

BAB II

MEDIASOSIAL, YOUTUBE, DAN MEDIADAKWAH,

A. Media Sosial

Boyd dalam Nasrullah (2015) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan orang dan komunitas untuk bertemu, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus berkolaborasi atau bermain satu sama lain. media sosial memiliki kekuatan dalam konten yang dibuat pengguna (UGC), di mana konten dihasilkan oleh pengguna dari pada penerbit seperti organisasi media.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menegaskan bahwa jejaring sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna yang mempromosikan aktivitas dan kolaborasinya. Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan sebagai media online (fasilitator) yang dapat mempererat hubungan antara pengguna dan ikatan sosial.

Intinya, dengan bantuan media sosial, berbagai aktivitas dua arah dapat dilakukan dalam bentuk tertulis, visual, dan audiovisual melalui berbagai bentuk komunikasi, kolaborasi, dan pengetahuan. Media sosial dimulai dengan tiga hal, yaitu berbagi, kolaborasi, dan koneksi (Puntoadi, 2011).

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan setiap tahunnya. Jika Friendster mendominasi media sosial pada tahun 2002 karena saat itu hanya Friendster yang mendominasi media sosial, maka kini banyak bermunculan jejaring sosial dengan keunikan dan ciri khasnya masing-masing.

Nasrullah (2016:15) mengemukakan bahwa media sosial memiliki karakteristik-karakteristik tertentu, yaitu :

1. Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi semacam ini diperlukan karena jika komunikasi antar komputer saling terhubung, termasuk transmisi data, komunikasi akan terjadi.
2. Informasi telah menjadi identitas penting di media sosial karena pengguna media sosial menciptakan

- identitas, menghasilkan konten, dan berinteraksi.
3. File, bagi pengguna media sosial, file merupakan penjelasan dari informasi yang telah disimpan dan dapat diakses dari perangkat apapun setiap saat.
 4. Interaktivitas, jejaring sosial membentuk jaringan antar pengguna, yang tidak hanya dapat memperluas pertemanan atau pengikut, tetapi juga harus terjalin melalui interaksi antar pengguna tersebut.
 5. Simulasi sosial, jejaring sosial memiliki karakteristik sebagai media sosial di dunia maya. Jejaring sosial memiliki karakteristik dan model yang unik, yang berbeda dalam banyak kasus dan tidak dapat ditemukan di masyarakat nyata.
 6. Konten buatan pengguna.
Di media sosial, konten sepenuhnya dimiliki berdasarkan kontribusi dari pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru, memberikan pengguna kesempatan dan fleksibilitas untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional), dimana khalayak hanya sebatas menjadi objek pasif atau objektif dalam penyebaran informasi.

Menurut Save rindantan kard(2005) komunikasi digital memiliki beberapa konsep dasar sebagai berikut:

a. Dunia Maya (*Cyberspace*)

Istilah *cyberspace* memiliki beberapa arti. Dalam novel William Gibson "Neuromancer" (1984/1994), istilah "dunia maya" pertama kali muncul untuk merujuk pada media informasi yang luas di mana pengguna yang disebut "*console cowboys*" muncul atau terhubung langsung ke sistem mereka.

Berikut ini adalah definisi yang lebih formal yang dikembangkan dari konsep Gibson, tetapi memberikan koneksi langsung ke sistem saraf, "Dunia virtual adalah realitas yang terhubung secara global, dibantu komputer, dapat diakses komputer,

multidimensi, buatan, atau "virtual". Semua Komputer adalah jendela, bukan objek fisik, tidak terlihat atau terdengar diwakili oleh objek fisik, tetapi merupakan kreasi data, gaya penciptaan informasi murni, karakter, dan tindakan. Dalam penggunaan umum saat ini, Cyberspace adalah istilah lengkap untuk World Wide Web, Internet, daftar email, grup dan forum diskusi, ruang obrolan, permainan multipemain interaktif, dan bahkan email (Turkle, 1995).

b. Virtual reality (VR)

Virtual reality mengacu pada penggunaan komputer guna mensimulasikan pengalaman yang menyerupai kenyataan. Dalam jenis realitas virtual yang paling banyak digunakan, seperti seseorang memakai sarung tangan, headphone, dan kacamata pelindung yang terhubung ke komputer. Stimulus tersebut bervariasi sesuai dengan gerakan orang tersebut, seperti gerakan kepala atau gerakan lainnya.

Realitas virtual mencakup interaktivitas dan multidimensi yang beroperasi pada tingkat yang sangat tinggi. Sistem realitas virtual yang kompleks dapat mendukung komunikasi, yang merupakan cara kita dapat berbagi pengalaman dengan orang lain

c. Komunitas virtual

Komunitas virtual atau komunitas virtual lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Salah satu bentuk paling awal adalah iklan komputer di tahun 1970-an yang dihubungkan dengan modem. Ruang obrolan, email, dan grup diskusi elektronik adalah contoh baru interaksi komunitas. Orang-orang yang tinggal di berbagai belahan dunia dan memiliki minat yang sama dapat bertemu dan berbagi secara online.

d. Ruangobrolan, MUD, dan robot

Fitur tertentu dari Internet memungkinkan kita untuk berinteraksi dengan cara baru dan menarik. Chat room atau ruang obrolan memungkinkan kita untuk berkomunikasi langsung dengan orang lain yang tidak kita kenal. Permainan multipemain interaktif (permainan) memungkinkan kita untuk memainkan peran fantasi dengan orang lain. Game interaktif tingkat lanjut adalah MUD, yang merupakan singkatan dari multi-user dungeon atau domain multi-pengguna. Pemain dalam permainan role-playing ini bermain dan melakukan perjalanan di dunia maya dan memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan pemain lain

e. Interaktivitas

Satu masalah dengan definisi interaktivitas adalah bahwa ia memiliki setidaknya dua arti yang berbeda. Orang yang paham komputer cenderung mengartikannya sebagai interaksi pengguna dengan komputer dan permainan interaktif. Definisi tersebut menyatakan bahwa interaktivitas berarti bahwa pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dengan komputer dan mempengaruhi setiap pesan yang dihasilkan (Dillon dan Leonard, 1998).

f. Hiperteks

Hiperteks atau istilah yang disebut hypertext dalam bahasa Inggris digunakan untuk mendefinisikan tulisan (teks) yang terkait dengan dokumen lain atau tautan ke konten lain. Hyperlink adalah salah satu bentuk hypertext. Hiperteks membantu pengguna komputer mencari informasi

g. Multimedia

Multimedia adalah sistem komunikasi digital yang menggabungkan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Misalnya, Anda

bisa melihat contoh konten multimedia di YouTube. Namun sekarang banyak website yang juga menawarkan berbagai konten multimedia.

