

DAKWAH MELALUI PLATFORM YOUTUBE DI ERA DIGITAL

Nazilatul Laili Sa'adah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
nazilatullailisaadah@gmail.com

Rusma Yulidawati

STIT Darul Hijrah Martapura
rusmayulidawati@gmail.com

Abstract

Da'wah is an activity that calls and invites people to the path of truth, the phenomenon of da'wah is currently developing so rapidly and dynamically with the presence of information technology and the internet, so that da'wah can be carried out in cyberspace. This study aims to describe how the phenomenon of da'wah occurs in cyberspace, especially on YouTube. It is important to conduct research to see how the influence of communication and information experiences on the development of da'wah in cyberspace. Data collection techniques were carried out by reading and collecting related literature and theoretical references related to research problems from various sources such as journals, books, articles, and other data on the internet. The results show that da'wah through YouTube is an effective digital da'wah media because it can transform religious knowledge to the community, it can be collaborated with other media, alternative media to disseminate audio content both individuals and institutions can be accessed safely and comfortably.

Keywords: *Communication and Information, Da'wah, Youtube.*

Abstrak

Dakwah merupakan kegiatan yang menyeru dan mengajak manusia ke jalan kebenaran, fenomena dakwah saat ini berkembang begitu pesat dan dinamis dengan hadirnya teknologi informasi dan internet, sehingga dakwah dapat dilaksanakan di dunia maya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana fenomena dakwah yang terjadi di dunia maya khususnya di YouTube. Penting dilakukan penelitian untuk melihat bagaimana pengaruh pengalaman komunikasi dan informasi terhadap perkembangan dakwah di dunia maya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca dan mengumpulkan literatur terkait dan referensi teori yang berkaitan dengan masalah penelitian dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, artikel, dan data lainnya di internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah melalui youtube merupakan media dakwah digital yang efektif karena dapat mentransformasikan ilmu agama kepada masyarakat, dapat dikolaborasikan dengan media lain, media alternatif untuk menyebarluaskan

konten audio baik individu maupun institusi dapat diakses dengan aman dan nyaman.

Kata kunci: *Dakwah, Komunikasi dan Informasi, Youtube.*

Pendahuluan

Media yang perlu diperhatikan menurut Ronauli Elita (2016: 125) karena dapat mempengaruhi masyarakat misalnya menyerukan orang kepada kebaikan dalam Islam merupakan kewajiban bagi setiap ummat untuk melakukannya. Mengajak orang lain ke jalan yang serupa dengan prinsip-prinsip agama Islam yang pada akhirnya membawa manusia pada kebahagiaan sejati. Menyerukan dan mengajak manusia untuk menjalankan perintah Yang Maha Kuasa secara semantik disebut dakwah. Kegiatan dakwah menetapkan fokus pada pengembangan dan penyampaian dakwah atau yang lebih dikenal dengan komunikasi dakwah. Komunikasi dakwah merupakan salah satu hal yang penting dalam kegiatan dakwah. Keberhasilan kegiatan dakwah tergantung dari bentuk penyampaian pesan yang dilakukan. Komunikasi dakwah dalam hal ini berupa review atau diskusi harian juga dilakukan agar pesan lebih efektif atau sampai kepada penerimanya.

1. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah tentunya merupakan komunikasi yang mengandung pesan-pesan kebaikan dalam Islam. Pesan yang sengaja disampaikan oleh penyampai pesan kepada penerima pesan, baik dalam bentuk pidato, diskusi maupun dalam bentuk lain sesuai dengan perkembangan zaman. Misalnya dengan menggunakan media sosial berupa akun-akun yang berisi konten religi, simbol-simbol agama yang sesuai dengan sasaran atau penerima pesan. Komunikasi dakwah tentunya merupakan interaksi komunikasi positif yang meliputi aktivitas fisik-spiritual dan mental-intelektual baik dengan sentuhan massa maupun sentuhan pribadi dalam semua aspek kehidupan. Kemajuan teknologi yang tidak dapat dihindarkan saat ini, tentunya memaksa para penggiat dakwah juga memanfaatkannya. Dakwah dengan berdiri di depan mimbar, respon pasif dari hadirin, dan kepulan asap rokok yang sensitif kini sudah tidak lagi menjadi tren di kalangan masyarakat, khususnya anak muda saat ini. Cara menyampaikan pesan yang baik tentunya harus menggunakan cara yang baik pula. Media yang tepat akan membuat pesan yang disampaikan tepat sasaran.

2. Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi ini merupakan informasi dan komunikasi membuka segmen baru dalam dakwah. Berbagai cara baru dan kontemporer dapat digunakan oleh da'i (subjek dakwah) untuk menyampaikan simbol-simbol keagamaan agar dapat diterima secara luas oleh pendengar (obyek dakwah). Menghadapi kondisi tersebut, permainan da'i merumuskan gaya dakwah baru sesuai dengan realitas perkembangan teknologi yang berkembang saat ini. Dakwah melalui teknologi digital merupakan hal baru yang harus dikuasai oleh para da'i di era digital. Era digital untuk memudahkan setiap orang dalam menyampaikan harus menyebarkan segala informasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Para dai dapat memilih berbagai platform media sosial yang banyak digunakan masyarakat untuk berdakwah, antara lain Youtube, Facebook, Instagram dan lain sebagainya.

Banyak da'i yang menguasai media sosial sebagai media dakwah, mulai dari yang tua hingga yang muda, antara lain KH Mustofa Bisri (Gus Mus), KH Abdullah Gymnastiar (AA Gym), Ustadz Abdul Somad, Ustadz Handy Bonny, Ustadz Yusuf Mansur, Gus Bahauddin Nursalim atau yang terkenal dengan Gus Bah, dan sebagainya. Saat ini kajian dakwah mereka telah banyak beredar di berbagai platform youtube. Misalnya seorang Ustadz Hanan Attaki yang memberikan dakwah berdasarkan pemahaman jemaah muda untuk mengikuti kajian Hijrah Pemuda hal ini terjadi karena cerita pengalaman yang disampaikan oleh Ustadz Ustadz Hanan yang hampir setiap bahan kajian diselingi dengan pengalamannya membuat para jemaah tertarik karena pengalaman yang ternyata Seorang ustadz juga mengalami hal yang tidak jauh berbeda dengan orang-orang muda dimasa ini. Anggota Pemuda Hijrah ini tertarik menjadi anggota yang berawal dari sumber yang dapat menyampaikan pesan secara komunikatif dan dapat dipahami karena penggunaan bahasa yang mengikuti tren saat ini. Selain itu, penampilannya juga mengikuti penampilan anak muda beberapa dai yang mengisi Pemuda Hijrah tidak memakai pakaian biasa seperti gamis dan lain-lain, tetapi lebih memilih baju koko, dan kebanyakan menampilkan baju, sweater.

Berdasarkan data menurut Hidayatul (2020:56) jumlah pengguna internet di Indonesia sangat besar dan generasi muda merupakan pengguna internet terbanyak. Internet dan media sosial menjadi salah satu media atau tempat untuk mencari dan mendapatkan referensi ilmu agama dan lain-lain. Kehadiran internet dan media sosial

membuat segala informasi, termasuk informasi terkait kehidupan beragama, sangat terbuka dan mudah diakses.

Menurut Yollis (2018:16) masyarakat saat ini telah menggunakan YouTube sebagai media alternatif untuk menikmati konten audio. Pertumbuhan jumlah pendengar YouTube diklaim meningkat 50% dibandingkan sebelumnya. Indonesia adalah satu-satunya pasar di Asia dengan pertumbuhan tercepat dalam hal konsumsi konten melalui platform youtube. Media Youtube juga sering digunakan oleh berbagai kalangan sebagai media dakwah. Dengan memberikan informasi yang mudah, menyampaikan kajian keislaman dengan memberikan ceramah atau tausiyah agar pengguna media youtube dapat mengaksesnya dan melihat bahwa komunikasi keislaman dapat tersampaikan dengan baik. Pemanfaatan teknologi juga merupakan sarana yang dapat dimanfaatkan secara sinergis dalam mensukseskan dakwah. Dalam hal ini dakwah juga membutuhkan media sebagai sarana penyampaiannya. Yang terpenting untuk dakwah itu sendiri, penggunaan media juga sangat penting karena media dapat diakses dengan mudah untuk mencari informasi. Fenomena sosial mengungkapkan bahwa perbandingan antara dakwah langsung dan menggunakan media terlihat lebih terjangkau menggunakan media YouTube.

