

The nature of the da'wah content of the Lampu Islam channel on YouTube with the principles of Islam content

طبيعة المحتوى الدعوي لقناة Lampu Islam على يوتيوب بمبادئ المحتوى الإسلام

Muhammad Ridwan¹, Zulkhaidir², Enggi Rahmat Firmanto³, Adi Wijaya

¹²³ Institut Muslim Cendikia, Sukabumi, Indonesia

E-mail: mrff0915@gmail.com¹, email.Zulkhaidir@arraayah.ac.id²,

email.enggirahmatfirmanto@arraayah.ac.id³

Submission: 17-05-2026

Revised: 24-05-2026

Accepted: 20-02-2026

Published: 28-07-2026

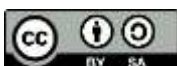
Abstract

The rapid development of digital media has significantly transformed Islamic da'wah communication, particularly on the YouTube platform. This study evaluates the extent to which da'wah content on the Lampu Islam YouTube channel adheres to Islamic content principles. Using an evaluative research method with a descriptive-analytical approach, this study applied Krippendorff's content analysis model to 22 da'wah videos published in 2024-2025. Seven indicators of Islamic content principles were employed: (1) shari'a sources (Qur'an and Hadith), (2) da'wah value (amar ma'ruf nahy munkar), (3) educational benefits, (4) language and delivery style, (5) contemporary relevance, (6) digital ethics, and (7) educational impact. Results show that the Lampu Islam channel generally fulfilled five of the seven principles at a satisfactory level. Its main strengths lie in strong da'wah values, highly relevant contemporary topics, and polite communicative language. Weaknesses were found in the incomplete citation of Qur'anic verses and hadith sources in some content, and the occasional use of overly persuasive clickbait-style titles. This study recommends that channel managers strengthen the verification process of scholarly sources, ensure transparent referencing, and avoid manipulative titles to improve the quality of sustainable digital da'wah.

Keywords: content analysis; da'wah; digital media; Islamic content; YouTube

Abstrak

Perkembangan media digital yang pesat telah mengubah lanskap komunikasi dakwah Islam secara fundamental, terutama melalui platform YouTube. Penelitian ini mengevaluasi sejauh mana konten dakwah pada kanal YouTube Lampu Islam memenuhi tujuh prinsip konten Islami: (1) sumber syariah (Al-Qur'an dan Hadis), (2) nilai dakwah, (3) manfaat edukatif, (4) bahasa dan gaya penyampaian, (5) relevansi kontemporer, (6) etika digital, dan (7) dampak edukatif. Desain penelitian evaluatif dengan pendekatan deskriptif-analitis diterapkan menggunakan model analisis isi Krippendorff pada 22 video



dakwah yang dipublikasikan pada 2024–2025. Hasil menunjukkan bahwa kanal ini memenuhi lima dari tujuh prinsip pada level sesuai hingga sangat sesuai. Kekuatan utama kanal adalah nilai dakwah yang kuat, relevansi topik yang tinggi terhadap isu kontemporer, dan penggunaan bahasa yang santun dan komunikatif. Kelemahan ditemukan pada ketidaklengkapan pencantuman sumber ayat dan hadis pada sebagian konten, serta kecenderungan penggunaan judul clickbait pada setidaknya satu video yang melemahkan etika digital. Penelitian ini merekomendasikan penguatan proses verifikasi sumber keilmuan sebelum penerbitan, transparansi referensi dalam video maupun deskripsi, dan penghindaran judul yang manipulatif agar Lampu Islam dapat menjadi model dakwah digital yang berkelanjutan dan kredibel.

Kata Kunci: analisis isi; dakwah; konten Islami; media digital; YouTube

ملخص البحث

لقد غيّر التطور السريع للوسائط الرقمية مشهد التواصل الدعوي الإسلامي بشكل جذري، ولا سيما من خلال منصة يوتيوب. تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مدى استيفاء محتوى الدعوة في قناة يوتيوب "Lampu Islam" لمبادئ المحتوى الإسلامي السبعة التالية: (١) المصادر الشرعية (القرآن الكريم والحديث النبوي)، (٢) القيمة الدعوية، (٣) الصحة ودقة المحتوى، (٤) اللغة وأسلوب التقديم، (٥) الملاءمة المعاصرة، (٦) الأخلاقيات الرقمية، و(٧) الأثر التعليمي. تم توظيف تصميم بحث تقويمي بمنهج نوعي ووصفي تحليلي، بالاستناد إلى نموذج تحليل المحتوى لكريبندورف (Krippendorff) على ٢٢ مقطع فيديو دعويًا تم نشرها خلال الفترة ٢٠٢٤–٢٠٢٥. تُظهر النتائج أن هذه القناة تستوفي خمسة من المبادئ السبعة بمستوى يتراوح بين "مناسب" و"مناسب جدًا". تتمثل نقاط القوة الرئيسية للقناة في القيمة الدعوية القوية، والمواءمة العالية للموضوعات مع القضايا المعاصرة، واستخدام لغة مهذبة وتواصلية. في المقابل، تم رصد نقاط ضعف تمثلت في عدم اكتمال ذكر مصادر الآيات القرآنية والأحاديث النبوية في بعض المحتويات، بالإضافة إلى الميل إلى استخدام عناوين مثيرة للانتباه (clickbait) في فيديو واحد على الأقل، مما يُضعف الالتزام بالأخلاقيات الرقمية. توصي هذه الدراسة بتعزيز عملية التحقق من المصادر العلمية قبل النشر، والشفافية في توثيق المراجع داخل الفيديو وفي وصفه، وتجنب العناوين التلاعبية، وذلك لكي يصبح "Lampu Islam" نموذجًا للدعوة الرقمية المستدامة والموثوقة.