B. Youtube

1. Pengertian Youtube

Gambar1. Logo YouTube



Sumber: www.Youtube.com

Menurut Sianipar (2013), Youtube merupakan database berisi konten video yang populer di media sosial dan menyediakan berbagai informasi yang sangat bermanfaat. Youtube memiliki fungsi mencari informasi video atau menonton videonya secara langsung.

Karena Youtube telah menjadi platform media sosial yang sering dikunjungi, sia-sia jika tidak memanfaatkan secara maksimal channel Youtube dengan Youtube Ads, Youtube Ads adalah salah satu fitur yang disediakan oleh pihak Youtube bagi brand dan marketer untuk memasang iklan disana.

Channel Youtube adalah nama channel atau merek yang menyertakan konten video di Youtube untuk melengkapi logo channel Youtube. Pemilik dapat menambahkan foto profil, foto sampul, dan deskripsi sebelum membuat konten yang menarik. Dalam hal ini, tentu saja, tidak memengaruhi cara apa pun untuk mengajak manusia berkembang. Paradigma sosial saat ini diharapkan dapat memperoleh informasi dengan cepat kapanpun dan di tempat manapun, serta ilmu agama yang diinginkan, agar tidak mengganggu aktivitas sehari-hari.

2. Sejarah Perkembangan Youtube

Gambar 2. Kantor Pusat YouTube



Sumber: id.wikipedia.org

Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di Indiana University di Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di University of Illinois di Urbana-Champaign. Youtube adalah perusahaan konten buatan pengguna yang berisi ribuan film pendek dan serial televisi serta ratusan film unggulan. Dengan menyediakan lebih dari 2 miliar video setiap hari, itu telah menjadi pemimpin yang tak terbantahkan dalam berbagi video online.

Youtube terutama menghasilkan pendapatan dengan menjual iklan di beranda dan halaman hasil pencarian, serta di videonya. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, melihat, dan berbagi video. Perusahaan ini berlokasi di San Bruno, California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (mantan CTO) dan Chad Hurley (mantan CEO). Youtube saat ini merupakan anak perusahaan dari raksasa pencarian Internet Google.

Pada November 2006, Google mengakuisisi YouTube, LLC senilai \$1,65 miliar dan secara resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. Penggunanya termasuk klip video, klip televisi, dan video musik. Selain itu, ada konten amatir, seperti blog video, video pendek asli, dan video pendidikan.

YouTube pada awalnya adalah perusahaan start-up teknologi, dari November 2005 hingga April 2006 oleh Sequoia Capital menginvestasikan 11,5 juta dolar AS. Kantor pertama Youtube terletak di atas

sebuah pizzeria dan restoran Jepang di San Mateo, California. Nama domain www.Youtube.com aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya.

Video pertama yang muncul di Youtube berjudul *Me at the zoo*. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo yang diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang disitu sini. Outube menyediakan uji beta pada Mei 2005, enam bulan setelah peluncuran resminya pada November 2005. Situs ini telah berkembang pesat. Pada bulan Juli 2006, perusahaan mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap hari dan situs web tersebut menerima 100 juta penayangan video setiap hari.

Sebagian besar konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain telah mengunggah materi mereka ke situs sebagai bagian dari program mitra YouTube. Pengguna yang tidak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna yang terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tidak terbatas.

Pada November 2011, jejaring social Google+ terintegrasi langsung dengan browser Youtube dan Chrome, dan video YouTube dapat ditonton di Google+. pada bulan Desember 2011.

Youtube meluncurkan antarmuka baru. Saluran video ditampilkan di kolom tengah beranda, seperti juga sumber berita di situs jejaring sosial. Pada saat yang sama, versi baru dari logo Youtube dengan warna merah tua dipasang. Ini adalah perubahan desain pertama sejak Oktober 2006.

3. Karakteristik Youtube

Karakteristik Youtube membuat banyak pengguna merasa nyaman menggunakannya, seperti halnya berikut :

a. Memberikan Layanan Gratis

Secara umum, YouTube menyediakan layanan gratis, terutama untuk menikmati dan mengakses video yang terdapat dalam sistem. Ini berarti bahwa untuk mengakses video apa pun,

pengguna tidak perlu memiliki akun premium atau membayar jumlah berapa pun dalam jangka waktu tertentu. Pengguna hanya perlu memiliki akses jaringan untuk mengakses video-video yang mereka minati. Selain itu, pengguna dapat mengakses video ini secara gratis. Aturan yang sama berlaku untuk layanan yang mengunggah atau menampilkan video dan membuatnya dapat diakses oleh pengguna dan publik.

b. Men-download (Unduh) Beberapa Video Tertentu

Youtube memungkinkan penggunanya untuk mendownload video tertentu. Video seperti itu biasanya high-definition, jadi jika pengguna ingin menonton video beberapa kali, mereka hanya perlu mengunduhnya. Setelah unduhan berhasil, video dapat disimpan di setiap perangkat dan dinikmati kapan saja tanpa menggunakan koneksi internet.

c. Mengakses dan Berbagi Informasi seputar Hal-Hal Teknis

Banyak pengguna mengunjungi YouTube untuk mempelajari cara melakukan hal-hal tertentu, seperti demonstrasi memasak, cara menggunakan aplikasi di komputer, meracik jamu dan obat herbal dari rempah-rempahan, mendaur ulang sampah, metode praktis melakukan hal-hal yang awalnya rumit atau tidak efektif, mengasah berbagai keterampilan dan sebagainya

d. Mengakses Video Streaming

Mengakses video streaming, baik secara langsung maupun tidak adalah manfaat lain yang disediakan oleh YouTube. Dengan YouTube, Anda dapat mengakses siaran yang disiarkan di TV lokal, nasional, dan bahkan internasional, terlepas dari apakah siaran itu sedang disiarkan atau sudah disiarkan.

