

BAB II

KERANGKAH TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan “tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu proses seseorang mengetahui melalui panca inderanya.⁸ Persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indera-indera yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.⁹

Menurut Bimo Walgito persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat inderanya atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti sampai di situ saja, melainkan stimulus itu diteruskan dan selanjutnya merupakan proses persepsi.¹⁰

Sedangkan menurut Sarlito W. Sarwono dalam Rohmaul Listyana dan Yudi Hartono berpendapat persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi berlangsung pada saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke

⁸ Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), 863.

⁹ Indra Tantra, “Persepsi Masyarakat Tentang Perempuan Bercadar”, *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi*, Vol. III No. 1/Mei 2015, 118.

¹⁰ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 87.

dalam otak. Persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami yang menggunakan alat pengindraan.¹¹

Persepsi mengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui orang lain. Pada proses ini kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi. Proses interaksi tidak dapat dilepaskan dari cara pandang atau persepsi satu individu terhadap individu yang lain, sehingga memunculkan apa yang dinamakan persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat akan menghasilkan suatu penilaian terhadap sikap, perilaku dan tindakan seseorang di dalam kehidupan bermasyarakat.¹²

Dengan demikian persepsi adalah suatu proses pengolahan informasi yang diterima oleh panca indera dari lingkungan dan diteruskan ke otak untuk diseleksi sehingga menimbulkan penafsiran yang berupa penilaian dari penginderaan atau pengalaman sebelumnya.

2. Bentuk-Bentuk Persepsi

Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa bentuk:

a. Persepsi melalui Indera Penglihatan

Alat indera merupakan alat utama dalam individu mengadakan persepsi. Seseorang dapat melihat dengan matanya tetapi mata bukanlah satu-satunya bagian hingga individu dapat mempersepsi apa yang dilihatnya, mata hanyalah merupakan salah satu alat atau bagian yang menerima stimulus, dan

¹¹Rohmaul Listyana dan Yudi Hartono, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)", *Jurnal Agasty*, Vol. 5, No 1/Januari 2015, 121.

¹² *Ibid*, 121-122.

stimulus ini dilangsungkan oleh syaraf sensoris ke otak, hingga akhirnya individu dapat menyadari apa yang dilihat.

b. Persepsi melalui Indera Pendengaran

Orang dapat mendengar sesuatu dengan alat pendengaran, yaitu telinga. Telinga merupakan salah satu alat untuk dapat mengetahui sesuatu yang ada di sekitarnya. Seperti halnya dengan penglihatan, dalam pendengaran individu dapat mendengar apa yang mengenai reseptor sebagai suatu respon terhadap stimulus tersebut. Kalau individu dapat menyadari apa yang didengar, maka dalam hal ini individu dapat mempersepsi apa yang didengar, dan terjadilah suatu pengamatan atau persepsi.

c. Persepsi melalui Indera Pencium

Orang dapat mencium bau sesuatu melalui alat indera pencium yaitu hidung. Sel-sel penerima atau reseptor bau terletak dalam hidung sebelah dalam. Stimulusnya berwujud benda-benda yang bersifat khemis atau gas yang dapat menguap, dan mengenai alat-alat penerima yang ada dalam hidung, kemudian diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak, dan sebagian respon dari stimulus tersebut orang dapat menyadari apa yang diciumnya yaitu bau yang diciumnya.

d. Persepsi melalui Indera Pengecap

Indera pengecap terdapat di lidah. Stimulusnya merupakan benda cair. Zat cair itu mengenai ujung sel penerima yang terdapat pada lidah, yang kemudian dilangsungkan oleh syaraf sensoris ke otak, hingga akhirnya orang dapat menyadari atau mempersepsi tentang apa yang dikecap itu.

e. Persepsi melalui Indera Peraba (kulit)

Indera ini dapat merasakan rasa sakit, rabaan, tekanan dan temperatur. Tetapi tidak semua bagian kulit dapat menerima rasa-rasa ini. Pada bagian-bagian tertentu saja yang dapat untuk menerima stimulus-stimulus tertentu. Rasa-rasa tersebut di atas merupakan rasa-rasa kulit yang primer, sedangkan di samping itu masih terdapat variasi yang bermacam-macam. Dalam tekanan atau rabaan, stimulusnya langsung mengenai bagian kulit bagian rabaan atau tekanan. Stimulus ini akan menimbulkan kesadaran akan lunak, keras, halus, kasar.¹³

Bentuk persepsi pada intinya merupakan persepsi yang tidak hanya dilakukan oleh penglihatan saja, namun dengan alat indera secara lengkap agar menghasilkan suatu data yang maksimal dan sesuai dengan

¹³ Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 90.

kenyataan

Yang ada di lapangan. Dimana stimulus itu bersifat kuat maka hasil yang didapat agar lebih spesifik.

Menurut Irwanto, sebagaimana dikutip oleh Eliska Pratiwi dkk, setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Persepsi positif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal itu akan di teruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung obyek yang dipersepsikan.
- b. Persepsi negatif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapanyang tidak selaras dengan obyek yang di persepsi. Hal itu akan di teruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap obyek yang dipersepsikan.¹⁴

Demikian dapat dikatakan bahwa persepsi itu baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan sesuatu tindakan. Dan munculnya

¹⁴ Eliska Pratiwi, I Nyoman Sujana dan Iyus Akhmad Haris, "Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Penerapan Program Kerja BUMDES Dwi Amertha Sari di Desa Jinengdalem", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 11 No.1/ 2019, 286

suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif semua itu bergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsikan.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Pareek (1996) dalam Rahmat Dahlan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor internal individu seseorang dan faktor eksternal atau objek persepsi. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi persepsi sebagai berikut



- a. Latar belakang. Latar belakang yang mempengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi. Contohnya orang yang pendidikannya lebih tinggi atau pengetahuan ilmu agamanya luas yang memiliki cara tertentu untuk menyeleksi sebuah informasi.
- b. Pengalaman. hal yang sama dengan latar belakang ialah faktor pengalaman, pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal, dan gejala-gejala yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya.
- c. Kepribadian. Dimana pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Sehubungan dengan itu maka proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh diri seseorang persepsi antara satu orang dengan yang lain itu berbeda atau juga antara satu kelompok dengan kelompok lain.
- d. Sistem nilai. Sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh pula terhadap persepsi
- e. Penerimaan diri. Penerimaan diri merupakan sifat penting yang mempengaruhi persepsi.¹⁵

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi secara eksternal atau datang dari luar objek persepsi adalah:

- a. Intensitas. Umumnya, rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intens.
- b. Ukuran. Benda-benda yang lebih besar umumnya lebih menarik perhatian.