الكلمات المفتاحية: تحليل المحتوى؛ الدعوة؛ المحتوى الإسلامي؛ الإعلام الرقمي؛ يوتيوب

مقدمة

لقد جلب تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العصر الرقمي تغييرات كبيرة في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك مجال الدعوة الإسلامية. الدعوة التي كانت تقتصر سابقًا على الاجتماعات وجهًا لوجه، والمساجد، ووسائل الإعلام المطبوعة، تطورت الآن عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة. يوتيوب هو واحد منها، الذي لا يعمل فقط كوسيلة

للترفيه، بل أيضا كوسيلة للتعليم، ونشر المعلومات، والدعوة الفعالة وسهلة الوصول لجميع مستويات المجتمع (راني وآخرون، ٢٠٢٥). تتميز منصة يوتيوب بأنها تمزج بين الصوت والصورة، مما يسمح للمستخدمين بإنشاء ومشاركة ونشر المحتوى لجمهور واسع حول العالم. يدرك العلماء والمفكرون الإسلاميون أيضا أهمية هذه المنصة كوسيلة لنقل الرسائل الإسلامية بطريقة أكثر حداثة، بما يتماشى مع احتياجات العصر ومتطلبات الجماهير المتنوعة (مانداليكا & رانغكوتي، ٢٠٢٤؛ غوناوان ومحمد، ٢٠٢٢).

قناة Lampu Islam هي واحدة من قنوات الدعوة التي تستحق البحث بسبب اتساقها في تقديم محتوى الدعوة الإسلامية ذات الصلة بحياة المجتمع الحديث. حتى الآن، لدى القناة ٣,٧ مليون مشترك مع ٥٢٣ فيديو تمت مشاهدتها ٩٧ مليون مرة. يظهر هذا النجاح أن Lampu Islam نجح في بناء ثقة الجمهور وله جاذبية قوية كوسيط دعوة رقمية. لكن وراء الإمكانيات الكبيرة للدعوة الرقمية، هناك تحدٍ حقيقي: كيفية الحفاظ على مصداقية التعاليم الإسلامية دون التضحية بجاذبية المحتوى (حكيم & دحري، ٢٠٢٥؛ مارليندا وبشوري، ٢٠٢٥).

تم إجراء دراسات حول الدعوة الرقمية على يوتيوب من قبل. درس ليساوا (٢٠٢٣) تأثير الإرشاد الديني على نمط الحياة الديني لمشاهدي قناة لامبو إسلام ووجد أن الإرشاد الديني من خلال القناة كان له تأثير إيجابي كبير بنسبة ٥٩,٧٪ على نمط الحياة الديني للجمهور. حلل هيرنانتو (٢٠٢١) تمثيل معنى التوحد الرباعية في محتوى محاضرة الدكتور زاكرا نايك التي بثت عبر قناة لامبو إسلام بنهج تحليل لغوي، لكنه لم يناقش مبادئ المحتوى الإسلامي بشكل شامل. بحثت لثفية (٢٠٢٣) في عملية إنتاج محتوى الدعوة على قناة طريبات البانين على يوتيوب، بينما قامت سيكومبانغ (٢٠٢٣) بتقييم جودة محتوى الدعوة على قناة "كتا أستاذ" على يوتيوب. معز (٢٠٢١) يحلل محتوى رسالة الدعوت لم. قريش شهاب في فيديو على يوتيوب لكنه يركز فقط على شخصية وموضوع محدد.

ومن هذه الدراسات، هناك فجوة بحثية واضحة: لم تجر دراسة تقييم بشكل محدد مستوى التزام محتوى الدعوة في قناة المصباح الإسلامي بالمبادئ السبعة للمحتوى الإسلامي بشكل شامل ومنهجي. هذا البحث هنا لسد هذه الفجوة باستخدام نموذج تحليل المحتوى لكرييندورف كأداة تقييم منظمة. الغرض من هذه الدراسة هو اكتشاف: (١) خصائص محتوى الدعوة الذي تقدمه قناة المصباح الإسلامي على يوتيوب، و (٢) مدى التزام المحتوى بمبادئ المحتوى الإسلامي.

منهجية البحث

تستخدم هذه الدراسة طريقة بحث تقييمية مع نهج تحليلي وصفي. تم اختيار هذا النهج لأنه يتماشى مع هدف البحث الذي يهدف إلى وصف وتحليل وتقييم محتوى الدعوة المنشور على قناة لمب إسلام على منصة يوتيوب بشكل معمق ومنهجي.

تقنية جمع البيانات المستخدمة هي تحليل المحتوى، والتي تشير إلى نموذج كرييندورف. يعد هذا النموذج من أكثر المناهج المنهجية رسوخا في دراسة تحليل الرسائل الإعلامية والاتصال الإعلامي، حيث يركز على تفسير المعاني الموجودة في نصوص ورسائل الإعلام بطريقة علمية وقابلة للقياس. أداة البحث هي ورقة تحليل محتوى مجمعة بناء على سبعة مؤشرات لمبادئ المحتوى الإسلامي (تم تطويرها من ساجاف وآخرين، ٢٠٢١؛ ابن قصير وأولي، ٢٠٢٤؛ المصور، ٢٠٢٥).

