



Komunikasi Krisis Ustadz Adi Hidayat: Analisis Isi Dakwah Digital Pascapandemi di YouTube

Izzah Nur Fadhila*

Gadjah Mada University, Bulaksumur, Sleman, DI Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding Author, Email: izzahnf29@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Crisis

- Communication,
- Digital Da'wah,
- YouTube, Post-Pandemic,
- Ustadz Adi Hidayat.

This study aims to analyze the crisis communication strategies employed by Ustadz Adi Hidayat (UAH) and the forms of Islamic messages conveyed through his YouTube channel, Adi Hidayat Official, during the post-pandemic period, specifically from June to September 2023. Using a qualitative content analysis approach on 82 selected videos, the findings are categorized into three key themes: aqidah (faith), sharia (Islamic law), and akhlaq (ethics). The novelty of this research is the new concept of digital da'wah as a primary crisis communication strategy, not simply an alternative medium. In addition, this research uses an interdisciplinary analysis method that combines crisis communication theory and Islamic da'wah science. Instructional and adaptation strategies are based on persuasive narratives, creating a contextual, adaptive, and responsive da'wah model. Digital da'wah has the potential to form digital faith communities that serve as spaces for healing, education, and spiritual resilience in post-pandemic communities. The results reveal that UAH applied two main crisis communication strategies: instructional information, which provides both spiritual and practical guidance, and adjustment information, which facilitates psychosocial adaptation and adjustments in religious practices. These messages are delivered using a persuasive narrative approach, utilizing stories, analogies, and rhetorical techniques to deepen understanding and encourage behavioral change. This study highlights a significant shift in digital dakwah from being an alternative medium to becoming a primary Islamic communication strategy in the post-pandemic era. UAH's approach exemplifies how a religious figure can build a contextual, adaptive, and responsive model of digital dakwah aligned with Islamic principles in the age of digital transformation.

ABSTRAK

Kata kunci:
Komunikasi
Krisis, Dakwah
Digital, Youtube,
Pascapandemi,
Ustadz Adi
Hidayat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis Ustadz Adi Hidayat (UAH) serta bentuk-bentuk pesan dakwah yang disampaikan melalui kanal YouTube “Adi Hidayat Official” selama periode pascapandemi, khususnya antara Juni hingga September 2023. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi terhadap 82 video, temuan diklasifikasikan ke dalam tiga tema utama: akidah (keimanan), syariah (hukum Islam), dan akhlak (etika). Kebaruan pada riset ini adalah konsep baru mengenai dakwah digital sebagai strategi komunikasi krisis utama, bukan sekadar medium alternatif. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode analisis interdisipliner yang menggabungkan teori komunikasi krisis dan ilmu dakwah Islam Strategi instruksional dan penyesuaian berbasis narasi persuasif, yang menciptakan model dakwah kontekstual, adaptif, dan responsif. Dakwah digital berpotensi membentuk komunitas iman digital yang berfungsi sebagai ruang healing, edukasi, dan ketahanan spiritual masyarakat pascapandemi. Hasil menunjukkan bahwa UAH mengimplementasikan dua strategi komunikasi krisis utama yaitu informasi instruksional, yang memberikan panduan spiritual dan praktis, serta informasi penyesuaian, yang mendukung adaptasi psikososial dan perubahan dalam praktik ibadah. Pesan-pesan dakwah disampaikan melalui pendekatan naratif persuasif, yang memanfaatkan kisah, analogi, dan retorika untuk memperkuat pemahaman serta mendorong perubahan perilaku audiens. Studi ini menyoroti pergeseran dakwah digital dari alternatif menjadi strategi utama komunikasi Islam di era pascapandemi, dengan UAH sebagai contoh figur religius yang membangun model dakwah kontekstual, adaptif, dan responsif melalui media digital.

Pendahuluan

Pandemi global COVID-19, yang dimulai pada awal tahun 2020, membawa konsekuensi serius di berbagai aspek kehidupan manusia. Seiring waktu, periode pandemi dapat dikategorikan ke dalam empat fase: wabah awal pada tahun 2020, era new normal dari tahun 2020 hingga 2022, era vaksinasi pada tahun 2022, dan fase endemi yang secara resmi dimulai pada Juni 2023 (Nurita, 2022). Negara-negara di seluruh dunia telah berupaya untuk mengatasi dampak pandemi melalui vaksinasi dan berbagai upaya penanggulangan, yang dengan cepat berkembang menjadi rencana strategis untuk membentuk kehidupan di dunia pascapandemi, sebuah diskursus yang bahkan telah ada dalam konteks kesiapsiagaan pandemi secara umum (Gates, 2018). Di Indonesia, Presiden Joko Widodo mengumumkan berakhirnya pandemi COVID-19 dan transisi menuju status endemi pada Juni 2023, yang berdampak pada stabilisasi kebijakan fiskal. Krisis tak terduga ini tidak hanya memengaruhi layanan kesehatan, pendidikan, struktur ekonomi, dan kebijakan publik, tetapi juga menciptakan tantangan besar dalam komunikasi, praktik keagamaan, dan interaksi sosial.

Secara konseptual, krisis sering didefinisikan sebagai persepsi suatu peristiwa tak terduga yang mengancam ekspektasi penting pemangku kepentingan dan dapat berdampak serius pada kinerja organisasi serta menghasilkan hasil negatif. Dalam konteks ini, komunikasi krisis menjadi vital, yang oleh Coombs digambarkan sebagai proses penyampaian informasi kepada pemangku kepentingan untuk mengurangi ketidakpastian publik dan membentuk persepsi positif (Youngblood, 2010). (Ulmer dkk., 2018) lebih lanjut menjelaskan komunikasi krisis sebagai upaya organisasi untuk mengelola komunikasi selama krisis, termasuk perencanaan, pengambilan keputusan, dan keterlibatan pemangku kepentingan. Pandemi COVID-19, sebagai krisis kesehatan global terparah menurut WHO (Coote, 2020), dengan lebih dari 770 juta kasus terkonfirmasi di seluruh dunia per September 2023 (Chelly dkk., 2024) jelas menuntut strategi komunikasi krisis yang efektif.

Di Indonesia, pandemi memicu disrupsi luas. Survei Persakmi menunjukkan tingginya kecemasan publik, dengan 63% responden mengalami kekhawatiran ekonomi, 74% melaporkan stres di sektor pendidikan akibat peralihan ke pembelajaran daring, dan 55% mengaku mengalami tekanan spiritual. Penutupan tempat ibadah dan pembatasan sosial memicu kebingungan dan ketakutan, bahkan interpretasi konspiratif (Jamil & Muschert, 2024; Nuryana dkk., 2023). Situasi ini menuntut respons tidak hanya dari pemerintah, tetapi juga dari tokoh agama. Kolaborasi antara ahli kesehatan dan tokoh agama menjadi esensial dalam diseminasi informasi positif dan pemberian dukungan emosional (Yibeltal dkk., 2024). Tokoh agama, sebagai pemimpin spiritual dan intelektual, memiliki peran krusial dalam menyampaikan pesan moral dan keagamaan, menjadi sumber informasi tepercaya dan agen perubahan sosial di masa krisis.