¹⁵ Rahmat Dahlan, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap WakafUang", *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol.4 No. 1/Juni 2017, 10.

- c. Kontras. Secara umum hal-hal yang biasa dilihat akan cepat menarik perhatian.
- d. Gerakan. Benda yang bergerak lebih menarik perhatian dari hal yang diam.
- e. Ulangan. Biasanya hal yang terulang-ulang dapat menarik perhatian.
- f. Keakraban. Suatu yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian.
- g. Sesuatu yang baru. Faktor ini kedengerannya bertentangan dengan keakraban, namun unsur ini juga berpengaruh pada seseorang dalam menyeleksi informasi.¹⁶



¹⁶ Rahmat Dahlan, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang", *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol.4 No. 1/Juni 2017, 10.

Persepsi bisa salah, bisa benar, bisa sempit, bisa luas dan ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang terkait dengan proses terjadinya persepsi itu sendiri.

Menurut Sarlito W. Sarwono Rohmaul Listyana & Yudi Hartono faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

- a. Perhatian, biasanya tidak menangkap seluruh rangsang yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Perbedaan fokus perhatian antara satu dengan orang lain akan menyebabkan perbedaan persepsi.
- b. Kesiapan mental seseorang terhadap rangsangan yang akan timbul.
- c. Kebutuhan merupakan kebutuhan sesaat maupun menetap pada diri individu akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan persepsi bagi tiap individu.
- d. Sistem nilai, yaitu sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh pula terhadap persepsi.
- e. Tipe kepribadian, yaitu dimana pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Sehubungan dengan itu maka proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh diri seseorang

persepsi antara satu orang dengan yang lain itu berbeda atau juga antara satu kelompok dengan kelompok lain.¹⁷

Menurut Robbin dalam Rohmaul Listyana & Yudi Hartono mengemukakan bahwa beberapa faktor utama yang memberi pengaruh terhadap pembentukan persepsi sosial seseorang dan faktor-faktor itu adalah faktor penerima (*The Perceiver*), situasi (*The Situation*), dan objek sasaran (*The Target*).

4. Aspek-Aspek Persepsi

Pada hakekatnya sikap merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut menurut Baron dan Byrne, juga Myers (dalam Gerungan, 1996) menyatakan bahwa sikap itu mengandung tiga komponen yang terbentuk struktur sikap, yaitu:

- a. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.
- b. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif,

¹⁷ *Ibid.*, 11.

sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.

- c. Komponen konatif (komponen perilaku, atau action component), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

A. Khalayak

1. Pengertian Khalayak

Khalayak atau publik adalah sejumlah orang yang memiliki minat sama terhadap suatu kegemaran atau hobi tertentu tanpa harus mempunyai pendapat yang sama, dan menghendaki pemecahan masalah tanpa adanya pengalaman untuk itu. Publik *internal* adalah publik yang ada dalam perusahaan. Sementara khalayak ada yang publik *eksternal* adalah publik yang berkepentingan dan berada di luar perusahaan dan juga khalayak publik *Internal*.¹⁸

2. Ciri-Ciri Khalayak

1. Kelompok yang bukan merupakan satu kesatuan (tidak teratur).
2. Interaksi tidak langsung (melalui media).
3. Tidak saling kenal (*anonim*) dan *heterogen*.

¹⁸ <https://eprints.umm.ac.id/43083/3/BAB%20II.pdf>

4. Mempunyai minat yang sama terhadap suatu masalah.
5. Belum tentu memiliki opini yang sama.
6. Berusaha untuk mengatasi masalah di mana mereka memiliki kepentingan.
7. Kecenderungan berpikir secara rasional karena adanya diskusi sosial.

3. Khalayak dan Media

Dalam kaitannya sebagai penerima pesan yang disiarkan oleh media massa maupun individual, distribusi informasi dan perubahan perilaku pada penerima pesan memiliki urutan sebagai berikut :

1. Seleksi
2. Interpretasi (penerjemahan pesan/pemaknaan)
3. Masuk memori (teringat)
4. Proses berpikir
5. Perilaku/tindakan (evaluasi: senang/tidak senang) atau kecenderungan bertindak terhadap informasi yang mereka terima.¹⁹

4. Persamaan Khalayak dan Publik

Publik merupakan khalayak atau masyarakat secara luas. Publik suatu organisasi adalah orang yang berada di luar organisasi karena orang tersebut merupakan orang yang berada di luar organisasi yang menjadi target dari organisasi.²⁰

5. Karakter Khalayak

¹⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Khalayak>

²⁰ <https://spada.uns.ac.id/mod/forum/discuss.php?d=14527#:~:text=Publik%20merupakan%20khalayak%20atau%20masyarakat,yang%20menjadi%20target%20dari%20organisasi.>

Khalayak mempunyai ciri-ciri menurut (McQuail, 1987:33) sebagai berikut :

1. Kelompok yang bukan merupakan satu kesatuan (tidak teratur).
2. Interaksi tidak langsung (melalui media).
3. Tidak saling kenal (anonim) dan heterogen.
4. Mempunyai minat yang sama terhadap suatu masalah.
5. Belum tentu memiliki opini yang sama.²¹

B. Hadrah

1. Pengertian Hadrah

Hadrah sudah sangat populer dikalangan *majelis taklim* yang dipimpin oleh beberapa kyai, gus dan *habib* yang kemudian menyebar ke kalangan masyarakat. *Hadrah* dari segi bahasa diambil dari kata “*hadhoro-yuhdhiru-hadhron-hadhrotan*” yang berarti kehadiran.

