

OPTIMALISASI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL

Nanik Rahmawati

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta

nanikrahmawati@pai.uad.ac.id

Yazida Ichsan

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta

yazida.ichsan@pai.uad.ac.id

Muhammad Syafrizal Pahlefi,

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta

[muhammadfahrizal098@gmail.com](mailto:muhhammadfahrizal098@gmail.com)

Nur Nawangsih

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta

nurwangsih@gmail.com

Latsa Alya Utami

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta

latsaalyautami@gmail.com

Abstrak

Da'wah is an effort made by someone in distributing Islamic knowledge or information. Da'wah is delivered in various forms, namely direct or indirect. In the modern era or often referred to as the millennial era, it has become a trend that the delivery of da'wah is done online, this is very supportive of the current state of society which requires us to learn and keep getting extensive information even though we are in the atmosphere of the Covid-19 pandemic.

This study uses qualitative research where the case is in the form of descriptive data in the form of an observed analytical statement. In general, qualitative research is research based on people's lives, history, behavior, and social activities. One of the reasons for using a qualitative approach is the experience of researchers who found and understood the optimization of YouTube as a medium of propaganda for the millennial generation.

The results of the study are that nowadays youtube is also often used as a medium of da'wah, supported by circumstances that currently require people to stay at home. Youtube is very suitable and recommendations are used for preaching. The implementation of the da'wah strategy through Youtube social media, namely: (1) For consumptive planning such as the routine activities of the Koran week and recitations; (2) Promotion of pesantren to attract students; (3) To study the Koran, especially the pronunciation of the hijaiyah letters; (4) To recite books and others.

Keywords: *Youtube, Millennial Generation, Da'wah*

PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang mengajarkan untuk berdakwah, yaitu mengajarkan agama melalui nilai-nilai pendidikan yang kepada seluruh umat manusia. Sebagai rahmat bagi seluruh alam, Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu disajikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh umat manusia. Melalui dakwah yang dilakukan oleh generasi pertama hingga saat ini tiada putus-putusnya, maka Islam bisa berkembang, besar, dan menjadi jaya (Arikunto, 2002).¹ Berbicara tentang dakwah dewasa ini dakwah sering kita jumpai melalui berbagai *platform digital*. Karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat. Hal tersebut tidak lepas dari pengaruh globalisasi, untuk tetap menjaga eksistensi negara, Indonesia pun turut andil dalam arus globalisasi. Internet menjadi salah satu bentuk dari adanya perkembangan teknologi informasi di zaman ini. Pada revolusi industri 4.0 ini mengubah bentuk komunikasi seseorang dari tatap muka berubah dengan memanfaatkan teknologi internet. Dengan internet menjadikan dunia terasa dekat dengan setiap orang. Internet juga merupakan salah satu sumber pendukung berkembangnya teknologi informasi sehingga menjadi pesat seperti saat ini. Sebagai media utama yang menjadi sumber berjalannya berbagai *platform* internet sangat dibutuhkan di setiap negara bahkan hampir di seluruh dunia. Internet memberikan kemudahan yang berlipat ganda dari pada tatap muka atau kontak secara langsung, apalagi jika dilihat dari keadaan Pandemi Covid-19 saat ini internet memberikan kemudahan dalam berbagai aspek. Yakni untuk para pekerja untuk bekerja, untuk pendidik dan peserta didik melangsungkan proses belajar mengajar, dan lain sebagainya.

Internet merupakan salah satu media dari teknologi informasi yang mengalami kemajuan yang paling pesat, sehingga dengan adanya internet maka muncullah berbagai jejaringan sosial. Perkembangan teknologi informasi membuat penyebaran sebuah pesan dan informasi secara luas dan dalam waktu yang singkat tidaklah menjadi suatu hal yang sulit dilakukan dengan

¹Adi Wibowo, "Media Sosial Sebagai Trand Media Dakwah Pendidikan Islam Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019), hal 342.