e. Mengenalkan dan Memasarkan Produk

Sebagian besar pengguna YouTube juga menggunakan jejaring sosial ini untuk memperkuat dan mempromosikan bisnis yang mereka kelola. Memasarkan produk di dunia online seperti membuka titik penjualan baru, yang dapat menarik

lebih banyak pelanggan dan konsumen. Ini berlaku terutama untuk bisnis online yang memasarkan dan memperkenalkan produk mereka melalui koneksi dan perangkat Internet. Hal ini juga menunjukkan bahwa manfaat jaringan komputer diperlukan untuk menghubungkan banyak orang ke satu bidang (Internet).

f. Mengakses Video Informatif

Jika kita mengikuti acara dan siaran TV terbaru, kita sering melihat banyak informasi, dengan tulisan "Courtesy: Youtube" di bagian bawah layar TV. Hal ini menunjukkan bahwa tim kreatif acara lebih banyak menggunakan YouTube sebagai referensi untuk menyusun konten acara. Hal ini pada juga menunjukkan bahwa selama Anda mengunjungi YouTube, Anda bisa mendapatkan banyak informasi, dari video hingga berita

g. Mengetahui Respondan dan Komentar Khalayak

Fungsi "Suka" dan "Komentar" Youtube memudahkan pengguna yang mengunggah dan membagikan video tertentu untuk menemukan reaksi dan komentar konsumen tentang kualitas dan konten video. Tidak diragukan lagi hal ini sangat berharga sebagai bahan evaluasi dan referensi untuk pembuatan video berikut ini.

h. Memfasilitasi Pengguna Menguasai Skill Dasar Membuat Video

YouTube, memungkinkan mereka mempelajari cara memodifikasi video dan meningkatkan kualitas video secara otodidak. Misalnya, ini bisa dilihat di fungsi editor Youtube. Meski fitur yang disediakan jauh lebih sederhana dan jauh lebih sedikit dibandingkan aplikasi edit video lainnya, layanan ini sangat cocok untuk pengguna. Setidaknya, mereka dapat mengetahui cara menggabungkan, memutar, memotong, gerakan lambat untuk menemukan hak musik gratis untuk ditambahkan ke video buatan pengguna.

4. Fitur Youtube

Fitur-fitur yang ada dalam Youtube, diantaranya sebagai berikut:

- a. Mencari video
Situs ini mengumpulkan semua jenis video yang telah diunggah, tentu saja Youtube memiliki semua jenis video. Pengguna dapat mencari berbagai jenis video dengan memasukkan kata kunci di bagian pencarian
- b. Memutar video
Setelah pengguna mendapatkan video yang diinginkan, pemirsa dapat langsung memutar video dengan sekali klik. Tentunya agar video dapat berjalan dengan lancar selama pemutaran, koneksi internet sangat penting untuk kelancaran dalam menonton video.
- c. Mengunggah (mengupload) video
Akun penonton yang telah terdaftar di YouTube dapat mengupload video ke akunnya. Semakin besar ukuran videonya, semakin besar pula pengaruhnya terhadap waktu upload video.
- d. Mengunduh (mendownload) video
Penonton juga dapat mengunduh video di Youtube secara gratis. Ada banyak cara, seperti menyalin dan menempelkan URL video di situs web seperti www.savefrom.net selain itu pengguna dapat mendownload dengan google.
- e. Berlangganan (Subscrib)
Fungsi gratis ini berlaku, sehingga pengguna dapat berlangganan video terbaru dari akun dimana mengklik tombol "Berlangganan", serta dapat menerima pemberitahuan secara langsung dari kotak masuk email pengguna.
- f. Live Streaming (Siaran Langsung)
Fitur streaming ini merupakan fitur yang disediakan oleh internet untuk pemilik konten atau pengguna yang sudah memiliki akun Youtube yang tentunya sangat bermanfaat. Jika video tidak ditemukan, Youtube umumnya merekomendasikan video yang mirip dengan istilah pencarian yang dicari.

5. Fungsi Youtube

Secara umum, jejaring sosial seperti Youtube memiliki berbagai fungsi yang dapat digunakan penggunaannya. Menurut Abraham (2013:37) dalam bukunya "Sukses menjadi artis dengan Youtube", isinya adalah sebagai berikut:

- a. Kemiripan ciri-ciri tertentu atau interaksi timbal balik yang pernah terjadi dalam Periode waktu tertentu Berfungsi untuk memperluas interaksi, sehingga memicu nostalgia yang bisa dirasakan bersama.
- b. Menambah ide atau wawasan melalui informasi, berbagi, dan umpan balik.
- c. Mencitrakan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga terkait dengan gengsi dan keinginan untuk memperbarui teknologi informasi.
- d. Dalam bidang pendidikan, dan bahkan dapat melakukan transaksi dan pemikiran media bisnis, politik, dan budaya.
- e. Dalam upgrade baru, alat-alat ini juga dapat digunakan sebagai sarana intelijen, mengungkap berbagai kejahatan hukum, sarana bantuan dan sarana berita warga.
- f. Selain itu juga dapat digunakan sebagai media hiburan, atau dapat mencuci mata setelah banyak berpikir, misalnya menonton film yang menarik, penemuan baru, bermain game, dll.

6. Pengguna Youtube

Menurut siaran pers Youtube di halaman resminya, statistik pengguna Youtube adalah sebagai berikut:

- a. Ada lebih dari 2 miliar pengguna yang menonton video miliaran jam setiap hari dan menghasilkan miliaran penayangan
- b. Secara umum, bahkan YouTube di perangkat seluler telah menjangkau pengguna berusia 18-34 tahun dan 18-49 tahun melampaui jaringan televisi kabel mana pun di Amerika Serikat.
- c. Youtube telah merilis versi lokal di lebih dari 100 negara/wilayah, dengan total 80 bahasa yang tersedia untuk diakses.

7. Kelebihan dan Kekurangan Youtube

Tabel 2. Kelebihan dan Kekurangan Youtube

Kelebihan	Kekurangan
Anda dapat menonton dan mengunggah video yang kamu Sukai	dapat disalah gunakan oleh pengguna
Sebagai sarana promosi diri, atau perusahaan	Banyak Informasi Menyesatkan di banyak negara/wilayah
Dapat mengunduh video bebas iklan	Banyak iklan
Bias mempelajari cara streaming	Banyak video berkualitas tinggi Tidak cocok untuk koneksi lambat
Banyak video bermanfaat berukuran tinggi	tidak dapat diunduh secara langsung

Sumber: nadiayelly.wordpress.com

Media massa saat ini sedang melakukan beberapa perkembangan penting kearah teknologi informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, hal ini akan melahirkan teori media baru untuk beradaptasi dengan kemunculan media baru yang menganut perkembangan era digital. Dengan konsep new media ini dapat mengakses informasi dengan lebih cepat (Bungin, 2008).