Tapi dari pengertian istilahnya adalah sebuah alat musik sejenis rebana yang digunakan untuk acara-acara keagamaan seperti acara *Maulid Nabi SAW*. Hadrah juga tidak hanya sebatas untuk acara *Maulid Nabi* saja, tetapi digunakan juga untuk ngarak (mengiringi) orang sunatan ataupun orang kawinan.²²

²¹ <http://e-journal.uajy.ac.id/3238/2/1KOM02714.pdf>

²² <https://www.laduni.id/post/read/54319/hadrah-merupakan-kesenian-islam-yang-di-dalamnya-berisi-shalawat>

Hadrah adalah kesenian lokal yang keberadaannya penting untuk dipertahankan sampai saat ini. Kesenian adalah penjelmaan dari rasa keindahan untuk kesejahteraan hidup, rasa itu disusun dan dinyatakan oleh pikiran sehingga ia menjadi bentuk yang dapat disalurkan dan dimiliki. Kesenian juga berfungsi untuk menciptakan bentuk-bentuk kesenangan. Perpaduan antara kesenian dan nilai-nilai *Islam* mewujudkan sebuah kombinasi, sehingga berpengaruh terhadap fungsi dan peran kesenian tersebut.²³ Hadrah adalah kesenian Islam yang didalamnya berisi *sholawat* Nabi Muhammad SAW untuk mensyiarkan ajaran agama Islam, dalam kesenian ini tidak ada alat musik lainnya selain alat musik yang ada diatas kecuali rebana.

Muclis Wagiman, seorang praktisi *senior* kesenian hadrah mengatakan, *tahar* adalah salah satu jenis alat musik, sedangkan *hadrah* adalah jenis kesenian yang menggunakan *tahar*. Kesenian ini sangat kental bernuansa Islam dan diprediksi muncul pertama kali dari Timur Tengah yang kemudian menyebar ke berbagai daerah seiring dengan penyebaran dan perkembangan Islam.²⁴

Kesenian hadrah tidak lepas dengan lirik *sholawat*. Umumnya *sholawat* itu ialah *do'a* kepada Allah SWT untuk Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, dan para sahabatnya. Jenis musik tradisional ini biasanya diekspresikan dalam bentuk dan gaya bermacam-macam.

²³ <https://www.akumassa.org/hadhoro-yuhdhiru-hadhron-hadhrotan/2010/29/01.html>

²⁴ <http://repository.radenintan.ac.id/5311/1/skripsi%20anis%20pdf.pdf>

Salain itu, acara-acara rutin yang sering menjadi tradisi di pesantren, seperti peringatan hari lahir pesantren, *akhirusannahwalimatul ursy* serta penyambutan tamu ataupun untuk acara rutin para remaja di desa tertentu. Kesemuanya ini tidak pernah beranjak dari hadrah, kasidah atau rebana yang semata-mata sekedar untuk menjadi pelengkap acara-acara tersebut

Meskipun enak didengar di telinga, kesenian dari pesantren ini dimaksudkan bukan untuk menjadi sekedar tontonan semata, karena kesenian ini adalah bagian dari *syiar* dan bukan sekedar hiburan semata.

Dari sebagian lapisan masyarakat bahkan ada yang mengatakan kesenian hadrah ini bisa menyembuhkan penyakit *stroke* dan memperlancar peredaran darah. Hal ini cukup beralasan kerana dalam memainkan alat musik tradisi ini, para pemain memainkannya dengan cara memukul dengan tangan kosong.

Hal inilah yang berdampak dalam memperlancar peredaran darah. Selain bernilai sejarah, ternyata kesenian ini juga dapat berdampak positif lain. Tradisi ini adalah harta yang sangat berharga yang sangat perlu untuk dilestarikan.

Kesenian hadrah berfungsi untuk mententramkan fikiran dan beban kemanusiaan serta dapat memperbaiki tabiat manusia. Selain itu, sebagai alat *manifestasi* atau penyemangat dalam meningkatkan moralitas dan *spiritualitas* terhadap masyarakat khususnya para

remaja. Disamping itu, hadrah juga dapat berfungsi sebagai sarana atau alat untuk berzikir, sebagai *manifestasi* dan wujud syukur kepada Allah SWT atas nikmat yang telah ia berikan kepada hamba-hambanya.²⁵

2. Sejarah Hadrah

Secara historis, masyarakat Madinah pada abad ke-6 telah menggunakan hadrah sebagai musik pengiring dalam acara penyambutan atas kedatangan Nabi Muhammad SAW yang *hijrah* dari Makkah ke Madinah.

Masyarakat Madinah kala itu menyambut kedatangan beliau dengan syair *Thaala'al Badru* yang diiringi dengan hadrah, sebagai ungkapan ungkapan bahagia atas kehadiran seorang Rasul yang diturunkan di bumi pada saat itu. Kemudian Hadrah digunakan sebagai sarana dakwah para penyebar dakwah.

Dengan melantunkan syair-syair indah yang diiringi alat musik perkusi, pesan-pesan agama islam mampu dikemas dan disajikan lewat sentuhan seni *artistik* musik Islami yang khas. Sebenarnya Hadrah bukan suatu hal yang baru dalam masyarakat. hadrah sudah ada sejak zaman dahulu. Awalnya, hadrah berasal dari arab dan negara-negara timur tengah.

