



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 10030-10039

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Penggerakan Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Media Dakwah

Erwan Efendi^{1✉}, Ayu Amanah², Farizatul Faiza³, Odang Partahian Siregar⁴,
Saipul Amri Siregar⁵

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: erwanefendi@uinsu.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian yg dilakukan kali ini adalah penelitian kepustakaan dengan memakai penelusuran aneka macam karya ilmiah, berupa buku, makalah, jurnal, majalah yg membahas perihal media (khususnya You Tube) serta promosi dakwah serta berkaitan dengan pembahasan tadi. Metode pengumpulan data melalui beberapa tahapan seperti tahap pengumpulan data, tahap pengelolaan data, dan termin analisis data. Pembahasan primer pada penelitian ini terkait dengan media YouTube dan pergerakan dakwah, YouTube bisa menjadi media penggerak dakwah serta model dakwah pada YouTube. hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media You Tube menjadi media dakwah semakin menjanjikan serta mudah untuk dilakukan. Dikatakan keterkaitan media You Tube menggunakan gerakan dakwah artinya kecenderungan target. Segmentasi yg sama dan kebutuhan serupa. Sedangkan penggunaan You Tube sebagai media dakwah, sebagian besar para da'i ternama telah memanfaatkan serta memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya. Jenis dakwah di YouTube jua ada yg bisa berupa video ceramah berseri, video ceramah pendek, video diskon ceramah, video musik/lagu, video cerpen, serta aliran eksklusif. hasil dari penelitian ini adalah para pengkhotbah serta pendakwah akan memakai YouTube menjadi media dakwah yg sangat menjanjikan.

kata Kunci : *Media dakwah, Da'i, Gerakan Dakwah, YouTube*

Abstract

The research carried out this time is library research using searches of various scientific works, in the form of books, papers, journals, magazines which discuss media (especially You Tube) and the promotion of da'wah and are related to the discussion above. The data collection method goes through several stages such as the data collection stage, data management stage, and data analysis terms. The primary discussion in this research is related to YouTube media and the da'wah movement, YouTube can be a media for da'wah and a model for da'wah on YouTube. The research results show that the use of YouTube media as a da'wah media is increasingly promising and easy to do. It is said that the connection between YouTube media using the da'wah movement means the target's tendency. Same segmentation and similar needs. Meanwhile, most of the well-known preachers have used YouTube as a medium for da'wah and have made the best use of it. There are also types of preaching on YouTube which can be in the form of serial lecture videos, short lecture videos, discount lecture videos, music/song videos, short story videos, and exclusive streams. The results of this research are that preachers and preachers will use YouTube as a very promising medium for preaching.

Keywords: *Da'wah media, Da'wah, Da'wah movement, YouTube*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, banyak rakyat yg memanfaatkan media umum buat berkomunikasi, baik buat mencari berita juga memperoleh gosip. media sosial yang terkenal dan acapkali digunakan diantaranya WhatsApp, Instagram, Facebook, Path, Line, Twitter, Youtube, serta lain sebagainya. Lister dan kawan-kawan dikutip (Rulli Nasrullah : 2016) menyebutkan, YouTube merupakan media umum menggunakan konten membuat video, dimana seluruh penggunanya bisa mencari isu melalui saluran yang ada, bahkan dapat membuat saluran sendiri. dari saluran inilah terjadi penyebaran informasi. Proses ini mirip proses produksi di stasiun YouTube pada pesawat televisi, tetapi dikemas pada media umum.

Beberapa orang tidak mampu tanggal asal penggunaan YouTube setiap hari. Situs streaming video terpopuler pada dunia ini artinya situs kedua yg paling banyak dikunjungi pada dunia, setelah Google. Oleh karena itu youtube merupakan salah satu tempat kita untuk berbagi segala hal termasuk ilmu dengan adanya youtube jika kita kaitkan dengan dakwah maka youtube dapat dikatakan sebagai alat media dakwah untuk menyampaikan syiar agama islam dan dari media social ini kiranya sesuai membahas permasalahan penggunaan media YouTube menjadi media dakwah. Keduanya mempunyai fungsi serta tujuan yang saling berkaitan, serta keduanya memiliki sasaran yg sama yaitu rakyat (massa atau khalayak). Keunggulan media YouTube bisa menyampaikan manfaat yang sangat besar bagi kegiatan dakwah jika dikelola dengan baik.

