

Creative Communication Strategies in the “Malaka” Channel as a Model for Digital Da’wah on YouTube

استراتيجيات الاتصال الإبداعي في قناة "مالاكا" كنموذج للدعوة الرقمية عبر يوتيوب

Muhammad Fikram¹, Nur Adi², Ruyanto³, Sufyan Tsaur⁴

^{1,2,3,4} Institut Muslim Cendekia, Sukabumi, Indonesia.

E-Mail: 16fikram@gmail.com¹; nur.adi@365.mc.id²;

zahraaruyanto@edu.mc.ac.id³; sufyan.tsaur@edu.mc.ac.id⁴

Submission: 14-05-2026

Revised: 15-05-2026

Accepted: 16-05-2026

Published: 20-05-2026

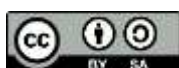
Abstract

This research was conducted in response to the rapid development of digital media and the need to develop da’wah approaches that are relevant to YouTube audiences, especially young people. The study aims to analyze the creative communication strategies used by the “Malaka” YouTube channel and examine how these strategies can function as a model for digital da’wah. The research employed a qualitative descriptive approach using a case study method. Data were collected through direct observation of the channel’s content, digital documentation, and semi-structured interviews, then analyzed using the Miles and Huberman model through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the “Malaka” channel applies two main strategies: simplifying complex knowledge through creative storytelling in the “Bahasa Bayi” program and building emotional influence through cinematic storytelling in the “Malaka Cinematic Podcast.” These strategies contribute to the creation of engaging and impactful digital content that combines rational persuasion with emotional appeal. The study concludes that the creative communication strategies used by “Malaka” can serve as a contemporary model for developing digital da’wah on YouTube.

Keywords: creative communication; digital da’wah; YouTube; Malaka channel.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan sebagai respons terhadap perkembangan media digital yang semakin pesat serta kebutuhan pengembangan pendekatan dakwah yang sesuai dengan karakter audiens YouTube, khususnya generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kreatif yang digunakan kanal “Malaka” di YouTube serta mengkaji pemanfaatannya sebagai model dakwah digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif



dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap konten kanal, dokumentasi digital, dan wawancara semi terstruktur, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kanal "Malaka" menerapkan dua strategi utama, yaitu penyederhanaan pengetahuan melalui narasi kreatif dalam program "Bahasa Bayi" dan penguatan pengaruh emosional melalui pendekatan sinematik dalam "Malaka Cinematic Podcast". Kedua strategi tersebut mampu menghasilkan konten digital yang menarik dan berdampak dengan memadukan persuasi rasional dan pendekatan emosional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi kreatif yang digunakan kanal "Malaka" dapat dijadikan model kontemporer dalam pengembangan dakwah digital melalui YouTube.

Kata kunci: komunikasi kreatif; dakwah digital; YouTube; kanal Malaka.

ملخص البحث

جاء هذا البحث في ظل التطور المتسارع لوسائل الإعلام الرقمية والحاجة إلى تطوير أساليب الدعوة بما يتناسب مع طبيعة الجمهور في منصة يوتيوب، خاصة فئة الشباب. ويهدف البحث إلى تحليل استراتيجيات الاتصال الإبداعي في قناة "مالاكا" والكشف عن كيفية توظيفها بوصفها نموذجاً للدعوة الرقمية. واعتمد البحث على المنهج الكيفي بالأسلوب الوصفي مع استخدام دراسة الحالة. وجمعت البيانات من خلال الملاحظة المباشرة لمحتوى القناة، والتوثيق الرقمي، والمقابلات شبه المنظمة، ثم عولجت باستخدام نموذج مايلز وهوبرمان عبر مراحل اختزال البيانات وعرضها واستخلاص النتائج. وأظهرت نتائج البحث أن قناة "مالاكا" تعتمد على استراتيجيتين رئيسيتين، وهما: تبسيط الخطاب المعرفي عبر السرد الإبداعي في برنامج "Bahasa Bayi"، والتأثير الوجداني عبر السرد السينمائي في برنامج "Malaka Cinematic Podcast". وقد أسهمت هاتان الاستراتيجيتان في تقديم محتوى رقمي جذاب ومؤثر يجمع بين الإقناع العقلي والتأثير العاطفي. ويخلص البحث إلى أن استراتيجيات الاتصال الإبداعي في قناة "مالاكا" تمثل نموذجاً معاصراً يمكن الاستفادة منه في تطوير الدعوة الرقمية عبر يوتيوب.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الإبداعي، الدعوة الرقمية، يوتيوب، قناة مالاكا.