²⁵ <http://repository.radenintan.ac.id/20369/1/PUSAT%20BAB%201%20DAN%205.pdf>

Di Indonesia, sekitar abad 13 Hijriyah seorang ulama besar dari negeri Yaman yang bernama Habib Ali bin Muhammad bin Husain al-Habsyi (1259-1333/1839-1913M), datang ketanah air dalam misi berdakwah menyebarkan agama Islam. Disamping itu, beliau juga membawa sebuah kesenian Arab berupa pembacaan shalawat yang diiringi rebana ala Habsyi atau yang dikenal saat ini adalah hadrah, dengan cara mendirikan majelis shalawat dan pujian-pujian kepada Rasulullah sebagai sarana *mahabbah* (kecintaan) kepada Rasulullah SAW.²⁶

Selang beberapa waktu majlis itupun menyebar ke seluruh penjuru daerah, terutama Banjarmasin, daerah Kalimantan, Sumatera dan terutama Jawa. Beliau, Habib Ali bin Muhammad bin Husain Al-Habsyi juga sempat mengarang sebuah buku yang berjudul "*Simthu Al-Durar*" atau sering disebut dengan kitab maulid simtutduror yang didalamnya memuat tentang berbagai kisah perjalanan hidup dari sebelum lahir sampai wafatnya baginda Rasulullah SAW. Di dalamnya juga berisi bacaan shalawat-shalawat dan *madaih* (pujian-pujian) kepada Rasulullah. Bahkan sering kali dalam memperingati acara *maulid* Nabi Muhammad SAW, kitab itulah yang sering dibaca dan diiringi dengan alat musik hadrah. Sehingga sampai sekarang kesenian ini pun sudah melekat pada masyarakat, khususnya para pecinta shalawat dan

²⁶ Mudjahidin, Keindahan Karya Seni di Tinjau dari Beberapa Sudut Pandang Baik Al-Qur'an dan Hadis, (Jakarta: PT.Gunung, 1985), h. 3.

sebagai sebuah eksistensi seni Budaya Islam yang harus selalu dijaga dan dikembangkan.²⁴

3. Alat Musik Hadrah

Adapun jenis alat yang digunakan dalam musik hadrah diantaranya adalah jenis pukulan (tabuhan) hadrah, ada yang disebut master satu, master dua, giring, dan bass. Pukulan master satu dan dua merupakan yang paling penting, sebab ini ibaratnya sebagai jantung permainan hadrah, dan pukulan ini termasuk yang paling sulit. Pukulan master dapat berjalan walaupun tidak ada pukulan giring. Seperti namanya, pukulan giring berfungsi untuk menggiring pukulan master.

C. Kajian Tentang YouTube

1. Definisi YouTube

YouTube adalah aplikasi baru atau new media yang digunakan untuk melihat unggahan video yang disebar oleh orang lain. YouTube merupakan sebuah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Para pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. konten video yang terdapat alam YouTube biasanya seperti video klip, *film*, tv, serta video buatan para pengguna YouTube itu sendiri.²⁷

YouTube adalah contoh dari acara atau tayangan audio visual yang merupakan *new media*. Konten yang ada pada YouTube bisa diakses kapan saja dan dimana saja, serta memungkinkan sesama penggunanya

²⁷<http://Repository.Radenintan.Ac.Id/12862/1/Perpus%20pusat.Pdf> Diakses Pada Hari Senin, 02 Oktober 2021, Pukul 14: 30 Wib

untuk dapat berinteraksi. Materi audio visual meleburkan diri dalam *digitalisasi* dan materi tersebut hanya dapat diakses melalui jalur yang dinamakan *internet*.²⁸

2. Sejarah Perkembangan Youtube dan Sebagai Media Dakwah

YouTube diciptakan oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan Paypal, yaitu : Chad Hurley, Chen dan Karim Alumnus. Diaktifkan februari 2005. Perkantoran ini berpusat di san Bruno, California, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap hari dan situs ini menerima 100 juta kunjungn video perhari.²⁹

Aplikasi YouTube dapat digunakan dimanapun dan kapanpun dan oleh siapapun dengan menggunakan basis *internet*. Seiring perkembangan zaman yang semakin baru YouTube dapat menjadi inovasi baru karena YouTube disediakan untuk melakukan pencarian informasi video dan setiap orang dapat menontonnya secara langsung.

Perkembangan media YouTube sangat pesat pada tahun 2006, pada tahun itu media YouTube telah berhasil menjadi media terpopuler. Sehingga dapat memberikan beraneka ragam manfaat.

²⁸ Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, Tias Satrio Adhitama, *Strategi Komunikasi Dakwah New Media Youtube*, (Surabaya: Iain Sunan Ampel Press, 2013) h. 37.

²⁹ Aria Indhi, Artikel : Youtube Sebagai Media Penyiar Di Zamn Modern, Tersedia Di https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/ariaindhi/fenomena-youtube-sebagai-media-penyiaran-di-zaman-modern_597000eded967e0aed056e12 (1 Desember 2019).

Berawal hanya mengupload atau mengunggah video sederhana sekarang dapat di gunakan untuk *live streaming*, dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi manfaatnya.³⁰

YouTube pada tahun 2006 menyebutkan bahwa menjadi situs *online video provider* paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video di *upload* ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar *views* perhari.

YouTube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi youtube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh sang pengguna.

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna hampir sepertiga dari pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta video yang ada di YouTube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. YouTube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa (*viewers*) yang mulai berusia 10-17, masuk ke usia 18-24 dan 18-49 tahun dari pada jaringan kabel manapun di dunia. Bahkan sekarang YouTube tidak hanya digunakan oleh orang-orang dewasa saja tetapi anak-anak berusia dini pun sudah pandai menggunakannya.

YouTube sekarang juga digunakan oleh para tokoh *da'i* untuk menyebarkan pesan dakwah video berupa nasihat agama. YouTube berisi konten video yang di klasifikasikan sebagai media *audio-visual* yang

³⁰ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Dan Andi Subhan Amir, Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas MakassarVidgram, Dalam Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 5 No.2 (2016). h. 24.

berupa gambar sekaligus suara. Sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif, efisien dan juga mudah diterima oleh semua jenis khalayak.³¹

3. Karakteristik YouTube

Beberapa karakteristik dari YouTube yang membuat banyak dari sebagian pengguna nyaman menggunakannya:

- a) Tidak ada batasan untuk durasi dalam mengunggah video. Hal ini yang menjadi pembeda antara aplikasi YouTube dengan beberapa aplikasi lain, yang mempunyai batasan durasi waktu maksimal dan minimal. Semisal seperti aplikasi *instagram*, *snapchat*, *snackvideo*, *tiktok* dan sebagainya.
- b) *System* pengamanan yang mulai akurat. YouTube membatasi pengamanan-Nya dengan tidak mengizinkan video sembarang beredar. YouTube tidak membiarkan video yang mengandung unsur sara, porno, illegal, bullying, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi terlebih dahulu sebelum mengunggah video.
- c) Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral dimana-mana, YouTube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke YouTube, dan telah mendapatkan minimal 1000 *Subscribers*, dan 4000 jam tayang publik, maka akan diberikan penghargaan seperti *honorarium* atau gaji rutin perbulannya.
- d) *System offline*. YouTube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu *system offline*. *System* ini

³¹ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah (Bandung: Pt Rosdakarya, 2013), Cet Ke-2, h. 122.

memudahkan para pengguna untuk menonton video *offline* yang sudah di *download* terlebih dahulu pada saat pengguna *online*.