Artikel ini akan menelaah dakwah melalui platform youtube yang dilakukan generasi muslim zaman sekarang, pada komunitas pemuda hijrah (*Shift*) yang diimplementasikan melalui media sosial. Ceramah yang disampaikan oleh sebagian besar seperti Ustadz Hanan Attaki disebar di media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Video yang di unggah melalui *platform* Youtube selalu ramai ditonton oleh mereka yang sedang mendalami ilmu agama melalui internet. Tidak jarang pula banyak kaum muda yang tengah mengalami krisis kepercayaan, menjadikan *channel* Youtube gerakan Pemuda Hijrah sebagai sarana untuk *mengchanger* diri menjadi pribadi yang kembali menerapkan unsur-unsur keislaman dalam keseharian. Media sosial dianggap menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan gerakan hijrah pada masyarakat modern saat ini.

Metode Penelitian

Menurut Hannah (2019:334) Riset kepustakaan atau disebut juga literature review (*library research, literature review*) dipilih sebagai cara yang sistematis untuk mengumpulkan dan mensintesis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan

mengintegrasikan temuan dan perspektif dari berbagai bukti empiris, literatur dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan kekuatan yang tidak dimiliki oleh satu studi. Tinjauan pustaka juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi atribut penting dari artikel yang diulas oleh peneliti.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca dan mengumpulkan literatur terkait dan referensi teori yang berkaitan dengan masalah penelitian dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, artikel, dan data di internet. Selanjutnya, pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode model penelitian yang berupaya mendeskripsikan, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi yang ada sehingga mampu mengungkap fakta terkait peluang dan tantangan serta strategi propaganda gaya baru melalui youtube di tengah masyarakat di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Dunia internet menurut Wahyu Ilaihi (2010:22) tidak hanya sebatas jalur hiburan dan komunikasi yang menghubungkan manusia. Kini, internet telah menjadi media baru untuk berdakwah. Pengajian atau dakwah yang dilakukan secara konvensional membutuhkan ruang dan waktu tertentu. Sedangkan dengan memanfaatkan teknologi digital, jamaah bisa mendapatkan konten dakwah kapan saja dan dimana saja, bisa memilih tema dakwah sesuai kebutuhan, dan bisa memilih ustadz atau ustadzah yang disukai. Fenomena dakwah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi melalui internet banyak digunakan. Saat ini, dakwah digital telah menjadi tuntutan dan tren. Internet sebagai media komunikasi dakwah antara lain karena jaringan internet mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya yang relatif terjangkau. Selain itu, banyaknya platform media sosial yang digunakan masyarakat dapat dijadikan sebagai media dakwah yang efektif karena masyarakat bebas memilih materi dakwah dan memilih da'i atau d'aiyah yang disukai. Kemudian setiap tahun pengguna internet meningkat drastis, hal ini juga dapat mempengaruhi jumlah pendengar yang mendengarkan karena kebutuhan masyarakat untuk mendengarkan kajian agama juga semakin meningkat. Penggunaan metode dakwah harus mampu beradaptasi dengan situasi dan perkembangan zaman.

1. Youtube

Youtube menurut Apriyadi (2013:83) adalah aplikasi atau media baru yang digunakan untuk melihat video yang diunggah dan didistribusikan oleh orang lain. Youtube adalah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. Konten video yang terdapat di YouTube biasanya mencakup klip video, film, TV, dan video yang dibuat oleh pengguna YouTube sendiri.

Aplikasi youtube menurut Faiqah (2016: 24) bisa digunakan kapan saja dan siapa saja yang menggunakan basis internet. Sepanjang perkembangan zaman yang semakin berubah, YouTube bisa menjadi inovasi karena YouTube disediakan untuk mencari video dan semua orang bisa menontonnya secara langsung. Perkembangan media youtube sangat populer sehingga dapat memberikan berbagai manfaat mulai dari sekedar mendownload atau mengupload video sederhana sekarang bisa digunakan untuk live streaming, dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi bermanfaat.