المقدمة

تعد الدعوة الإسلامية من أهم الرسائل التي تهدف إلى توجيه الإنسان نحو القيم الإسلامية الصحيحة وبناء الوعي الديني والأخلاقي والاجتماعي في المجتمع. ولم تعد الدعوة في العصر الحديث مقتصرة على الوسائل التقليدية كالخطب والمحاضرات المباشرة، بل أصبحت مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بتطور وسائل الاتصال والإعلام، خاصة بعد التحول الرقمي الذي أحدث تغييراً كبيراً في طريقة تلقي المعلومات والتفاعل معها. ومن ثم، فإن نجاح الدعوة في

العصر الرقمي يتطلب القدرة على توظيف وسائل الإعلام الحديثة بأساليب تتناسب مع خصائص الجمهور المعاصر، ولا سيما فئة الشباب (Agustini 2021).

ومع التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال، أصبحت منصات التواصل الرقمي جزءاً أساسياً من الحياة اليومية، ومن أبرزها منصة "يوتيوب" التي تحولت إلى وسيلة إعلامية مؤثرة تجمع بين الصورة والصوت والحركة والتفاعل. وتمتاز هذه المنصة بقدرتها على الوصول إلى جمهور واسع ومتعدد الخلفيات، مما جعلها فضاء مهما لنشر المعرفة والقيم والأفكار، بما في ذلك المحتوى الدعوي والتعليمي. كما أن طبيعة يوتيوب القائمة على الجاذبية البصرية وسرعة إيصال الرسالة دفعت صناع المحتوى إلى تطوير أساليب جديدة تقوم على الإبداع في الاتصال والإخراج (Mahmuddin 2021).

غير أن كثيراً من المحتوى الدعوي في يوتيوب ما يزال يعتمد على الأساليب التقليدية في تقديم الرسائل، حيث يقتصر غالباً على تسجيل المحاضرات أو الخطب الطويلة دون توظيف فعال للعناصر البصرية أو التقنيات الإبداعية الحديثة. ويؤدي ذلك إلى ضعف التفاعل مع الجمهور الرقمي، خاصة لدى الشباب الذين يميلون إلى المحتوى المختصر والجذاب والتفاعلي. ومن هنا تظهر الحاجة إلى تطوير نماذج دعوية رقمية أكثر قدرة على الجمع بين عمق الرسالة الإسلامية والأسلوب الإعلامي الحديث (Irawan 2025).

وفي هذا السياق، تبرز قناة "مالاكا" على يوتيوب باعتبارها إحدى القنوات التي نجحت في تقديم نموذج متميز في استراتيجيات الاتصال الإبداعي. فقد استطاعت القناة أن تقدم محتوى تعليمياً وفكرياً بأساليب حديثة تعتمد على الإخراج السينمائي، والسرد القصصي، والتبسيط البصري، والتفاعل مع القضايا الاجتماعية والفكرية المعاصرة. ويتجلى ذلك في عدد من برامجها، مثل "Malaka Cinematic Podcast" الذي يعرض الموضوعات بأسلوب بصري سينمائي يجمع بين الحوار والتأثير البصري، وبرنامج "Bahasa Bayi" الذي يقدم الأفكار المعقدة بلغة مبسطة وسهلة الفهم، بالإضافة إلى "Kelas Pakar" الذي يستضيف متخصصين وخبراء في مجالات متنوعة بأسلوب تفاعلي حديث. وهذه النماذج تدل على أن الإبداع في الاتصال أصبح عاملاً أساسياً في جذب الجمهور وتعزيز تأثير الرسالة الإعلامية (Nuriana and Nisrina 2024).

