

ANALISIS PESAN AKHLAK DI AKUN YOUTUBE @CHANNELFKSMMSUNGGAL

Fadlan Habib, Khatibah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

fadlan0101212076@uinsu.ac.id, khatibah@uinsu.ac.id

Abstract

Article History

Received : 04-04-2025

Revised : 21-04-2025

Accepted : 28-05-2025

Keywords:

*Strategy, Mass Media,
Thematic Hadith.*

This study aims to analyze moral messages in the narrative of the life of the Prophet Muhammad SAW. delivered through the YouTube channel @ChannelFKSMMSunggal and to examine the interaction of viewers with the content. The method used is qualitative with a descriptive approach, which involves observation, documentation, and analysis of message content in videos and community responses in the comments section. The data analysis technique is carried out by content analysis which includes collecting, processing, and interpreting data from videos uploaded on the channel. The results of this study indicate that moral messages in the video can be classified into three main dimensions: morality towards oneself, morality towards fellow human beings, and morality towards Allah SWT. Morality towards oneself is reflected through the values of honesty, responsibility, and independence of the Prophet since childhood. Meanwhile, morality towards others is seen through the affection and defense given by Abu Thalib to the Prophet, as well as the Prophet's involvement in social activities that uphold justice. Morality towards Allah is reflected through the Prophet's spiritual awareness in responding to every destiny and event he faces as part of his preparation for prophethood.

Pendahuluan

Perkembangan media digital berkembang pesat dengan inovasi teknologi yang memungkinkan akses informasi lebih cepat, luas, dan efisien dibanding media konvensional (Prasasti & Anas, 2023). Media ini mencakup berbagai bentuk komunikasi seperti teks, suara, dan gambar yang didistribusikan melalui jaringan berbasis optik, satelit, dan gelombang mikro, serta berfungsi sebagai platform interaktif yang memungkinkan partisipasi aktif pengguna (Nurjanah & Mukarromah, 2021). Media digital, yang berbasis mesin, dapat dibuat, didistribusikan, dan diakses melalui perangkat elektronik dalam berbagai format seperti video, gambar, dan teks (Fitria et al., 2021). Media ini efektif untuk menyampaikan pesan dakwah dan menjangkau audiens luas serta beragam (Leaver et al., 2020).

Menurut Pavlik dan McIntosh dalam (Milyane et al., 2023), media digital adalah teknologi pengiriman konten berupa format digital melalui jaringan internet, sedangkan McQuail (2016) menyatakan bahwa media digital adalah saluran komunikasi elektronik berbasis kode biner. Van Dijck dalam (Milyane et al., 2023) menyebutkan media ini sebagai infrastruktur komunikasi digital yang menghubungkan pengguna konten dan pengguna lain dalam jaringan. Penelitian lain oleh Mulya et al. (2023) menunjukkan bahwa pemasaran digital dengan media sosial dan platform e-commerce membantu UMKM meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar, meskipun dihadapkan oleh kendala seperti keterbatasan akses dan literasi digital. Media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan TikTok menjadi bagian penting dari media digital yang menyediakan fitur komunikasi dan berbagi media secara daring (Raharja & Natari, 2021). Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh media digital dalam kehidupan Masyarakat kini.

Proses perkembangan media digital ini juga juga dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran ajaran islam, menjadi solusi dalam syiar agama di zaman yang marak dengan penggunaan media sosial. Penyesuaian media dakwah menjadi penghubung antara pendakwah dan target dakwah. Sejalan dengan pembahasan dalam surah Ibrahim ayat 4:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ﴿٤﴾

Artinya: “Kami tidak mengutus seorang rasul sekalipun kecuali menggunakan bahasa kaum mereka agar dapat menjelaskan ajaran kepada mereka. Maka, Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki dan memberikan petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dialah Yang Mahaperkasa dan Maha Bijaksana”

Menurut penafsiran Ibnu Katsir (1999) dalam Tafsirul Qur’ani ‘Adzim, ayat ini menunjukkan salah satu bentuk kelembutan Allah kepada makhluk-Nya, yaitu dengan mengutus para rasul kepada mereka dari kalangan mereka sendiri yang berbahasa agar mereka dapat memahami rasul dan pesan yang disampaikan. Dakwah pun bersifat dinamis karena harus mengikuti perkembangan zaman; jika tidak, masyarakat tidak akan tertarik. Oleh karena itu, salah satu faktor utama agar dakwah lebih maju dan tetap eksis adalah dari sumber daya manusia yang mengelola dakwah, termasuk dalam memilih media yang tepat untuk penyampaian.