المصدر الأساسي للبيانات هو ٢٢ فيديو دعوة نشر على قناة لامبو إسلام على يوتيوب خلال الفترة ٢٠٢٤-٢٠٢٥. تم اختيار العينات بشكل مقصود بناء على المعايير التالية: (أ) تمثيل المواضيع الرئيسية (الإيمان، الأخلاق، الشريعة، المعاملة، والعلم الإسلامي)، (ب) التفاوت في مستوى الشعبية بناء على عدد المشاهدات، و(ج) تنوع صيغ العرض. تشمل مصادر البيانات الثانوية كتباً، ومقالات في المجلات، وأبحاث سابقة، ومراجع أكاديمية تتعلق بالدعوة الرقمية، والمحتوى الإسلامي، والتواصل الإسلامي.

تم جمع البيانات من خلال ثلاث تقنيات: (١) الملاحظة المنهجية لمحتوى الفيديو من حيث الموضوع، الرسالة، أسلوب العرض، المدة، والتفاعل مع الجمهور؛ (٢) التوثيق على شكل نصوص الفيديو، لقطات الشاشة، وإحصائيات القنوات؛ و(٣) دراسات الأدب من خلال دراسات الأدب السابقة. يتم تحليل البيانات عبر أربع مراحل متتالية: تقليل البيانات (اختيار المعلومات الأكثر صلة)، وتصنيف البيانات (تجميع المحتوى بناء على المواضيع وأنواع الرسائل)، وتفسير البيانات (تحليل معنى الرسائل وعلاقتها بالمبادئ الإسلامية)، ورسم الاستنتاجات (تجميع النتائج النهائية).

No.	عنوان الفيديو	الفئة	المدة (mnt)	المشاهدة (jt)
1	Inilah Alasan Allah Awalnya Menjanjikan Bani Israel Tanah Palestina	الجغرافيا السياسية الإسلامية	±18	2,4
2	Kisah Taubat Ahmad	الأخلاق/التوبة	±12	1,8
3	Quran Terbukti!! NASA Buktikan Ada Suara di Luar Angkasa	العلم والإسلام	±10	3,1

No.	عنوان الفيديو	الفئة	المدة (mnt)	المشاهدة (jt)
4	Merinding! Mendengar Gambaran Surga yang Indah Begini	الإيمان/الآخرة	±15	2,9
5	Motivasi Untuk Mulai Sholat Tahajud	العبادة/الدافع	±14	1,6

النتائج والمناقشة

النتائج

القناة Lampu Islam هي واحدة من قنوات الدعوة الإسلامية على يوتيوب التي تأسست في ١٨ أكتوبر ٢٠١٢. منذ تأسيسها، حاولت هذه القناة نقل التعاليم الإسلامية بطريقة سهلة الفهم، ومثيرة للاهتمام، وذات صلة بحياة المجتمع الحديث. في طريقه Lampu Islam شهدت تطورات كبيرة من حيث حجم الجمهور وتنوع المحتوى. لم تعد القناة تقدم فقط المحاضرات التقليدية، بل تطور أيضا صيغ دعوة إبداعية مثل رسومات الدعوة، والتجارب الاجتماعية، والأفلام الإسلامية القصيرة، وفيديوهات تحفيزية دينية.

استنادا إلى تحليل ٢٢ فيديو نموذجي، تم تحديد محتوى قناة الدعوة تظهر المصاييح الإسلامية عدة خصائص رئيسية. أولا، من حيث المواضيع، يشمل المحتوى: موضوع الإيمان (التوحيد، النبوة، الآخرة)، موضوع العبادة (التحجد، التوبة)، موضوع الأخلاق (الدافع الروحي والقصص الملهمة)، موضوع المعالة (السياسة الإسلامية والصراع الفلسطيني-الإسرائيلي)، وموضوع العلم والإسلام (ظواهر الفضاء). ثانيا، أسلوب العرض يهيمن عليه المحاضرات، والسرد القصصي، والدراسات الموضوعية بلغة بسيطة وعاطفية وسهلة الفهم. ثالثا، مدة الفيديو تختلف من قصير إلى متوسط مع سرد منهجي. رابعا، اللغة المستخدمة هي لغة إندونيسية تواصلية، مهذبة، وغير استفزازية، تتخللها اقتباسات من القرآن والحديث وترجمتهما. خامسا، معظم عناوين الفيديو مفيدة ومثيرة للاهتمام، لكن هناك بعض العناوين التي تميل إلى أن تكون مفرطة في جذب

النقرات، مثل الفيديوهات التي تحتوي على عناوين "Quran Terbukti!! NASA Buktikan Ada Suara di Luar Angkasa".

المناقشة

أ. تحليل الامتثال للمبادئ السبعة للمحتوى الإسلامي

١. المصادر الشرعية (القرآن والحديث)

المؤشر الأول يقيم مدى استناد محتوى الدعوة إلى القرآن وحديث النبي، اللذين يعتبران مصدرا موثوقا للتعاليم الإسلامية. من بين ٢٢ فيديو تم تحليلها، استخدمت الأغلبية ($\pm 77\%$) آيات القرآن و/أو الأحاديث كأساس للحجج. الفيديو الثاني (قصة توبة أحمد) والفيديو الخامس (دافع صلاة التهجد) يظهران أفضل التزام في هذا الجانب: المصدر المذكور بالكامل بذكر اسم السورة، أو رقم الآية، أو راوي الحديث القابل للتحقق منه.