Banyak tokoh agama beradaptasi dengan pergeseran digital, memanfaatkan platform seperti YouTube dan Facebook. YouTube, menurut survei Kantar dan Ipsos menjadi platform video terpopuler di Indonesia, dengan 139 juta pengguna pada tahun 2023 (Lahur, 2023; Joviansyah dkk., 2023). Popularitasnya didorong oleh aksesibilitas, keragaman format konten, dan kemampuan memperdalam keterlibatan pengguna, termasuk pada konten keagamaan. Kanal dakwah Islam di YouTube dapat dikategorikan beragam menunjukkan vitalitas ekosistem dakwah digital (Marwantika & Novitasari, 2021; Wibowo, 2019).

Di antara tokoh agama yang efektif memanfaatkan YouTube selama pandemi adalah Ustadz Adi Hidayat. Kanalnya, "Adi Hidayat Official," dianggap sebagai platform dakwah pribadi sekaligus otoritatif, dan konsisten masuk dalam daftar kanal YouTube Islami teratas (Arifin, 2022; Marhani, 2020). Sejak 2019, kanalnya menjadi rujukan pembelajaran Islam dan panduan sehari-hari berbasis Al-Quran. Selama pandemi, konten UAH membahas tantangan pembatasan sosial, kebingungan agama, dan kecemasan publik, menjadikan YouTube alat komunikasi keagamaan yang ampuh. Mengingat pentingnya peran tokoh agama dalam menavigasi dampak psikososial dan spiritual krisis, serta pergeseran praktik dakwah ke ranah digital, penelitian ini secara spesifik mengkaji kontribusi UAH.

Namun, kajian akademik mengenai komunikasi krisis selama pandemi masih didominasi oleh studi yang berfokus pada strategi pemerintah (Goeritman, 2021), institusi pendidikan (Murfi dkk., 2020), atau pendekatan komunikasi korporat (Nahar, 2020). Di sisi lain, penelitian tentang dakwah Islam selama pandemi lebih menyoroti aspek spiritualitas dan teologi (Allosau dkk., 2021), narasi pesan keagamaan di Instagram (Marwantika, 2022) atau wacana komodifikasi dakwah di YouTube (Dharma dkk., 2024). Sementara itu, kajian yang secara spesifik menelusuri bagaimana tokoh agama merancang strategi komunikasi krisis di era

pascapandemi yang menuntut pendekatan berbeda dari saat puncak pandemi masih sangat terbatas.

Era pascapandemi tidak lagi hanya tentang bertahan dari krisis kesehatan, tetapi juga tentang pemulihan psikososial, pencarian makna, dan adaptasi ke dalam tatanan baru. Dengan demikian, muncul kebutuhan akan narasi religius yang bersifat penyembuhan (*healing*), adaptif, dan relevan dengan dinamika digital. Literature terbaru tentang *digital religion* (Zaluchu, 2024; Gertrude, 2024) menyoroti bagaimana praktik spiritual dan komunitas iman dibentuk ulang oleh teknologi digital. Dalam konteks ini, otoritas keagamaan di media sosial (Zaid dkk., 2022) menjadi wacana penting dalam memahami perubahan pola dakwah, khususnya pada generasi muda Muslim.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menjawab dua pertanyaan utama, *pertama*, Bagaimana strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui kanal YouTube “Adi Hidayat Official” pada periode pascapandemi (Juni–September 2023)?, *kedua*, apa saja tema dan bentuk pesan dakwah yang disampaikan untuk merespons kebutuhan spiritual dan psikososial audiens di era tersebut, khususnya yang diklasifikasikan dalam tema *akidah, syariah, dan akhlak*?

Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan dalam literatur dengan menelusuri peran tokoh agama sebagai komunikator krisis di era digital, sekaligus mengkaji bagaimana strategi komunikasi krisis digunakan dalam merancang konten dakwah Islam di platform YouTube pada fase pascapandemi. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara teoritis pada studi komunikasi krisis dan dakwah digital, serta secara praktis memberikan wawasan bagi para pendakwah dalam mengelola komunikasi keagamaan yang kontekstual, adaptif, dan berbasis kebutuhan umat.

Metode Penelitian dan Pendekatan Teori

Penelitian ini menggunakan metode **analisis isi deskriptif kualitatif** dengan pendekatan **konstruktivis**, yang memandang bahwa makna tidak bersifat objektif, tetapi dibentuk secara aktif oleh komunikator (Ustadz Adi Hidayat/UAH) dan diinterpretasikan oleh audiens. Fokus utama adalah untuk memahami bagaimana strategi komunikasi krisis dan pesan dakwah digital disusun untuk merespons kebutuhan spiritual dan psikososial audiens pascapandemi.

Data penelitian berupa **82 video** dari kanal YouTube *Adi Hidayat Official*, yang diunggah antara **Juni hingga September 2023**, bertepatan dengan fase awal pascapandemi di Indonesia. Teknik **purposive sampling** digunakan, dengan kriteria pemilihan video yang mencakup: (1) judul atau deskripsi menyebutkan tema pemulihan pascapandemi; (2) isi video mengandung panduan spiritual atau motivasi adaptif; dan (3) konten mencerminkan respon terhadap perubahan sosial atau ibadah setelah pandemi.

Unit analisis mencakup potongan pesan verbal dalam video, serta judul dan deskripsi video yang menyertainya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten dan dokumentasi sistematis, termasuk pencatatan transkrip, kutipan naratif, dan tangkapan layar konten visual.

Untuk memastikan **validitas dan konsistensi temuan**, dilakukan **triangulasi data**, yaitu dengan membandingkan pesan verbal dalam video dengan informasi yang tercantum dalam judul dan deskripsi. Hal ini bertujuan memastikan bahwa pesan yang dianalisis benar-benar relevan dengan konteks pascapandemi.

Analisis menggunakan kerangka teori strategi komunikasi krisis dari (Reynolds & Seeger, 2005) serta (Banks, 2016). Dua jenis strategi yang digunakan adalah, *pertama*, Informasi Instruksional: berisi panduan konkret mengenai tindakan, keyakinan, dan praktik ibadah yang sesuai untuk menjaga stabilitas spiritual dan sosial, *kedua*, Informasi Penyesuaian: membantu audiens mengelola tekanan emosional dan menyesuaikan diri terhadap perubahan akibat krisis.