2. Dakwah Digital

Menurut Eva Maghfiroh, (2016: 39) Dakwah merupakan proses mengubah seseorang atau masyarakat dalam ranah (pikiran, perasaan, perilaku) dari keadaan yang buruk menjadi keadaan yang baik. Secara spesifik, dakwah Islam diartikan sebagai kegiatan menyeru atau mengajak dan melakukan perubahan kepada manusia untuk berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran. Media adalah nasehat utama untuk kelanjutan dakwah di era digital sekarang ini, jika di era media cetak, media cetak menjadi rajanya media saat itu, itu buktinya. Zaman terus berubah, media terus berkembang, dan era baru media elektronik telah tiba yang mendominasi media. Begitu juga dalam bentuk produksi siaran dakwah, melalui youtube menjadi bagian yang tidak terpisahkan sebagai penghasil siaran dakwah. Dakwah diyoutube berkembang pesat, sehingga setiap platform youtube pasti memiliki siaran dakwahnya masing-masing siarannya.

Dakwah Islam kembali berkembang dengan masuknya program-program rating televisi, bahkan keberadaannya seolah menjadi kewajiban bagi setiap stasiun televisi. Program dakwah yang bermunculan dalam berbagai bentuk dan strategi. Menurut Julis Suriani, (2017:206) Saat ini, dunia maya telah menjadi peluang untuk berdakwah. Penemuan dunia maya yang juga dikenal dengan penggunaan internet. Berbagai

aplikasi menarik dapat kita kemas dengan isian seperti doa harian, ajakan kepada mereka, ceramah singkat kemudian diunggah melalui youtube, kisah Nabi, kisah para nabi, kisah malaikat, lagu islami dan masih banyak jenis lainnya yang tersedia.

Perkembangan media online (*cyber*) yang terus menunjukkan grafik yang semakin meningkat membuat dakwah kembali berubah bentuk. Produksi siaran dakwah menjadi lebih mudah diakses oleh siapa saja. Adanya *smartphone* berbasis Android membuat arus informasi tidak lagi hanya televisi. Namun, media televisi tetap menjadi produser arus utama siaran dakwah dan informasi lainnya, kehadiran Android yang semakin merambah ke berbagai pelosok, ditambah dengan semakin meningkatnya akses jaringan teknologi informasi, menjadikan *smartphone* sebagai mesin yang selalu dalam genggaman tangan.

Informasi yang ingin didapatkan masyarakat tidak lagi membutuhkan waktu yang lama untuk mengaksesnya. Adanya *smartphone* membuat arus informasi apapun mudah diakses oleh siapa saja. Kemajuan teknologi telepon dan informasi secara otomatis baik ketika dimulai mengubah bentuk dakwah. Bahkan beberapa informasi berita yang luput dari cengkeraman kamera jurnalis televisi dapat diberitakan langsung oleh masyarakat melalui ponsel pintarnya.

Produksi siaran dakwah juga mengalami perubahan yang signifikan, yaitu dapat disajikan secara *real time*. Bahkan ketika masyarakat ingin mengakses program dakwah, mereka tidak lagi menunggu jam tayang yang ditentukan oleh produser. Dia bisa langsung mengakses dan kapanpun dia mau. Produk dakwah dapat dilihat di media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter dan Facebook.

Perkembangan teknologi informasi menurut Burhan Bungin (2008:160) tidak hanya mampu menciptakan masyarakat global, tetapi secara material mampu mengembangkan ruang kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadari masyarakat manusia telah hidup di dua dunia. kehidupan, yaitu kehidupan orang-orang yang nyata dan orang-orang didunia maya.

3. Kelebihan Dakwah Melalui Youtube

Ada beberapa keuntungan menggunakan YouTube menurut Raymond (2010: 41), antara lain:

- a. Makna; YouTube bukan hanya konten audio atau visual, tetapi berisi pengetahuan dan informasi penting bagi siapa saja yang ingin memahami atau belajar.

