

KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI MEDIA PEMBELAJARAN YOUTUBE

Helnafri Ankesa

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam (STIDKI) Bogor

Email: ankesa.5034@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan kali ini adalah penelitian pustaka dengan melalui penelusuran terhadap berbagai karya ilmiah, berupa buku-buku, makalah, jurnal, majalah yang membahas tentang media (khususnya YouTube) dan dakwah serta ada hubungannya dengan pembahasan ini. Metode pengumpulan data melalui beberapa tahapan seperti tahapan pengumpulan data, tahapan pengelolaan data, dan tahapan analisis data. Pokok bahasan pada penelitian ini adalah terkait dengan media Youtube dan dakwah, Youtube dapat menjadi media dakwah dan model dakwah di Youtube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media YouTube sebagai media dakwah semakin menjanjikan dan semakin mudah dilakukan, hal tersebut dikatakan bahwa keterkaitan antara media YouTube dengan dakwah adalah kesamaan sasaran, segmentasi yang sama dan kesamaan kebutuhan. Sedangkan pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah oleh kebanyakan dai kondang telah menggunakan dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Adapun model dakwah di YouTube dapat berupa video ceramah serial, video ceramah singkat, video potongan ceramah, video musik/lagu, video cerita singkat dan aliran langsung. Implikasi penelitian ini adalah kiranya para dai dan mubaligh memanfaatkan media Youtube sebagai media dakwah yang sangat menjanjikan ini.

Kata Kunci: Komunikasi Dakwah, Media Pembelajaran, Youtube

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi komunikasi mengambil peranan yang sangat penting dalam kehidupan umat manusia. Teknologi komunikasi menjadi suatu media perantara yang digunakan umat manusia untuk dapat melakukan berbagai interaksi dan mengekspresikan diri mereka. Umat manusia pun juga sudah merasakan bahwa dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat dan kita sudah dapat beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Setiap harinya selalu ada suatu kemajuan dan perkembangan yang terjadi di dunia khususnya di dunia komunikasi. Perkembangan-perkembangan tersebut berhasil menghasilkan sebuah inovasi baru yang tentu sangat berguna bagi umat manusia di dunia.

Perkembangan teknologi komunikasi ini merupakan suatu siklus yang akan terus-menerus berkembang seiring berjalannya waktu. Perkembangan teknologi komunikasi ini tentu membawa perubahan dalam aspek komunikasi sehari-hari. Salah satu perkembangan teknologi komunikasi dengan maraknya jenis media sosial yang ada saat ini. Media sosial berkembang dengan sangat cepat satu dekade belakangan, mulai dari kemunculan Facebook. Namun pengertian media sosial sendiri ternyata jauh ke

belakang sebelum itu. Menurut Merriam Webster, pengertian media sosial adalah bentuk komunikasi elektronik seperti situs web untuk jejaring sosial dan microblogging di mana pengguna membuat komunitas online untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya seperti video. Dikutip dari situs online.maryville.edu, laporan Pew Research Center 2019 tentang penggunaan media sosial di Amerika Serikat menunjukkan 72 persen orang dewasa AS menggunakan beberapa bentuk media sosial. Angka ini melambung tinggi dari pada 2005 setelah Facebook setahun diluncurkan, hanya sekitar 5 persen. Oleh karenanya, pengertian media sosial kini telah berevolusi dari pertukaran informasi elektronik langsung, ke tempat pertemuan virtual, ke platform ritel, hingga alat pemasaran abad ke-21 yang vital.

Selain Facebook, Youtube juga termasuk media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi. Dengan ragam keunggulan youtube seperti media berbagi video untuk menyebarkan berbagai informasi dan hiburan. YouTube bisa diartikan sebagai media baru dengan internet sebagai cara untuk mengaksesnya.

Perkembangan teknologi dibidang komunikasi ini memberi dampak digitalisasi pada banyak aspek kehidupan hingga mengubah cara

dan gaya menyampaikan pesan dan menerima pesan tidak terkecuali bagi para pendakwah dan cara belajar peserta didik dan juga pengajar. Hadirnya beberapa platform dan kanal seperti yang disajikan oleh YouTube, telah ikut mengubah hal tersebut. Kehadiran YouTube sebagai salah satu kanal, tidak hanya dimanfaatkan sebagai hiburan saja, akan tetapi YouTube mulai banyak dimanfaatkan sebagai alat komunikasi dakwah dan media belajar. YouTube memiliki pengguna yang setiap waktu semakin bertambah. Laporan terakhir, Google menyebutkan, bahwa pengguna di Indonesia sendiri mencapai 50 juta pengguna aktif perbulannya dari 146 juta pengakses. Hal ini menandakan YouTube sebagai platform populer yang akan terus digunakan oleh mayoritas masyarakat.