menggunakan media sosial, kemudian muncul berbagai macam aplikasi.² Banyak cara yang digunakan oleh para pendakwah media sosial, mereka tidak hanya berdakwah bil-kitabah ataupun bil-kalam tapi juga menggunakan metode audiovisual gambar, suara ataupun ceramah hal ini tergantung pada *passion* atau trend masa kini. Konsep inilah yang menarik sehingga membuat jumlah *followers* dari hari kehari semakin bertambah dan tersebar luas dari seluruh penjuru baik kalangan anak-anak, remaja sampai kalangan dewasa dan orang tua.³ Salah satunya adalah *youtube*, *youtube* sebagai platform baru yang dapat diakses menggunakan internet menyebarkan berbagai informasi dan hiburan. Pada era revolusi industri 4.0 ini *youtube* telah memberikan dampak digitalisasi positif pada aspek kehidupan masyarakat luas, *youtube* telah berhasil menyalurkan pesan dan menerima pesan tidak terkecuali untuk para pendakwah. Kehadiran *platform youtube* tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan saja, namun saat ini telah digunakan sebagai sarana komunikasi dakwah dan media pembelajaran. Untuk itu penulis bertujuan untuk menguraikan bagaimana cara untuk mengoptimalkan *youtube* sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimana halnya berupa data deskripsi berupa pernyataan analisis yang diamati. Penelitian kualitatif secara umum merupakan penelitian yang berbasis tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, aktivitas social. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti yang dimana menemukan dan memahami tentang optimalisasi *youtube* sebagai media dakwah bagi generasi milenial, artinya bahwa peneliti akan berupaya memahami, menafsirkan, pada fenomena yang dilihat dari arti yang diberikan masyarakat kepada peneliti. Sumber data yang diperoleh melalui literatur yang diperoleh dari jurnal dan artikel skripsi yang dianggap sesuai dengan penelitian ini.

²Samsul Ahmad Syarifuddin dan Syarnubi Rizal, “Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Perilaku Religiusitas Siswa Di MAN 2 Palembang,” Jurnal PAI Raden Fatah 1, no. 3 (2019): hlm. 352.

³Wibowo, “Media Sosial sebagai Trand Media Dakwah Pendidikan Islam Era Digital.”

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Dakwah

Dakwah diambil dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang berarti memanggil, mengajak, dan menyeru. Beberapa pakar telah menyimpulkan istilah dari dakwah seperti Abubakar Atjeh yang telah mengemukakan pendapat tentang istilah dari dakwah: "Dakwah ialah seruan kepada seluruh manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik". Pendapat lain juga dikemukakan oleh Masdar Helmi: "Dakwah ialah mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah termasuk *amar ma'ruf nahi mungkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat".⁴ Metode dakwah meliputi 3 cakupan, cakupan tersebut diambil dari Surah An-Nahl ayat 125⁵ yaitu berupa Al-Hikmah yang artinya kebijaksanaan, akan tetapi dalam bahasa hikmah berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya. Sedangkan menurut istilah hikmah ada pakar yang berpendapat yaitu Ibnu Katsir dalam tafsirannya, bahwa hikmah mengandung arti tafsir Qur'an, kesesuaian antara ilmu fiqh dan Al-Qur'an, mengerti, akal, dan paham betul terhadap ajaran agama. Hal ini Sayyid Kutub mengatakan bahwa dakwah menggunakan metode hikmah itu adalah di mana seorang da'i memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat sebelum menentukan tema yang akan disampaikan, dan juga berarti sebagai kemampuan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah, hingga bisa dipahami oleh masyarakat dengan mudah. Metode dakwah selanjutnya yaitu Al-Mau'idzah Hasanah yang artinya ajaran yang baik dimana penyampaiannya dengan secara nasihat. Metode dakwah yang terakhir yaitu *Al-Mujadalah* yang dimana terdapat artian "bantahlah mereka dengan cara yang baik".

Media dakwah sangatlah bermacam-macam, seiring majunya zaman semakin banyak akses yang dapat mempermudah dakwah, yaitu media visual

⁴Bela Kumalasari, "Pengertian Dakwah" (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, 2019), hal. 23.