ومن الناحية النظرية، يمكن فهم هذا النموذج في ضوء مفاهيم الاتصال الإبداعي التي تقوم على توظيف العناصر البصرية واللغوية والعاطفية بطريقة مؤثرة تحقق التفاعل والإقناع. كما يتوافق ذلك مع مبادئ الدعوة الإسلامية التي تؤكد أهمية الحكمة وحسن الأسلوب ومراعاة حال المخاطبين عند تقديم الرسالة الدعوية. ولذلك، فإن الاستفادة من النماذج الإعلامية الإبداعية لا تعني تغيير جوهر الدعوة، بل تطوير وسائلها بما يتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي (Wibowo 2021).

وعلى الرغم من وجود عدد من الدراسات التي تناولت الدعوة الرقمية أو استخدام يوتيوب في المجال الدعوي، فإن معظمها ركز على مضمون الرسالة الدعوية أو أثر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام، دون التركيز بصورة كافية على استراتيجيات الاتصال الإبداعي المستخدمة في صناعة المحتوى. كما أن الدراسات التي تناولت قناة "مالاكا" ما تزال محدودة، خاصة فيما يتعلق بتحليلها كنموذج يمكن الاستفادة منه في تطوير الدعوة الرقمية عبر يوتيوب (Ridwan 2022).

وانطلاقاً من ذلك، يسعى هذا البحث إلى دراسة استراتيجيات الاتصال الإبداعي في قناة "مالاكا" بوصفها نموذجاً للدعوة الرقمية عبر يوتيوب، من خلال تحليل أساليبها الاتصالية وخصائصها الإبداعية ومدى قدرتها على تقديم محتوى مؤثر وجذاب. وتنبع أهمية هذا البحث من كونه يربط بين مجال الدعوة الإسلامية ومجال الاتصال الرقمي الحديث، بما يساهم في تقديم تصور علمي يمكن الاستفادة منه في تطوير أساليب الدعوة الرقمية المعاصرة، خاصة في البيئة الشبابية التي أصبحت أكثر ارتباطاً بالمحتوى المرئي والتفاعلي عبر المنصات الرقمية (Purnomo 2021).

منهج البحث

اعتمد هذا البحث على المنهج الكيفي بالأسلوب الوصفي، بهدف تحليل استراتيجيات الاتصال الإبداعي في قناة "مالاكا" عبر منصة يوتيوب، والكشف عن كيفية توظيفها في بناء محتوى رقمي معاصر يمكن اعتباره نموذجاً للدعوة الرقمية. واستخدم البحث أسلوب دراسة الحالة، لكونه مناسباً لفهم الظواهر الاتصالية وتحليلها بصورة عميقة في سياقها الإعلامي والرقمي الطبيعي (Sugiyono 2017).

وركز البحث على المحتوى المرئي الذي تقدمه قناة "مالاكا" في منصة يوتيوب، خاصة البرامج التي تمثل أنماطاً واضحة لاستراتيجيات الاتصال الإبداعي، مثل برنامج "Bahasa Bayi" الذي يعتمد على تبسيط الخطاب

المعربي، وبرنامج "Malaka Cinematic Podcast" الذي يوظف السرد السينمائي والتأثير الوجداني في تقديم الرسائل الإعلامية. وجاء اختيار هذين النموذجين لكونهما يعكسان بصورة مباشرة طبيعة الاستراتيجيات الاتصالية التي تقوم عليها القناة في مخاطبة الجمهور الرقمي، خاصة فئة الشباب (Nuriana and Nisrina 2024).

وجمعت البيانات من خلال الملاحظة المباشرة لمحتوى القناة، إضافة إلى التوثيق الرقمي للمقاطع والمنشورات المرتبطة بموضوع البحث، مع الاستعانة بالمقابلات شبه المنظمة بوصفها أداة داعمة لفهم قابلية توظيف هذه الاستراتيجيات في مجال الدعوة الرقمية. وركزت الملاحظة على تحليل عناصر الاتصال الإبداعي في المحتوى، مثل أساليب تبسيط الرسائل، والسرد البصري، والبناء السينمائي، وطبيعة التفاعل مع الجمهور، بهدف الكشف عن الخصائص الاتصالية التي أسهمت في بناء نموذج إعلامي رقمي قادر على الجمع بين الجاذبية البصرية والرسالة الهادفة عبر يوتيوب (Triyono 2021).