Selain itu, digunakan kerangka teori dakwah Islam dari (Aziz, 2019) untuk mengklasifikasikan pesan ke dalam tiga kategori utama, Akidah sebagai penguatan iman dan hubungan spiritual dengan Tuhan; Syariah bentuk adaptasi praktik keagamaan dan hukum Islam; dan Akhlak untuk pembentukan karakter dan etika pascapandemi.

Penelitian ini juga menerapkan pendekatan naratif persuasif, yaitu gaya komunikasi yang menggunakan kisah, analogi, dan retorika emosional untuk mendorong pemahaman mendalam dan internalisasi pesan oleh audiens.

Analisis data kualitatif meliputi empat tahap, yakni pengumpulan data, pengodean unit makna dan identifikasi tema, analisis tematik dengan menghubungkan temuan ke teori, dan interpretasi untuk menjelaskan pola naratif dan strategi komunikasi dakwah UAH dalam konteks pascapandemi (Rijali, 2019).

Pembahasan dan Hasil

Dakwah sebagai Medium Komunikasi Krisis Pascapandemi

Dakwah, sebagai seruan kepada kebaikan dan pencegahan kemungkaran, menawarkan wawasan kritis tentang kebenaran metafisik dan etis serta relevansinya bagi kehidupan manusia. Dakwah adalah ilmu yang mencakup metode untuk menarik masyarakat kepada suatu ideologi atau tindakan (Hendra dkk., 2023). Dalam konteks pascapandemi, dakwah menjadi praktik esensial untuk menyampaikan pesan Islam yang menenangkan dan memberikan panduan di masa krisis. Krisis sendiri merupakan titik balik kritis yang dapat membawa perbaikan atau kemunduran. Manajemen krisis berupaya mencegah eskalasi dan memastikan pemulihan cepat, sementara komunikasi krisis berfokus pada pengumpulan, pemrosesan, dan diseminasi informasi untuk mitigasi dampak.

Komunikasi krisis Ustadz Adi Hidayat (UAH) dapat dilihat sebagai manifestasi dari beberapa indikator yang diidentifikasi oleh (Kriyantono, 2015), seperti respons cepat, pesan yang jelas, konsistensi, dan penggunaan media sosial yang efektif. Respons cepat UAH melalui YouTube dengan pesan-pesan yang jelas dan konsisten mengenai adaptasi pascapandemi mencerminkan indikator-indikator ini. Hal ini menegaskan bahwa dalam era pascapandemi, dakwah telah bertransformasi menjadi sebuah medium komunikasi krisis yang strategis. Transformasi ini juga terjadi dalam praktik dakwah secara umum, dari era Nabi hingga dakwah digital saat ini, di mana kehadiran fisik tidak lagi mutlak. Pergeseran ini menjadi sangat relevan selama pembatasan sosial akibat COVID-19.

Pesan dan Strategi Dakwah Virtual Ustadz Adi Hidayat Pascapandemi

Fase pascapandemi di Indonesia, resmi dimulai Juni 2023 setelah status COVID-19 menjadi endemi dan mayoritas populasi tervaksinasi (Nugraheny & Meiliana, 2023). Menurut berbagai studi psikologi pascakrisis, masyarakat pascapandemi cenderung mengalami trauma kolektif, disorientasi makna hidup, dan kecemasan sosial-ekonomi. Dalam konteks ini,

pesan-pesan dakwah UAH menjadi tidak hanya sekadar nasihat keagamaan, tetapi juga bentuk mekanisme penanggulangan spiritual yang memperkuat ketahanan individu dan kolektif.

Meskipun demikian, beberapa kebijakan era pandemi, seperti protokol kebersihan dan pemanfaatan teknologi digital, tetap relevan. UAH aktif memberikan bimbingan dan dukungan moril. Ia merespons pandemi sejak awal dengan video edukasi "Respon dan Imbauan UAH Terkait Pandemi Virus Corona" (14 Maret 2020), dan memasuki fase endemi, UAH melanjutkan perannya dengan menyediakan panduan untuk membangun kembali kehidupan pascapandemi, seperti melalui seri "Cara Membangun Peta Kehidupan (Bagian 1) - Pascapandemi dan Kehidupan Baru" (16 Januari 2023). Konten-konten ini secara eksplisit maupun implisit berkontribusi pada bagaimana audiens dapat merancang "peta kehidupan baru" mereka.

Pesan dakwah dari Al-Quran dan Hadis umumnya dikategorikan ke dalam tema syariah, akidah, dan akhlak. Dalam konteks pascapandemi, UAH sebagai figur publik tepercaya memainkan peran penting dalam memberikan panduan berbasis ketiga tema tersebut. Analisis terhadap 82 video YouTube yang diunggah UAH antara 21 Juni 2023 dan 30 September 2023 menunjukkan upaya UAH menjangkau audiens luas dengan isu-isu krusial terkait iman, ibadah, dan perilaku sosial pascapandemi. Rincian video yang dianalisis disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Rincian Video yang Dianalisis

No	Judul Video	Tanggal	Durasi	Jumlah Tayangan	Pesan Dakwah
1	Orang Beriman Bisa Dilihat Bagaimana Lisannya	22-Jun-23	5.46	100.000	Aqidah
2	Hati Yang Lebih Keras Daripada Batu	23-Jun-23	8.03	92.000	Akhlak
3	Waktu Sangat Istimewa yang Sering Terlalaikan	24-Jun-23	15.52	354.000	Akhlak
4	Doa Mendapatkan Syafaat di Hari Kiamat	25-Jun-23	4.51	47.000	Syariah
5	Keutamaan Puasa Arafah	27-Jun-23	10.18	141.000	Syariah
6	Khutbah Idul Adha 1444 H	28-Jun-23	21.05	281.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
7	Doa, Hikmah & Amalan Khusus Bagi Yang Berqurban	29-Jun	49.41	70.000	Syariah