⁵A.M Ismatulloh, "Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an (Studi Penafsiran Hamka Terhadap QS An-Nahl: 125)," *LENTERA* 21, no. 2 (2015), hal. 155–169.

yang dapat diterima melalui indra penglihatan. Media visual memanfaatkan dakwah dengan berupa film slide, transparansi, overhead, proyektor, dan lain sebagainya. Berikutnya adalah media audio yang dapat dioperasikan untuk diterima melalui indra pendengaran seperti radio, *tape recoder*. Selanjutnya yaitu media audio visual yang dapat diterima melalui indra penglihatan dan pendengaran seperti video, televisi, film atau sebagainya. Selanjutnya adalah media cetak yang dimana dakwah dapat disampaikan melalui tulisan seperti buku, majalah, surat kabar. Dan yang terakhir adalah internet yang kini menjadi kebutuhan masyarakat, dakwah melalui internet lebih praktis dan lebih efisien. Yang lebih sering digunakan pada saat ini adalah *youtube* yang dimana platform tersebut sangat digandrungi oleh kalangan masyarakat terutama kalangan anak muda.

2. Youtube Sebagai Media Dakwah

Youtube adalah sebuah platform media sosial yang berisikan kumpulan video-video seperti video klip, film pendek, video tutorial dan masih banyak lagi. Pengguna *youtube* dengan mudah dapat mengakses video baik yang diunggah sendiri maupun yang diunggah oleh pihak lain. *Youtube* semakin dikenal di berbagai dunia berkat kemajuan teknologi saat ini, dari awal berdiri *youtube* yang didirikan oleh Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim pada tanggal 14 Februari 2005. Berawal dari sebuah upload video sederhana hingga dapat digunakan *live streaming* dan dapat berkembang sebagai media dakwah. Berkembangnya *youtube* juga berdampak untuk dakwah Islam melalui video dan dapat diterima di kalangan masyarakat.

Pada zaman sekarang, sosial media semakin digandrungi oleh masyarakat yang dimana sosial media merupakan gabungan dari dua unsur yang dijadikan dalam satu aplikasi untuk mendukung sosialisasi baik itu bersifat terbatas atau tidak terbatas. Di era globalisasi ini informasi yang dapat semakin mudah dan cepat, media sosial yang sering dijumpai saat ini seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, dan lain sebagainya. Micheal Cross berpendapat bahwa media sosial merupakan suatu term yang mendeskripsikan beragam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam kolaborasi, saling tukar informasi, dan

berinteraksi lewat pesan yang berbasis web. Di zaman modern ini juga manusia berkomunikasi tidak hanya sekedar bertatap muka, akan tetapi dapat bersapa melalui fasilitas yang telah tersedia pada saat ini untuk memudahkan berkomunikasi tanpa harus bertemu langsung dan pada saat ini juga masyarakat mudah mendapatkan informasi dunia luar melalui media sosial seperti *youtube*. Media dakwah adalah sarana-sarana untuk memudahkan penyampaian pesan-pesan dakwah. Deddy Mulyana berpendapat bahwa media bisa merujuk pada alat maupun bentuk pesan, baik verbal maupun nonverbal, seperti cahaya dan suara. Media *youtube* dapat dimanfaatkan untuk melihat berbagai macam video, dan dapat digunakan untuk *live streaming*. Media *youtube* dapat diakses secara mudah dan disajikan konten video yang menarik serta dapat dijadikan sebagai media dakwah dalam bentuk video ceramah.

Implementasi Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan ini menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat diminati dikalangan masyarakat bahkan mulai dari kalangan anak-anak sampai lansia sekalipun. Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet sangat mudah diakses dan bersifat publik melalui situs jejaring media sosial dengan didukung oleh penggunaan telepon cerdas atau *smartphone*. Dalam konteks dakwah *youtube* sebagai salah satu strategis dalam penyebaran dakwah melalui bentuk video, sehingga dapat diakses kapan dan dimana pun setiap saat secara *online* maupun *offline*. Salah satu cara yaitu bagaimana agar kita bisa menyampaikan dakwah dan menyampaikan ilmu-ilmu agama kepada masyarakat tidak terpaku waktu dengan cara *online*. Dan secara *online* itu bisa dinikmati tidak hanya masyarakat Indonesia saja tapi bisa kepada seluruh dunia. Penyampaian secara *online* adalah salah satu strategi dalam penyebaran dakwah, strategi merupakan cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan.⁶ Tentunya melihat mudahnya akses internet melalui media sosial *youtube* ini dapat dimanfaatkan sebagai cara untuk menyebar informasi dakwah. Yang diharapkan juga pesan dakwah tersebut bisa tersampaikan