وعولجت البيانات باستخدام نموذج مايلز وهوبرمان (Miles & Huberman)، من خلال اختزال البيانات، ثم عرضها بصورة وصفية، وأخيرا استخلاص النتائج والتحقق منها. واعتمد التحليل على ربط البيانات بمفاهيم الاتصال الإبداعي والدعوة الرقمية، للكشف عن الكيفية التي استطاعت بها قناة "مالاكا" توظيف الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة في تقديم محتوى رقمي تفاعلي يمكن الاستفادة منه بوصفه نموذجا معاصرا للدعوة الرقمية عبر منصة يوتيوب (Miles B and Huberman 1994).

النتائج والمناقشة

أ. لمحة عن قناة "مالاكا" بوصفها نموذجا للاتصال الإبداعي الرقمي

أظهرت نتائج التحليل أن قناة "مالاكا". التي عرفت سابقا باسم "Malaka Project". تمثل نموذجا بارزا للإعلام الرقمي التعليمي في إندونيسيا، إذ استطاعت أن تبني حضورا واسعا في منصة يوتيوب من خلال تقديم محتوى معرفي يقوم على التفكير النقدي والتبسيط الإبداعي للقضايا الاجتماعية والفكرية المعاصرة. وقد أسهمت القناة، منذ إطلاقها الرسمي في ٢٠ أكتوبر ٢٠٢٣، في تشكيل فضاء إعلامي رقمي يستهدف فئة الشباب

عبر أساليب اتصالية حديثة تجمع بين العمق الفكري والجاذبية البصرية. كما تتميز "مالاكا" بتنوع محتواها الذي يشمل الحوارات الفكرية، والبودكاست السينمائي، والمحتوى التعليمي المرئي، إلى جانب استضافتها للأكاديميين والمفكرين وصناع المحتوى في إطار يسعى إلى تقريب المعرفة من الجمهور العام بأسلوب تفاعلي معاصر (Nisrinaf 2023).

ولم يقتصر حضور "مالاكا" على الفضاء الرقمي فقط، بل امتد إلى الأنشطة الاجتماعية والتعليمية، مثل البرامج التدريبية والمنح التعليمية، إضافة إلى الفعاليات الجامعية المشتركة التي تعكس سعيها إلى الدمج بين الإعلام الرقمي والتأثير المجتمعي الواقعي. وتشير الإحصاءات إلى النمو السريع للقناة، حيث تجاوز عدد مشتركها مليون مشترك بحلول سبتمبر ٢٠٢٥، مع تحقيق ملايين المشاهدات ومعدلات تفاعل مرتفعة، فضلا عن حصولها على جوائز إعلامية، مثل جائزة "Most Viewed Community Content 2025" ضمن فعاليات Indonesian Creator Night by YouTube، وجائزة "المحتوى الملهم لتطوير إندونيسيا" في حفل IDEAWARD 2024، وهو ما يعكس مكانتها بوصفها منصة إعلامية مؤثرة في مجال المحتوى الرقمي التعليمي. وفي ضوء هذه المعطيات، تظهر قناة "مالاكا" بوصفها نموذجا للاتصال الإبداعي الرقمي، يعتمد على توظيف السرد البصري، والتبسيط المعرفي، والتفاعل مع الجمهور في تقديم الرسائل الإعلامية عبر يوتيوب، مما يجعلها نموذجا يمكن الاستفادة منه في تطوير الدعوة الرقمية المعاصرة (Fitrida Diat 2025).

ب. استراتيجيات الاتصال الإبداعي في قناة "مالاكا" كنموذج للدعوة الرقمية

١. استراتيجية تبسيط الخطاب المعرفي عبر السرد الإبداعي

تعتمد قناة "مالاكا" على استراتيجية اتصالية تقوم على تبسيط القضايا المعرفية المعقدة من خلال إعادة صياغتها في قالب سردي إبداعي يجمع بين التحليل المنطقي والعرض البصري الجذاب، كما يظهر بوضوح في برنامج "BAHASA BAYI" وتساهم هذه الاستراتيجية في تحويل الموضوعات القانونية والاجتماعية