Berasal uraian latar belakang perseteruan tadi, penulis mencoba merumuskan rumusan masalah utama yaitu "Bagaimana YouTube dipergunakan sebagai media propaganda?" , Dan juga memahami " Apa itu gerakan dakwah atau pun penggerakan dakwah ? "dari pokok konflik tadi, penulis kemudian merumuskan beberapa submasalah menjadi acuan dasar pembahasan makalah. Rumusannya menjadi berikut (1) Bagaimana korelasi media YouTube menggunakan dakwah? (dua) Bagaimana YouTube mampu menjadi media dakwah? penggerak media dakwah? Tujuan penelitian ini artinya buat mengungkap pemanfaatan media YouTube sebagai media dakwah dengan inti pembahasan terkait hubungan media YouTube dengan pelaksanaan dakwah. wah ternyata youtube bisa dijadikan media dakwah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan (*library research*) yakni sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengeksplorasi berbagai literatur atau sumber lain berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam studi ini. Selain bercorak kepustakaan, penelitian ini juga bercorak kualitatif karena yang disajikan adalah data-data deskriptif sehingga penelitian ini lebih bersifat analisis deskriptif. Menurut Strauss dan Corbin sebagaimana dikutip Ruslan, bahwa *qualitative research* (penelitian kualitatif) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan sosial, serta hubungan kekerabatan. Pendekatan penelitian yang dimaksudkan dalam makalah ini adalah suatu cara melihat permasalahan dari dua sudut pandang disiplin keilmuan, yakni ilmu sosial dan ilmu sejarah. Pendekatan yang digunakan dalam makalah ini adalah:

1. Pendekatan sosiologis, yakni menggunakan logika-logika dan teori-teori sosial, baik teori klasik maupun modern, untuk menggambarkan fenomena sosial yang mempengaruhi media dan dakwah.
2. Pendekatan historis, yakni menggunakan sudut pandang kesejarahan untuk melihat konteks yang melingkupi proses perkembangan dakwah Islam dan media komunikasi.

Sebagai penelitian kepustakaan (*library research*), penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan, bersumber dari materi-materi tertulis yang telah dipublikasikan secara resmi, baik dalam bentuk buku, jurnal, koran, majalah, maupun sumber-sumber bacaan digital lainnya seperti situs web, buku elektronik, jurnal elektronik, perpustakaan digital, dan lain sebagainya.

Data yang telah diklasifikasi kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Teknik analisis deskriptif kualitatif yang dimaksud dalam makalah ini adalah analitik non statistik dengan pendekatan induktif yaitu, suatu analisis data yang bertolak dari problem atau pernyataan maupun tema spesifik yang dijadikan fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Youtube Sebagai Media

Youtube dimanfaatkan pengguna sebagai media untuk melihat berbagai macam konten video, dapat digunakan oleh pengguna untuk aliran langsung. Tetapi media Youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah.

Adapun manfaat dari YouTube yang membuat banyak penggunanya betah menggunakannya, yaitu sebagai berikut.

1. tidak ada batasan durasi buat mengupload video. Hal inilah yg membedakan YouTube dengan beberapa perangkat lunak lain yang memiliki batasan durasi minimal, seperti Instagram, Snapchat, dan lain sebagainya;
2. Sistem keamanan mulai lebih akurat. YouTube membatasi keamanannya dengan tak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, dan akan menanyakan pertanyaan konfirmasi sebelum mengupload video;
3. Dibayar. ketika ini, seperti yg sedang viral dimana-mana, YouTube menyampaikan penawaran bagi siapa saja yang mengunggah videonya ke YouTube dan menerima minimal 1.000 views, maka akan diberikan honor ;
4. Sistem luring. YouTube mempunyai fitur baru bagi penggunanya buat menonton video, yakni sistem offline. Sistem ini memudahkan pengguna buat menonton video secara offline tetapi sebelumnya video wajib diunduh terlebih dahulu;
5. Editor sederhana tersedia. di hidangan unggah video awal, pengguna akan ditawarkan buat mengedit video terlebih dahulu. menu yg ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambahkan impak gerakan video.

