منطقي وموضوعي.

أما الاستراتيجية الحسية، فقد ظهرت في جميع المقاطع الخمسة، من خلال استخدام الوسائط السمعية البصرية مثل الرسوم المتحركة، والمؤثرات الصوتية، ونصوص الآيات، وخلفيات صوتية تعزز الأثر العاطفي والديني للمحتوى. يحرص فريق القناة على تعديل أسلوب العرض بما يتناسب مع اهتمامات الفئة المستهدفة، وتوقيت النشر المناسب، واختيار عناوين جذابة وملائمة لمحتوى الفيديو، مع مراعاة الضوابط الشرعية في التصميم والمضمون.

يتضح من ذلك أن قناة الأستاذ محمد نزول ذكري تُوظف مزيجًا من الاستراتيجيات الدعوية: العاطفية، والعقلية، والحسية، مما يجعلها وسيلة دعوية معاصرة فعّالة تساهم في نشر الفهم الصحيح للإسلام بطريقة تصل إلى القلب والعقل معًا، وتواكب احتياجات الجيل الرقمي.

## المراجع

- Afandi, Rifki. 2013. "Integrasi Pendidikan Lingkungan Hidup Melalui Pembelajaran IPS Di Sekolah Dasar Sebagai Alternatif Menciptakan Sekolah Hijau." *Pedagogia : Jurnal Pendidikan 2* (1): 101.
- Almaliji, Syaima. 2005. "Kelebihan Dan Kekurangan Animasi."
- Amri, Avissena. 2025. "Wawancara."
- Dzikri, Muhammad Nuzul. 2023. "Berita Gembira Bagi Wanita Yang Haid." Youtube. 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=vwvZR7uy5Lg>.
- . 2024a. "Akibat Nikah (Hanya) Karena Kecantikan." Youtube. 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=AW0e3Ufjbnc&list=PLJn69VMQAr8o1t3nV2ha-4ujIYi06OjJp&index=44>.
- . 2024b. "Raih Pahala Menghidupkan Sunnah Nabi ﷺ Di Al Muharram." Youtube. 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=20iGKHVxl9w&list=PLJn69VMQAr8o1t3nV2ha-4ujIYi06OjJp&index=17>.
- . 2024c. "Totalitas Meninggalkan Maksiat." Youtube. 2024. [https://www.youtube.com/watch?v=VrVdp\\_cUCro](https://www.youtube.com/watch?v=VrVdp_cUCro).
- . 2024d. "Walau Hanya 5 Menit." Youtube. 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=y4ZsOdYIWLU&list=PLJn69VMQAr8o1t3nV2ha-4ujIYi06OjJp&index=74>.
- Nadhifah, Fitriatin, and A. Khairuddin. 2021. "Analisis Pesan Dakwah Pada Film Animasi Nussa Dan Rara Episode 1-5." *Maddah : Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam 3* (2): 93. <https://doi.org/10.35316/maddah.v3i2.1334>.
- Nurul, Muzayyana. 2020. "Strategi Dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dan Ustadz Adi Hidayat Di Youtube Serta Efeknya Terhadap Publik." Uin Raden Intan Lampung.
- "Profil Muhammad Nuzul Dzikri." 2025. 2025. <https://www.muhammadnuzuldzikri.com/index.php/Website>.
- Ramadhani, M Yasin. 2020. "Komunikasi Verbal Dalam Dakwah @muhammadnuzuldzikri Melalui Instagram." Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Saharani, Syafa Aulia. 2022. "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri Melalui Youtube." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sulaeman, A. R., A. Fazri, and F. Fairus. 2020. "Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh." *Communication 11* (1): 82.
- Veron, Lutfi Kurnia. 2023. "Strategi Dakwah Ustadz Nur Khozin Dalam Akun Youtube 'El Tartil TV.'" Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.