- e) Tersedia *editor* sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong/*cut*, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.³²

YouTube lebih menarik dan juga tidak membosankan dibandingkan dengan menonton televisi yang monoton dan berdurasi sekian menit, sehingga pengguna bebas menikmati tontonan tanpa terbatas dengan beragam konten yang disuguhkan.

4. Fungsi YouTube

Terdapat beberapa fungsi YouTube, yaitu:

- a) Mencari video di YouTube, setiap pengguna dapat mencari video sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Dengan melakukan pencarian sesuai dengan kata kunci, dan judul maka berbagai tema konten video yang berkaitan akan langsung bermunculan.
- b) Memutar atau menonton video.
- c) Mengupload video.
- d) Mendownload video.

Terdapat juga beberapa istilah dalam YouTube yaitu:

- a) Subscribe

³² Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram*, dalam Jurnal Komunikasi KAREBA, h. 260.

Subscribe adalah istilah layanan menu gratis dengan memasukan *email* pengguna untuk memudahkan pengunjung agar mengetahui *post* terbaru dari yang sudah di *subscribe*. *Subscribe* berarti berlangganan, dimana pengguna yang sudah menekan tombol berlangganan pada YouTube orang yang kita inginkan, akan diberikan informasi apabila terdapat perihal kabar terbaru dari tautan atau akun yang telah dipilih untuk dilanggani.

b) Live Streaming

Istilah ini biasanya digunakan untuk menyiarkan secara langsung video yang direkam melalui sebuah kamera video yang dapat dilihat oleh siapapun dan dimanapun dalam waktu bersamaan. Sehingga penggunaanya biasa menyiarkan langsung tanpa melalui proses *upload video* atau harus di *download* terlebih dahulu.

c) Buffering

Merupakan istilah yang memiliki makna penyanggah atau keterlambatan. Dengan kata lain *buffering* berarti adalah jeda waktu yang terjadi saat pengguna memutar video yang ada di YouTube.³³

d) Mengupload video

Akun yang terdaftar dalam *YouTube*, mereka dapat mengunggah videonya kedalam akunya. Dengan syarat telah terdaftar, semakin banyak videonya maka semakin mempengaruhi laman-Nya waktu saat mengunggah video tersebut.

³³ Arie Prastyo. Artikel: *Perbedaan dan Pengertian Anatara Sreaming dan Buffering*, <https://www.arieprastyo.com> diakses pada hari kamis, 10 Oktober 2021, pukul 15: 03 WIB

e) Mendownload video

Video yang ada didalam *YouTube* dapat juga di *download* penonton, dan gratis. Ada banyak cara, salah satunya dengan mendownload langsung pada bagian video yang bisa dan diizinkan untuk di download atau juga dengan cara meng-*copy* alamat URL yang ada dalam video tersebut lalu dipasteikan kedalam situs seperti *www.savefrom.net*. Banyak cara penggunaanya dapat mendownload video, cara lebih lanjut dengan mencarinya di *google*.

5. Kategori YouTube

YouTube memiliki banyak sekali video, mulai dari video tingkah laku pribadi penggunaanya sampai dengan video-video yang jarang kita lihat ditelevisi. Secara umum, kategori dalam YouTube adalah sebagai berikut:

- a) *Autos & vechiles* (otomotif dan kendaraan)
- b) *Comedy* (komedi)
- c) *Prank* (bercanda)
- d) *Entertainment* (hiburan)
- e) *Education* (pendidikan)
- f) *Film & animation* (film dan animasi)
- g) *Gadgets & game* (peralatan dan permainan)
- h) *Music* (musik)
- i) *News & politics* (berita dan politik)
- j) *People & blog* (orang dan blog)

- k) *Pets & animals* (binatang dan binatang peliharaan)
- l) *Sports* (olahraga)
- m) *Travel & places* (perjalanan dan tempat)

Berbagai macam kategori yang telah disebutkan pengguna biasa saja memilih sesuai dengan kehendaknya tanpa memikirkan video apa yang ingin dilihat dalam kategori. Hal ini dikarenakan YouTube menyediakan kolom mesin pencarian yang berguna untuk mencari video yang sedang ingin ditonton oleh penggunanya. Jika video tidak ditemukan, maka YouTube biasanya menyarankan video yang hampir mendekati kata pencarian yang sedang ditelusuri.

D. Kajian tentang Dakwah

1. Definisi Dakwah

Dakwah berasal dari kata (دعا - يدعو - دعوة) yang berarti memanggil, mengundang, minta tolong kepada, berdoa, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan dan amal.³⁴ Selain itu juga, juga bermakna menuntun dan menghasung. Sementara dalam bentuk perintah atau *fi'il amr* yaitu *ud'u* yang berarti ajaklah atau serulah. Pembahasan berikut ini akan menelusuri keempat kata tersebut dalam Al-Qur'an untuk pengembangan wawasan.

a. Kata da'a

Perkataan *da'a* adalah *fi'il madhi*, yaitu kata kerja masa lalu. Kata ini disebutkan dalam Al-Qur'an pada sepuluh surat dan 11

³⁴ Abdul Basit, Filsafat Dakwah (Depok: Rajawali Pers, 2013), h. 43.

ayat. Kata *da'a* memiliki beberapa makna yaitu memohon, meminta, berdoa dan memanggil. Sementara dalam *Tafsir Al-mishbah* kata *da'a* diartikan dengan empat makna yaitu memohon, berdoa, menyeru dan panggilan.