Media sosial telah menjadi sarana komunikasi vital dalam masyarakat kontemporer, terutama melalui aplikasi media sosial yang tersedia di perangkat seluler atau smartphone (Albahroyni, Sazali & Khatibah, 2023). Tinjauan ini didukung oleh penelitian (Albahroyni et al., 2023) salah satu media sosial tiktok yang dapat menjadi salah satu media dakwah dalam penyebaran ajaran agama Islam memiliki pengaruh yang positif serta efektif dalam kegiatan dakwah. Selanjutnya didukung oleh penelitian (Raharja & Natari, 2021) bahwa media sosial memberikan sebuah fasilitas untuk berbagai kegiatan dengan berbagai kemudahan salah satunya dalam pembelajaran mengenai pemasaran dan memberikan peningkatan yang positif.

YouTube merupakan platform media sosial berbasis video yang menawarkan ruang luas untuk penyebaran informasi tanpa batas durasi (Fadhal & Nurhajati, 2012). Dengan kemampuan menjangkau audiens yang beragam, YouTube memiliki potensi besar bagi organisasi maupun individu untuk

menyampaikan nilai-nilai Islam secara efektif dan interaktif (Rachmad, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah melalui YouTube didukung oleh fitur visual dan kemudahan akses yang membuatnya menarik, terutama bagi generasi muda (Zulhazmi & Priyanti, 2020). Pendekatan bercerita dalam konten religi mampu membangkitkan emosi dan keterlibatan penonton (Nengsih & Fajri, 2023), sementara variasi materi seperti tauhid, akhlak, dan aqidah mendapatkan jumlah penayangan yang signifikan, menunjukkan efektivitas saluran ini dalam menarik perhatian masyarakat terhadap pesan keagamaan (Safitri & Sandy, 2022).

Saat ini, permasalahan akhlak menunjukkan penurunan moral, seperti intoleransi, kurangnya empati, dan etika yang menurun akibat minimnya penanaman nilai moral yang efektif. Media sosial seperti YouTube dapat menjadi solusi dakwah inovatif dengan menyajikan konten yang mengedukasi dan menginspirasi tentang pentingnya akhlak mulia. Melalui video yang menyentuh hati, dakwah di platform ini mampu menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi muda, dan memperkuat internalisasi nilai-nilai moral dalam kehidupan sehari-hari. Namun faktanya, permasalahan utama dalam penyebaran dakwah saat ini terletak pada persepsi masyarakat yang masih mengaitkan dakwah secara eksklusif dengan ceramah di masjid, sehingga mereduksi keberagaman metode yang sebenarnya dapat digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman.

Di era digital, penggunaan platform seperti YouTube menawarkan solusi efektif untuk meningkatkan jangkauan dakwah dengan cara yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta pola konsumsi informasi masyarakat saat ini yang lebih cenderung berbasis visual dan interaktif (Braghieri et al., 2022). Dengan memanfaatkan YouTube sebagai media dakwah, para da'i dapat menyajikan konten yang variatif, seperti ceramah singkat, vlog edukatif, maupun diskusi interaktif, sehingga dakwah tidak lagi terbatas oleh batas geografis dan waktu, melainkan mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam lintas budaya dan usia. Oleh karena itu, pentingnya penelitian ini berupa penguatan pemanfaatan platform digital seperti YouTube menjadi solusi strategis untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih inklusif, efektif, dan sesuai dengan dinamika zaman modern.

Dakwah melalui platform digital dapat menjadi upaya perbaikan akhlak pada masyarakat. Akhlak sebagai salah satu nilai ajaran Islam, terdiri dari akhlak terhadap Khaliq sang pencipta dan akhlak terhadap makhluk yaitu manusia dan diri sendiri. Pentingnya dakwah dalam perbaikan akhlak sebagai hal yang dibutuhkan untuk memperbaiki generasi, maka diperlukan tontonan yang dapat membantu memenuhi kebutuhan dan keperluan akan hal tersebut. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi *Uses and Gratifications* oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, yaitu individu memilih media dan pesan berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang mereka cari. (Dalinur :2021).

Salah satu akun youtube yang bergerak dalam bidang dakwah ini ialah akun YouTube @ChannelFKSMMSunggal, dikelola oleh Forum Komunikasi Silaturahmi Masjid Musholla (FKSMM) Sunggal, membahas informasi agama Islam untuk mempererat ukhuwah umat dan menegakkan syiar di wilayah sekitar. Kanal ini aktif setiap minggu dengan kajian subuh pagi. Memiliki 85.500 subscriber, 1.400 video, dan total penayangan sebanyak 6.2 juta kali, menjadikannya menarik untuk dianalisis dari segi dakwah yang disampaikan serta antusiasme penonton dalam menonton video terbaru maupun lama. Penelitian