ومع ذلك، تم اكتشاف نقطي ضعف. أولا، في الفيديو ١ (فلسطين)، هناك عبارات مثل "القرآن يبرر ذلك أيضا" دون ذكر سورات وآيات محددة، مما يقلل من المساءلة الأكاديمية. ثانيا، في الفيديو الثالث (ناسا والقرآن)، يقتبس المقدم حديثا يصنف أكاديميا كذيف (ضعف) دون أن يحذر الجمهور عن مكانة السناد. وهذا قد يضلّل الجمهور العام الذي لا يمتلك معرفة كافية بالحديث. يتماشى هذا الاكتشاف مع ألفاني وأنور (٢٠٢٤) اللذين وجدوا أن وضع الحديث في سياق العصر الرقمي معرض جدا للتشويه بسبب ضغط إنتاج المحتوى السريع.

٢. قيمة الدعوة

المؤشر الثاني يقيم ما إذا كان المحتوى يحتوي على عناصر من عمار معروف (الدعوة للخير) وناهي منكار (منع الشر). هذه هي أقوى جوانب محتوى المصباح الإسلامي: جميع الفيديوهات الـ ٢٢ التي تم تحليلها تحتوي على رسالة واضحة وبناءة عن الدعوة. يتم أداء الوظائف الإقناعية والوفائية للدعوة بشكل جيد بأشكال متعددة.

ينجح الفيديو الرابع (صورة الجنة) في إثارة دافع العبادة من خلال تصوير دقيق ومفصل لمكافآت السماء. الفيديو الخامس (تهاجود) يدعو الجمهور صراحة إلى عدم الرضا عن كونهم "مسلمين عاديين" بل يطمحون لأن يكونوا خبيرا في الإحسان. الفيديو الثاني (توبة أحمد) يمنح الأمل لأولئك الذين وقعوا في الخطيئة ألا يتخلوا عن رحمة الله. تثبت هذه الفيديوهات الثلاثة أن الأساليب التحفيزية والسردية في الدعوة الرقمية فعالة جدا في لمس الأبعاد العاطفية والروحية للجمهور، كما وجد رفعة وميا (٢٠٢٥) أن نهج التواصل الإقناعي القائم على المشاعر له ارتباط قوي بزيادة الفهم الديني.

٣. الفوائد والتعليم

المؤشر الثالث يقيم قدرة المحتوى على تقديم المعرفة أو الرؤى أو الحلول لمشاكل الحياة من منظور إسلامي. بشكل عام، محتوى لمب إسلام له قيمة تعليمية عالية. يقدم الفيديو الأول نظرة معمقة على تاريخ الإسلام المرتبط بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي من منظور القرآن، الذي نادرا ما يناقش بشكل شامل في المنتديات العامة. يربط الفيديو الخامس بنجاح عبادة التهجد بالفوائد النفسية مثل راحة البال، وتقليل التوتر، وتحسين جودة النوم، مما يجعل العبادة تبدو ذات صلة وقابلة للتطبيق على الجيل الأصغر.

ومع ذلك، فإن القيمة التعليمية لفيديو ٣ (ناسا) انخفضت بشكل كبير بسبب الادعاءات غير المؤكدة. على الرغم من أن الموضوع مثير للاهتمام وله القدرة على زيادة الإعجاب بعظمة الإسلام، إلا أن استخدام مصادر غير مسؤولة قد يثير الشكوك لدى الجماهير النقدية. تعزز هذه النتيجة حجة عزيز (٢٠٢٥) بأن مهارات الثقافة الإعلامية والتحقق من المصادر هي المفتاح للحفاظ على نزاهة محتوى الدعوة الرقمي.

٤. اللغة وأسلوب التقديم

المؤشر الرابع يقيم استخدام اللغة والأسلوب البلاغي في نقل رسائل الدعوة. وهذا هو ثاني أقوى جانب في قناة المصباح الإسلامي. جميع الفيديوهات تستخدم لغة إنдонيسية يومية بسيطة وسهلة الفهم من قبل مستويات مختلفة من الجمهور. لم يتم العثور على استخدام كلمات استفزازية أو مهينة لمجموعات معينة أو تحتوي على عناصر كراهية.

استخدم المقدمون نهجا تمكينا يوفر التشجيع دون حكم. في الفيديو ٥، على سبيل المثال، لا يستخدم المقدم نبرة متعالية للجمهور الذي قد لا يكون على دراية بالتهجد، لكنه ينقل دعوة بالأمل والتفاؤل. هذا الأسلوب الشامل وغير التصادموي في اللغة يزيد من احتمال استقبال رسالة الدعوة من قبل الجماهير من خلفيات مختلفة، كما يؤكد مبدأ الدعوة بالحكمة في سورة النحل الآية ١٢٥. تتوافق هذه النتائج مع مودا لوبيس وقادري (٢٠٢٤) الذين يؤكدون أن أخلاقيات التواصل القرآني التي تركز على الوطأة هي المفتاح لتقليل مقاومة الجمهور.