b. Kata *yad'u*

Kata *yad'u* merupakan *fi'il muzhari* yaitu perbuatan sedang atau akan dilaksanakan. Kata tersebut dalam bentuk tunggal (*mufrad*), sementara dalam bentuk jamak adalah *yad'uwna* dan kata ini disebut dalam Al-Qur'an sebanyak 21 ayat pada 20 surah. Dalam Al-Mishbah kata *yad'uwna* mempunyai banyak arti.

c. Kata dakwah

Kata dakwah merupakan isim *masdar (invasive)*. Kata tersebut dalam Al-Qur'an disebutkan sebanyak lima kali yang bermakna panggilan.

d. Kata *ud'u*

Kata dakwah dalam perintah atau *fi'il amr* dikenal dengan kata *ud'u*. dalam Al-Qur'an kata tersebut terdapat pada 8 surah dan 12 ayat.³⁵

Muhammad Abu Al-Futuh dalam kitabnya *Al-Madkhalila'Ilm ad-Da'wat*, menurut beliau, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikannya (*thathbiq*) dalam realitas kehidupan.³⁶

2. Unsur-Unsur dakwah

³⁵ Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: Pt. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, h. 4.

³⁶ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, Psikologi Dakwah (Jakarta: Penamedia Group, 2015), Cet Ke-2, h. 7.

Terdapat unsur-unsur atau beberapa komponen dakwah antara lain:

a. *Da'i* adalah orang yang melakukan kegiatan dakwah, *da'i* menyampaikan pesannya baik secara langsung maupun tidak langsung, terdapat kriteria seorang *da'i* yaitu:

1) Secara umum, seorang *da'i* pada umumnya setiap muslim dan muslimat yang *mukalaf* (dewasa), memiliki tekad yang kuat dalam menebar pesan dakwah sesuai perintah.

2) Secara khusus, seorang *da'i* merupakan seorang yang memiliki keahlian khusus (*muhtakhasis*) dalam bidang agama Islam, yang disebut dengan ulama.

b. *Mad'u* merupakan penerima pesan dakwah atau dalam proses komunikasi sebagai komunikan atau biasa disebut dengan *audiens* yang beragama Islam. Muhamad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan antara lain sebagai berikut:

1) Golongan cerdas cendekiawan yang mencintai kebenaran berfikir secara kritis dan dapat menangkap segala persoalan.

2) Golongan awam yaitu golongan orang yang belum berfikir secara kritis dan mendalam, yang belum menangkap pengertian-pengertian tinggi.

3) Golongan yang berbeda dari golongan diatas yakni orang-orang yang senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas ketentuan dan tidak sanggup mendalami benar.

c. Materi pesan dakwah yaitu isi dari pesan yang disampaikan oleh da'i, pesan dakwah secara umum dapat dikelompokkan menjadi tiga antara lain:

1) Pesan akidah, merupakan pesan dakwah yang meliputi keimanan, baik iman kepada Allah SWT, keimanan kepada malaikat Nya, iman kepada kitab Nya, iman kepada Rosul-Nya, iman kepada hari ahir dan iman kepada *qodo* dan *qodar*.

2) Pesan syariah, dari pesan dakwah yang meliputi ibadah sehari-hari, seperti hukum atau ajaran sunnah Rosul seperti hukum berwudhu, tahahara, hukum puasa sholat dan sebagainya.

3) Pesan akhlaq yaitu pesan dakwah yang meliputi akhlaq kepada Allah, sesama, tetangga, diri sendiri dan alam semesta.

d. Efek dakwah yaitu respon maupun *feedback* (umpan balik) yang timbul dari aksi dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat efek terbagi menjadi tiga yaitu:

1) Efek kognitif, efek yang timbul ini berhubungan dengan perubahan pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Perubahan ini meliputi apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsikan oleh *mad'u/komunikator*.

2) Efek efektif, yaitu perubahan yang timbul pada apa yang dirasakan, disenangi, diharapkan ataupun dibenci. Biasanya berkaitan erat dengan perasaan, emosi, sikap serta nilai.

- 3) Efek behavioral, perubahan yang meliputi perilaku seseorang, pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan tindakan berperilaku.
- e. Metode dakwah adalah sebuah cara yang digunakan *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah agar pesan dakwah tersampaikan sesuai tujuan. Terdapat tiga metode dakwah yakni:
- 1) *Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan sesuatu dan kondisi *mad'u*. menitik beratkan sesuai kemampuan *mad'u*, sehingga di dalam menjalankan ajaran agama Islam tidak merasa terpaksa dan keberatan.
 - 2) *Mau'idzhah til hasanah*, yakni memberikan suatu nasehat atau menyampaikan ajaran Islam dengan kasih sayang, lemah lembut sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh *mad'u*. selain itu memberikan contoh teladan, perbuatan yang terpuji, sifat yang mulia, *akhlaq* yang terpuji serta berpegang teguh pada ajaran sesuai ajaran agama Islam.³⁷
 - 3) *Mujadalah*, berdakwah dengan cara bertukar pikiran, *hujjah*, adu argumen tapi tidak memberikan tekanan dan tidak menjelekan yang menjadi mitra dakwah.

Seorang *da'i* harus memahami tujuan-tujuan Islam yang telah dijelaskan oleh syariat-syariat Islam. Satu diantara syariatnya yakni menciptakan kemaslahatan umat dan menghindari segala kemudharatan melalui jalur dakwah. Islam berjalan sesuai dengan

³⁷ Said Al-Qahthani, Penerjemah Aidil Novia, Menjadi Da'i Yang Sukses (Jakarta: Qisthi Press, 2005), Cet Ke-1, h. 96.

akhlak yang mulia dan adat istiadat kebiasaan yang terpuji³⁸. Karna Al-Qur'an mampu menyelesaikan permasalahan yang tidak mampu ditangani oleh manusia. Al-Qur'an meletakkan beberapa dasar umum yang memberi petunjuk kejalan kebenaran.³⁹

3. Dasar Hukum Dakwah

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia dimanapun mereka berada menurut kemampuannya. Dasar hukum kewajiban dakwah tersebut banyak disebutkan dalam Al-Qur'an dengan menggunakan metode-metode dakwah, antara lain firman Allah Surat (Qs. Ali Imron ayat 104) : “dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”.