8	Hikmah dan Esensi dalam Melempar Jamarat dengan Menyembelih Hewan Qurban	30-Jun-23	10.56	23.000	Syariah
9	Apakah Sama, Surga Yang Ditempati Awal Nabi Adam AS Dengan Surga Yang Kita Tempati Nanti	4-Jul-23	11.36	33.000	Aqidah
10	Hal yang Melalaikan di Dunia yang Menyebabkan Siksa di Alam Kubur!	5-Jul-23	19.35	414.000	Syariah
11	Hindari Orang yang Seperti ini Kata Allah	6-Jul-23	6.01	188.000	Aqidah
12	Peringatan Terakhir sangat Keras dari Allah	7-Jul-23	8.01	136.000	Aqidah
13	Terbaru UAH : 5 Pokok Untuk Menjadi Ahli Al-Quran	8-Jul-23	39.05	101.000	Akhlak
14	Rahasia Penting dalam Setiap Doa	9-Jul-23	32.17	370.000	Aqidah
15	Khutbah Nikah UAH 2 Bahasa : Indonesia dan Inggris	10-Jul-23	14.22	504.000	Syariah
16	Jenis Perdebatan Yang Boleh dan Yang Dilarang (Esensi Surah An-Naba)	11-Jul-23	1.15.39	138.000	Syariah
17	Ciri Munafik di Era Modern	12-Jul-23	11.20	309.000	Akhlak
18	Mengejar Cinta dan Ridha Allah SWT	13-Jul-23	8.24	94.000	Aqidah
19	Seorang Muslim Harusnya Malu Kalau Bermaksiat	14-Jul-23	5.49	53.000	Akhlak
20	Peluang Wakaf Asrama Santri MIRA	14-Jul-23	4.17	10.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
21	Cara Memahami Hadits dalam Kitab Ihya Ulumuddin	15-Jul-23	38.24	156.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
22	Selebritis Buka Hijab, Bagaimana Hukumnya?	17-Jul-23	37.58	132.000	Syariah

Komunikasi Krisis Ustadz Adi Hidayat: Analisis Isi Dakwah Digital Pascapandemi di YouTube

23	Kamu Masih Gak Yakin Sama Allah ?	18-Jul-23	16.31	118.000	Aqidah
24	UAH Berjumpa UAS di Riau Pekanbaru Mengharu Biru	21-Jul-23	5.59	132.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
25	Riau Mengharu Biru Menyambut Tahun Baru Islam 1445H	22-Jul-23	1.01.24	323.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
26	Bekal Hari Anak Nasional Untuk Orang Tua dan Anak Milenial	23-Jul-23	22.18	79.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
27	Nasehat UAH yang Mendalam di Pembuka Tahun	24-Jul-23	56.24	254.000	Akhlak
28	Siapapun dan Dimanapun Kami, Ingat Allah !!	25-Jul-23	24.22	278.000	Aqidah
29	Amalan Rahasia Supaya Negara Aman, Tentram & Damai	26-Jul-23	37.48	34.000	Aqidah
30	Amalan Terakhir Seorang Muslim	27-Jul-23	14.18	173.000	Akhlak
31	Cara Kerja Syaitan Menggoda Manusia	29-Jul-23	11.03	132.000	Aqidah
32	(Tanya Jawab) Jurusan Akademi untuk Perempuan di Era Sekarang	30-Jul-23	4.50'	45.000	Syariah
33	Hukum Membaca Al-Fatihah Di Luar Sholat, Sunnah atau Bid'ah?!	31-Jul	51.17	1 juta	Syariah
34	Iman Selalu Berbaning Lurus dengan Amal Sholeh	1-Aug-23	12.34	47.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
35	Katanya Cari bekal, Kenapa Kamu Bermaksiat?	2-Aug-23	12.23	93.000	Akhlak
36	Awas !! Rajin Shalat Tapi Dengan Teman Begitu?	4-Aug-23	12.47	186.000	Aqidah
37	Khutbah Mengguncang dari Kota Padang	6-Aug-23	43.19	258.000	Aqidah, Akhlak, Syariah

38	Jangan Sombong dengan Ilmu yang Kita Miliki	7-Aug-23	5.54	44.000	Akhlak
39	Jangan Gengsi Untuk Taubat	8-Aug-23	10.34	73.000	Akhlak
40	Wujud Cinta Allah Kepada Manusia Penuh Dosa	9-Aug-23	9.49	117.000	Aqidah
41	Mari Berwakaf Untuk Finishing Masjid MIRA Pencetak Ulama !	10-Aug-23	5.12	16.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
42	Menjadi MISS UNIVERSE Sejati, Bukan yang Tampil Seksi dan Pamer Body	11-Aug-23	10.26	59.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
43	Bangga sebagai Perempuan, perempuan itu Istimewa!	13-Aug-23	9.28	41.000	Akhlak
44	Perbedaan Cara Basmalah Dalam Sholat	13-Aug-23	6.52	46.000	Syariah
45	(Kajian Musawarah) Fiqh Sholat Kesan, Makna, dan Hikmah Surat Al-Fatihah Dalam Shalat	14-Aug-23	56.46	340.000	Syariah
46	Pesan Untuk Muslimah : Jika Kita Menjaga Hukum Allah, Allah Akan Menjaga Engkau	16-Aug-23	9.06	57.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
47	Baim Wong Bertanya : Bagaimana Menggodho Sholat yang Tertinggal	16-Aug-23	9.13	281.000	Syariah
48	Dirgahayu ke-78 : Dari Keluarga UAH untuk Indonesia Berkah	17-Aug-23	4.17	35.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
49	Pembacaan Teks Proklamasi dan Amanah Kebangsaan UAH	17-Aug-23	6.08	15.000	Aqidah
50	Kalau Kamu Gak Mau Capek Serahin Ke Allah	18-Aug-23	27.55	916.000	Aqidah
51	Sebuah Drama : Inspirasi Buya Hamka Dari Siswa Sekolah UAH	19-Aug-23	20.03	45.000	Aqidah, Akhlak, Syariah

Komunikasi Krisis Ustadz Adi Hidayat: Analisis Isi Dakwah Digital Pascapandemi di YouTube

52	Lakukan Apapun Terserah, Tapi Ingat Kamu akan Mati !	19-Aug-23	9.25	79.000	Aqidah
53	Keutamaan Masjid : Solusi, Ampunan dan Kemuliaan	20-Aug-23	16.30	41.000	Syariah
54	Inilah Cara Taubat Terbaik	20-Aug-23	12.08	129.000	Syariah
55	Tabligh Akbar Spesial HUT 354 Kota Padang	21-Aug-23	1.07.38	59.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
56	Jika Benar, Allah akan Mengabulkan Semua doa kita	22-Aug-23	20.19	124.000	Aqidah
57	(Kajian Ummahat) Meneladani Istri Rasulullah SAW	22-Aug-23	1.42.51	450.000	Akhlak
58	Khutbah Jumat UAH Penuh Renungan di Hadapan Presiden Jokowi	26-Aug-23	26.43	1,1 juta	Aqidah, Akhlak, Syariah
59	(Tabligh Akbar Medan) Amalan Tepat Untuk Bekal Kehidupan Setelah Wafat	25-Aug-23	1.19.05	296.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
60	Kamu itu banyak Dosa, Tapi Minta Sukses ke Allah	28-Aug-23	21.18	339.000	Aqidah
61	Kenapa Nikmah Allah Kamu Pakai Berbuat Maksiat?	29-Aug-23	13.27	99.000	Aqidah
62	Hati-hati Iklan Palsu Atas Nama UAH	31-Aug-23	4.11	28.000	Syariah
63	Hati-Hati ! Banyak Beribadah Tapi Pandai Mencela dan Menyakiti	3-Sep-23	5.10	62.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
64	Ketika Cinta Allah Turun, Tak Ada Dosa Yang Tak Terampuni	4-Sep-23	24.01	>140.000	Aqidah
65	Surga Hanya Untuk Para Pemenang yang Diuji	5-Sep-23	16.46	> 108.000	Syariah
66	Kuatnya Sanad & Tradisi Ilmu Dalam Islam	6-Sep-23	21.54	> 42.000	Syariah