YouTube sebagai media komunikasi yang baru juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa ustadz dan ulama. Beberapa nama seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), Ustadz Adi Hidayat (UAH), Gus Muwafiq (GM), Ustadzah Mumpuni Handayayekti (UMH), dan Felix Siauw (FS) menggunakan YouTube sebagai media penyebaran konten dakwah. Dengan menggunakan berbagai strategi penyebaran konten, hal ini memperkuat alasan digunakannya YouTube oleh mereka sebagai media komunikasi baru.

Komunikasi dengan mengakses media sosial menjadi teori dan praktek baru yang digunakan oleh masyarakat luas sebagai cara untuk mendapatkan informasi bahkan ilmu pengetahuan baru. Dimana dalam kajian ini dibatasi pada permasalahan agama Islam. Selebihnya informasi dari media sosial ini digunakan sebagai media belajar dengan cara mengakses disaat kegiatan belajar mengajar ataupun penugasan diluar kelas. Kemudahan dari teknologi komunikasi ini menjadi sebuah tantangan dan peluang bagi para pendakwah di Indonesia. Para pendakwah bias memanfaatkan kemudahan berdakwah dengan sasaran jama'ah lebih luas akan tetapi kemudahan teknologi ini juga bisa menjadi boomerang bagi pendakwah ketika oknum menyalahgunakan kemudahan teknologi untuk menyerang pendakwah atau pihak lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan (*library research*) yakni sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengeksplorasi berbagai literatur atau sumber lain berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam studi ini. Selain bercorak kepustakaan, penelitian ini juga bercorak kualitatif karena yang disajikan adalah

data-data deskriptif sehingga penelitian ini lebih bersifat analisis deskriptif. Menurut Strauss dan Corbi sebagaimana dikutip Ruslan, bahwa *qualitative research* (penelitian kualitatif) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan sosial serta hubungan kekerabatan. Pendekatan penelitian yang dimaksudkan dalam makalah ini adalah suatu cara melihat permasalahan dari dua sudut pandang disiplin keilmuan, yakni ilmu sosial dan ilmu sejarah.

Pendekatan yang digunakan dalam makalah ini adalah:

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

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

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

YOUTUBE

Youtube merupakan platform video media sosial yang dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja. Sejak kehadirannya, Youtube menjadi platform yang menyuguhkan video tidak hanya untuk penikmat nya saja, melainkan untuk orang yang membuat video bisa di bagikan di platform tersebut. Tidak hanya video, Youtube memungkinkan penggunanya untuk membagikan

klip film, klip tv dan, musik. Pada awal berdirinya, kebanyakan video yang beredar di Youtube adalah video individual (bukan dikelola instansi).

Youtube dimanfaatkan pengguna sebagai media untuk melihat berbagai macam konten video, dapat digunakan oleh pengguna untuk aliran langsung. Tetapi media Youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah. Youtube adalah sebuah situs berbagi video (*web video sharing*) yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim, pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna termasuk klip film, klip televisi, dan video musik. Selain itu, ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan

Kehadiran Youtube di Indonesia menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh masyarakat, tidak hanya orang dewasa melainkan juga anak-anak, untuk berbagi konten video. Banyak video tentang wawasan umum, sejarah, pendidikan, permainan dan dakwah. Alasan lain yang menjadikan Youtube cocok dipilih sebagai media dakwah adalah tidak adanya batasan durasi dan wilayah untuk membagikan video. Di era pandemi ini, Youtube menjadi pilihan utama yang bisa diakses oleh siapa pun untuk mengakses berbagai konten. Adanya Youtube tidak hanya menunjang pembelajaran, tetapi juga dakwah. Jika dibandingkan dengan platform lainnya, Youtube menjadi Platform yang paling mudah untuk menonton sebuah video. Hal ini dikarenakan tidak ada batasan untuk mencari konten yang diinginkan. Youtube memiliki banyak fitur yang lebih unggul dari pada platform lainnya: Youtube menawarkan *autoplay* untuk melihat kembali momen sebelumnya yang ingin dilihat; kualitas video bervariasi sehingga memungkinkan untuk penyesuaian sesuai perangkat dan jaringan yang tersedia; aksesibilitas yang bisa digunakan di hampir semua perangkat, termasuk telepon pintar, *tablet*, laptop dan sebagainya. Segala kemudahan yang disediakan Youtube menjadikannya sebagai pilihan utama media berbagi yang baik.