Penyampaian informasi melalui dunia maya menjadikan hubungan yang terjadi semakin luas, dan yang terjadi lebih dari sekedar transmisi informasi. Yang terjadi pada sebagian orang adalah terbentuknya komunitas online, yang membentuk proses interaktif yang lebih dalam.

Oleh karena itu, tentu bukan tidak mungkin dakwah membekali manusia dengan ilmu agama dengan cara yang berbeda dari bentuk awal tradisional.

Konsep dakwah dan media digital akan memberikan hal-hal baru dalam menyebarkan ilmu agama kepada masyarakat dan memudahkan

masyarakat memperoleh ilmu agama dari berbagai ulama yang diinginkannya. Media massa saat ini sedang mengalami beberapa perkembangan besar ke arah teknologi informasi dan komunikasi.

Penyampaian informasi melalui dunia maya menjadikan hubungan yang terjadi semakin luas, dan yang terjadi lebih dari sekedar penyampaian informasi. Yang terjadi pada sebagian orang adalah terbentuknya komunitas online, yang membentuk proses interaktif yang lebih dalam. Tentunya banyak perubahan besar yang terjadi pada konsep dakwah saat ini, terutama pada metode yang digunakan. Transformasi pendekatan dakwah dari era tradisional ke era digital (komunitas online) telah banyak dimanfaatkan dalam media yang digunakan, dan media yang lebih luas akan memberikan peluang dakwah untuk melebarkan sayapnya ke jangkauan jaringan yang lebih luas (Cyberspace). Namun hal ini bisa juga terjadi, sebaliknya di era pertukaran informasi yang pesat, perubahan yang terjadi dapat berdampak negatif terhadap perkembangan dakwah.

Tentunya dalam hal ini, jika dakwah melalui dunia maya bisa berbeda dengan konsep modern dan tetap menjaga orisinalitas serta mengedepankan visi yang diajarkan, maka ini akan menjadi tanggung jawab dakwah dan bergantung padanya. Peserta dakwah. Kemudian, dalam Alquran tentunya publik akan tetap menjadi pengagum setiamateri aktor dakwah tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Oenong Uchjana Effendi, strategi yang disebutkan dalam bukunya adalah merencanakan dan berusaha mencapai tujuan.

Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tersebut tidak hanya harus digunakan sebagai bentuk pedoman, tetapi harus dapat menunjukkan seperti apa strategi tempurnya (Oenong, 1992). Dengan cara ini terlihat bahwa strategi merupakan konsep manajemen yang sebaik mungkin untuk mencapai tujuan.

Perbedaan antara media baru dan media lama adalah bahwa media baru mengabaikan

keterbatasan model cetak dan penyiaran, karena memungkinkan dialog antara beberapa kelompok dan memungkinkan penerimaan, pertukaran, dan redistribusi objek budaya secara simultan, yang membuat tindakan pertukaran dari pentingnya hubungan regional Lokasi terputus. Dan modernitas ini menyediakan konektivitas global instan dan menyediakan penyedia informasi modern/postmodern untuk jaringan.

Membandingkan media baru dengan media cetak, fotografi, atau televisi tidak akan pernah menceritakan keseluruhan cerita. Karena meskipun dari satu perspektif, media baru sebenarnya adalah jenis media lain, dari perspektif lain, mereka hanyalah jenis data komputer tertentu. Dalam proses perkembangannya, media baru harus memiliki fungsi tertentu untuk menjadi bahan yang terus diperhatikan media. Media baru memiliki fungsi sebagai berikut (Lia Herliani, 2015):

- a. Menyediakan arus informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat kapan saja dan di mana saja. Dengan cara ini, orang dapat lebih mudah menemukan apa yang mereka cari atau butuhkan, dan hal-hal ini pada umumnya harus ditemukan langsung dari sumber informasi.
- b. Sebagai sarana transaksi jual beli. Sangat mudah untuk memesan produk secara online atau menghubungi layanan pelanggan.
- c. Sebagai sarana hiburan. Misalnya: game online, media sosial, dan video streaming.

C. Media Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari kata *دعوة* *da'wah* yang berarti memanggil, mengundang, berdoa, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan dan amal (Basit, 2013 : 43).

ud'um merupakan *fi'ilam* yang berarti ajaklah atau serulah.

Pembahasan berikut ini akan menelusuri empat kata tersebut dalam Al-Qur'an untuk pengembangan wawasan.

a. *Katada'a*

Kata *da'a* adalah fi'il madhi, merupakan kata kerja lampau. Kata ini disebutkan dalam sepuluh surat dan sebelas ayat. Kata *da'a* memiliki banyak arti, yaitu meminta, memohon, berdoa dan menyeru. Dalam Tafsir Al Mishbah, kata *da'a* dimaknai dengan empat arti, yaitu memohon, berdoa, menyeru, dan mengetuk.

b. *Kata yad'uw*

Kata *yad'uw* adalah fi'il mudhari', arti nya perbuatan yang dilakukan atau akan dilakukan. Kata ini adalah bentuk tunggal (mufrad) dan bentuk jamaknya adalah *yad'uwna*. Kata ini disebutkan sebanyak 21 ayat pada 20 surat dalam Al-Qur'an. Dalam Al Mishbah, *yad'uwna* memiliki banyak arti.

c. *Katada'wah*

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

Al-qur'an menggunakan kata yang masih bersifat umum artinya *dakwah* bisa berarti menyeru kepada kebaikan, seperti firman Allah dalam surat Yunus (10) Ayat 25

يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ وَاللَّهُ
rtinya : *Dan Allah menyeru (manusia) ke Darus-salam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam).*

2. Definisi Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin median yaitu

bentuk jamak darikata medium yang artinya alat, perantara, penghubung atau penghubung antara dua aspek yang artinya dapat digunakan sebagai alat atauperantara guna mencapai tujuan (Asmuni 1983: 163).

Media mengacu pada perangkat fisik yang menafsirkan pesan- pesan ataupun konten instruksional, seperti buku, film, video, kaset dan slide.