Youtuber merupakan sebutan bagi para pemilik akun Youtube yang aktif mengunggah video di Youtube tersebut. Youtuber dapat berbentuk orang pribadi atau individu, kelompok ataupun perusahaan besar yang menggunakan Youtube sebagai media untuk memperkenalkan dirinya, barang, atau jasa yang diperjual belikan. Mirip yang bisa kita ketahui, YouTube memfasilitasi penggunanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna lain di seluruh global secara gratis. Hal ini membuat popularitas

YouTube semakin meningkat karena menambah variasi pada setiap tampilannya. tidak adanya batasan durasi yg diberikan oleh YouTube membuat nilai tambah YouTube dibandingkan media sosial lainnya.

tidak hanya gosip, YouTube jua bisa dijadikan sebagai media hiburan dimana Anda bisa mengakses musik dan klip film. jargon YouTube yang menyatakan "lebih berasal sekedar televisi" nampaknya sangat sempurna Bila dijadikan media. tidak jauh berbeda menggunakan fungsi mesin pencari, pencarian di YouTube akan menampilkan daftar sejumlah video sinkron dengan kata kunci yg dimasukkan pada pencarian.

B. Penggerakan Dakwah

Keberadaan gerakan dakwah adalah bagian yg tidak terpisahkan dan selalu bersinggungan dengan warga tempat dakwah tadi dilaksanakan. Dan juga tugas seorang da'l yakni menjalankan tugas nya untuk menggerakan dakwah dengan berbagai macam alat media dakwah adapun salah satunya yakni dengan menggunakan media youtube yag sudah banyak di kenal masyarakat dan juga massa . Oleh sebab itu, secara teknis dakwah selalu melibatkan elemen warga menggunakan segala konflik yg dihadapinya. dengan demikian, konflik masyarakat juga artinya konflik dakwah. perseteruan ini asal saat ke saat relatif bergerak maju seiring menggunakan perubahan sosial yang pula tidak pernah terjadi berhenti.

Dakwah harus diubah dan disesuaikan menggunakan masyarakat yang dihadapinya, sebab dakwah dakwah tidak akan bisa hingga ke warga Jika media serta metodenya tidak sinkron dengan kondisi warga atau rakyat. oleh karena itu, para khatib wajib bisa menyesuaikan materi dakwahnya menggunakan syarat mad'u. sebagai pemecahan dilema, dakwah wajib mampu menampilkan dirinya sebagai sesuatu yg menyenangkan.

M. Yunan Yusuf seperti dikutip Munir menjelaskan bahwa dakwah harus dikemas dengan cara dan metode yang baik dan sempurna. Dakwah harus tampil menggunakan paras yang menarik, kekinian, faktual serta kontekstual. Aktual dalam arti merampungkan perseteruan yang terdapat serta ada pada masyarakat waktu ini. Faktual dalam arti konkrit dan nyata dan dihadapi oleh warga ."

Pada misinya, dakwah harus mampu mengganti warga sebagai rakyat yang lebih baik dari keadaan sebelumnya. oleh karena itu dakwah harus dilaksanakan secara teratur, intens, berkesinambungan, sistematis serta terstruktur. dengan begitu, dakwah bisa membawa perubahan ke arah yg lebih baik. Dakwah pada dasarnya mampu membimbing dan memberikan pemahaman yang kentara pada mad'unya, baik secara perseorangan juga grup, yaitu berdasarkan di "jalan yg baik " .

Dakwah merupakan seruan atau ajakan, memerlukan teknik manajemen komunikasi dan seni yg berkaitan dengan tugas pokoknya menyampaikan pesan-pesan ajaran agama ke dalam suatu sistem kebudayaan, karena berhubungan dengan rakyat luas. Tuntutan akan kemampuan komunikasi pada berdakwah sangatlah absolut, masa dakwah massa pada era global saat ini telah tidak mampu lagi dibatasi oleh tembok ruang serta ketika. Dakwah massal semakin meluas hingga ke pelosok, sebagai akibatnya memerlukan ilmu komunikasi massa yg handal.

Dan dakwah harus bisa tampil lebih menarik dan keratif lagi agar masyarakat dan massa tertarik dengan apa yg di sampaikan oleh para da'l dan dapat mewujudkan tujuan dakwah itu sendiri yakni untuk menjadikan islam Islam sebagai agama yang rahmatan lil 'alamin.

C. Hubungan Media Youtube Dengan Dakwah

1. Objek yang sama

Sama dengan media lainnya, Sasaran YouTube artinya penonton atau publik. pada perkembangannya, kini YouTube sangat populer di warga . Bahkan dibandingkan menggunakan televisi, masyarakat lebih menentukan beralih ke YouTube buat mencari hiburan serta gosip.

Youtube merupakan media yang efektif , buat menyampaikan aneka macam isu, sebab melalui Youtube pesan-pesan atau isu bisa sampai kepada audiensi menggunakan jangkauan yang sangat luas. Hal ini dikuatkan karena media Youtube juga adalah media yg bersifat audio visual, ialah selain mampu didengar juga mampu dicermati. Oleh sebagian besar rakyat Indonesia Youtube dijadikan sebagai sarana hiburan dan sumber gosip utama. Dibeberapa daerah pada negeri ini rakyat banyak menghabiskan waktunya buat menyaksikan Youtube.