kemudian bertujuan menganalisis pesan dakwah di kanal YouTube @ChannelFKSMMSunggal dan interaksi masyarakat terhadap video serta melihat peran YouTube sebagai media dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam dan memperbaiki akhlak masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pesan-pesan akhlak yang disampaikan melalui media digital, khususnya dalam akun YouTube @ChannelFKSMMSunggal, melalui video yang berjudul "*Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw*". Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai akhlak yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw., serta menyoroti efektivitas media dakwah digital dalam menyampaikan pesan moral dan keagamaan di era modern.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan berupa kualitatif deskriptif, yakni melalui proses perencanaan, pengumpulan data, analisis sistematis, serta monitoring dan evaluasi secara berkelanjutan untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh. Mengenai objek penelitian, berupa Salah satu video unggulan kajian yang disampaikan oleh Ust. Ramadhan Ariga, S.H.I., M.H., yang berjudul "*Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw*". Pada kanal YouTube @ChannelFKSMMSunggal sebagai salah satu channel yang berisi dakwah Islam.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi berupa pengumpulan video materi, transkrip ceramah dan mengumpulkan metadata berupa judul, tanggal upload, jumlah penonton dan komentar sebagai data sekunder. Setelah memperoleh data, langkah selanjutnya ialah mengolah data lalu dianalisa sesuai dengan permasalahannya. Data dikelompokkan berdasarkan sub-sub bagian masing-masing lalu dianalisis.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode analisis isi (content analysis). Yaitu suatu teknik penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan. Analisis dilakukan dalam tiga tahapan utama. Pertama, reduksi data, yakni memilah bagian video dan komentar yang relevan dengan fokus penelitian. Kedua, kategorisasi data, yaitu mengklasifikasikan pesan-pesan ke dalam tiga kategori akhlak: akhlak kepada diri sendiri, kepada sesama manusia, dan kepada Allah SWT. Ketiga, interpretasi data, yakni memahami makna pesan dakwah yang tersirat maupun tersurat dalam video dan menilai dampaknya terhadap kesadaran moral penonton.

Pembahasan

Pesan Akhlak dalam Channel YouTube tentang *Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw*

Salah satu video unggulan yang terdapat dalam akun tersebut adalah kajian yang disampaikan oleh Ust. Ramadhan Ariga, S.H.I., M.H., yang berjudul "*Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw*". Video ini secara khusus menyoroti aspek akhlak Nabi Muhammad Saw. terhadap Allah, Makhluk dan diri sendiri, yang menjadi bagian penting dari keteladanan Rasul dalam membangun peradaban Islam. Untuk menganalisis pesan dakwah yang terkandung dalam konten tersebut, penulis menggunakan tabel sebagai instrumen untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan isi serta kategori pesan yang disampaikan, khususnya yang berkaitan dengan pesan-pesan akhlak dalam dakwah.

Tabel 1.
Blanko Koding Pengumpulan Data Pesan Akhlak

Judul Video	Menit	Pesan Akhlak	Kategori Pesan Akhlak
Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw.	(35:37-50:21)	Masa kecilnya Nabi sudah mulai berjuang, Nabi sejak lahir sudah terlatih, semenjak Nabi lahir tidak memiliki ayah setelah enam tahun Ibunya pun sudah tiada.	Akhlak terhadap diri sendiri
	(6:42-7:17)	Ketika Nabi berusia 12 tahun, pamannya Abu Thalib yang memelihara Nabi Muhammad Saw, Abu Thalib sangat sayang kepada Nabi, Karena Nabi adalah keponakannya karena orang tua Nabi sudah telah tiada	Akhlak terhadap sesama manusia
Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw.	(8:03-8:24)	Abu Thalib pamannya Nabi Muhammad selalu menjadi nomor 1 yang selalu membela Nabi dengan penuh suka dan duka	Akhlak terhadap sesama manusia
	(11: 19-11:37)	Abu Thalib bilang sama Nabi, ya Anakku, paman akan pergi berdagang, diantara Paman Nabi, hanya Abu Thalib yang hidupnya pas-pasan, namun kakeknya Abdul Mutholib menyerahkan Nabi Muhammad hanya kepada Pamannya Abu Thalib, karena, Abdul Mutolib yakin bahwa Abu Thalib orangnya penuh kasih sayang dan tanggung jawab.	Akhlak terhadap sesama manusia
	(16:10-16:27)	Pada saat usia Nabi 12 tahun Nabi sudah dilatih untuk ikut berdagang ke negeri Syam	Akhlak terhadap diri sendiri
	(26:30-27:22)	Ketika Nabi Mengembala kambing. Kambingnya banyak dan tuan yang punya kambing tidak tahu. Tapi Nabi, mentandai tiap-tiap kambing	Akhlak terhadap diri sendiri
Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw.	(27.30-28:41)	Pada saat itu, pada bulan haram tidak boleh perang nama perangnya Fajjar, tapi perang juga. Maka apa yang terjadi? Setelah itulah Nabi ikut berperang. Ketika Nabi Ikut, Nabi kumpulin panah-panah, Nabi buat strategi perang. Maknanya apa? Allah mengenaikan kepada Nabi, agar suatu hari, nabi harus bisa berperang.	Akhlak kepada Allah
	(29:10-29:36)	Pada saat itu, ada perjanjian, yaitu: siapapun yang dizholimi, kita bela. Tidak boleh merampas harta orang lain, kalau ada yang merampas kita menjadi pembela	Akhlak terhadap sesama manusia
	(31:31-32:-19)	Maka pada saat itu, Nabi berdagang dari satu tempat ke	Akhlak terhadap diri sendiri