- b. Bantuan: penggunaan YouTube dapat membantu pengguna atau pengguna untuk belajar memahami konten.
- c. Mudah digunakan: youtube sangat mudah digunakan dan ada berbagai aplikasi terkait.
- d. Locatability: YouTube dapat digunakan kapanpun dan dimanapun penontonnya berada.
- e. Aksesibilitas: informasi atau konten di YouTube mudah diakses atau diunduh

Konten YouTube menurut Fadilah (2017: 96) dapat menciptakan lebih banyak peluang untuk komunikasi dua arah atau bahkan multi arah. YouTube sebagai media sosial juga dapat mendorong umpan balik dan pertanyaan dari penonton menjadi lebih interaktif. YouTube juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih intim dengan penonton. Kini YouTube semakin berkembang dan memberi nuansa baru karena diproduksi dengan beragam konten yang beragam dan kreatif, mulai dari aktivitas sehari-hari, musik, sejarah, sains, politik, filsafat, agama, dan lain sebagainya. Kemasan Youtube juga sangat beragam, seperti: monolog, dialog atau talk show, review, feature atau dokumenter serta lakon atau drama.

4. Kendala Dakwah Melalui Youtube

Perkembangan youtube juga tidak terlepas dari berbagai kendala lainnya;

- a. Bersaing dengan konten hiburan lainnya menuntut para da'i untuk kreatif dalam menyampaikan dakwahnya dan tidak hanya mengandalkan metode ceramah satu arah.
- b. Aspek produksi konten youtube, yang terpenting dalam membuat konten adalah kualitas, artinya bermanfaat dan mengandung pendidikan. Tren Youtube dengan durasi yang disukai pendengar karena bukan waktunya. Jika kontennya menarik, maka akan memicu pendengar untuk mendengarkan episode berikutnya.
- c. Kualitas audio adalah salah satu poin penting di youtube. Pendengar YouTube menginginkan kualitas suara yang berkesan sehingga dapat memberikan pengalaman mendengarkan yang sempurna kapan pun dan di mana pun mereka berada.
- d. Pengakuan dari penonton menjadi faktor bagi para youtuber (da'i) untuk terus memproduksi konten youtube. Namun, jika tidak ada pengakuan atau umpan balik dari penonton, ada kecenderungan penonton tidak akan melanjutkan

produksi secara terus menerus. Tantangan ini harus diselesaikan, terutama bagi para youtuber pemula yang belum banyak dikenal publik.

5. Strategi Dakwah

Adapun yang mendasari dakwah terhadap strateginya dengan perencanaan dan pengelolaan.

Pengelolaan kegiatan dakwah meliputi subjek dakwah, objek dakwah, pesan atau materi dakwah, metode dakwah, dan media dakwah. Strategi disini merupakan keseluruhan rencana, taktik dan metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan.

Perencanaan sangat penting dalam menghasilkan dakwah di YouTube, termasuk di media lain. Hal ini mengacu pada proses pra-produksi dalam pembuatan youtube sebelum tahap produksi. Beberapa hal yang perlu direncanakan antara lain target audiens dakwah, melihat konsep seperti monolog atau ajakan dari narasumber atau da'i-da'iyah, melalui akun media sosial yang dilakukan, dan mislanya berinteraksi dengan offline oleh da'i-da'iyah.

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh da'i di era digital, terkait dengan pengenalan objek dakwah, penyiapan materi atau pesan dakwah, penentuan metode dakwah, dan penentuan dakwah media.

a. Strategi mengenali objek dakwah (mad'u).

Mad'u adalah orang atau masyarakat yang menjadi sasaran penerima dan pelaksana pesan dakwah yang disampaikan oleh subjek dakwah (da'i). Beberapa aspek yang dapat dipertimbangkan misalnya, aspek usia, pendidikan, jenis kelamin, strata sosial ekonomi, sosiologis, kebutuhan khusus, dan aspek lainnya. Sedangkan pada era informasi saat ini, ciri-ciri mad'u diklasifikasikan menjadi:

- 1) Orang yang sangat fanatik terhadap keyakinan agama tertentu dan menutup diri terhadap informasi tentang keyakinan agama lain.
- 2) Masyarakat yang cenderung lebih terbuka dan kritis dalam menanggapi informasi agama dan dapat memilih ajaran agama.
- 3) Masyarakat dengan pola hidup hedonistik, yang orientasi utamanya dalam hidup adalah mencari kesenangan dan materi. Memahami objek dakwah sangat penting di era digital seperti sekarang ini, karena jenis khalayaknya sangat beragam. Mereka juga aktif dan saling terhubung karena adanya jaringan internet. baik audio maupun video. Hal ini dikarenakan generasi

millennial memiliki karakteristik yang akrab dengan media dan teknologi digital serta cenderung menyukai hal-hal baru.

b. Strategi penyiapan materi atau pesan dakwah.