٥. الأهمية المعاصرة

المؤشر الخامس يقيم قدرة محتوى الدعوة على الاستجابة للقضايا الحقيقية والاحتياجات الحقيقية للمجتمع الحديث. تظهر قناة المصباح الإسلامية أداء ممتازا في هذا الجانب. موضوع الصراع الفلسطيني الإسرائيلي (الفيديو ١) يرد مباشرة على التطورات الجيوسياسية العالمية التي تعد الشاغل الرئيسي للمسلمين في العالم. موضوع التوبة والأزمة الأخلاقية (الفيديو ٢) مرتبط بواقع الانحلال والأخلاقي الذي يواجهه الجيل الأصغر. موضوع الطهجد وجودة النوم (الفيديو ٥) يجيب على احتياجات المجتمع الحديث الذي يواجه التوتر والأرق ونمط حياة غير متوازن.

قدرة هذه القناة على ربط تعاليم الإسلام الأبدية بالقضايا المعاصرة التي يشعر بها الجمهور بوضوح هي مفتاح فعالية الدعوة. وهذا يتماشى مع مبدأ الدعوة الذي يجب أن يكون سياقيا (جايا وبراتاما، ٢٠٢٥) ونتائج داليمونتي (٢٠٢٣) التي تفيد بأن التعليم الديني الإسلامي الناجح قادر على مواجهة تحديات سياق العصر دون تغيير جوهر التعاليم.

٦. الأخلاقيات الرقمية

المؤشر السادس يقيم التزام المحتوى بالمعايير الأخلاقية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك صدق العناوين، وعدم التلاعب بالمعلومات، وعدم استغلال القضايا الحساسة بشكل غير مسؤول. هذا هو أضعف جانب في قناة المصباح الإسلامي بناء على التحليل الذي أجري.

الفيديو ٣ بعنوان "القرآن مثبت!!" "ناسا تثبت وجود صوت في الفضاء" مثال واضح على انتهاك الأخلاقيات الرقمية. يستخدم هذا العنوان علامات تعجب مزدوجة وادعاءات مثيرة لا تدعمها بالكامل أدلة علمية قابلة للتحقق. لا توجد روابط لمنشورات ناسا الرسمية أو المجالات العلمية المذكورة في محتوى أو وصف الفيديوها. هذا النوع من الممارسات الجذابة للنفقات ينتهك مبادئ الصدق والثقة في التواصل الإسلامي. على الرغم من أن الفيديوها الأخرى (الفيديوها ١، ٢، ٤، و ٥) تتميز بأخلاقيات رقمية جيدة مع عناوين صادقة وغير تلاعبية، إلا أن وجود فيديو واحد ينتهك هذه المعايير كاف لتقليل الحكم العام على جانب الأخلاقيات الرقمية.

تؤكد هذه النتيجة حجة حمامة (٢٠٢٤) بأن أخلاقيات التواصل في وسائل التواصل الاجتماعي هي تحديات حقيقية يجب على صناع المحتوى الإسلاميين مواجهتها. ممارسة الجذب النقري لا تقوض فقط ثقة الجمهور على المدى الطويل، بل تتعارض.

٧. الأثر التعليمي

المؤشر السابع يقيم إمكانات المحتوى في تقديم تأثير تعليمي وتغيير إيجابي للجمهور. على الرغم من أن هذه الدراسة لم تقيس التأثير بشكل كمي من خلال استطلاعات الجماهير، إلا أن تحليل هيكل الرسالة وردود فعل الجمهور في عمود التعليقات أظهر تأثيرا تعليميا مرتفعا محتملا على غالبية الفيديوها التي تم تحليلها.

الفيديو ٤ (الجنة) والفيديو ٥ (قيام الليل) لهما أكبر تأثير محتمل لأنهما يقدمان محتوى تحويلي—وليس فقط إعلاميا—من خلال تضمين دوافع واضحة، وأدلة من الأحاديث الحقيقية، ودعوات ملموسة للتصرف بإيجابية. يستخدم الفيديو الثاني (توبة أحمد) قوة السرد الحقيقي لإثارة التعاطف والتأمل الذاتي لدى الجمهور. هذا التأثير التعليمي المحتمل يجعل يوتيوب وسيلة فعالة للتعلم الديني غير الرسمي، خاصة للجيل الأصغر الذي لا يملك الوصول إلى منتديات التلاوة التقليدية (صمد، ٢٠٢٥؛ فايضة ومفتوحا، ٢٠٢٤).

ب. إعادة ملخص مستوى الامتثال

استنادا إلى تحليل شامل لجميع المؤشرات، فيما يلي ملخص لمستوى التزام محتوى الدعوة في قناة المصباح الإسلامية بالمبادئ السبعة للمحتوى الإسلامي:

No.	المبدأ	النتائج الرئيسية	الحالة	النداءات
1	المصدر الشرعي	٧٧٪ من الفيديوهات تستخدم الفرضيات؛ فيديو واحد يستخدم حديثا ضعيفا؛ بعضهم لا يذكر السورة أو الآية الكاملة	مناسب	الحاجة إلى تعزيز التحقق من المصدر والشفافية
2	قيمة الدعوة	تحتوي جميع الفيديوهات إلى ٢٢ على دعوة واضحة وبناءة للطف ومنع الشر	مناسب جدا	القوة الرئيسية للقناة؛ فعالة إقناعيا
3	الفوائد والتعليم	الغالبية العظمى من الفيديوهات لها قيمة تعليمية عالية؛ تم تقليل الفيديو ٣ بسبب ادعاءات غير مؤكدة	مناسب	يلزم تقديم براهين أكثر تحديداً وواقعيةً بخصوص الترابط بين الإسلام والعلوم
4	اللغة والتقديم	جميع الفيديوهات تستخدم لغة مهذبة، شاملة، تواصلية، وغير مثيرة للجدل	مناسب جدا	نقاط القوة الرئيسية؛ الحفاظ عليه وتوجيهه
5	الأهمية المعاصرة	المواضيع المطروحة ذات صلة كبيرة بالقضايا والاحتياجات الفعلية للمجتمع الحديث	مناسب جدا	مفتاح فعالية الدعوة للجيل الأصغر

No.	المبدأ	النتائج الرئيسية	الحالة	التداعيات
6	الأخلاقيات الرقمية	فيديو واحد يستخدم الجذب الجذاب والادعاءات غير المؤكدة؛ الغالبية العظمى من الفيديوهات أخلاقية	جيد	يلزم اتباع سياسة تحريرية أكثر صرامة وحزمًا
7	الأثر التعليمي	المحتوى تحويلي، يشجع على التأمل الذاتي، ودافع العبادة، وتقوية الإيمان	مناسب	تمتلك إمكانات كبيرة لتكون وسيلة من وسائل التعلم الرسمي

الجدول ٢. ملخص التزام محتوى المصباح الإسلامي بمبادئ المحتوى الإسلامي

ت. المداخلات والمناقشات النظرية المتقاطعة

تُفسر نتائج هذا البحث عن عدة مضامين نظرية جوهرية. أولاً: إن القوة التي يمتاز بها 'Lampu Islam' من حيث القيمة الدعوية، واللغة، والمواءمة المعاصرة، تؤكد افتراض نظرية الاتصال الإسلامي بأن فاعلية الدعوة لا تقاس بعمق المادة الدينية فحسب، بل تتوقف أيضاً على قدرة الداعي على انتقاء الوسط والمنهج اللغوي الملائمين لخصائص المتلقي (Saggaf et al., 2021). كما تبين أن منهج القصص (storytelling) والأسلوب التحفيزي اللذين يُعتمدان بشكل واسع في 'Lampu Islam' فعالان في بناء الإشارك العاطفي للجمهور.

ثانياً، فإن الضعف في جانبي المصادر الشرعية والأخلاقيات الرقمية يعزز من نتائج (Alfani & Anwar, 2024) و (Aziz, 2025) بأن ضغط النظام البيئي الرقمي لإنتاج محتوى يحقق الانتشار الفيروسي قد يؤدي إلى المساس بسلامة المحتوى الديني. إن خوارزمية يوتيوب التي تفضل المحتوى ذي نسبة النقر المرتفعة (click-through rate) تدفع صانعي المحتوى إلى استخدام عناوين مثيرة (clickbait)، بينما يقلل جدول الإنتاج المزدهم من الوقت المخصص للتحقق الدقيق من المصادر. ثالثاً، إن المقارنة بين الفيديوهات التي تلتزم بشكل كامل بمبادئ المحتوى الإسلامي (مثل الفيديو ٢ و ٤ و ٥) وتلك التي لا تلتزم (الفيديو ٣) تُظهر أن الالتزام بالمبادئ الإسلامية وشعبية المحتوى ليسا دائماً على علاقة عكسية. فقد حصل الفيديو ٤ (الجنة) الذي يلتزم التزاماً كاملاً على ٢,٩ مليون مشاهدة، وهو ما يقارب الفيديو ٣ (ناسا) الذي انتهك الأخلاقيات الرقمية والذي حصل على ٣,١ مليون مشاهدة. وهذا يثبت أن محتوى الدعوة الصادق والدقيق قادر على المنافسة في النظام البيئي الرقمي دون الحاجة إلى التضحية بالنزاهة العلمية والأخلاقيات الاتصالية (Huzaidi et al., 2025).

تختلف هذه النتائج عن دراسة Sikumbang (٢٠٢٣) التي وجدت ضعفًا أكثر جوهرية في جانبي القيمة الدعوية وعمق المادة في قناة "Kata Ustadz". وهذا يشير إلى أن "Lampu Islam" يمتلك أسسًا دعوية أقوى، حيث أن نقاط الضعف فيه أكثر طابعًا تقنيًا (التحقق من المصادر وأخلاقيات العناوين) منها جوهريًا. وبالمقارنة مع نتائج دراسة Lissawa (٢٠٢٣) التي أظهرت تأثير "Lampu Islam" الإيجابي على نمط الحياة الديني للجمهور بنسبة ٥٩,٧٪، فإن هذا البحث يقدم صورة أكثر شمولاً عن جوانب المحتوى الداعمة وتلك التي تحتاج إلى تحسين في سبيل تحقيق ذلك الأثر الإيجابي..