		tempat lain, setiap Nabi berdagang, dagangan Nabi langsung laku. Maka yang laku ini, dikumpulkan Nabi dan diserahkan kepada tuannya. Kata Nabi, silahkan pak, ini keuntungannya. Kata orang yang ngasi modal. Lo, kok banyak kali untungnya. Kata yang punya tua, ambil saja ini buatmu Muhammad, Tidak Pak, aku ambil sesuai perjanjian saja	
Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw.	(34:12-34:37)	Kalau Nabi dimanahkan Khadizah barang dagangan, yang pada saat itu, seharusnya keuntungan dari penjualan barang Khadizah itu 3 Miliar atau 4 Miliar, saking Jujurnya Nabi dan Nabi mendapatkan keuntungan lebih dari yang diperkirakan, maka semua keuntungannya itu diserahkan kepada khadizah.	Akhlak terhadap diri sendiri

Hasil analisis terhadap video “Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw.” di kanal YouTube @ChannelFKSMMSunggal menunjukkan bahwa narasi kehidupan Nabi Muhammad saw. pada masa kecil hingga remaja mengandung pesan-pesan akhlak yang sangat kuat, yang dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yakni akhlak kepada diri sendiri, akhlak kepada sesama manusia, dan akhlak kepada Allah Swt. Ketiga kategori ini mengacu pada konsep etika Islam sebagaimana dikemukakan oleh Al-Ghazali dan Ibnu Miskawaih.

Menurut pandangan Al-Ghazali dan Ibnu Miskawaih, akhlak dalam Islam memiliki sifat yang komprehensif karena mencakup seluruh dimensi hubungan manusia, baik secara vertikal maupun horizontal (Basri & Hasibuan, 2024). Relasi vertikal merujuk pada hubungan manusia dengan Allah SWT, yang mencerminkan aspek spiritual seperti keikhlasan, tawakal, dan ketundukan kepada kehendak Ilahi. Sementara itu, relasi horizontal mencakup hubungan manusia dengan sesama dan dengan dirinya sendiri, yang tercermin dalam nilai-nilai sosial seperti kejujuran, keadilan, kasih sayang, dan tanggung jawab moral. Keduanya menekankan bahwa kesempurnaan akhlak terwujud ketika seseorang mampu menyeimbangkan hubungan dengan Tuhan, dengan diri sendiri, dan dengan lingkungan sosialnya (Suryadarma dan Ahmad Hifdzil, 2015).

1. Akhlak kepada diri sendiri

Akhlak terhadap diri sendiri menjadi kategori yang paling dominan dalam video ini, dengan jumlah kemunculan sebanyak lima kali. Pesan-pesan dalam kategori ini menampilkan nilai-nilai pembentukan karakter yang kuat, seperti kejujuran, kemandirian, tanggung jawab, dan amanah. Sejak usia dini, Nabi

Muhammad SAW telah menunjukkan keteladanan luar biasa yang relevan dalam pendidikan moral masyarakat modern. Misalnya, dalam kisah saat menggembala kambing, Nabi menandai setiap hewan agar tidak tertukar, yang mencerminkan kejujuran dan integritas. Begitu pula saat beliau berdagang, Nabi tetap mengembalikan keuntungan sesuai perjanjian meskipun ditawarkan lebih oleh pemilik modal, yang mencerminkan etika bisnis dan tanggung jawab moral.

Pesan-pesan akhlak yang termasuk dalam kategori akhlak terhadap diri sendiri Ketabahan dan daya juang sejak kecil, Pada menit (35:37–10:21) ceramah mengisahkan bagaimana nabi muhammad SAW telah menghadapi kenyataan pahit sejak dini. Beliau dilahirkan dalam keadaan yatim, dan pada usia enam tahun juga kehilangan ibunya. Namun, kesulitan ini tidak membuat beliau lemah atau pesimis, justru membentuk pribadi yang tangguh dan sabar. Sikap ini menunjukkan bentuk akhlak personal berupa *ketahanan psikologis* dan *kesabaran dalam menghadapi ujian hidup*. Sikap Kemandirian sejak usia muda pada menit (16:10–16:27): menceritakan pada usia 12 tahun, nabi sudah ikut berdagang ke Syam bersama pamannya. Keterlibatan beliau dalam dunia perdagangan pada usia dini menunjukkan bahwa beliau memiliki semangat belajar, etos kerja, dan kemandirian tinggi. Integritas dalam menggembala kambing pada menit (26:30–27:22): Dalam narasi disebutkan bahwa Nabi menandai setiap kambing milik orang lain agar tidak tertukar. Hal ini menunjukkan nilai *amanah* dan *kejujuran* dalam pekerjaan, sekalipun pekerjaan tersebut bersifat sederhana. Etika berdagang yang jujur pada menit (31:31–32:19): ketika nabi berhasil menjual barang dagangan dan mendapat keuntungan besar, beliau tetap mengembalikan hasil tersebut sesuai perjanjian, meskipun pemilik modal menawarkan lebih. Ini mencerminkan prinsip keadilan dan kejujuran dalam muamalah. Ketulusan dalam mengelola keuntungan khadijah pada menit(34:12–34:37): Dalam cerita, Nabi memperoleh hasil yang sangat besar dari barang dagangan milik Khadijah. Namun, seluruh hasil tersebut tetap diserahkan sepenuhnya kepada Khadijah tanpa mengambil keuntungan lebih. Sikap ini mempertegas karakter akhlak pribadi berupa *keikhlasan*, *kejujuran*, dan *keteguhan moral*.