Media Dakwah merupakan salah satu unsur esensial dan penting dalam kegiatan dakwah yang tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur lainnya. Karim (1983:17) mengklasifikasikan unsur-unsur Dakwah menjadi 5 kategori. Pertama, objek dakwah, kedua adalah dai, ketiga adalah jamaah atau mad'u, keempat adalah terorganisir dan yang kelima adalah media. Hamzah Ya`qub berpendapat bahwa, makna atau wasilah dakwah terbagi ke dalam lima kategori, yaitu:

- a. Lisan: Golongan yang termasuk didalamnya adalah khotbah, ceramah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.
- b. Lukisan : Gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain- lain.
- c. Tulisan: Buku, majalah, surat kabar, bulletin, risalah , pamflet, spanduk, dan lain-lain.
- d. Audiovisual: Yaitu suatu cara penyampaian yang me rangsang penglihatan dan pendengaran. Seperti televisi dan Youtube.
- e. Akhlaq : Suatu cara penyampaian yang langsung ditujukan dengan perbuatan nyata.

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang disebutkan di atas oleh Hamzah Ya`qub, contoh salah satu media sosial yaitu Youtube yang memuat berita dakwah yang sangat banyak dan durasi panjang. Media Youtube sudah masuk dalam kategori audiovisual, karena dalam akun dakwah jejaring sosial Youtube telah mempublikasikan foto dan video yang bisa dilihat dan disimak. Media sosial digunakan sebagai media dalam dakwah, hal ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan guna memudahkan pendakwah dalam menyebarkan pesan dari dakwah

ke mad'u, serta memudahkan mad'u untuk dapat melihat dakwah. hanya menggunakan ponsel sudah bisa menyimak dakwah yang disampaikan beberapa pendakwah yang berada di Youtube.

3. Jenis-Jenis Media Dakwah

Media Dakwah berarti sarana penyampaian pesan-pesan yang terkandung dalam dakwah dengan berbagai cara. (Mudjiono, 1990: 23) menjelaskan bahwa jenis dakwah ada tiga cara:

- a. The Printing Writing merupakan sarana dakwah berupa kata-kata, foto, lukisan, dll. Hanya view ablecontent, seperti seperti koran, majalah, buku, buletin, foto, dll.
- b. Audiovisual adalah khotbah dalam bentuk gambar real-time yang dapat disaksikan dan didengarkan secara real time, seperti TV, film, video, dll.
- c. The Spoken Word merupakan suatu media tutur atau suara yang hanya dapat didengar, seperti radio, tape recorder, musik, dll. Berdasarkan hakikat misinya, media komunikasi terbagi menjadi 2 kategori yakni:

1) Mediatradisional

Artinya, media tradisional adalah sarana untuk pertunjukan berbagai berbagai seni tradisional di hadapan public. Misalnya seperti ludruk, wayang, drama, dll.

2) Media Modern

Pada umumnya media modern disebut dengan media elektronik. Media modern terdiri dari berbagai jenis diantaranya televisi, radio, berita, film, Youtube dll.

Klasifikasi di atas disandarkan padakenyataan, bahwa bangsa Indonesia mempunyai media- media tradisional yang beragam. Pada zaman dahulu media tradisional digunakan oleh para wali sembilan untuk berdakwah. Fakta menunjukkan

bahwa penunjukan media wali songo telah menyebabkan mayoritas masyarakat Indonesia menjadi Muslim. (Hamzah 1993: 58-59).

4. Fungsidan Tujuan Media Dakwah

Pada hakikatnya dakwah memiliki 2 fungsi utama, yakni fungsi risalah serta fungsi kerahmatan. Singkatnya, dakwah merupakan proses perkembangan serta transformasi masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik. Kebajikan dalam dakwah berperan untuk menjadikan Islam sebagai gagasan dalam kehidupan individu. Atas dasar fungsi-fungsi di atas maka dikemukakan beberapa fungsi lain, selain yang diuraikan di atas, yaitu:

- a. fungsi informasi, yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada objek yang dibutuhkan.
- b. Fungsi Tabyin adalah peran kedua setelah hukum Islam Alquran diberitahukan kepada publik. Da'i harus menjadi sumber untuk memberi penjelasan mengenai hakikat Islam kepada khalayak. Maka dari itu, antera adalah konsep dalam dakwah yang dikemukakan dalam Alquran.
- c. Fungsi Tabsyir dan tanzil adalah dua metode dakwah yang fungsinya membawa kabar baik kepada penerima dakwah. Sebaliknya, ia menginformasikan mereka yang menolak menerima dakwah Islam (Rosyidah 2009: 71-72).

- 1) Sebagai pedoman, Islam mutlak diperlukan, agar Islam menjadi rahmat pengatur kehidupan manusia.
- 2) Menjaga pesan asli Nabi SAW dan meneruskannya dari generasi ke generasi.
- 3) Hindari kemuraan Allah SWT yaitu menghindari siksaan yang diderita oleh semua orang di dunia (Aziz 2004: 110).

Pada saat yang sama, tujuan keseluruhan dari Dakwah adalah untuk

menyelamatkan umat manusia untuk bergerak dari kegelapan menuju jalan yang lebih terang supaya mereka bisa memahami kebenaran.

Tujuan dakwah dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- a) Tujuan khusus dakwah adalah tujuan tertentu sehingga ketika dakwah tertentu dilaksanakan, macam kegiatan yang hendak dilakukan, ditujukan kepada siapa dan melalui cara apa supaya tidak terjadi kesalahpahaman (Munir 2015: 57)
- b) Tujuan umum dari dakwah merupakan sesuatu yang ingin di capai dalam aktivitas dakwah. Tujuan dakwah yang bersifat umum berarti bahwa gerakan-gerakan dakwah harus ditunjukkan serta di arahkan (Munir 2015: 58).

Guna mengamati keberhasilan dalam kegiatan dakwah (terutama kegiatan yang berkaitan dengan tujuan-tujuan dalam jangka waktu yang panjang) pastinya membutuhkan proses serta waktu yang cukup lama. Hal ini terlihat dari perjuangan Nabi Muhammad terkait dengan penurunan Alquran secara bertahap, selama ini Nabi dan para sahabatnya rajin mengajar Alquran dan membimbing para pengikutnya. Oleh karena itu, pada akhirnya mereka berhasil membentuk sebuah komunitas dimana ilmu, iman, keadilan serta kemakmuran diintegrasikan di bawah berkah Allah.