والفكرية إلى محتوى سهل الفهم من خلال استخدام الأمثلة الواقعية والرسوم التوضيحية والأسلوب التفسيري المبسط، بما يتناسب مع طبيعة الجمهور الرقمي، خاصة فئة الشباب التي تميل إلى المحتوى المختصر والواضح. ومن الناحية النظرية، ينسجم هذا الأسلوب مع مفهوم الاتصال الإبداعي الذي يؤكد أهمية توظيف السرد والوسائط المتعددة في تعزيز فاعلية الرسالة الإعلامية، كما يعكس توظيفاً للمنهج العقلي في الدعوة من خلال بناء خطاب يقوم على الإقناع والفهم المنطقي. وتكشف هذه الاستراتيجية أن تبسيط المعرفة يمثل مدخلا مهما لتطوير المحتوى الدعوي الرقمي بصورة أكثر قربا وتأثيرا في الجمهور (Zuo 2023).

٢. استراتيجية التأثير الوجداني عبر السرد السينمائي

توظف قناة "مالاكا" استراتيجية قائمة على بناء التأثير الوجداني من خلال السرد السينمائي، ويتجلى ذلك في برنامج "MALAKA CINEMATIC PODCAST" الذي يعتمد على عناصر بصرية وفنية متعددة، مثل الإضاءة، وزوايا التصوير، والإيقاع البصري، بهدف خلق تجربة شعورية متكاملة لدى المتلقي. ويساعد هذا الأسلوب في تعزيز التفاعل العاطفي مع الرسالة الإعلامية، بحيث لا يقتصر دور المحتوى على نقل المعلومات فقط، بل يمتد إلى بناء حالة وجدانية تجعل الجمهور أكثر ارتباطا بالمحتوى وأكثر قابلية لتقبل الرسائل المطروحة. ويتوافق هذا التوجه مع نظريات الاتصال الإبداعي التي تؤكد أهمية السرد البصري في تعزيز التأثير الإعلامي، كما ينسجم مع المنهج العاطفي في الدعوة الذي يركز على مخاطبة مشاعر المتلقي وتحفيز استجابته النفسية والوجدانية. وتبرز هذه الاستراتيجية أهمية البعد العاطفي في بناء خطاب رقمي مؤثر قادر على جذب الجمهور في بيئة يوتيوب التفاعلية (Amin and Sururi 2025).

ت. توظيف استراتيجيات الاتصال الإبداعي لقناة "مالاكا" في الدعوة الرقمية

١. توظيف استراتيجية تبسيط الخطاب المعرفي المستوحاة من برنامج "Bahasa Bayi"

يمكن توظيف الاستراتيجية الاتصالية التي يعتمدها برنامج "BAHASA BAYI" خاصة في حلقة "KUHAAP BARU" في تطوير المحتوى الدعوي الرقمي من خلال تبسيط القضايا الفقهية والفكرية المعقدة وتقديمها بأسلوب قريب من لغة الجمهور الشبابي. فعلى سبيل المثال، يمكن إنتاج محتوى دعوي يشرح موضوعات فقه المعاملات المعاصرة، مثل حكم "PAYLATER"، أو التداول الرقمي، أو الربا في المعاملات

الإلكترونية، أو آداب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك عبر تقسيم الفكرة إلى نقاط قصيرة وواضحة مدعومة بأمثلة من الواقع اليومي. كما يمكن استخدام النصوص المختصرة والرسوم التوضيحية والأسلوب الحوارية الخفيف الذي يساعد على تقريب المفاهيم الشرعية إلى المتلقي دون تعقيد أكاديمي أو لغة فقهية صعبة (Perdana and Sidik 2025). ويبدأ المحتوى عادة بطرح مشكلة قريبة من واقع الشباب، مثل: "هل استخدام PAYLATER يعد من الربا؟"، ثم يتم شرح الحكم بصورة تدريجية تجمع بين التبسيط والدقة العلمية. ويسهم هذا الأسلوب في بناء خطاب دعوي رقمي أكثر قدرة على جذب الجمهور في منصة يوتيوب،



خاصة أن فئة الشباب تميل إلى المحتوى السريع والواضح والتفاعلي (Zuo 2023).