Dengan demikian, kategori akhlak terhadap diri sendiri mencerminkan bagaimana pribadi Rasulullah SAW dibentuk oleh pendidikan moral sejak kecil, yang menjadikan beliau sebagai figur yang bertanggung jawab, mandiri, dan terpercaya. Karakter ini sangat penting untuk diteladani di era modern, khususnya oleh generasi muda yang rentan terhadap tantangan moral dan krisis identitas.

2. Akhlak kepada sesama Manusia

Aspek kedua adalah akhlak terhadap sesama manusia, yang muncul sebanyak empat kali dalam narasi video yang meliputi kasih sayang, empati, penghormatan terhadap orang lain, dan tanggung jawab sosial. Ketika pamannya, Abu Thalib, dengan penuh kasih sayang merawat dan membela Nabi sejak kecil, narasi ini mencerminkan nilai hubungan kekeluargaan yang kuat dan pengorbanan tanpa pamrih. Dalam budaya Arab saat itu, posisi anak yatim seringkali tersisih, namun Abu Thalib menunjukkan bahwa tanggung jawab terhadap keluarga adalah prioritas moral.

Pesan-pesan akhlak yang termasuk dalam kategori akhlak terhadap sesama manusia Kasih sayang Abu Thalib kepada Nabi pada menit (6:42–7:17): bercerita tentang bagaimana pamannya, Abu Thalib, merawat Nabi dengan penuh kasih sayang setelah yatim piatu, menggambarkan nilai *solidaritas keluarga* dan *pengorbanan tanpa pamrih*. Ini juga menunjukkan bagaimana cinta dan perlindungan dapat membentuk kepribadian seseorang. Kesetiaan dan pembelaan Abu Thalib pada menit (8:03–8:24): Abu Thalib digambarkan sebagai sosok yang selalu membela Nabi dalam suka dan duka. Sikap ini menjadi representasi dari nilai *kesetiaan, loyalitas, dan dukungan moral dalam hubungan kemanusiaan*. Penyerahan Nabi kepada Abu Thalib oleh Abdul Muthalib pada menit (11:19–11:37): Keputusan kakeknya untuk menyerahkan Nabi kepada Abu Thalib mencerminkan kepercayaan, dan menunjukkan bahwa nilai *tanggung jawab sosial dan kepercayaan keluarga* menjadi pondasi penting dalam pembinaan karakter. Pembelaan terhadap yang dizalimi pada menit (29:10–29:36): Narasi ini menunjukkan bahwa Nabi terlibat dalam perjanjian untuk membela siapapun yang dizalimi, dan tidak membenarkan perampasan harta milik orang lain. Sikap ini mencerminkan akhlak sosial berupa *keadilan, empati terhadap yang tertindas, dan kepedulian terhadap hak sesama*.

Narasi-narasi dalam kategori ini secara keseluruhan merefleksikan urgensi pembentukan masyarakat yang menjunjung nilai keadilan, empati, dan kepedulian antarsesama. Dalam konteks dakwah digital, penyampaian pesan semacam ini menjadi sangat relevan untuk menghidupkan kembali kesadaran sosial di tengah realitas masyarakat modern yang kian terdorong oleh arus individualisme.

Lebih lanjut, kisah Nabi yang ikut dalam perjanjian untuk membela orang yang dizalimi dan menjaga harta orang lain menegaskan bahwa sikap sosial Nabi tidak hanya pasif, tetapi aktif dan proaktif dalam menegakkan nilai keadilan. Nilai-nilai ini sangat relevan dalam membentuk karakter siswa yang peduli terhadap keadilan sosial dan mampu menghargai hak-hak orang lain di era multikultural saat ini (Zalsabella P, 2023)

3. Akhlak kepada Allah

Pesan akhlak kepada Allah Swt. terekam dalam narasi video ini hanya muncul sebanyak satu kali ketika Nabi menyadari bahwa segala pengalaman hidup yang dialaminya termasuk keterlibatannya dalam Perang Fijjar dan peristiwa-peristiwa sulit lainnya merupakan bagian dari rencana Allah untuk menyiapkan dirinya sebagai seorang Rasul. Sikap *tawakal, sabar, dan ridha* atas ketetapan Allah merupakan cerminan dari akhlak spiritual yang kuat. Kesiapan Nabi menerima takdir dan amanah pada menit (27:30–28:41): Pada bagian ini diceritakan bahwa Nabi mengikuti Perang Fijjar, dan meskipun usianya masih muda, beliau mengumpulkan anak panah dan menyusun strategi. Pendakwah menafsirkan peristiwa ini sebagai bentuk pengenalan Allah kepada Nabi terhadap medan perjuangan yang kelak akan dihadapi. Ini menunjukkan *kesadaran spiritual, tawakal, dan penerimaan terhadap rencana ilahi*.