⁶S. Sumarsono, *Pendidikan Kewarganegaraan* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 139.

kepadapara pendengar. Media sosial *youtube* sebagai media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Media dakwah disni sebagai perantara yang digunakan untuk berkomunikasi, berinteraksi atau menyampaikan pesan dakwah dari subjek dakwah (*da'i*) ke objek dakwah (*mad'u*).⁷ Tujuan membuat *channel di youtube* agar bisa menyebarkan dakwah lalu manusia memahami akidah Islam dengan baik, melaksanakanhukum Islam dan berkahlak dengan baikdengan menggunakan media dakwah elektronik yang sifatnyaInternet dan audio visual. *Channel-channel youtube*, membuat strategi merupakan cara dan tujuan dakwahnya tersampaikan terus menggunakan media sosial *YouTube* sebagai alat dalam berdakwah, Jadi, sangat efektif dan bermanfaat karena sangat membantu dan mempermudah masyarakat. Strategi merupakan cara biar apa yang direncanakan bisa tercapai, dengan demikian strategi media sosial *youtube* sangat efektif karena sangat membantu masyarakat yang ingin mengaji tetapi ada halangan. Jadi dapat kita simpulkan bahwa *youtube* samaseperti komunikasi massa karena sama-sama menyampaikaninformasi kepada khalayak banyak dengan menggunakan berbagai cara/alat bantu. Dengan begitu penggunaan strategimedia sosial *youtube* dalam menyebar luaskan dakwah pada *channel-channel* mengikuti zaman yang semuanya sudah era media internet.Mudahnya akses tersebut dirasatujuan dari dakwah tersampaikan, dengan tidak terpaku olehwaktu, tempat dan dapat dilihat kapan saja masyarakat yangjauh bisa ikut mendengarkan dan melihat tanpa datang ke tempat pengajian. Tujuan tersebut, pertama era nya media sosial *youtube*, karena mampu memberikan nilai terhadap dakwah agama. Kedua, ekonomis dan praktis, karena pada saat membuat akun pun tidak membayar, untuk netizen atau pendengar dakwah bisa menonton secara gratis. Dan mudah diakses oleh semua kalangan. Adapun implementasinya strategi dakwah melalui media sosial *youtube* adalah:

- a. Untuk perencanaan yang konsumtif seperti kegiatan rutinan perpekan ngaji dan tilawah.
- b. Promosi terhadap pesantren untuk menarik peserta didik.
- c. Untuk mempelajari Al-Quran terutama pada pelafalan huruf hijaiyah.

⁷Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Dvisi dari Prenamedia Group, 2017), hal. 345.

d. Untuk mengajari kitab dan lain-lain.

Contoh-contoh channel YouTube yang menyebarkan dakwah adalah:

- a. Ustadz Abdul Somad Official
- b. Adi Hidayat Official
- c. Hannan Attaki
- d. Muzammil Hasballah

Dalam proses implementasi strategi dakwah melalui media sosial YouTube tentunya ada beberapa faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pelaksanaannya. Adapun faktor yang menjadi penghambat dalam proses implementasi strategi dakwah melalui media sosial YouTube adalah sebagai berikut, SDM yang kurang mempunyai, dalam memproduksi penggerakan video masih kurang, Strategi dakwah melalui media sosial merupakan cara untuk mempermudah penyebarluasan dakwah yang bisa mencakup secara keseluruhan, salah satunya dengan media sosial *youtube*. Dengan media sosial *youtube* segala hal yang berkaitan dengan apapun termasuk materi dakwah itu sendiri dapat dengan mudah diterima dikalangan masyarakat luas. Dengan demikian strategi penggunaan *youtube* merupakan langkah yang paling efisien dalam menyebarkan informasi konten video dakwah dengan melibatkan para penggunanya untuk mendapatkan informasi daring.