Izzah Nur Fadhila

67	Wafat Rasulullah dan Wasiat Terakhirnya	8-Sep-23	16.45	> 154.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
68	Ujian Rumah Tangga Mengeratkan Pasangan, Bukan Menjauhkan	10-Sep-23	23.34	> 93.000	Syariah
69	Amalkan Ini, Supaya Dijaga Allah dan Dijauhkan Dari Keburukan	12-Sep-23	13.41	>159.000	Aqidah
70	Pentingnya Mihrab, Kunci Rezeki Yang tak Terduga	12-Sep-23	10.41	>107.000	Akhlak
71	(Kajian Musawarah) Fiqh Sholat Mengapa Kita Sholat ? Hikmah Surat Al-Fatihah (Eps.akhir)	9-Sep-23	43.26	>127.000	Syariah
72	Rempang Bergejolak, UAH Menyampaikan Usulan Bijak	15-Sep-23	11.58	>745.000	Akhlak
73	(Tanya Jawab) Mengajarkan Sholat Kepada Anak di Bawah Usia 10 Tahun	16-Sep-23	21.48	>59.000	Syariah
74	Shalat Di Belakang Imam Seperti Shalat Di Belakang Nabi?	17-Sep-23	46.06	>60.000	Syariah
75	Allah Mencintai Hijrahnya Seorang Hamba	18-Sep-23	12.35	>84.000	Aqidah
76	Kalau Mau Bahagia Cukup Bertakwa dan Berilmu	19-Sep-23	7.37	>64.000	Aqidah
77	Kehidupan Kita di Muka Bumi ini, Bukan Kehidupan yang Hampa	22-Sep-23	9.41	>32.000	Aqidah
78	Anugerah Allah untuk Memudahkan Kehidupan Dunia	23-Sep-23	15.01	>73.000	Aqidah
79	Tausiyyah Mendalam UAH untuk Para Hakim : Kiat Menjaga Integritas	24-Sep-23	1.25.01	>77.000	Aqidah, Akhlak, Syariah
80	Cara Memantaskan Hati Untuk Istiqomah dalam Mencari Ridho Allah	25-Sep-23	7.11	>81.000	Akhlak

81	Ketentuan Pasti Seseorang bisa Menjamak Sholat	27-Sep-23	5.24	>26.000	Syariah
82	Menggapai Ridha Allah Sang Maha Penyayang	29-Sep-23	10.22	>47.000	Akhlak

Sumber: Hasil olah data peneliti

Analisis terhadap 82 video YouTube yang diunggahnya antara Juni dan September 2023 mengungkapkan penerapan dua strategi komunikasi krisis yang cermat, *pertama*, penyampaian informasi instruksional dan informasi penyesuaian. *Kedua*, strategi fundamental ini tidak disampaikan secara kaku, melainkan dijalin dengan pendekatan naratif persuasif, sebuah teknik yang memanfaatkan kekuatan kisah, analogi, dan gaya retorika khas UAH untuk meningkatkan pemahaman dan internalisasi pesan oleh audiens sehingga dapat mengurangi ketidakpastian publik dan membantu umat membangun kembali tatanan kehidupan.

Temuan ini sejalan dengan studi Zaid dkk. (2022) yang mencatat pentingnya otoritas digital dalam dakwah, namun strategi UAH lebih adaptif karena menyertakan respons langsung terhadap kebutuhan emosional dan praktis audiens di masa krisis.

Strategi Informasi Instruksional yang bertujuan membekali umat dengan panduan dan arahan yang jelas dan konkret, berlandaskan nilai-nilai Islam, terutama dalam ranah akidah dan akhlak. Dalam ranah akidah (keimanan), UAH berfokus pada penguatan fondasi keyakinan umat. Melalui unggahan seperti "Kalau Kamu Gak Mau Capek Serahin Ke Allah" (No. 50), UAH memberikan panduan aktif tentang cara membangun koneksi spiritual dan menjemput pertolongan ilahi.

Unggahan lain, seperti "Wujud Cinta Allah Kepada Manusia Penuh Dosa" (No. 40) dan [No. 14] yang membahas adab dan esensi doa, semakin meyakinkan audiens bahwa setiap permohonan akan didengar dan doa adalah senjata spiritual dalam menghadapi ketidakpastian. Informasi instruksional lain yang terfokus pada penguatan fondasi keyakinan umat. Melalui unggahan seperti (No. 78), UAH kemungkinan besar memberikan instruksi mendalam tentang bagaimana seorang Muslim seharusnya memahami dan meyakini anugerah serta kemudahan yang datang dari Allah, bahkan di tengah kesulitan pascapandemi. Ini bukan sekadar penegasan pasif, melainkan panduan aktif tentang cara membuka diri dan "menjemput" pertolongan ilahi.

Pesan tentang keharusan untuk senantiasa mengingat Allah dalam setiap situasi dan kondisi, sebagaimana mungkin menjadi inti dari unggahan (No. 28), memberikan panduan praktis untuk menjaga dzikrullah sebagai sumber ketenangan dan kekuatan jiwa. Lebih lanjut, instruksi bahwa ibadah yang ikhlas (lillahi ta'ala) akan menjadi perisai pelindung, dan bahwa kebahagiaan hakiki berakar pada ketakwaan dan ilmu pengetahuan agama, sebagaimana dielaborasi dalam (No. 76), secara kolektif membentuk sebuah kurikulum spiritual.