الخلاصة

تخلص هذه الدراسة إلى أن محتوى الدعوة في قناة يوتيوب "Lampu Islam" قد استوفى بشكل عام معظم مبادئ المحتوى الإسلامي، حيث جاءت خمسة من أصل سبعة مبادئ ضمن فئة "مناسب" إلى "مناسب جدًا". تتمثل نقاط القوة الرئيسية لهذه القناة في ثلاث ركائز: القيمة الدعوية القوية والبناءة في جميع محتوياتها، والمواءمة العالية للموضوعات مع احتياجات وقضايا المجتمع الحديث المعاصرة، وكذلك استخدام لغة مهذبة وشاملة وسهلة الفهم. وهذه الركائز الثلاث تجعل من "Lampu Islam" نموذجًا إيجابيًا رائدًا في الدعوة الرقمية الفعالة في الوصول إلى جيل الشباب.

إلا أن هناك جانبين يحتاجان إلى عناية جادة. أولاً: جانب المصادر الشرعية الذي لا يزال يشير إلى عدم اكتمال ذكر اسم السورة ورقم الآية في بعض الفيديوهات، بالإضافة إلى وجود استخدام لحديث ضعيف دون بيان حاله في الفيديو رقم ٣. ثانيًا: جانب الأخلاقيات الرقمية الذي تم انتهاكه من خلال استخدام عناوين مثيرة (clickbait) مفرطة وادعاءات غير قابلة للتحقق في الفيديو نفسه. وهذان الضعفان ذا طبيعة تقنية يمكن إصلاحهما من خلال تعزيز الإجراءات التحريرية دون الحاجة إلى تغيير جوهر ومنهج الدعوة الذي أثبت فعاليته.

بناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة القائمين على قناة "Lampu Islam" بثلاثة أمور: (١) تعزيز عملية التحقق والمراجعة التحريرية قبل النشر، خاصة فيما يتعلق بصحة الأحاديث واكمال ذكر مصادر الآيات القرآنية؛ (٢) تجنب استخدام العناوين المفرطة والادعاءات غير المدعومة بأدلة موثقة، لأن ذلك يضر بالمصداقية طويلة المدى للقناة؛ (٣) تضمين مراجع المصادر بشفافية، سواء في السرد الشفهي أو في وصف الفيديو، لتمكين الجمهور من إجراء التحقق الذاتي.

أما بالنسبة للباحثين المستقبليين، فيوصى بإجراء دراسات كمية لقياس الأثر الحقيقي لمحتوى الدعوة الرقمية على التغيرات السلوكية الدينية للجمهور بشكل *measurable*، وتوسيع نطاق البحث ليشمل قنوات دعوية أخرى بمنهج مقارن بهدف تحديد أفضل الممارسات (*best practices*) في الدعوة الرقمية، وكذلك دراسة الاستراتيجيات الخوارزمية ليوتيوب في توزيع محتوى الدعوة على الجمهور المستهدف. وبالنسبة للمجتمع كمستهلك للمحتوى، يُنصح بتعزيز الثقافة الرقمية والموقف

النقدي أثناء استهلاك محتوى الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي، وعدم التأثر بسهولة بالعناوين المثيرة قبل التحقق من صحة مضمون المحتوى ومراجعة مصادره المرجعية.

المراجع

- Alfani, Mukhammad, dan Latifah Anwar. 2024. "Kontekstualisasi Hadis dalam Era Digital: Retorika dan Otoritas Keagamaan Influencer Dakwah di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Islam* 18(2).
- Almufassir, A. Zamzami. 2025. "Strategi Dakwah Digital Berbasis Hadis: Tinjauan Nilai-Nilai Adab Komunikasi dalam Media Sosial." *Jurnal Dakwah Digital* 2(1): 29–41.
- Anwar, Muhammad. 2018. "Prinsip-Prinsip Dakwah Menurut Sayyid Quthub (Sebagai Pedoman Dai untuk Keberhasilan Dakwah)." *Jurnal Dakwah Tabligh* 16(1): 6.
- Aryani, Zhahrana Oktavia. 2025. "Problematisasi Dakwah Digital Menurut Ustaz Salim A. Fillah: Antara Idealisme dan Realitas Platform Digital." *Jurnal Dakwah Kontemporer* 5(2): 193–211.
- Aziz, Zaid Abdul. 2025. "Peran Literasi Media dalam Menangkal Penyebaran Hoaks di Era Digital." *Jurnal Komunikasi dan Media* 5(2): 248–264.
- Burgess, Jean, dan Joshua Green. 2018. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. 2nd ed. Cambridge: Polity Press.
- Dalimunthe, Dewi Shara. 2023. "Transformasi Pendidikan Agama Islam: Memperkuat Nilai-Nilai Spiritual, Etika, dan Pemahaman Keislaman dalam Konteks Modern." *Al-Murabbi: Jurnal Pendidikan Islam* 1(1): 75–96. <https://doi.org/10.62086/al-murabbi.v1i1.426>.
- Dina, Rahmawati. 2025. *Isu dan Solusi Dakwah Kontemporer*. Jakarta: Pustaka Islam Digital.
- Dzaky, Naufal Eka, Riziq Muaafii, Muhammad Hafizh Santoso, dan Khairul Atqiya. 2025. "Etika Media Digital dalam Era Kecerdasan Buatan." *Jurnal Komunikasi Digital* 13(2): 193–207.
- Efendi, Erwan, Nurhalisah Nasution, dan Azza Mifta Rao. 2024. "Alternatif Media Dakwah di Era Digital." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4(3): 943–951. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.734>.
- Fadilah, Rafif Ahmad, Ahmad Asrof Fitri, dan Elang Bachrudin. 2025. "Analisis Persepsi Lulusan KPI IAI Al-Azis terhadap Konten 'Seluruh Umat Muslim Harus Kompak' dalam Tinjauan Jurnalisme Profetik." *Jurnal KPI* 5: 92–103.
- Faizah, Rida, dan Maftuhah. 2024. "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam di Kalangan Generasi Milenial." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 4.
- Gunawan, Reka, dan Abdul Muhid. 2022. "The Strategy of Da'wah Bil Hal Communication: Literature Review." *Komunike: Jurnal Komunikasi Islam* 14(1): 33–50. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v14i1.5270>.