Pesan akhlak kepada Allah dalam konteks ini mengajarkan bahwa pengalaman hidup yang berat sekalipun adalah bagian dari proses pembentukan diri dan bagian dari skenario Allah dalam menyiapkan seseorang menghadapi peran besar. Sikap sabar, ridha, dan tunduk terhadap takdir

merupakan bagian integral dari spiritualitas Islam yang perlu terus dikuatkan dalam dakwah.

Tabel. 2
Jumlah Kategori Pesan Akhlak

Kategori Pesan Akhlak	Jumlah Kemunculan	Keterangan
Akhlak terhadap diri sendiri	5 kali	Termasuk nilai kejujuran, tanggung jawab, kemandirian dan amanah sejak masa kecil hingga remaja Nabi Muhammad SAW.
Akhlak terhadap sesama manusia	4 kali	Meliputi interaksi sosial, kasih sayang keluarga, empati, dan keadilan dalam bermasyarakat.
Akhlak kepada Allah SWT	1 kali	Berkaitan dengan spiritualitas Nabi dalam memahami takdir dan kesiapan menerima amanah kenabian.

Keseluruhan narasi menunjukkan bahwa keteladanan Nabi Muhammad SAW membentuk satu rangkaian nilai yang saling terintegrasi. Akhlak pribadi, sosial, dan spiritual tidak berdiri sendiri, melainkan saling menopang. Karakter yang ditampilkan Nabi tidak dibentuk secara instan, tetapi melalui proses pembelajaran hidup, pengalaman, dan pengasuhan yang penuh keteladanan. Temuan ini memperkuat pendekatan integratif-transformatif dalam pendidikan Islam, di mana nilai-nilai moral dan spiritual tidak hanya diajarkan secara verbal, tetapi ditanamkan melalui contoh nyata (*uswah hasanah*). Dalam konteks pendidikan abad 21 yang penuh tantangan moral, kisah hidup Nabi Muhammad saw. menjadi sumber belajar yang otentik dan efektif untuk membentuk kepribadian yang utuh (insan kamil).

Tanggapan Audiens Terhadap Pesan Akhlak Dan Peran Dakwah Pada Kanal YouTube @ChannelFKSMMSunggal

Analisis komentar dari penonton pada video Sirah Nabawiyah Nabi Muhammad Saw di YouTube dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana pesan akhlak yang disampaikan melalui media digital tersebut diterima dan diresapi oleh masyarakat. Melalui kolom komentar, penonton secara spontan mengekspresikan kesan, pemahaman, dan refleksi pribadi terhadap akhlak Rasulullah saw., baik dalam konteks akhlak terhadap diri sendiri, sesama manusia, maupun kepada Allah. Berikut ini disajikan tabel yang memuat ringkasan beberapa komentar penonton beserta kategorisasi dan analisis singkatnya.

No.	Nama Akun	Isi Komentar	Kategori Akhlak	Komentar tentang Penyampain Dakwah
1.	@alghoz	"Masya Allah... Semoga kita bisa meneladani akhlak Rasulullah yang begitu mulia."	Akhlak terhadap sesama manusia	Disampaikan dengan sangat menyentuh dan mudah dipahami.
2.	@jackyraihtabarus6338	"Terharu dengan kisah Nabi yang tetap sabar walau	Akhlak terhadap Allah dan diri	Cerita dibawakan dengan penuh penghayatan, bikin

		dihina. Luar biasa akhlaknya."		meresap.
3.	@fadlanhabib2907	"Semoga saya bisa lebih sabar dan tidak mudah marah setelah menonton ini."	Akhlak terhadap Allah dan diri	Penuturannya lembut dan menyentuh hati.
4.	@alsyahdafi2330	"Video ini bikin sadar betapa Nabi memperlakukan orang lain dengan lemah lembut."	Akhlak terhadap sesama manusia	Narasinya jelas dan mengalir, tidak membosankan.
5.	@aryaahmadromadona4684	"Kisah ini menyentuh hati. Rasul tetap memaafkan musuh-musuhnya."	Akhlak terhadap sesama	Ceritanya kuat dan menyentuh, cocok untuk semua usia.
6.	@FahmiIhsanul	"Rasul adalah contoh terbaik dalam bersikap adil dan tidak membalas kejahatan."	Akhlak terhadap sesama	Inspiratif dan cocok jadi sarana dakwah digital.
7.	@nazmihandayani4296	"Anak-anak saya jadi lebih suka nonton ini daripada kartun. Kontennya bagus banget."	Akhlak terhadap sesama manusia	Video ini Disajikan menarik untuk anak-anak dan orang tua.
8.	@habascom6235	"Ceramahnya Sangat inspiratif. Perlu lebih banyak konten seperti ini di YouTube!"	Akhlak terhadap sesama manusia	Harapan saya video ini baiknya diperluas terkait dakwah akhlak melalui media digital.