Materi dakwah adalah pesan-pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u baik melalui ajakan, bimbingan, dan pembinaan yang diharapkan dapat dilaksanakan dalam segala aspek kehidupan mad'u berdasarkan prinsip-prinsip ajaran Islam. Pesan dakwah dapat berkaitan dengan masalah aqidah (keyakinan), masalah syariah (hukum), masalah mu'amalah (hubungan sosial), masalah moral, dan sebagainya. Dalam konteks komunikasi, pesan merupakan salah satu komponen penting dalam komunikasi yang baik. Penyusunan pesan yang tepat kepada khalayak adalah pesan yang bersifat umum, mudah diakses oleh banyak publik, dan terkait dengan kebutuhan atau kehidupan khalayak. Sehingga pesan tersebut dapat menarik khalayak untuk benar-benar memperhatikan (attention) dan kemudian mampu melakukan suatu kegiatan (action). Pada akhirnya tujuan penyampaian pesan atau dakwah dapat tercapai.

c. Menentukan metode dakwah (tariqah)

Cara-cara menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Berdasarkan Qs. Al-Nahl ayat 125, tiga metode dakwah yang ideal dan dapat dijadikan acuan oleh da'i untuk mewujudkan ajaran Islam, yaitu dakwah al-hikmah, al-mauidzah al-hasanah, dan almujlah. Menentukan metode yang dapat dilakukan dengan menyesuaikan kondisi khalayak dan bentuk pesan. Cara yang dipilih untuk menarik perhatian adalah dengan menggunakan teknik penyampaian pesan, dalam menyampaikan suatu pesan, metode sangatlah penting bagi kita karena meskipun suatu pesan memiliki isi yang baik jika disampaikan dengan cara yang tidak tepat atau tidak pantas maka pesan tersebut bisa saja ditolak oleh penerima pesan. Termasuk dalam konteks ini adalah memperhatikan durasi konten youtube. Youtube bisa dibuat dengan beberapa episode yang menarik, sehingga membuat penonton ketagihan untuk mengikuti episode selanjutnya. Selain itu ada juga harus memperhatikan kemasan youtube seperti monolog, dialog, humor, dan lain sebagainya.

d. Penentuan media dakwah (wasilah)

Sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Media dakwah dapat berbentuk lisan, tulisan, lukisan, audio visual, atau moral. Jika dengan penggunaan perangkat teknologi saat ini, media

dakwah adalah media elektronik, seperti melalui internet dan berbagai platform media sosial. Penentuan media dakwah harus dipilih dengan tepat agar mampu menjangkau khalayak, sehingga target atau tujuan dakwah dapat tercapai. Dengan bentuk media baru (new media), YouTube dibentuk sesuai permintaan, di mana pemirsa dapat memilih dari berbagai platform yang tersedia, terhubung ke internet untuk mengaksesnya, sehingga dapat menjangkau pemirsa dan menjadi salah satu keunggulan yang dapat menarik banyak orang. Selain itu, YouTube juga tersedia di hampir semua platform media sosial, dan dapat dinikmati baik secara audio-only maupun audio-visual.

Berdasarkan strategi pengelolaan dakwah di atas, para da'i harus memiliki pemahaman tentang platform media digital yang sedang berkembang dan sedang naik daun. Media yang digunakan untuk menyebarkan konten YouTube sangat beragam, antara lain: Anchor, Spotify, Google Podcast, Apple Podcast dan sebagainya. Berbagai platform tersebut dapat saling terhubung, sehingga para kreator atau da'i YouTube dapat mengunggah dalam satu platform, kemudian penonton dapat mengaksesnya di berbagai platform lain yang tersedia. Penonton yang besar untuk konten audio-only dan audio-visual, baik offline maupun online, memberikan peluang besar bagi platform digital untuk menyebarkan channel YouTube mereka di Indonesia. Popularitas audio berbasis digital membuktikan bahwa kebutuhan konten audio masih cukup besar.