Di sisi lain, dakwah juga mempunyai target yakni khalayak atau publik sebagaimana sasaran Youtube. jikalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas.

2. Penempatan Posisi

Biasanya memproduksi video berdasarkan penempatan khalayak, atau dengan kata lain, berdasarkan apa yang diminati oleh masyarakat. Biasanya, setiap kanal atau video memiliki pembagiannya sendiri dan bisa ditonton berulang-ulang. Misalnya, video atau kanal yang terkait dengan perdebatan politik, ekonomi, agama, dan sebagainya.

Dakwah juga dapat memilih penempatan dengan memperhatikan kondisi

mad'u sasarannya. Misalnya, mad'u milenial harus didekati dengan strategi yang sesuai dengan mereka, seperti sinetron, musik, dan lain sebagainya. Berbagai penempatan khalayak Youtube dapat dimanfaatkan oleh dakwah sebagai media untuk memasuki dan mempengaruhi mereka.

3. Kesamaan kebutuhan

Kesamaan sasaran antara Youtube dan dakwah, sesungguhnya membuat keduanya memiliki kesamaan kebutuhan. Youtube membutuhkan pemirsa secara kuantitas maupun kualitas. Semakin banyak pemirsa semakin baik bagi Youtube dan bila sebagian pemirsa dapat menjadi pemirsa fanatik. Pemirsa fanatik biasanya dapat diperoleh dari video yang ditawarkan. Peluang tersebut dapat digunakan oleh dakwah jika dikelola secara kreatif.

D. Menjadikan Youtube Sebagai Media Dakwah

Sejalan dengan perkembangan teknologi, metode dakwah pun mengalami perubahan dan semakin maju, tanpa menghilangkan esensi dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional dalam arti melalui pengajian- pengajian dan ceramah-ceramah di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah di era sekarang ini sudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah media Youtube.

Youtube saat ini banyak dimanfaatkan seseorang untuk berbagai tujuan. Ada beberapa ustaz kondang di Indonesia yang menggunakan Youtube untuk berdakwah. Masyarakat pun tertarik dan banyak yang mengikutinya untuk mendapatkan ilmu agama. Adapun beberapa ustadz dan ustadzah yang menggunakan media Youtube, yakni:

1. Adi Hidayat ; pula sebagai keliru satu da'i terkenal pada Indonesia. Tausiah ustaz yg dijuluki ilmu Alquran ini pun banyak beredar pada Instagram serta YouTube. Selain memiliki 4,6 juta pengikut di Instagram, Ustadz Adi hidayat juga punya 4,4 juta subscriber di chanel Youtube miliknya, Adi Hidayat Official. Ada 1,9 ribu video yang sudah diunggah di akun Youtube miliknya. Sehingga, mengantarkan Ustadz Adi Hidayat diprediksi
2. Aa Gym ; Nama pendakwah Aa Gym ini telah terkenal relatif lama. pada media umum, Aa Gym memiliki poly pengikut. Akun Instagramnya sudah mencapai 7,4 juta serta mempunyai 911 ribu subscriber YouTube. Pejabat Aagym. Bergabung Dari tahun 2016, Aa Gym diperkirakan memperoleh penghasilan asal YouTube lebih kurang Rp4 juta sampai Rp63,tiga juta per bulan.

3. Abdul Somad; Bernama lengkap Abdul Somad Batubara atau lebih dikenal menggunakan Ustaz Abdul Somad (UAS) merupakan seorang penceramah yg digemari banyak orang. Cara ceramahnya yang sederhana dan tak jarang diselingi lelucon menghasilkan namanya semakin tenar. Ustaz Abdul Somad jua sangat populer pada Instagram serta YouTube. UAS meraih penghargaan Gold Play Button sebab mendapatkan 1 juta subscriber melalui channel YouTube Tafaquh Video. akan tetapi, sekarang khatib ini telah memiliki channel YouTube sendiri bernama "Ustadz Abdul Somad Official" dan sudah memilikinya 4,04 juta subscriber dan juga 8,2 juta pengikutnya di akun Instagram nya .
4. Ustadzah Oki Setiana dewi tidak hanya berprofesi sebagai seorang penulis dan juga presenter ia juga berpfofesi sebagai pendakwah yang mana ia juga memilki pondok tahfidzh yang diberi nama maskanul huffadz dan beliau juga memiliki 21 juta pengikut di akun Instagram nya serta juga memiliki 3,04 juta subscriber dan 749 video dakwah yang ia unggah di chanel youtube nya .