KOMUNIKASI DAKWAH

Ada beberapa istilah yang perlu dipahami dengan beberapa arti tentang dakwah. Dalam Ilmu Komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu

symbol-simbol. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudu' ad-da'wah*. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.

Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a, yad'u, da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru, mengundang, atau mengajak. Ajak atau seruan ini bisa dilakukan dengan berbagai hal, dimana salah satunya memanfaatkan media sosial. Media sosial disini yaitu media sosial berbasis video YouTube. Dakwah adalah bagian dari proses menyampaikan pengetahuan Islam yang biasa dilakukan dengan membentuk kelompok-kelompok pengajian yang ada di lingkungan masyarakat. Pengajian disini bisa dilakukan dengan membuat kelompok-kelompok kecil maupun kelompok besar.

Selama ini kita biasa melihat proses dakwah ataupun pengajian di media televisi. Perkembangan media sosial YouTube memberikan arah baru bagi terciptanya model dakwah yang lain dengan format berbagi link atau video. Pengajian selama ini secara konvensional membutuhkan ruang dan waktu tertentu, maka dengan YouTube bisa memungkinkan jamaah untuk mendapatkan konten pengajian kapanpun dan dimanapun. Jamaah juga bisa memilih *ustadz* atau *kyai* yang disukai serta tema yang sesuai dengan kebutuhan. YouTube memiliki kemampuan menyebarkan konten dakwah atau pengajian keseluruh dunia dan bisa dilihat oleh banyak kalangan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. YouTube juga mampu memberikan akses kepada pengguna dengan cara *download* ataupun melihat secara online.

DAKWAH DENGAN MEDIA YOUTUBE

Pembuatan atau produksi video semestinya memperhatikan apa yang diminati oleh masyarakat, dengan kata lain harus sesuai dengan segmentasi khalayak yang ditarget. Jika sebuah kanal atau channel Youtube memiliki konten spesifik, kemungkinan untuk ditonton berulang-ulang kali akan tinggi oleh orang yang memiliki konsentrasi di sana, seperti kanal yang membahas mengenai agama, keuangan, politik dan sebagainya, masing-masing akan memiliki penikmat tersendiri. Hal ini berkesesuaian dengan dakwah yang juga terdapat segmentasinya tersendiri dengan melihat kondisi audien yang dituju. Misalnya, jika target dakwah adalah anak milenial/anak muda, maka harus menyesuaikan dengan apa yang disukai anak muda tersebut,

seperti musik, film, atau yang lainnya (Hamdan, 2021). Berbagai segmentasi khalayak dalam Youtube dapat dimanfaatkan dalam dakwah sebagai media untuk memberikan wawasan secara lebih terarah.

Sasaran dan tujuan Youtube adalah untuk khalayak luas atau publik. Di zaman sekarang yang serba menggunakan teknologi dalam aktivitas, tidak bisa dipungkiri bahwa penggunaan Youtube sekarang sudah sangat merakyat dan dipakai hampir semua kalangan dalam mencari sebuah informasi atau sekedar hiburan. Tampilan dan fitur-fitur menarik dari Youtube, serta aplikasinya yang mudah diakses hanya dengan bermodalkan koneksi internet menambah poin plus dalam penggunaannya. Di sisi lain, dakwah juga memiliki sasaran dan tujuan untuk khalayak umum.

Dalam Youtube dan dakwah memiliki kesamaan dalam sasaran, yang berarti keduanya juga memiliki kesamaan dalam kebutuhan. Youtube membutuhkan penonton secara kuantitas dan kualitas. Semakin banyak masyarakat yang berkunjung ke Youtube maka semakin baik juga bagi Youtube. Penonton setia biasanya dapat diperoleh dari video yang diunggah. Peluang tersebut dapat digunakan oleh dakwah jika dikelola secara kreatif.