5. Dampak Media Dakwah

Hakikatnya, komunikasi dalam dakwah bisa menggunakan berbagai metode untuk memancing perasaan manusia serta menarik perhatian mad'u. Media dalam Dakwah dibedakan menjadi dua yaitu media massa dan non media massa (Wahyu 2010: 105).

Media digunakan oleh banyak komunikator dan mereka tinggal berjauhan. Metode komunikasi yang populer yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah surat kabar, radio, televisi dan film-film yang bergerak di bagian informasi-informasi dakwah.

Sementara itu, media non-massa biasa dipergunakan untuk sarana komunikasi oleh orang ataupun kelompok-kelompok tertentu misalnya surat, panggilan, SMS, fax, bulletin board, CD, dll. Semua diklasifikasikan karena tidak mengandung nilai-nilai yang simultan serta koresponden yang relative sedikit. Media komunikasi massa memberi dampak positif yaitu dapat meningkatkan intensitas, kecepatan, dan cakupan komunikasi manusia dengan berbagai macam cara. Salah satunya, ia tidak ketinggalan pada komunikasi massa dakwah, Cara terbaik untuk mempopulerkan, mengajar, memperkuat atau mengingatkan hal-hal tertentu tentang Dakwah.

Keunggulan dakwah melalui penggunaan media adalah media dapat melakukan sinkronisasi yang artinya pesan bisa diterima oleh komunikator dengan jumlah yang cukup banyak. Oleh karena itu, penyebaran informasi di media yang sangat efektif dalam merubah sikap, perilaku, dan pendapat sebagian besar komunikator.

Ketika media juga digunakan untuk hal-hal negatif, penggunaan media dakwah juga dapat membawa dampak negatif. Penggunaan jejaring sosial tidak dibatasi. Oleh karena itu, jika orang yang menggunakan jejaring sosial tidak hati-hati, seperti kecerobohan, dapat menimbulkan akibat yang tidak diinginkan. Di jejaring sosial maupun internet, terdapat berbagai perubahan akibat persaingan yang ketat

serta kurangnya pengawasan yang ketat atas pemakaian situs-situs jejaring sosial. Maka dari itu, dalam menggunakan media dalam proses dakwah kita harus hati-hati

6. Bentuk-Bentuk Media Dakwah

a. Media Visual

Media visual adalah bahan atau alat yang bisa dijalankan guna kepentingan dalam dakwah dengan indra penglihatan (Munir, 2009:116)

1) Film Slide

Film slide merupakan gambar yang telah direkam dalam film yang sudah ditentukan, sehingga hasil yang didapatkan akan selaras dengan jadwal yang telah ditentukan. Lakukan operasi tayangan slide melalui proyektor dan proyeksikan gambar di layar. Keuntungan yang didapatkan

daripenggunaanfilmslideini adalah dapat memperoleh gambaran yang jelas pada penonton mengenai informasi-informasi yang dikirimkan oleh pendakwah. Meski kekurangannya adalah program ini diproduksi dengan slideshow, namun membutuhkan spesialis di bidang fotografi serta grafis. Selain itu, ruang listrik khusus juga di butuhkan (Munir, 2009: 116-117).

2) Overhead Proyektor(OHP)

OHP merupakan sejenis perangkat keras yang bisa memproyeksikan program ke layar melalui program yang digambar di atas plastic yang transparan. Peralatan ini cocok digunakan dai untuk menyebarkan dakwah ke lingkungan yang luas. Keuntungan yang didapatkan dalam penggunaan OHP adalah acara bisa diatur sesuai keinginan sendiri, terlebih lagi jika program tersebut dipenuhi dengan berbagai seni-seni grafis yang atraktif. Kerugiannya membutuh kanruangan khusus dengan listrik dan kreativitas

Untuk menyampaikan informasi-informasi melalui seni grafis yang cukup menarik (Munir, 2009: 116-117).

3) Gambar dan Foto

Gambar ataupun foto merupakan dua jenis materi visual yang dapat dilihat dimana saja dan sering digunakan sebagai media periklanan yang menarik seperti koran dan majalah. Seiring dengan waktu, gambar serta foto dapat dimanfaatkan untuk media dalam dakwah dengan memuat informasi-informasi ataupun pesan-pesan yang selaras dengan materi-materi dakwah.

Da'i yang dapat berinovasi tentunya dapat memanfaatkan gambar secara efektif guna mencapai tujuan dakwah. Keuntungan dari jenis media ini terletak pada kesesuaian antara evangelisasi dan pembangunan melalui pemberitaan dalam surat kabar ataupun majalah, dan keaslian situasinya melalui fotografi secara langsung. Biayanya pun relatif tidak mahal, bisa dilakukan kapanpun tanpa tergantung jamaahnya. Kelemahannya adalah daitidak dapat secara langsung memantau keberhasilan misi. Salinan ini juga mendorong dai agar menjadi inovatif dan kreatif (Munir, 2009: 116-117).

b. Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana untuk menunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran (Munir, 2009 :116-117).

1) Radio

Dakwah melalui transmisi radio sederhana dan praktis, sehingga jarak komunikasi yang jauh dan terpencar dapat terjangkau. Selain itu, penyiaran sangat menarik. Ketertarikan ini disebabkan oleh

hakikat kehidupannya yang disebabkan oleh tiga unsur yaitu musik, suara serta efek bunyi. (Aziz 2004: 120).

2) Tape Recorder

Alat perekam adalah media elektronik yang fungsinya untuk merekam suara pada kaset dan mereproduksinya sebagai suara dari kaset yang berisi hasil rekaman. Dakwah perekam ini relatif murah dan bisa dimainkan kapan saja sesuai kebutuhan dan kebutuhan. Selain itu, dakwah juga dapat merekam program dakwahnya di satu tempat dan mendistribusikan hasil rekamannya (Munir, 2009 : 119-120).

c. Media Audio Visual

Media audio visual merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, dimana informasi-informasi tersebut disajikan dalam bentuk gambar dan suara secara bersamaan. Misalnya televisi, film, dan internet (Aziz, 2004 : 120).