الصورة ١. لقطات شاشة بصرية من حلقة BAHASA BAYI-KUHAP BARU

٢. توظيف استراتيجية السرد السينمائي الوجداني المستوحاة من "Malaka Cinematic Podcast"

الرقمية يمكن الاستفادة من استراتيجية "MALAKA CINEMATIC PODCAST" خاصة في حلقة "MALAKA CINEMATIC PODCAST: ADE RAI" في الدعوة الرقمية من خلال تقديم الحوارات الدعوية والفكرية في قالب بصري إنساني يعتمد على السرد الهادئ والتجربة الواقعية. ومن أمثلة ذلك استضافة الدعاة أو العلماء المتخصصين في مجالات معينة، مثل استضافة عالم متخصص في الفقه الشافعي كـ "بويما يحيا" للحديث عن قضايا فقهية معاصرة تمس حياة الشباب، كفقه العلاقات الاجتماعية، أو أخلاق الاختلاف، أو التوازن بين طلب العلم والحياة الرقمية. ويعتمد هذا النموذج على بناء الحوار بصورة طبيعية وعميقة، مع

التركيز على الجوانب الإنسانية والتجارب الواقعية التي تجعل المتلقي أكثر ارتباطاً بالمحتوى. كما يمكن توظيف زوايا التصوير الهادئة، واللقطات القريبة، والإضاءة المناسبة، بما يساعد على تعزيز التركيز وإبراز البعد الوجداني للحوار دون مبالغة. ويسهم هذا الأسلوب في تحويل المحتوى الدعوي من مجرد خطاب مباشر إلى تجربة فكرية



وشعورية متكاملة، تجعل الرسالة أكثر تأثيراً وقرباً من الجمهور الرقمي في منصة يوتيوب (Zuo 2023).

الصورة ٢. لقطات شاشة بصرية من حلقة MALAKA CINEMATIC PODCAST: ADE RAI

خلاصة البحث

توصل هذا البحث إلى أن قناة "مالاكا" عبر منصة يوتيوب تمثل نموذجاً معاصراً في توظيف استراتيجيات الاتصال الإبداعي في بناء المحتوى الرقمي، من خلال الجمع بين التبسيط المعرفي، والجاذبية البصرية، والتأثير الوجداني، بما يتناسب مع طبيعة الجمهور الرقمي، خاصة فئة الشباب. وقد أظهرت نتائج التحليل أن نجاح القناة لا يرتبط فقط بجودة الإخراج الإعلامي، بل يقوم على رؤية اتصالية واضحة تسعى إلى تقريب القضايا الفكرية والاجتماعية المعقدة إلى الجمهور بأسلوب سهل وتفاعلي. كما تبين أن القناة استطاعت بناء حضور رقمي واسع من خلال تنوع برامجها، وارتفاع معدلات التفاعل والمشاهدة، إلى جانب حصولها على عدد من الجوائز الإعلامية، مما يعكس قدرتها على التأثير في البيئة الإعلامية الرقمية الإندونيسية.

البحث أن من أبرز استراتيجيات الاتصال الإبداعي في قناة "مالاكا" استراتيجية تبسيط الخطاب المعرفي عبر السرد الإبداعي، كما يظهر في برنامج "Bahasa Bayi"، حيث يعاد تقديم القضايا المعقدة في قالب بصري مبسط يعتمد على الأمثلة الواقعية والشرح التدريجي القريب من لغة الجمهور. كما أظهرت النتائج اعتماد القناة على

استراتيجية التأثير الوجداني عبر السرد السينمائي في برنامج "Malaka Cinematic Podcast"، من خلال توظيف العناصر البصرية والحوار الإنساني العميق لبناء تجربة شعورية تزيد من قوة التأثير والتفاعل مع الرسالة الإعلامية.

ومن الناحية الدعوية، بينت الدراسة إمكانية الاستفادة من هذه الاستراتيجيات في تطوير الدعوة الرقمية المعاصرة، خاصة في مجال إنتاج المحتوى الدعوي الموجه للشباب عبر يوتيوب. فقد أمكن توظيف نموذج "Bahasa Bayi" في تبسيط موضوعات فقه المعاملات والقضايا الفكرية المعاصرة بلغة سهلة وأسلوب بصري جذاب، كما يمكن الاستفادة من نموذج "Malaka Cinematic Podcast" في تقديم الحوارات الدعوية والفكرية بأسلوب إنساني وجداني من خلال استضافة العلماء والمتخصصين، مثل علماء الفقه الشافعي، لمعالجة القضايا التي تمس واقع الشباب المعاصر.