Dari beberapa contoh gambaran ustad dan ustadzah di atas dapat penulis simpulkan bahwa media yotube sangat lah ideal jika kita jadikan sebagai penggerak dakwah Karena dengan mengikuti perubahan zaman dan teknologi yang mana kita sebagai da'l harus ikut terjun kedalam nya dapat menggunakan media social khususnya youtube untuk menyampaikan dakwah kita dengan lebih mudah dan juga dapat di terima di masyarakat dan juga khalayak ramai .

Berdasarkan hasil dari penulis, terdapat beberapa contoh yg mampu ditemukan atau dipergunakan dalam berdakwah melalui YouTube. Beberapa contoh tersebut ialah menjadi berikut;

1. Video Ceramah Singkat; yaitu video berisi ceramah singkat (10-15 mnt) yg membahas permasalahan eksklusif. Tema serta judul yg diangkat tidak terikat, bisa pula diadaptasi dengan syarat mad'u
2. Video potongan Kultun ; yaitu klip video pendek saat pembicara menyampaikan ceramah pada suatu daerah eksklusif di suatu kegiatan tertentu. Rekaman video ceramah yang berdurasi panjang dapat dipotong menjadi pesan-pesan pendek sebagai akibatnya penonton tidak perlu menunggu lama.
3. Video/lagu Musik; yaitu pesan dakwah melalui musik atau lagu yg diunggah ke saluran YouTube, baik pada bentuk asli juga cover.
4. Video Cerita Pendek; yaitu membuat video pendek yg isinya mempunyai "jalan cerita"

- mirip film. dalam hal ini bisa jua meliputi film pendek yg mengandung unsur dakwah.
5. Siaran langsung; yaitu melakukan siaran eksklusif setiap ceramah oleh seseorang khatib pada suatu kawasan. misalnya saja ceramah di acara peringatan 1 Muharram 1444 H di Gedung Serba Guna indera Pancing, Sumatera Utara.

SIMPULAN

Merujuk uraian singkat tersebut, penulis mencoba mengemukakan beberapa kesimpulan, yaitu: Hubungan media YouTube dengan dakwah terletak pada tiga hal, yaitu; sama-sama mempunyai sasaran yang sama, sama-sama mempunyai penempatan audiens yang beragam; dan YouTube dan dakwah mempunyai kebutuhan silang yang saling membutuhkan. program dakwah melalui YouTube mempunyai prospek yang sangat menjanjikan, baik dari segi efektivitas maupun keekonomiannya. Peralnya, YouTube memiliki fitur yang memudahkan pengguna mengunggah videonya untuk ditonton masyarakat dan memungkinkan memperoleh imbalan atau upah, serta memudahkan pengguna menemukan apa yang diinginkannya.

Ada beberapa model dakwah di youtube yaitu; ceramah video pendek; cuplikan video perkuliahan; version musik/lagu; video cerita pendek; dan siaran langsung.

Karya ilmiah singkat ini tidak dapat menjelaskan secara element bagaimana mobilisasi dakwah menggunakan media YouTube. Oleh karena itu, pada pembahasan selanjutnya perlu dipertajam pembahasannya lebih lanjut mengenai permasalahan bagaimana cara memproduksi software dakwah di media YouTube untuk mendukung kemampuan pemanfaatan YouTube sebagai sarana promosi media dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Cet, 1; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), hlm. 32.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi*, Edisi I (Cet. 2: Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), h. 212-213. Lihat pula; Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. 26; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 6.
- M. Suyuti Ali, *Metode Penelitian Agama Pendekatan Teori dan Praktik*, (Cet.1; Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2002), hlm. 100
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Ed. 2 (Cet. 24; Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 73.

- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, "*Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram*", Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 5 No.2 Juli - Desember 2016, hlm. 261.
- Asep Muhyidin & Agus Akhmad Syafei, *Metode Pengembangan Dakwah* (Cet. 1; Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 15.
- M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Metode Dakwah* (Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 13.
- M. H. Israr, *Retorika dan Dakwah Islam Era Modern* (Cet. 1; Jakarta: Firdaus, 1993), hlm. 65.
- Abdullah Ali, *Antropologi Dakwah* (Cet. 1; Cirebon: STAIN Press, 2004), hlm. 2.