Dasar hukum dakwah juga dijelaskan dalam Hadist riwayat Bukhari yaitu : “Barang siapa diantara kalian melihat kemungkar, maka hendaknya ia merubah dengan tangannya. Bila ia tak mampu, maka dengan lisannya. Dan bila ia masih belum mampu, maka hendaklah dengan hatinya. Yang demikian itu adalah selemahlemahnya iman”. (HR. Bukhari) Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan dakwah yang dilakukan oleh *da'i* (juru dakwah) memiliki dasar hukum wajib namun dilaksanakannya dengan bertahap sesuai kemampuan masing-masing dari pelaku dakwah yakni para *da'i* (Aziz, 2004: 256).

³⁸ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah (Bandung: PT Rosdakarya, 2013), Cet Ke-1, h. 84.

³⁹ Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah (Jakarta: Amzah, 2009), Cet Ke-1, h. 89.

E. Kajian tentang Media Dakwah

1. Definisi Media Dakwah

Dakwah akan lebih cepat berkembang, tepat sasaran dan diterima dengan baik manakala media atau saluran yang dipilih sesuai dengan keadaan *mad'u*. Perkembangan zaman yang semakin maju dan didukung berbagai teknologi memicu berbagai macam sebab dalam masyarakat, masyarakat mengalami ketergantungan, terlebih pada teknologi modern dan media komunikasi.

Media komunikasi seperti radio, televisi, komputer, internet, koran, majalah dan sebagainya telah menjadi konsumsi pokok masyarakat *modern* dan dijadikan media tersebut sebagai alat dan tempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka yang semakin kompleks. Budaya dan perilaku-perilaku sosial masyarakat juga terus mengalami pergeseran dan perubahan *positif* maupun *negatif*, tergantung bagaimana masyarakat menerima dan memahami terpaan media komunikasi yang ada. Fenomena ini, tentunya menjadi sebuah pemikiran dan perhatian serius bagi keberlangsungan dakwah Islam di tengah-tengah masyarakat yang terus berubah. Memanfaatkan media komunikasi sebagai alat perantara dakwah kepada *mad'u* sebagai sebuah keniscayaan yang harus dilakukan dan dikelola secara baik agar aktivitas dakwah terus berjalan sesuai dengan kebutuhan mitra dakwah.

Media dakwah berarti bentuknya adalah alat komunikasi. Akan tetapi ada sarana lain selain alat komunikasi tersebut, seperti tempat

infrastruktur, mesin, tempat duduk, alat tulis, alat perkantoran, dan sebagainya. Sarana-sarana itu dapat dikelompokkan sebagai logistik dakwah, logistik dakwah juga mencakup keuangan dakwah. Dengan demikian, media dakwah juga jelas bedanya dengan logistik dakwah yaitu sarana pendukung berupa finansial dan sarana fisik untuk pelaksanaan dakwah. Sebagai ilustrasi perpaduan antara metode, media dan logistik dakwah dapat dikemukakan sebuah contoh dakwah yang disampaikan dengan metode ceramah, dengan media radio yang disiarkan langsung dari studio dua RRI dan dengan biaya yang disediakan oleh *sponsor* perusahaan tertentu.

2. Jenis-Jenis Media Dakwah dan Spesifikasinya

Istilah media sering kita dengar, namun demikian perlu juga disini singgung hal-hal yang berkaitan dengan media. Secara *etimologi* media berasal dari bahasa latin, yaitu dari kata "*medius*". Perkataan media merupakan jamak dari kata *median*, yang berarti alat perantara atau saluran (*channel*). Dalam ilmu komunikasi, media dipahami sebagai alat atau saran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*) atau khalayak.

Upaya membangun pencitraan Islam sebagai agama *rahmatanlil'alam*. Upaya memanfaatkan media massa sebagai alat dakwah terus dilakukan dengan berbagai bentuk dan cara yang ditampilkan. Media massa yang menjadi saluran dakwah adalah media cetak (*printed*), media audio dan audio visual.

Adapun jenis dari media massa adalah sebagai berikut:

a. Media Cetak

Media cetak ialah semua jenis tulisan atau barang cetakan disebut media cetak, media cetak dapat disebut sebagai media dakwah apabila isi cetakan mengandung pesan amar ma'ruf nahyi munkar atau pesan-pesan Islam. Jenis media cetak antara lain surat, brosur, benner, spanduk, surat kabar (koran), majalah dan buku.

b. Media Audio

Media audio adalah media yang dapat didengar. Pesan-pesan dakwah hanya dapat didengar, tapi tidak dapat dilihat. Media audio ini cukup efektif, terutama untuk kepentingan dakwah Islam. Jenis-jenis yang tergolong dalam media audio antara lain, radio dan tape *recoder*.

c. Media Audio Visual

Media ini lebih banyak daya tariknya karena memiliki dua dimensi, yaitu dapat didengar suaranya dan sekaligus dapat dilihat gambarnya. Media ini sering disebut sebagai media elektronik. Jenis yang termasuk kedalam media ini antara lain televisi, film dan video kaset.

d. Dakwah Melalui Media Internet

Di era teknologi informasi saat ini, peran *new* media dan sosial media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidakhanya dilakukan dimasjid, tetapi juga dilakukan di internet. Internet juga sudah sangat akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan, karena

informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui *handphone*. Masyarakat yang sibuk dengan aktivitas kesehariannya mereka tidak terlalu banyak waktu menonton televisi dan membaca koran untuk mendapatkan informasi. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi internet dari bangun tidur hingga tidur lagi dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bias didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Hal ini adalah kesempatan emas bagi *da'i* untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, *da'i* juga diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah di dunia nyata. Karena mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat oleh ruang dan waktu.

Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Secara lebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun yang halal bisa digunakan sebagai media dakwah. Alat tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah bila ditunjukkan untuk berdakwah. Semua alat itu tergantung dari tujuannya. Ada beberapa pendapat tentang media dakwah dan macam-macamnya, antara lain sebagai berikut :

- a. Hasjmy menyebut media dakwah dan sarana dakwah atau alat dakwah dan medan dakwah dan enam macam, yaitu: mimbar (*podium*) dan *khithabah* (pidato/ceramah), *qalam* (pena) dan *kitabah* (tulisan), *masrah* (pementasan) dan *malhamah* (drama); seni suara dan seni bahasa, *madrasah* dan *dayah* (surau); serta lingkungan kerja dan usaha.