Kesuksesan seorang da'i dalam berdakwah tergantung dari cara penyampaian dakwahnya ke publik. Metode dakwah yang digunakan harus dengan cara yang baik agar dapat diterima oleh masyarakat dengan baik-baik juga. Sebaliknya, jika dakwah disampaikan secara asal-asalan dan tidak memperhatikan tata cara atau metode yang baik, tentunya akan banyak masalah dan perdebatan di kalangan masyarakat. Di era serba digital ini, kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan di tempat-tempat seperti lapangan, masjid, dan lain-lain, namun kegiatan dakwah kini mulai masuk ke media digital salah satunya Youtube. Walaupun dakwah kini mulai masuk ke media digital, tentunya metode-metode dalam berdakwah pun harus tetap diperhatikan, apalagi di era serba digital ini dakwah akan tersebar ke seluruh dunia dengan sangat cepat. Seorang da'i harus lebih berhati-hati ketika berdakwah melalui media digital agar mereka yang menerima dakwahnya tidak salah paham sehingga tidak menimbulkan perdebatan dan perpecahan ataupun hal lain yang dapat menimbulkan dosa serta mudharat.

Prinsip-prinsip metode dakwah menurut Al-Qur'an ada 3 yaitu; Al-Hikmah, Al-Mauidzah Al-Hasanah, dan Al-Mujadalah Al-Ahsan sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 (Kemenag, 2017):

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (Q.S An-Nahl:125).

Menurut Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 Dakwah bi al-hikmah merupakan cara atau metode dakwah yang dilakukan dengan pengajaran yang baik. Maksud dari kata pengajaran baik disana dapat diartikan juga dengan pengajaran yang adil, penuh kesabaran, dan ketabahan.

Kemudian, metode dakwah kedua yaitu Al-Mauidzah Al-Hasanah yang merupakan metode dakwah yang dilakukan dengan nasihat, membimbing dengan tutur kata yang lembut, metode ini diarahkan kepada kelompok yang masih awam yang artinya target dakwahnya merupakan anak-anak ataupun orang dewasa yang baru masuk Islam (Mu'allaf). Yang ketiga adalah metode Al-Mujadalah Al-Ahsan merupakan metode dakwah yang dilakukan dengan argumentasi, diskusi, ataupun debat dengan cara yang baik, sopan, dan tidak arogan, metode ini biasa dilakukan sebagai reaksi alternatif dalam menjawab tantangan respon negatif dari pendengar dakwah. Salah satu da'i yang melakukan metode ketiga adalah Dr. Zakir Naik, banyak channel Youtube yang menyajikan dakwah-dakwah beliau, dimana ia membantah dan berdebat dengan para pemuka agama-agama lain, orang-orang yang tidak beragama/tidak percaya adanya Tuhan (Atheis), ataupun para mu'allaf (Orang yang baru masuk Islam atau non-muslim yang memiliki harapan untuk memasuki agama Islam) yang bertanya mengenai Islam itu sendiri untuk menghilangkan keraguan atas Islam itu sendiri (Aliyudin, 2010).

Metode-metode di atas tentunya perlu digunakan oleh para da'i dalam berdakwah terutama mereka yang berdakwah melalui media digital seperti Youtube. Agar ajaran yang disampaikan tidak menimbulkan kesalahpahaman di berbagai pihak, para da'i harus menyesuaikan cara dakwah mereka dengan metode-metode tersebut, apalagi dengan dakwah yang melalui perantara digital seperti Youtube dimana para pendengar dari dakwah tersebut berasal dari berbagai kalangan, sehingga da'i harus dapat menggabungkan ketiga metode tersebut menjadi satu agar tidak terjadinya kesalahpahaman, perdebatan, perpecahan, kesalahan dalam penyampaian dakwahnya, dan kemungkinan lainnya yang dapat menyebabkan hal-hal yang tidak baik atau mudarat.

Adapun Keterkaitan Media Youtube dan Dakwah yaitu

1. Sasaran yang sama.

Sebagaimana media-media lainnya, sasaran dari Youtube adalah khalayak atau publik. Dalam perkembangannya, sekarang ini Youtube sudah sangat memasyarakat. Bahkan disbanding televisi, masyarakat lebih memilih beralih ke Youtube dalam mencari hiburan dan informasi. Youtube merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi karena melalui Youtube pesan-pesan atau informasi dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat luas. Hal ini dikuatkan karena media Youtube juga merupakan media yang bersifat audio visual, artinya selain bisa didengar juga bisa dilihat.