- Hakim, Faisol, dan Harapandi Dahri. 2025. "Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam." *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 5(1): 187–206. <https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>.
- Hamama, Syifa. 2024. "Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Tantangan dan Solusinya." *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah* 4(2): 182–197.
- Hernanto, Jeihan Hafiya. 2021. "Representasi Makna Tauhid Rububiyah dalam Dakwah Dr. Zakir Naik (Studi pada Media Kanal YouTube Lampu Islam)." Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Huzaidi, Ferdiana Arif, Fira Maghfiroh, Umi Nailul Ula, dan Ali Hasan Siswanto. 2025. "Dimensi Aksiologis Dakwah dalam Era Digital: Transformasi Nilai Etika Dakwah dalam Ruang Virtual." *Jurnal Penelitian Nusantara* 1(2): 739–745.
- Ibnu Kasir, dan Syahrul Awali. 2024. "Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern." *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta* 11(1): 59–68.
- Jaya, Candra Krisna, dan Lalu Muh Reza Pratama. 2025. "Dakwah di Era Digital: Inovasi Media sebagai Respon terhadap Kebutuhan Umat Kontemporer." *Jurnal Komunikasi dan Dakwah* 1(1): 11–21.
- Lissawa, Fatia Zahra. 2023. "Pengaruh Penyuluhan Agama terhadap Gaya Hidup Beragama Penonton Channel YouTube Lampu Islam." Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Luthfiyah, Harirotul. 2023. "Proses Produksi Konten Dakwah di Channel YouTube Tarbiyatul Banin." Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang.
- Mandalika, Mandalika, dan Miswar Rasyid Rangkuti. 2024. "Seni Kaligrafi sebagai Media Dakwah Islam di Indonesia." *Jurnal Ekshis* 2(2): 146–155. <https://doi.org/10.59548/je.v2i2.272>.
- Marlenda, Marlenda, dan Bashori Bashori. 2025. "Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial." *Al-Ukhwah: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 4(1): 1–12. <https://doi.org/10.47498/jau.v4i1.5131>.
- Maulana, Rizky, dan Eceh Trisna Ayuh. 2025. "Pola Strategi Komunikasi Digital YouTuber dalam Meningkatkan Keterlibatan Viewers saat Live Streaming." *Jurnal Komunikasi Digital* 1: 45–56.
- Muda Lubis, Yasser, dan Wahab Nur Kadri. 2024. "Ujaran Kebencian di Era Digital (Perspektif Etika Komunikasi Al-Quran dan Solusinya)." *BUSYRO: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 6(1): 1–17. <https://doi.org/10.55352/kpi.v6i1.1126>.
- Muiz, Muhammad. 2021. "Analisis Isi Pesan Dakwah M. Quraish Shihab dalam Video YouTube Kajian Maulid Nabi: Cinta Rasul di Channel Najwa Shihab." Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo.

- Rani, Fifi Aulia, Muhammad Ghilman Kafa, Annisa Hanifa, dan Nailis Sa'adah. 2025. "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam: Antara Peluang dan Tantangan di Era Teknologi." *Ittishal: Jurnal Komunikasi dan Media* 2(1): 31.
- Rofi'ah, Zaimatur, dan Mazriatul Miah. 2025. "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Media Dakwah: Kontribusinya terhadap Peningkatan Pemahaman Pendidikan Agama Islam." *Jurnal Komunikasi Islam* 9: 174–186.
- Saggaf, Muhammad Ilmi, Muhammad Wildan Arif, Muhammad Habibie, dan Khairul Atqiya. 2021. "Prinsip Komunikasi Islam sebagai Etika Bermedia Sosial." *Journal of Communication Studies* 1(01): 15–29. <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.698>.
- Samad, Nursalam. 2025. "Komunikasi Edukasi dalam Pemanfaatan Media Digital." *Jurnal Komunikasi* 6(2): 265–273.
- Saputra, M. Reza, dan Fajar Hidayat. 2025. "Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat." *Jurnal Komunikasi dan Media Massa* 2(1): 62–73.
- Sikumbang, Fatur Rachman. 2023. "Evaluasi Kualitas Konten Dakwah pada YouTube 'Kata Ustadz'." Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang.
- Suryadi, Rudi Ahmad. 2022. "Al-Qur'an sebagai Sumber Pendidikan Islam." *Taklim: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 20(2): 83–94. <https://doi.org/10.17509/tk.v20i2.50336>.
- Wardana, Dirga Arif, dan Hotmatua Paralian. 2024. "Implementasi Prinsip Amar Ma'ruf Nahy Munkar dalam Konten Dakwah Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 22(2): 85–116.
- Zahro, Ida. 2024. "Analisis Isi Pesan Edukasi Serial Animasi 'Riko The Series' sebagai Nilai Karakter Peduli Sosial Anak Usia Dini." *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 9: 64–75.