Pesan-pesan ini, yang teridentifikasi dari nomor unggahannya, secara esensial memberikan arahan langsung, langkah demi langkah, mengenai bagaimana membangun kembali dan memperkuat keyakinan serta praktik spiritual sebagai pilar utama dalam merajut "peta kehidupan baru" pascakrisis. UAH dalam hal ini mungkin sering menggunakan kisah-kisah para Nabi yang menghadapi ujian berat namun tetap teguh imannya, sebagai bagian

dari narasi persuasifnya, untuk mengilustrasikan bahwa keteguhan akidah adalah kunci keselamatan dan kesuksesan dunia-akhirat.

Dalam ranah akhlak (moralitas dan etika), UAH memberikan perhatian besar pada pembentukan kembali karakter Muslim yang unggul pascapandemi. Pesan-pesan dakwahnya yang memberikan nasihat spiritual mendalam, seperti yang terkandung dalam "Nasehat UAH yang Mendalam di Pembuka Tahun" (No. 27) dan "Cara Memantaskan Hati Untuk Istiqomah" (No. 80), berfungsi sebagai momentum instruksional untuk refleksi dan perbaikan diri.

Demikian pula, pesan-pesan yang menguraikan amalan-amalan mulia yang seharusnya menjadi ciri khas seorang Muslim, urgensi dan cara meraih ridha Allah yang diulas dalam (No. 18 dan no 82), pentingnya memelihara sikap rendah hati terhadap ilmu dan harta yang dimiliki (No. 38), serta penekanan pada signifikansi spiritual dan fungsional mihrab sebagai simbol koneksi vertikal dan potensi pembuka pintu rezeki (No. 70) semuanya merupakan bentuk informasi instruksional yang konkret. Pesan-pesan ini tidak hanya memberi tahu apa yang harus dilakukan, tetapi seringkali juga mengapa dan bagaimana melakukannya, dengan tujuan membentuk perilaku Muslim yang tangguh, adaptif, dan beretika mulia.

Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya memberi tahu apa yang harus dilakukan, tetapi juga mengapa dan bagaimana, dengan tujuan membentuk perilaku Muslim yang tangguh, adaptif, dan beretika mulia. Dalam menyampaikan instruksi ini, UAH sering mengintegrasikan pendekatan naratif persuasif, misalnya dengan menyajikan biografi ulama salaf yang terkenal dengan keluhuran akhlaknya, atau menggunakan perumpamaan-perumpamaan yang menyentuh hati untuk menggambarkan konsekuensi dari akhlak buruk dan keutamaan akhlak terpuji, sehingga mendorong audiens untuk secara sadar dan termotivasi memperbaiki diri.

Sementara itu, strategi informasi penyesuaian yang diterapkan oleh UAH bertujuan untuk membekali umat Islam dengan pengetahuan, pemahaman, dan fleksibilitas yang diperlukan untuk beradaptasi dengan berbagai perubahan dan tantangan dalam tatanan kehidupan baru pascapandemi. Fokus utama dari strategi ini adalah pada aspek syariah (hukum Islam), yang mencakup dimensi ibadah ritual dan interaksi sosial. Pandemi COVID-19 telah membawa perubahan signifikan dalam cara umat menjalankan beberapa praktik keagamaan, dan di masa transisi menuju endemi, panduan untuk melakukan penyesuaian yang syar'i menjadi sangat dibutuhkan.

Pembahasan mengenai doa dan amalan spesifik untuk mengharapkan syafaat di Hari Kiamat (No. 4) menjadi sangat relevan karena krisis global seperti pandemi seringkali meningkatkan kesadaran kolektif akan kefanaan dunia dan pentingnya bekal akhirat. Penjelasan mengenai keutamaan ibadah-ibadah tertentu seperti puasa Arafah (No. 5), hikmah dan tata cara pelaksanaan ibadah qurban (No. 7), serta panduan komprehensif mengenai pelaksanaan salat Idul Adha (No. 6), memberikan informasi yang membantu umat menyesuaikan pelaksanaan ibadah-ibadah musiman ini dengan kondisi atau protokol yang mungkin masih berlaku atau telah menjadi kebiasaan baru pascapandemi. Penyesuaian ini bisa jadi terkait dengan pengaturan kerumunan, durasi, atau aspek teknis lainnya yang mungkin masih terasa dampaknya.

Secara lebih spesifik, konten-konten yang mengulas hukum-hukum terkait ibadah sehari-hari menunjukkan penerapan strategi informasi penyesuaian yang sangat praktis. Misalnya, penjelasan mengenai ketentuan dan syarat-syarat sahnya menjamak salat

(menggabungkan dua salat dalam satu waktu) sebagaimana diuraikan dalam (No. 81), menjadi sangat penting bagi umat yang mulai kembali aktif melakukan perjalanan jauh atau menghadapi jadwal kerja yang tidak menentu di era pascapandemi. Dengan memahami keringanan (rukhsah) ini, umat dapat menyesuaikan praktik salatnya tanpa mengabaikan kewajiban.

Demikian pula, klarifikasi mengenai hukum membaca surat Al-Fatihah di luar salat, apakah termasuk sunnah atau bid'ah (No. 33), menjawab kebingungan atau perdebatan yang mungkin muncul di masyarakat dan membantu mereka menyesuaikan amalan sehari-hari dengan pemahaman yang benar. UAH dalam menyampaikan informasi penyesuaian ini kemungkinan akan sangat detail, merujuk pada dalil-dalil yang kuat dari Al-Quran dan Sunnah, serta pendapat para ulama mu'tabar, untuk memberikan rasa percaya diri dan kemantapan kepada audiens dalam menjalankan ajaran agamanya di tengah berbagai perubahan.

Secara keseluruhan, kedua strategi komunikasi krisis yang diterapkan UAH yaitu informasi instruksional yang memberikan arah dan panduan, serta informasi penyesuaian yang memberikan pemahaman dan fleksibilitas berjalan secara sinergis. Keduanya tidak disampaikan secara dogmatis, melainkan dibungkus dengan pendekatan naratif persuasif yang khas. UAH seringkali menggunakan analogi yang relevan dengan kehidupan kontemporer, kisah-kisah yang menggugah emosi dan nalar, serta penjelasan yang sistematis dan mudah dicerna. Kemampuannya dalam mengartikulasikan konsep-konsep agama yang kompleks menjadi bahasa yang membumi, ditambah dengan intonasi dan gaya penyampaian yang menenangkan namun berwibawa, menjadikan pesan-pesannya memiliki daya jangkau dan daya ubah yang signifikan. Ini memungkinkan audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga termotivasi untuk menginternalisasi nilai-nilai yang disampaikan dan menerapkannya dalam upaya membangun kembali kehidupan yang lebih baik, lebih tangguh, dan lebih bermakna di era pascapandemi.