Gambar.1 Komentar melalui video sirah nabawiyah

Hasil analisis penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Kanal YouTube @ChannelFKSMMSunggal, ditemukan bahwa dakwah dilakukan dengan

memerhatikan dan memilah dengan seksama pendakwah. Video dakwah tersebut menunjukkan bahwa setiap pesan yang disampaikan, dirujuk dan didasari pada ayat Al-Qur'an, maupun Hadis yang menunjukkan pendakwah memahami dan menguasai bidang yang disampaikan. Selain itu, para ustad dalam video kanal Youtube @ChannelFKSMMSunggal juga menunjukkan Bahasa tubuh yang sopan dan tutur kata yang dipilah agar mudah dipahami oleh penonton konten tersebut.

Maka dari itu, pendekatan yang terdapat didalam kanal tersebut tidak hanya memperlihatkan kualitas penyampaian yang berakhlak, tetapi juga menunjukkan kesesuaian dengan karakter media digital yang menuntut komunikasi yang humanis dan persuasif. Hal ini diperkuat oleh temuan dalam penelitian yang relevan menyatakan bahwa penyampaian dakwah melalui media sosial harus dilakukan dengan pendekatan yang komunikatif dan edukatif agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif dan menyentuh hati audiens (Wahyuni & Harahap, 2023). Dengan demikian, penyampaian yang diterapkan oleh kanal ini telah memainkan peran strategis dalam menanamkan nilai-nilai Islam secara moderat dan menyenangkan, sekaligus memperluas jangkauan dakwah kepada masyarakat digital yang lebih luas, terutama kalangan muda.

Kepuasan penonton pada penyampaian dakwah melalui Kanal YouTube @ChannelFKSMMSunggal ditunjukkan dengan komentar positif yang dipontarkan oleh penonton. Berbagai materi yang beragam, pendakwah yang berbeda-beda serta cara penyampaian yang disukai oleh masyarakat membuat kanal YouTube @ChannelFKSMMSunggal diminati oleh masyarakat. Hal tersebut di dukung dengan komentar-komentar yang disampaikan.



Gambar.2 komentar para penonton melalui salah satu vidio

Komentar-komentar yang disampaikan menunjukkan bahwa para penonton menunggu dan menyukai terhadap ceramah yang disampaikan kepada ustadz-ustadz tertentu dengan memberikan komentar yang positif dan do'a-do'a yang disampaikan. Komentar-komentar yang tersebar pada setiap video di kanal Youtube @ChannelFKSMMSunggal menunjukkan tingkat antusiasme masyarakat yang cukup tinggi terhadap dakwah yang digunakan, serta mencerminkan peran strategis dakwah sebagai media dalam penyebaran ajaran Islam dan pembinaan moral masyarakat secara lebih luas dan efektif. Interaksi yang terjadi di kolom komentar menggambarkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan mampu menjangkau dan meresonansi dengan audiens, sehingga tercipta sebuah komunitas virtual yang aktif.

Selain itu, analisis terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui kanal ini menunjukkan bahwa YouTube tidak hanya menjadi platform penyampai pesan

agama yang efektif, tetapi juga berfungsi sebagai media adaptif yang mampu menghadirkan konten yang relevan dan menarik bagi berbagai kalangan usia dan latar belakang sosial budaya. Peran YouTube sebagai media dakwah memiliki potensi besar dalam memperkuat pemahaman keagamaan sekaligus memperbaiki akhlak masyarakat, di samping mampu menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Melalui pendekatan yang inovatif dan interaktif, dakwah melalui platform ini dapat membawa dampak yang lebih positif, terutama dalam mengikuti perkembangan zaman dan tantangan globalisasi. Dengan demikian, pemanfaatan media digital seperti YouTube menjadi sebuah strategi yang penting bagi para dai dan ulama untuk memperluas distribusi pesan keagamaan secara lebih efektif, inklusif, dan berkelanjutan, demi terwujudnya masyarakat yang lebih berakhlak dan memahami ajaran Islam secara mendalam dalam era digital ini.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap narasi-narasi kehidupan masa muda Nabi Muhammad SAW yang ditampilkan dalam video, dapat disimpulkan bahwa pesan-pesan akhlak yang terkandung dalam kisah tersebut mencerminkan tiga dimensi utama dalam etika Islam, yaitu akhlak kepada diri sendiri, akhlak kepada sesama manusia, dan akhlak kepada Allah SWT. Keteladanan Nabi dalam bersikap jujur, mandiri, bertanggung jawab, serta mampu menjaga amanah sejak usia dini menunjukkan pembentukan karakter pribadi yang kuat. Sementara itu, kisah kasih sayang dan pembelaan Abu Thalib terhadap Nabi menggambarkan nilai-nilai sosial berupa empati, loyalitas, dan tanggung jawab keluarga. Adapun dimensi spiritual ditunjukkan melalui kesiapan Nabi dalam menerima takdir dan petunjuk Allah dalam setiap peristiwa hidupnya.