6. Respon Mad'u

Dalam proses dakwah mad'u (jamaah) menurut Saepul Muhtadi, (2012: 201) merupakan hal terpenting dalam dakwah Islam, tanpa kehadiran mad'u dakwah tidak mungkin dilakukan. Oleh karena itu, mad'u penting kaitannya dalam dakwah Islam. Namun keberadaan mad'u yang kita pahami adalah sekelompok orang yang menghadiri majelis taklim, strategi dakwah adalah mereka yang mendengarkan dan merespon kegiatan dakwah yang dimaksud. Keberadaannya tidak mutlak harus di masjid, di majelis taklim atau tempat proses dakwah berlangsung, melainkan mereka yang ada di mana-mana yang melakukan interaksi dakwah tanpa harus bersama dan tidak pantas.

Dengan demikian, kegiatan dakwah ke depan sebenarnya bisa dimulai dengan berbagai fasilitas media informasi dan komunikasi. Media akan menjadi saluran penting untuk mengantisipasi penyebaran informasi yang dari waktu ke waktu akan

terus berubah. Jika masyarakat saat ini berada dalam ruang hidup desa global, maka media penyampaiannya juga merupakan bentuk yang relevan dengan pedoman dan karakteristik ruang tersebut. Padahal kapanpun dakwah harus berada di tengah-tengah masyarakat, dengan selalu merekonstruksi bentuk dan mengungkapkan dakwah. Salah satu dakwah baru adalah dengan mempolarisasikan bentuk dakwah di dunia maya yang saat ini menjadi fenomena global dimana-mana.

Jika melihat saluran-saluran yang memiliki kegiatan dakwah, respon mad'u dapat diukur dari seberapa besar mad'u merespon stimulus yang disampaikan oleh da'i saat meminjam teori komunikasi stimulus and response (S-R). Jadi secara sederhana dapat dikatakan bahwa komunikasi ada jika ada dua unsur, komunikator memberikan stimulus, dan respon. Dalam mengamati kegiatan dakwah respon yang benar dapat dilihat dari respon, sanggahan yang diberikan oleh mad'u atas respon yang diberikan oleh seorang da'i.

Simpulan

Youtube merupakan salah satu platform media yang sedang naik daun atau memiliki banyak pengguna di tengah maraknya konten digital. Beberapa kemudahan dalam menggunakannya membuat da'i dapat dengan mudah membuat dan mendistribusikan konten dakwahnya dan mad'u dapat memilih berbagai konten dakwah sesuai dengan kebutuhannya, serta dapat mengatur jadwal sendiri untuk mendengarkannya. YouTube sebagai seni komunikasi da'i Indonesia untuk menyebarkan konten dakwah masing-masing telah menjadi konsep baru dan umum dan diterima oleh masyarakat. Dengan konten yang begitu banyak, setiap materi yang diunggah memiliki audiens yang cukup besar, bahkan jutaan. Begitu juga dalam dunia pendidikan, YouTube sebagai media pembelajaran baru dapat bermanfaat untuk penyebaran berbagai konten materi. YouTube menerapkan komunikasi dua arah sehingga dapat terjadi feedback atau diskusi antara pemberi materi dengan objek pembelajaran atau bahkan sesama pengakses atau sering disebut dengan netizen.

Daftar Pustaka

Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital dan Generasi Milenial", dalam *Jurnal Tasamuh* Vol. 18 No. 1 (Juli 2020)

Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, (2008).

- Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, & Nindi Aristi, "Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio", dalam *Jurnal Kajian Jurnalisme*, Vol. 1 No. 1 (2017).
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, dalam *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2 (2016).
- Hannah Snyder, Literature Review as A Research Methodology: An Overview And Guidelines, in *Journal of Business Research*, Vol. 104, (November 2019).
- Maghfiroh, Eva. Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Volume 2 No. 1 (2016).
- Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Raymond Y.K. Lau, et.al. Podcasting: An Internet-Based Social Technology for Blended Learning, in *IEEE Internet Computing Journal*, Vol. 14 No. 3 (2010).
- Suriani, Julis. Komunikasi Dakwah di Era Cyber. *Jurnal An-nida'*, Volume 41 No. 2 (2017).
- Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, (2010).
- Yollis Michdon Netti & Irwansyah, "Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial", dalam *Jurnal Komunikasi*, Vol 10 No. 1. (Juli 2018).