Otoritas Digital dan Efektivitas Dakwah Pascapandemi

Implementasi strategi informasi instruksional dan informasi penyesuaian oleh Ustadz Adi Hidayat (UAH) melalui dakwah virtualnya memberikan dampak signifikan bagi masyarakat pascapandemi COVID-19. Keberhasilan UAH menjangkau audiens luas dengan pesan fleksibel, kontekstual, dan aksesibel tanpa batas ruang-waktu menunjukkan efektivitas platform digital sebagai sarana komunikasi krisis yang menegaskan peran teknologi bukan hanya sebagai alat, melainkan juga bagian integral dari praktik keagamaan kontemporer yang membentuk budaya baru.

Pesan dalam informasi instruksional UAH, yang memberi panduan akidah dan akhlak untuk membangun peta kehidupan baru secara langsung berkontribusi sebagai sumber pencerahan agama (*tazkiyatun nafs*) dan terapi spiritual. Di tengah ketidakpastian pascapandemi, panduan spiritual yang jelas ini sebagaimana terinferensi dari interaksi di kolom komentar dilaporkan mengurangi kecemasan, meningkatkan ketenangan batin, dan memotivasi perubahan positif. Penekanan UAH pada harapan, ketahanan spiritual, dan kepasrahan ilahi berfungsi sebagai dukungan psikososial vital. Sementara itu, informasi penyesuaian terkait syariah membantu audiens beradaptasi dengan praktik keagamaan yang termodifikasi, mengurangi kebingungan, dan mendukung kesejahteraan spiritual.

Fitur interaktif platform digital memfasilitasi keterlibatan aktif audiens. Volume interaksi tinggi di kolom komentar video UAH berupa berbagi pengalaman, pertanyaan agama, dan ungkapan terima kasih yang mengindikasikan terbentuknya komunitas iman digital dan solidaritas virtual, atau publik berjejaring. Hal ini membuktikan bahwa efektivitas strategi UAH tidak hanya diasumsikan dari isi pesan, tetapi secara eksplisit ditunjukkan oleh reaktivitas kontennya. Contohnya, video-video "Tanya Jawab" (No. 32) dan konten yang merespons isu hangat seperti "Rempang Bergejolak, UAH Menyampaikan Usulan Bijak" (No. 72) menunjukkan bahwa dakwah UAH bersifat dialogis. Kolom komentar dipenuhi dengan pertanyaan, apresiasi, dan curahan hati, menandakan terbentuknya komunitas iman digital. Ini mengonfirmasi bahwa strategi UAH tidak hanya informatif, tapi juga membangun kohesi sosial dan dukungan psikososial yang penting pascakrisis. Fenomena ini juga memperkuat temuan Gertrude tentang konsep iman hibrida di mana teknologi digital memungkinkan perpaduan antara praktik keagamaan tatap muka dan *online*, menciptakan ruang bagi audiens untuk berinteraksi dan menginternalisasi ajaran agama sebagai partisipan aktif dalam komunitas virtual.

Dakwah virtual UAH melalui strategi komunikasi krisis yang efektif tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai spiritual dalam kehidupan audiens. Peran UAH sebagai otoritas digital dibuktikan oleh kemampuan menyampaikan pesan instruktif sekaligus adaptif, dalam bentuk yang naratif dan responsif. Temuan ini menandakan pergeseran dalam praktik dakwah digital dari sekadar penyampaian satu arah menjadi komunikasi dua arah yang membentuk solidaritas virtual, spiritualitas hybrid, dan regenerasi nilai Islam dalam konteks baru pascapandemi.

Penutup

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis dan bentuk-bentuk pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat (UAH) melalui kanal YouTube "Adi Hidayat Official" selama periode pascapandemi, khususnya antara Juni hingga September 2023. Berdasarkan analisis terhadap 82 video, ditemukan bahwa UAH secara konsisten menerapkan dua strategi utama dalam menyikapi krisis pascapandemi, yakni strategi informasi instruksional dan strategi informasi penyesuaian. Kedua strategi ini dikemas secara efektif melalui pendekatan naratif persuasif, yang mengandalkan kekuatan kisah, analogi, dan gaya retorika khas UAH untuk meningkatkan pemahaman dan internalisasi pesan dakwah oleh audiens.

Bentuk-bentuk pesan dakwah yang dikembangkan UAH dalam kontennya mencakup tiga ranah utama: (1) akidah, yang memperkuat koneksi spiritual dan keteguhan iman umat di tengah ketidakpastian; (2) akhlak, yang mendorong pembentukan karakter Muslim yang tangguh, adaptif, dan beretika; serta (3) syariah, yang menawarkan panduan aplikatif untuk menyesuaikan praktik keagamaan dengan perubahan sosial dan protokol ibadah di era pascapandemi. Strategi ini menunjukkan bahwa dakwah digital UAH tidak hanya berfungsi sebagai transmisi ajaran agama, tetapi juga sebagai alat komunikasi krisis religius, yang mampu menjawab keresahan publik, mereduksi ketidakpastian, dan membangun ketahanan spiritual masyarakat. Lebih jauh, pendekatan ini turut menciptakan ruang digital keagamaan yang partisipatif, membentuk komunitas iman yang aktif dan saling mendukung secara sosial dan psikologis.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi krisis dengan menunjukkan bagaimana kerangka informasi instruksional dan penyesuaian dapat digunakan untuk menganalisis praktik dakwah digital dalam konteks keagamaan. Ini memperluas diskursus tentang peran tokoh agama sebagai aktor strategis dalam komunikasi krisis berbasis nilai iman. Implikasi praktisnya, pendekatan UAH dapat dijadikan model bagi pendakwah lain maupun institusi keagamaan dalam membangun komunikasi spiritual yang responsif dan relevan melalui medium digital.

Daftar Pustaka

Jurnal:

- Allosau, W., Ananto, B. T., Dicky, Y., Anggreini, K., Naroba, A. N. S., & Hergianasari, P. (2021). Penguatan Peran GKI Tegalrejo sebagai Influence terhadap Perubahan Perilaku di Era Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Majemuk. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(02), 193–203.
- Chelly, S., Jaziri, S., Ammar, A., Ezzi, O., Douss, N., Saffar, S., Tritar, M., Njah, M., & Mahjoub, M. (2024). Safety and efficiency of COVID-19 vaccine in North Africa. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 20(1), 2306703. <https://doi.org/10.1080/21645515.2024.2306703>
- Dharma, I. B. G. R. O., Artha, I. K. S., Suwastawa, K., & Sujatindriasih, N. L. P. (2024). The Use of YouTube As A Learning Medium For Hindu Religious Education. *International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.37329/ijms.v2i2.2261>
- Gates, B. (2018). Innovation for Pandemics. *New England Journal of Medicine*, 378(22), 2057–2060. <https://doi.org/10.1056/NEJMp1806283>
- Gertrude, D., P. (2024). Hybrid Faith: a Study on the Impact of Digital Technology on Church Communication During the Covid-19 Pandemic. *Doctor of Ministry*. 628. <https://digitalcommons.georgefox.edu/dmin/628>
- Goeritman, H. I. N. (2021). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial (Crisis Communication Of Indonesia Government During Pandemic Covid-19 Using Social Media). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 23(1), 418563. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.23.1.2021.1>
- Hendra, T., Nur Adzani, S. A., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal: Konsep dan Strategi Menyebarkan Ajaran Islam. *Journal of Da'wah*, 2(1), 65–82. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660>
- Jamil, S., & Muschert, G. (2024). The COVID-19 Pandemic and E-Learning: The Digital Divide and Educational Crises in Pakistan's Universities. *American Behavioral Scientist*, 68(9), 1161–1179. <https://doi.org/10.1177/00027642231156779>