Oleh sebagian besar masyarakat Indonesia Youtube dijadikan sebagai sarana hiburan dan sumber informasi utama. Dibeberapa daerah di negeri ini masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menyaksikan Youtube. Di sisi lain, dakwah juga memiliki sasaran yakni khalayak atau public sebagaimana sasaran Youtube. Kalau dakwah islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas.

2. Segmentasi

biasanya memproduksi video berdasarkan segmentasi khalayak, atau dengan kata lain, berdasarkan apa yang diminati oleh masyarakat. Biasanya setiap kanal atau video memiliki segmentasinya sendiri dan bisa ditonton berulang-ulang. Misalnya, video atau kanal yang terkait dengan perdebatan politik, ekonomi, agama, dan sebagainya. Dakwah juga dapat memilih segmentasinya dengan memperhatikan kondisi mad'u sasarannya. Misalnya, mad'u milenial harus didekati dengan strategi yang sesuai dengan mereka, seperti sinetron, musik, dan lain sebagainya. Berbagai segmentasi khalayak Youtube dapat dimanfaatkan oleh dakwah sebagai media untuk memasuki dan mempengaruhi mereka..

3. Kesamaan kebutuhan

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

4. Menjadikan Youtube sebagai Media Dakwah

Sejalan dengan perkembangan teknologi, metode dakwah pun mengalami perubahan dan semakin maju, tanpa menghilangkan esensi dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional dalam arti melalui pengajian-pengajian dan ceramah-ceramah di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah di era sekarang ini sudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah media Youtube. Youtube saat ini banyak dimanfaatkan seseorang untuk berbagai tujuan. Ada beberapa ustadz kondang di Indonesia yang menggunakan Youtube untuk berdakwah. Masyarakat pun tertarik dan banyak yang mengikutinya untuk mendapatkan ilmu agama. Social Blade memberi informasi setidaknya 4 ustaz kondang yang menggunakan media Youtube, yakni:

- a. Aa Gym; Nama penceramah Aa Gym memang sudah terkenal cukup lama. Di media sosial, Aa Gym memiliki banyak pengikut. Diakun Instagramnya mencapai 5 juta dan 211 ribu berlangganan di kanal Youtube miliknya. Aa gym Official. Sudah bergabung sejak tahun 2016, Aa Gym diperkirakan mendapatkan penghasilan dari Youtube sekitar US\$283 atau setara Rp4 juta hingga US\$4,500 atau setara Rp63,3 juta perbulan.
- b. Adi Hidayat (UAH); juga menjadi satu dai kondang di Indonesia. Tausiah ustadz yang dijuluki ilmu Alquran ini juga banyak beredar di Instagram dan Youtube. Selain memiliki 2,4 juta pengikut di Instagram, UAH juga sudah memiliki 369 ribu berlangganan di kanal Youtube miliknya, Adi Hidayat Official. Ada 172 video yang sudah diunggah di akun Youtube miliknya. Sehingga, mengantarkan Ustadz Adi Hidayat diprediksi oleh Social Blade menghasilkan uang sekitar US\$361 atau setara dengan Rp5,1 juta hingga US\$5,800 atau setara dengan Rp81,6 juta per bulan.
- c. Hanan Attaki; nama Ustadz Hanan Attaki tentu sudah tak asing lagi ditelinga banyak orang, terutama para anak muda. Gaya ceramahnya yang mudah dicerna dan kerap membahas mengenai kehidupan para anak muda membuat Hanan Attaki semakin digemari banyak orang. Termasuk di Instagram, Ustadz lulusan Al-Azhar, Kairo ini sudah memiliki 7,8 juta pengikut. Bukan cuma di Instagram, dia juga terkenal di Youtube dan sudah memiliki 823 berlangganan. Seperti yang dikutip dari Social Blade, ustadz Hanan mendapatkan

penghasilan dari Youtube sekitar US\$443 hingga US\$7.100 yang jika dirupiahkan sekitar Rp6,2 juta hingga Rp99,9 juta perbulan.