Analisis komentar penonton menunjukkan bahwa pesan akhlak yang disampaikan melalui media digital diterima dengan baik, menciptakan respons yang positif dan interaksi yang kuat di antara penonton. penyampaian dakwah yang digunakan dalam kanal ini, yang bersifat komunikatif, edukatif, dan humanis, terbukti efektif dalam menjangkau audiens, terutama generasi muda, serta memperkuat pemahaman keagamaan dan moral masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan platform digital seperti YouTube menjadi strategi penting dalam penyebaran ajaran Islam yang inklusif dan berkelanjutan, serta berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang lebih berakhlak dan memahami ajaran Islam secara mendalam di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Albahroyni, A., Sazali, H., & Khatibah, K. 2023. Pengaruh Penyampaian Konten Dakwah Di Tiktok Terhadap Efektifitas Dakwah Salamtv. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 8(2), 345-362.
- Aisyah, N., & Rofiah, S. 2022. Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Dakwah Dan Komunikasi Islam*.
- Arif, K. M., et al. 2022. Urgensi Manajemen Dalam Dakwah. *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1), 37-50. Retrieved from <https://doi.org/10.34005/tahdzib.v5i1.1950>
- Akbar, F., Fitri, A. A., & Abdurrazaq, M. N. 2024. Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hannan Attaki Dalam Channel Youtube “Motivasi Islam Net” (Allah Tahu Kapan Kita Bahagia). *Journal of Islamic Studies Insitut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia*, 1(4), 515-527. <https://doi.org/https://doi.org/10.61341/jis/v2i1.041>
- Albahroyni, Sazali, H., & Khatibah. 2023. Pengaruh Penyampaian Konten Dakwah Di Tiktok Terhadap Efektifitas Dakwah Salamtv 1-3. *Jurnal Nuansa Akademik*, 8(2), 345-362.
- Amaly, N., & Armiah. 2021. Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 43-52.
- Anggraini, D. 2020. Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram@ islamdakwahcom). repository.radenintan.ac.id.
- Azzahra', F. 2022. Konsep Media dalam Tafsir Dakwah: Analisis Tafsir Surat Ibrahim Ayat 4 dan Surat Al-An'am Ayat 75. *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(2). <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-menurut-para-ahli>
- Basri, H. 2023. Implementasi Kurikulum Merdeka Belajar pada Pelajaran Akidah Akhlak di MTs Negeri 1 Yogyakarta. *Jurnal Murobbi Ilmu Pendidikan*, Vol. 7(1), 44. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.52431/murobbi.v7i1.1486>
- Basri, H., & Hasibuan, H. R. 2024. Mengintegrasikan Nilai-nilai Akhlak dalam Novel Api Tauhid Terhadap Kurikulum Pendidikan Islam. *JIPi: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 24(3), 461. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.36835/jipi.v22i03.4388>
- Braghieri, L., Levy, R., & Makarin, A. 2022. Social media and mental health. *American Economic Review*.
- Dian, W. 2017. Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- Effendi, N. N. 2024. Pesan Dakwah Dalam Film “ Imperfect : Karier , Cinta & Timbangan ” Melalui Platform Youtube (Analisis Isi Klauss Krippendorff). *Jurnal An-Nida*, 16(1), 1-6.
- Fadhal, S., & Nurhajati, L. 2012. Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube). *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1(3), 176-200.

- Fitria, N., Amelia, Z., & Hidayat, N. R. 2021. Kemampuan Keaksaraan melalui Media Digital “ Bermain Keaksaraan ” pada Anak Usia Dini. *Raudhatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Din*, 5(1), 36–49. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/raudhatulathfal>
- Harahap, N. 2020. Penelitian Kualitatif (1st ed.). Wal ashri Publishing. *Jurnal Peurawi*, 1(2), 69.
- Hadi, R. A & Yayat Suharyat. 2022. Dakwah dalam Perspektif Al Qur'an dan Al Hadits. *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya(Religion)*, 1(5), 55.
- Handayani, R., & Darul Ilmi. 2023. Pesan Dakwah Dalam Web Series (Analisis Semeotika Roland Barthes Dalam Channel Youtube B3E Production: Story Of Dira Episode 1-9 Edisi 2021. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(3), 120–142. Retrieved from <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i3.628>
- Indriyani, P., & Hendra, T. 2023. Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun YouTube @ Culapculip. *Saber: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 95–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/saber.v1i4.544>
- Kasir, I., & Awali, S. 2024. Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. ... *An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*.