- b. Abdul Kadir Munsyi mencatat enam jenis media adalah: lisan, tulisan atau gambaran, audio visual, perbuatan, dan organisasi.
- c. Asmuni Syukir juga mengelompokan media dakwah menjadi enam macam, yaitu: lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi-organisasi Islam, hari-hari besar Islam, media massa, dan seni budaya.
- d. Barmawi Urmari tidak menegaskan definisi media dakwah. Ia justru membahasakannya dengan alat dakwah, di samping mengajukan istilah tempat dakwah. Baginya, alat dakwah digolongkan dalam empat kelompok: lisan, lukisan, tulisan, dan perbuatan. Dari keempat kelompok ini, teruraikan 52 alat dakwah.
- e. Hamzah Ya'qub menyebut lima macam media dan metode dakwah yaitu lisan, tulisan, audio visual, dan akhlak. Ia menyamakan media dan metode dakwah.
- f. Mira Fauziyah (2006: 102-103) juga membagi media dakwah menjadi dua macam: media dakwah eksternal (media cetak, media auditif, media visual, dan media auditif visual) dan media dakwah internal (surat, telepon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan).

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklarifikasi menjadi tiga macam yaitu:

- a. Media terucap (*the spoken word*) yaitu alat yang bias mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.

- b. Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamphlet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
- c. Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya.⁴⁰

Dari beberapa jenis media di atas, bahwasannya youtube merupakan media dakwah yang sangat tepat digunakan untuk menyampaikan materi dakwah karna YouTube sendiri sudah mencakup audio dan visual.

3. Fungsi Media Dakwah

Adapun fungsi media dakwah yaitu:

- a. Fungsi Menyebarkan Informasi

Fungsi ini adalah fungsi yang utama, kenyataan menunjukkan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka terhadap penyerapan informasi, yang dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh *mad'u*.

- b. Fungsi Mendidik

Fungsi ini yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah juga sebagai proses pendidikan, sebab materi dakwah yang

⁴⁰Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), Cet Ke-5.H. 405

disampaikan banyak mengandung pengetahuan dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik.

c. Fungsi Menghibur

Dalam fungsi ini media dakwah dalam Islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya muatan pesan dakwah dapat berupa hal-hal yang menyenangkan hati para objek dakwah.

d. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi ini membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Jika dikolerasi fungsi ini amatlah relevan dengan esensi fungsi media dakwah, yaitu suatu media yang dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sikap *mad'u* dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

4. Bentuk-bentuk Media Dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah. Berdasarkan banyaknya, komunikasi yang dijadikan sasaran diklasifikasikan menjadi dua, yaitu “media massa” dan “media nirmassa”.⁴¹

a. Media massa

⁴¹ Hafied Cangara, Penagntar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), H.137

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan *film* bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi, untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam ubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

b. Komunikasi bermedia nirmassa

Media nirmassa biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu, seperti surat, *telephone*, *sms*, *telegram*, *faks*, papan pengumuman, *poster*, kaset audio, *CD*, *e-mail*, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikasinya tidak bersifat masal.

5. Pengaruh Media Dakwah

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dakwah⁴². Dalam konteks ini yang akan

⁴² Wahyu ilahi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010), h. 117.

dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang mempengaruhi seseorang.⁴³

Media dakwah dapat berguna secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah yang lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah. Sebenarnya, semua media dakwah dapat menerima pesan dakwah apapun. Akan tetapi, dipandang dari efektivitasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu. Seorang *da'i* juga perlu memperhatikan kondisi lingkungan mad'u ketika media dakwah digunakan.

Alat seperti *LCD* sangat tepat digunakan untuk berdakwah dikelas dengan sasaran dakwah yang berpendidikan seperti mahasiswa, pelajar ataupun tenaga pendidik. Untuk masyarakat awam, media televisi adalah paling potensial, mereka ingin pesan dakwah yang di dapat secara gratis dan mudah di tangkap, kebanyakan masyarakat awam juga masih banyak yang menggunakan media televisi sebagai hiburan dan sumber mencari informasi. Dilihat dari kemudahan mencerna pesan dakwah, media audio visual lah yang paling efektif digunakan untuk berdakwah pada zaman di era modern seperti saat ini.⁴⁴

Media visual membutuhkan daya pikir yang lebih tajam dibandingkan dengan media auditif dan audio visual. Untuk mengetahui

⁴³ M. Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, (Yogyakarta, 2006), h. 104.

⁴⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 429.

sejauh mana pengaruh media terhadap seorang perlu diadakan penelitian lebih lanjut baik secara sosiologis ataupun psikologis. Terdapat beberapa gejala yang dapat dinilai sebagai hasil pengaruh suatu media terhadap seseorang, seperti yang dikemukakan oleh TA Lathief Rousydiy yang dikutip oleh M. Jakfar Futch sebagai berikut :

- a. Telah merasa seperti yang dibicarakan
- b. Dapat berpikir dengan cara dan seperti pemikiran pembicara
- c. Dapat memahami atau mengerti dengan baik isi pesan atau ide yang dikemukakan oleh pembicara
- d. Dapat sepaham atau sependapat dan pendukung terhadap isi pesan yang disampaikan
- e. Telah yakin akan kebenaran atau ide yang dikemukakan oleh pembicara
- f. Dapat bertindak dan mengamalkan isi pesan yang dimaksud
- g. Telah bersedia berjuang dan berkorban untuk membela atau mempertahankan kebenaran isi pesan yang diungkapkan oleh pembicara.⁴⁵

Oleh sebab itu untuk memilih media dakwah perlu diperhitungkan setidaknya empat aspek, yaitu: efektivitas media, efisiensi penggunaannya, kesesuaiannya dengan unsur-unsur dakwah dan legalitasnya menurut etika Islam.

⁴⁵ M.Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, h. 104.