- d. Abdul Somad; nama lengkap Abdul Somad Batubara atau yang lebih dikenal dengan Ustadz Abdul Somad (UAS) merupakan salah satu penceramah yang digemari banyak orang. Cara berceramahnya yang sederhana dan kerap diselengi lawakan itu membuat namanya semakin terkenal. Ustadz Abdul Somad juga sangat populer di Instagram, dan Youtube. UAS berhasil meraih penghargaan Gold Play Button karena mendapatkan 1 juta berlangganan lewat kanal Youtube Tafaqih Video. Tapi, kini dia ini memiliki kanal Youtube sendiri yang bernama “Ustadz Abdul Somad Official” dan sudah memiliki 310 ribu mengikuti. Seperti yang dilansir dari Social, Ustadz Abdul Somad mendapatkan penghasilan mulai dari US\$586 atau sekitar Rp8,2 juta sampai US\$9.400 atau setara Rp132,3 juta perbulan

MEDIA PEMBELAJARAN

Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi pelajaran kepada peserta didik dan dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan si belajar sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar. Hal ini didukung dengan menurut Arsyad (2015:10), Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dalam proses belajar mengajar sehingga dapat merangsang perhatian dan minat siswa dalam belajar. Menurut Karim (2014:7), media pembelajaran adalah suatu perantara yang menghubungkan si penyampai pesan dengan si penerima pesan, dalam hal ini pesan berupa materi pembelajaran untuk mencapai suatu tujuan dalam hal yang berhubungan dengan program pendidikan.

Pengertian media mengarah pada sesuatu yang dapat meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media merupakan segala bentuk dan saluran yang digunakan menyampaikan pesan atau informasi (AECT dalam Arsyad, 2011). Masih dari sudut pandang yang sama, Kemp dan Dayton (1985:3), mengemukakan bahwa peran media dalam proses komunikasi adalah sebagai alat pengirim (transfer) yang mentransmisikan pesan dari pengirim (sender) kepada penerima pesan atau informasi (receiver) (Kartika, 2008). Sejalan dengan hal tersebut Munadi (2012) menyatakan bahwa “media merupakan segala sesuatu yang dapat

menyampaikan dan menyalurkan pesan dari sumber secara terencana sehingga tercipta lingkungan belajar yang kondusif di mana penerimanya dapat melakukan proses belajar secara efisien dan efektif”

Media memiliki peran yang sangat penting dalam pendidikan sebagai suatu sarana atau perangkat yang berfungsi sebagai perantara atau saluran dalam suatu proses komunikasi antara komunikator dan komunikan (Asyar, 2011). Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pengajaran (Djamarah, 2002). Di mana media dapat menampilkan informasi melalui suara, gambar, gerakan dan warna, baik secara alami maupun manipulasi, sehingga membantu guru untuk menciptakan suasana belajar menjadi lebih hidup, tidak monoton dan tidak membosankan.

Media pembelajaran dapat dikatakan sebagai alat bantu pembelajaran, yaitu segala sesuatu yang dapat dipergunakan untuk merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemampuan atau keterampilan peserta didik sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar. Batasan ini masih cukup luas dan mendalam mencakup pengertian sumber, lingkungan, manusia dan metode yang digunakan untuk tujuan pembelajaran. Gagne dan Briggs (1975) dalam Arsyad (2011:4) mengemukakan bahwa media pembelajaran meliputi alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi pengajaran, yang terdiri dari antara lain buku, tape recorder, kaset, video camera, video recorder, film, slide (gambar bingkai), foto gambar, grafik, televisi, dan komputer. Media pembelajaran adalah semua alat (bantu) atau benda yang digunakan dalam pembelajaran, dengan maksud untuk menyampaikan pesan (informasi) pembelajaran dari sumber (pendidik maupun sumber lain) kepada penerima (peserta didik). Secara umum media pembelajaran memiliki peran sebagai berikut:

1. Memperjelas penyajian pesan pembelajaran agar tidak terlalu bersifat verbal.
2. Mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan daya indra.
3. Penggunaan media pembelajaran secara tepat dan bervariasi dapat mengatasi sikap pasif peserta didik.
4. Menjadikan pengalaman manusia dari abstrak menjadi konkret.
5. Memberikan stimulus dan rangsangan kepada peserta didik untuk belajar secara aktif.