ويؤكد هذا البحث أن تطوير الدعوة الرقمية في العصر الحديث لا يقتصر على المحافظة على مضمون الرسالة الإسلامية، بل يشمل أيضا تطوير الوسائل والأساليب الاتصالية بما يحقق التفاعل والتأثير في الجمهور الرقمي. ولذلك، يوصي البحث بضرورة اهتمام المؤسسات الدعوية والأكاديمية بتطوير مهارات الاتصال الإبداعي والإنتاج الإعلامي الرقمي لدى الطلاب والدعاة، وتشجيع توظيف السرد البصري والتبسيط المعرفي في المحتوى الدعوي، بما يسهم في بناء خطاب دعوي أكثر قدرة على الوصول والتأثير في البيئة الرقمية المعاصرة.

المراجع

- Agustini, Vilya Dwi. 2021. “Media Sosial Sebagai Tempat Literasi Ibadah Di Era Pandemi.” *Borobudur Communication Review* 1 (1): 30–38. <https://doi.org/10.31603/bcrev.4899>.
- Amin, Fathul, and Agus Ali Sururi. 2025. “Dakwah Digital: Mengukur Dampak Dan Efektivitas Kampanye Dakwah Online Terhadap Audiens Muda.” *PROGRESIF: Jurnal Dakwah, Sosial, Dan Komunikasi* 2 (1): 1–13. <https://doi.org/10.63199/progresif.v2i1.31>.
- Fitrida Diat, Yasmin. 2025. “Daftar Pemenang Indonesian Creator Night 2025, Ada Sara Wijayanto Dan Leslar.” *MCI NEWS*, October 31, 2025. <https://mcinews.id/2025/10/31/daftar-pemenang-indonesian-creator-night-2025-ada-sara-wijayanto-dan-leslar/>.
- Irawan, Deni. 2025. “Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional Dengan Inovasi Digital).” *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi* 08 (01): 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1>.
- Mahmuddin, Hamdan. 2021. “YouTube Sebagai Media Dakwah.” *Journal of Social Religion Research* 6 (1): 63–80. <https://doi.org/http://10.24256/pal.v6i1.2003>.
- Miles, A. Michael, Matthew B, and Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Edited by 2nd. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Nisrinaf, Hayah. 2023. “Kehadiran Malaka Project Untuk Mudahkan Akses Pendidikan Di Indonesia.” *Goodnewsfromindonesia*, October 28, 2023. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/10/28/kehadiran-malaka-project-untuk-mudahkan-akses-pendidikan-di-indonesia>.
- Nuriana, Zulfa Ilma, and Salwa Nisrina. 2024. “Digital Da’wah in the Age of Algorithm: A Narrative Review of Communication, Moderation, and Inclusion.” *Sinergi International Journal of Islamic Studies* 02 (04): 242–256. <https://journal.sinergi.or.id/index.php/ijis/article/view/706/514>.
- Perdana, Junda, and Fajar Sidik. 2025. “Visual Communication Patterns on Pat Kay’s YouTube Channel and Their Utilization in Digital Da’wah (An Analytical Study)” 7 (1): 2610–23. <https://proceedingincisst.arraayah.ac.id/index.php/incisst/article/view/86/196>.
- Purnomo, M. Hadi. 2021. “Managing YouTube Channel as a Virtual Da’wah Movement for Islamic Moderatism.” *Muharrrik: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 04 (01): 97–109.

<https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.772>.

Ridwan, Aang. 2022. "Dakwah Dan Digital Culture: Membangun Komunikasi Dakwah Di Era Digital." *LANTERA: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1 (1): 74–84. <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/view/2526/1416>.

Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Triyono, Agus. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.

Wibowo, Ari. 2021. "Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual." *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 2 (2): 179. <https://doi.org/10.32332/jbpi.v2i2.2497>.

Zuo, Feifan. 2023. "Visual Communication Design in the Context of Modern Media." *Communications in Humanities Research* 15 (1): 264–68. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/15/20230801>.