Pelaksanaan implementasi strategi dakwah melalui media sosial *youtube* tentunya membawa pengaruh baik dari segi positif maupun negatif, karena tidak semua implementasi strategi dakwah melalui media sosial *youtube* dalam melaksanakan dapat berjalan dengan lancar. Tentu ada banyak kendala dalam pelaksanaan implementasi strategi dakwah melalui media sosial *youtube* tersebut. Pada proses implementasi strategi dakwah melalui media sosial *youtube*, secara garis besar ada dua faktor yang dapat mempengaruhi dalam implementasinya, yaitu faktor penghambat dan faktor pendukung.

Faktor penghambat merupakan keadaan yang dapat menyebabkan pelaksanaan terganggu dan tidak terlaksana dengan baik. Sedangkan faktor pendukung merupakan suatu keadaan yang menyebabkan terlaksana dengan baik. Pertama, sumber daya manusia yang kurang berkompeten dalam pembuatan video

dakwah, Kedua membuat hasil video dakwah yang bisa dikonsumsi atau ditonton oleh masyarakat umum, karena hasil video dakwah masih dikonsumsi yang mendominasi dari kalangan santri atau orang yang mendalami agama Islam. Ketiga, peralatan produksi membuat video dakwah yang tiba-tiba error pada saat pelaksanaan kegiatan, hal ini dikarenakan penggunaan alat yang terlalu berlebihan. Selanjutnya solusi yang bisa memecahkan kebuntuan dari permasalahan-permasalahan tadi yaitu, pertama, melaksanakan training regenerasi baru, tujuannya untuk memunculkan potensi-potensi sumber daya manusia yang baru, baik dan lebih fresh. Kedua, membuat konten video dakwah atau mencari tokoh pendakwah dalam penyampaian semenarik mungkin, santai, serta ada hiburannya dan isi pesan dakwah tetap mengandung nilai-nilai dakwah itu sendiri yang bisa diterima oleh masyarakat umum. Ketiga, pengambilan penanganan dari untuk memperbaiki peralatan produksi pembuat video dakwah yang error dan pengecekan alat produksi pada setiap hari.⁸

KESIMPULAN

Dakwah memiliki arti ajakan, memanggil, dan menyeru. Saat ini dakwah menjadi sangat popular diberbagai kalangan. Pada era zaman maju saat ini dakwah dapat kita jumpai melalui media masa. Yakni melalui beberapa platform digital yang dapat kita akses melalui internet. Seperti menggunakan *platform youtube, instagram, twitter*, dan masih banyak yang lainnya. *Youtube* sebagai salah satu platform yang sangat mudah diakses oleh berbagai kalangan. Dewasa ini *youtube* juga sering digunakan sebagai media dakwah, didukung dengan keadaan yang sedang mengharuskan masyarakat untuk tetap tinggal dirumah saja. *Youtube* sangat cocok dan rekomendasi digunakan untuk berdakwah. Implementasi pelaksanaan strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* yakni :

- a. Untuk perencanaan yang konsumtif seperti kegiatan rutinan perpekan ngaji dan tilawah.
- b. Promosi terhadap pesantren untuk menarik peserta didik.
- c. Untuk mempelajari Al-Quran terutama pada pelafalan huruf hijaiyah.

⁸Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya* (Jakarta: Prenadamedia Group Divisi Kencana, 2019), hal. 25.

- d. Untuk mengajari kitab dan lain-lain.

Contoh-contoh channel YouTube yang menyebarkan dakwah adalah:

- a. Ustadz Abdul Somad Official
- b. Adi Hidayat Official
- c. Hannan Attaki
- d. Muzammil Hasballah

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Dvisi dari Prenamedia Group, 2017.
- Ismatulloh, A.M. "Metode Dakwah dalam Al-Qur'an (Studi Penafsiran Hamka Terhadap QS An-Nahl: 125)." *LENTERA* 21 (2015).
- Kumalasari, Bela. "Pengertian Dakwah." Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, 2019.
- Rizal, Samsu, Ahmad Syarifuddin, and Syarnubi Syarnubi. "Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Perilaku Religiusitas Siswa di MAN 2 Palembang." *Jurnal PAI Raden Fatah* 1, no. 3 (2019): 351-370.
- Sumarsono, S. *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Wahid, Abdul. *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta: Prenadamedia Group Divisi Kencana, 2019.
- Wibowo, Adi. "Media Sosial sebagai Trand Media Dakwah Pendidikan Islam Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 3 (2019).