1) Televisi

Warga Indonesia banyak yang menghabiskan waktunya hanya untuk menonton televisi. Jika Dakwah Islam dapat menggunakan cara-cara tersebut secara efektif, maka secara otomatis pengaruh Dakwah akan meluas dan kesan religius akan semakin dalam (Aziz, 2004: 154). Program radio Dakwah yang berlangsung hendaknya diarahkan pada tujuan-tujuan Dakwah dalam berbagai bidang, sehingga tujuan-tujuan Dakwah dalam meningkatkan kesadaran serta aktivitas beragama melalui program-program yang disiarkan televisi. Sekarang ini banyak program dakwah yang

disiarkan melalui televisi, misalnya Islam itu Indah di saluran Transtv, Mamah Dedeh di tv one serta di saluran televisi lainnya.

2) Film

Film yang dimanfaatkan sebagai sarana dakwah harus dengan tugas-tugas da'i, lalu latar belakang, pengambilan gambar dan pertunjukan. Membuat film sebagai sarana dakwah memerlukan keseriusan serta waktu yang tidak sedikit. Karena selain prosedur dan prosesnya yang panjangsertaharus profesional, juga membutuhkan biaya banyak. Akan tetapi, melalui bantuan media, film- film ini dapat menjangkau beberapa kelompok. Selain itu, penampilan psikologis, live serta visible bisa dilanjutkan melalui animasi memiliki trend unik dalam daya efektifnya di hadapan penonton (Munir, 2009: 121).

3) Internet

Media internet dapat dapat digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi tentang Islam secara luas karena media internet memiliki jangkauan akses yang sangat luas, yaitu tidak tunduk pada batasan daerah, budaya atau lainnya. Internet dapat digunakan sebagai khalayak (mad`u) atau sebagai lawan bicara untuk berpartisipasi dalam kegiatan dakwah sebagai media dan ruang untuk berekspresi. Setiap orang bisa memperoleh informasi tentang

keagamaan melalui berbagai platform yang menggunakan akses Internet (Fakhrurrozi, 2007: 48).

Potensi dan efisiensi internet untuk berjejaring dan menggunakan untuk dakwah begitu besar, oleh karena itu dakwah bisa diciptakan dengan cara membuat jaringan informasi mengenai Islam ataupun jaringan informasi dengan sebutan Cyber. Untuk mewujudkan yang memerlukan koneksi Internet untuk mengaksesnya.

d. Media Cetak

Media cetak adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara tertulis dan tercetak. Salah satu contoh media cetak adalah buku, surat kabar, dan majalah (Munir, 2009: 122).

1) Buku

Ulama-ulama salaf menggunakan buku sebagai sarana dakwah yang cukup efektif. Buku memiliki ketahanan yang cukup lama selain itu dengan adanya buku dapat menjangkau berbagai pembaca lintas ruang dan waktu. Banyak sastrawan dan sastrawan yang mengabadikan kegiatan dakwahnya dalam bentuk buku. Sama halnya Imam Al-Ghazali yang membuat karya dalam bentuk kitab *Ihya` Ulumuddin* dan Imam Nawawi menulis *Riyadh Ash-Salihin* (Munir, 2009:123).

2) Surat kabar

Koran dapat ditemukan dimana saja, karena koran memiliki harga yang relatif murah, dan menyajikan berita selalu up-to-date. Selain itu kora juga berbagai

jenis berita. Koran dirilis dengan sangat cepat, karena jika beritanya terlambat, maka beritanya akan ketinggalan zaman. Dakwah melalui surat kabar, yaitu melalui dai yang menulis materi dakwah yang berhubungan dengan rubrik keagamaan di kolom surat kabar (Munir, 2009:124).

3) Majalah

Majalah berfungsi sebagai media penyebaran informasi serta tugas-tugas yang diemban oleh redaksi. Majalah cenderung memiliki kriteria-kriteria tertentu, beberapa di antaranya secara khusus ditujukan untuk perempuan, remaja, pendidikan, agama, teknologi, kesehatan, olah raga, dll. Walaupun majalah memiliki ciri khasnya masing-masing, majalah tetap dapat dijadikan sebagai media dakwah, itu adalah memasukkan tugas dai ke dalam konten tematik mereka untuk topik umum. Kalau majalahnya majalah agama, bisa dijadikan majalah dakwah. Jika dakwah melalui majalah, dakwah dapat menggunakannya dengan cara membuat kolom yang berkaitan terhadap islamisasi (Munir, 2009: 124).

Pengklasifikasian media dakwah yang telah diuraikan di atas tidak terlepas dari dua media penerimaan informasi yang di kemukakan oleh Al-qur'an dalam surat Al Mukminun ayat 78 :

وَهُوَ الَّذِي أَنشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ

tinya : *Dan Dialah yang telah menciptakan bagimu pendengaran, penglihatan dan hati nurani, tetapi sedikit sekali kamu bersyukur.*

Dan Al Mulkayat 23:

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya : *Dan sungguh, Kami telah mengutus Nuh kepada kaumnya, lalu dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah, (karena) tidak ada tuhan (yang berhak disembah) bagimu selain Dia. Maka mengapa kamu tidak bertakwa (kepada-Nya)?”*

Kegiatan Dakwah mengalami perubahan dari waktu ke waktu sesuai dengan status serta keadaannya. Media mengacu pada semua media yang digunakan dalam komunikasi. Pada level ini, Islam seolah-olah mengalami adaptasi dengan berbagai media tradisional dan modern. Masalah media adalah masalah peradaban manusia. Peradaban sangat erat kaitannya dengan waktu, tempat, budaya yang beredar, dan peningkatan prakarsa dan kemampuan manusia. Oleh karena itu, diketahui bahwa dakwah setiap saat akan selalu menggunakan bahasa yang paling sederhana (seperti bahasa dan simbol) untuk media yang digunakan berupa bahan seperti buku, huruf, dan gambar. Prestasi teknis saat itu (Taufik 2013: 163).

Penggunaan internet sebagai

media dalam dakwah bukanlah hal baru bagi masyarakat. Internet tidak hanya dijadikan sebagai media gerakan sosial dan keagamaan dalam konteks Dakwah, tetapi Internet juga dijadikan sebagai domain dalam gerakan Dakwah. Internet merupakan arus dakwah dimasyarakat. Media dakwah yang memanfaatkan jaringan internet adalah media sosial, dengan adanya internet media sosial dapat digunakan untuk memperoleh berita dakwah secara visual maupun jelas dimana saja dan kapan saja. Media sosial yang biasanya dimanfaatkan untuk berdakwah diantaranya instagram, facebook, twitter, instagram, youtube dan media sosial lainnya yang bisa dijadikan media dakwah.