- Joviansyah, M., Alyssa, L., Rahadatu'aisyi, I., Bakry, G., & Aristi, N. (2023). ANALISIS SENTIMEN DAN JARINGAN KOMENTAR VIDEO YOUTUBE NAJWA SHIHAB "PIALA DUNIA U-20 GAGAL DIGELAR DI INDONESIA. MARI LIHAT DARI DUA PERSPEKTIF." *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4, 1–14. <https://doi.org/10.24167/jkm.v4i1.10351>
- Marwantika, A. I. (2022). Dakwah Dan Komunikasi Krisis Di Masa Pandemi Covid-19: Netnografi Da'i Di Instagram. *Proceeding of The 2 nd Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era Vol 2 (2022) Faculty of Ushuluddin, Adab and Dakwah IAIN Ponorogo*, 16(2), 126–149. <https://doi.org/10.1108/13522751311317558>
- Marwantika, A. I., & Novitasari, E. (2021). Da'i Akademisi Dalam Kontestasi Dakwah Digital: Analisis Media Siber Channel YouTube Transformasi Iswahyudi. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.9364>
- Murfi, A., Fathurrochman, I., Atika, A., & Saiva Jannana, N. (2020). Kepemimpinan Sekolah dalam Situasi Krisis Covid-19 di Indonesia. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 119–136. <https://doi.org/10.14421/manageria.2020.51-07>
- Nahar, L. (2020). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Syntax Admiration*, 1(5), 553–566.
- Nuryana, Z., Xu, W., Kurniawan, L., Sutanti, N., Makruf, S. A., & Nurcahyati, I. (2023). Student stress and mental health during online learning: Potential for post-COVID-19 school curriculum development. *Comprehensive Psychoneuroendocrinology*, 14, 100184. <https://doi.org/10.1016/j.cpne.2023.100184>
- Reynolds, B., & Seeger, M. (2005). Crisis and emergency risk communication as an integrative model. *Journal of Health Communication*, 10(1), 43–55. <https://doi.org/10.1080/10810730590904571>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17, 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Wibowo, A. (2019). Kebebasan Berdakwah di YouTube: Suatu Analisis Pola Partisipasi Media. *MAWA'IZH: JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN*, 9, 224–238. <https://doi.org/10.32923/maw.v9i2.799>
- Yibeltal, K., Workneh, F., Melesse, H., Wolde, H., Kidane, W. T., Berhane, Y., & Herzig van Wees, S. (2024). 'God protects us from death through faith and science': A qualitative study on the role of faith leaders in combating the COVID-19 pandemic and in building COVID-19 vaccine trust in Addis Ababa, Ethiopia. *BMJ Open*, 14(4). <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2023-071566>
- Youngblood, S. (2010). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*, 2nd Edition (Coombs, W. T.) and *Handbook of Risk and Crisis Communication* (Heath, R. L. and O'Hair, H. D., Eds.) [Book reviews. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 53(2), 174–178. <https://doi.org/10.1109/TPC.2010.2046099>

- Zaid, B., Jana F., Don D. S., Kadoussi E. A., & Ibahrine M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions* 13: 335. <https://doi.org/10.3390/rel13040335>
- Zaluchu, S. E. (2024). Digital Religion, Modern Society and the Construction of Digital Theology. *Transformation*, 41(4), 285-295. <https://doi.org/10.1177/02653788231223929>

Buku:

- Aziz, P. D. M. A. A. (2019). Ilmu Dakwah: Edisi Revisi. Prenada Media.
- Fearn-Banks, K. (2016). Crisis Communications: A Casebook Approach (5th ed.). Routledge.
- Kriyantono, R. (2015). Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif. Kencana.
- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2018). Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity. SAGE Publications, Inc.

Sumber Internet:

- Arifin, M. Z. (2022, Februari 18). Inilah 9 Channel YouTube Dakwah Islam Keren, Sejuk dan Membawa Damai—Koran Memo—Halaman 2. Inilah 9 Channel YouTube Dakwah Islam Keren, Sejuk dan Membawa Damai - Koran Memo - Halaman 2. <https://www.koranmemo.com/gaya-hidup/pr-1922708660/inilah-9-channel-youtube-dakwah-islam-keren-sejuk-dan-membawa-damai?page=2>
- Coote, D. (2020, Juli 27). Tedros: COVID-19 pandemic “most severe” health emergency in WHO history—UPI.com. https://www.upi.com/Top_News/World-News/2020/07/27/Tedros-COVID-19-pandemic-most-severe-health-emergency-in-WHO-history/9351595900573/
- Lahur, M. F. (2023, Oktober). Survei: YouTube Layanan Video Paling Disukai Gen Z di Indonesia | tempo.co. <https://www.tempo.co/digital/survei-youtube-layanan-video-paling-disukai-gen-z-di-indonesia-133226>
- Marhani, R. (2020, April 27). 10 Channel YouTube Dakwah Terbaik di Bulan Ramadhan. TipsPintar.com. <https://www.tipspintar.com/channel-youtube-dakwah-terbaik/>
- Nugraheny, D. E., & Meiliana, D. (2023, Juni 21). Jokowi: Pemerintah Cabut Status Pandemi Covid-19 mulai 21 Juni 2023, Kita Masuk Masa Endemi. <https://nasional.kompas.com/read/2023/06/21/15110891/jokowi-pemerintah-cabut-status-pandemi-covid-19-mulai-21-juni-2023-kita>
- Nurita, D. (2022, Maret 3). 2 Tahun Pandemi Covid-19, Ringkasan Perjalanan Wabah Corona di Indonesia | tempo.co. <https://www.tempo.co/politik/2-tahun-pandemi-covid-19-ringkasan-perjalanan-wabah-corona-di-indonesia-420602>