D. Youtube Sebagai Media Dakwah

Menurut Micheal Cross dalam penjelasan Umi Aflaha (2017) 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. Masyarakat sekarang berkomunikasi tidak hanya dengan tatap mata dan bertemu, namun di zaman modernisasi telah merubah semua gaya hidup masyarakat dengan memberi fasilitas yang mudah. Seperti halnya dulu seseorang kalau mau berkomunikasi dengan orang lain sangat begitu sulit namun sekarang menjadi lebih mudah berkomunikasi dengan orang lain dan kita juga lebih mudah mendapatkan informasi dunia luar lewat media sosial seperti media youtube. Kondisi tersebut bisa terjadi pada siapa saja, tak terkecuali pemuka agama khususnya para mubalig. Banyak mubalig yang

memanfaatkan Youtube sebagai media dakwah mereka. Sejumlah mubalig yang memiliki akun ataupun menggunakan Youtube sebagai media dakwahnya mampu memperoleh penghasilan apabila sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Youtube tersebut. Seperti pepatah,sekali dayung, dua tiga pulau terlampaui,yang bermakna bahwa syiar agama Islam dapat dilakukan melalui Youtubedan sekaligus mendapatkan keuntungan dari kanal yang dimilikinya di Youtube.Tidakmengherankan apabila saat ini mulai bermunculan istilah ustaz seleb. Istilah tersebut ditujukankepadaparaustazataupunmubaligyangseolahdi kenallayaknya artisdanpublicfiguremelalui mediasosial untuk berdakwah.

Sosial media adalah dua unsur yang disatukan dalam satu aplikasi yang mendukung sosialisai sekaligus sebagai media informasi, Pada era globalisasi seperti ini banyak kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi, untuk mencari informasi, dan mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan adalah media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, path, line, twitter, youtube, dan lain sebagainya.

Media Youtube dimanfaatkan oleh pengguna untuk melihat berbagai jenis konten video. Pengguna dapat menggunakannya untuk live streaming sepeti layaknya media televisi. Namun media youtube lebih mudah diakses dan menyediakan konten video yang lebih banyak, serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa YouTube adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk menyebarkan dan memperoleh berbagai macam informasi. Media youtubejugadapat dimanfaatkan sebagai mediadakwah, media youtube dapat mempermudah dalam penyampai dan penerimaan dakwah.

Substansi ke-Islaman yang berorientasi kedakwahan, baik yang sifatnya individu maupun kelompok (organisasi), melalui teknologi dapat disiarkan dimanapun dan kapanpun. Youtube mempunyai beberapa kelebihan. Pertama, Youtube menyediakan berbagai fasilitas, seperti kajian Islam. Kedua, YouTube menyediakan ruang dialog atau komentar dari pengguna YouTube agar penyiaran Islam dapat dilakukan dengan benar. Dengan berbagai fasilitas yang dimiliki sendiri, Youtube dapat dijadikan sebagai sarana untuk mencari berbagai informasi dalam upaya meningkatkan keimanan, dan amal yang direalisasikan akan dijadikan atau diposisikan sebagai sumber informasi yang diperlukan bagi umat Islam lainnya.

Youtube berperan memberikan berbagai kemudahan dalam berdakwah, dengan adanya Youtube lebih memudahkan komunikasi antar pendukung pendidikan dalam arti yang luas, sehingga kualitas dan produktivitas umat Islam di era persaingan global dapat meningkat.

Seiring perkembangan zaman, dakwah dapat lebih berkembang secara luas seakan tidak ada batasan antara suku, bangsa dan agama. Dengan mengikuti perubahan zaman, perkembangan dakwah dapat lebih luas lagi dan bergerak seakan tanpa ada batas suku, bangsa dan agama. Semua pihak dibelahan bumi dapat mengakses dakwah kapanpun dan dimanapun, meskipun bukan berasal dari agama muslim.

Munculnya media sosial membuat dakwah mendapatkan ruang yang besar untuk lebih berkreasikan lagi. Dakwah menjadi lebih mudah tersebar dan memasuki ruang pribadi setiap orang. Jika dahulu orang-orang harus menunggu waktu pengajian untuk mendapatkan informasi keagamaan, baik yang berkaitan

dengan ibadah maupun muamalah.

Memasuki era media sosial saat ini, untuk mendapatkan informasi keagamaan, setiap orang hanya perlu mengunjungi channel yang tersedia salah satunya YouTube. Jika dahulu orang harus datang kepengajian dan bertanya langsung tentang apa yang dimaksud. Namun, di era digital saat ini orang hanya perlu mencari saluran media sosial tersebut untuk mencari topik tertentu. Seseorang mendapat kemudahan dalam mengakses informasi mengenai dakwah diruang yang sangat pribadi. Kemajuan ini disatu sisi menjadi kemajuan tersendiri dalam hal penyelenggaraan dakwah, tugas dakwah bagi seorang pendakwah menjadi mudah. Karena perkembangan teknologi informasi memudahkan para misionaris untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran Islam, seperti agama Rahmatan lil alamin. Bagi mad'u, keberadaan jejaring sosial seperti YouTube memudahkan penyebaran dakwah itu sendiri. Karena ruang dakwah ini sudah menjadi ruang terbuka dan bebas, siapapun, bahkan agama apapun bisa mengaksesnya. Di era digital ini, yang harus diperhatikan adalah interaksi antara pendakwah dan mad'u nya. Padahal, dakwah bukan sekedar transfer agama dan ilmu. Namun lebih dari itu, komunikasi intensif antara pendakwah dan mad'u diharapkan dapat menjalin hubungan yang erat diantara keduanya. Proses dakwah tidak sebatas komunikasi antara dai dengan jamaahnya, tetapi hal yang paling utama yakni proses interaksi, komunikasi dan sosialisasi antara pendakwah dan jamaahnya. Interaksi, komunikasi, dan sosialisasi pendakwah dengan jamaahnya tidak bisa dianggap sepele, karena bagaimanapun juga ada uswah dalam diri pendakwah sebagai modeling bagi jamaahnya. Uswatun hasanah yang diusung oleh para pendakwah sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah.

perubahan karakter dan perilaku merupakan tujuan akhir dari kegiatan dakwah, yaitu membawa manusia dari kegelapan menuju terang benderang. Semua itu dapat tercapai karena tergantung dari uswatun hasanah para pendakwah itu sendiri, sehingga dapat terjadi prosespeniruan.