6. Dapat meningkatkan motivasi belajar peserta didik sehingga dapat meningkatkan prestasi belajar.

Media pembelajaran biasanya dipahami sebagai benda-benda yang dibawa masuk ke ruang kelas untuk membantu efektivitas proses belajar mengajar. Pemahaman sempit ini dipengaruhi oleh pandangan *cognitivism* yang melihat proses belajar sebagai transfer pengetahuan dari pengajar ke peserta didik yang kebanyakan berlangsung dalam ruang kelas. Jika menggunakan pandangan *constructivism* maka pengertian belajar dan media pembelajaran menjadi lebih luas. Media pembelajaran tidak terbatas pada apa yang digunakan pengajar di dalam kelas, tetapi pada prinsipnya meliputi segala sesuatu yang ada di lingkungan peserta didik dimana mereka berinteraksi dan membantu proses belajar mengajar.

Secara umum media pembelajaran dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu:

- a. Media Visual, yaitu suatu jenis media yang semata-mata hanya memanfaatkan indera penglihatan peserta didik untuk menyampaikan pesan pembelajaran. Dengan demikian penggunaan media pembelajaran ini tergantung dari kemampuan penglihatan peserta didik. Sebagai contoh: media cetak, seperti buku, modul, jurnal, poster, dan peta; model seperti globe bumi dan miniatur; dan media realitas alam sekitar.
- b. Media Audio, yaitu jenis media pembelajaran dengan hanya melibatkan indera pendengaran peserta didik. Pesan dan informasi yang diterimanya adalah berupa pesan verbal seperti bahasa lisan dan pesan nonverbal dalam bentuk bunyi-bunyian, musik, dan bunyi tiruan.
- c. Media audio-visual, adalah jenis media yang digunakan dalam kegiatan pembelajaran dengan melibatkan indera penglihatan dan indera pendengaran dalam suatu proses atau kegiatan. Pesan dan informasi yang dapat disalurkan melalui media ini dapat berupa pesan verbal dan nonverbal yang mengandalkan baik penglihatan maupun pendengaran. Sebagai contoh film, program TV dan video.

Multimedia, yaitu media yang melibatkan beberapa jenis media secara terintegrasi dalam suatu kegiatan pembelajaran. Secara sederhana, Meyer (2009) dalam Asyhar (2011). Mendefinisikan multimedia sebagai media yang menghasilkan bunyi dan teks. Sementara Martin

(2010) dalam Asyhar (2011) membedakan multimedia dan audiovisual. Video Konferensi dan video kaset termasuk kedalam media audio visual dan aplikasi komputer interaktif dan non interaktif merupakan beberapa contoh multimedia.

Menurut Asyhar (2012), Istilah multimedia muncul pertama kali diawal 1990 melalui media massa. Istilah ini dipakai untuk menyatukan teknologi digital dan analog dibidang entertainment, publishing, communications, marketing, advertising dan juga commercial, multimedia merupakan penggabungan dua kata “multi” dan “media” multi berarti “banyak” sedangkan media berarti “medium”, jadi Multimedia adalah media yang melibatkan beberapa jenis media dan peralatan secara terintegrasi dalam suatu proses atau kegiatan pembelajaran. Pembelajaran multimedia melibatkan indera penglihatan dan pendengaran melalui media teks, visual diam, visual gerak, dan audio serta media interaktif berbasis komputer dan teknologi komunikasi dan informasi. Menurut Martin dalam Asyhar (2012) membedakan multimedia dan audiovisual. Video conference dan video cassette termasuk media audiovisual, dan Aplikasi komputer interaktif dan non interaktif adalah beberapa contoh multimedia.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa multimedia merupakan media berbasis komputer yang menggunakan berbagai jenis media secara terintegrasi dalam satu kegiatan. Itulah sebabnya, pembelajaran dengan media interaktif, internet dan lain-lain sering dianggap pembelajaran dengan multimedia. Multimedia memberikan pengalaman belajar secara langsung, baik secara berbuat dan melakukan dilokasi, maupun dengan cara terlibat seperti permainan, simulasi, bermain peran, teater dan sebagainya.

Manfaat praktis penggunaan media pembelajaran dalam proses belajar mengajar menurut Kustandi dan Sutjipto (2013:23) :

- 1) Media pembelajaran dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat melancarkan serta meningkatkan hasil belajar.
- 2) Media pembelajaran dapat meningkatkan dan mengarahkan perhatian siswa sehingga dapat menimbulkan motivasi belajar, interaksi langsung antara siswa dan lingkungannya, dan memungkinkan siswa untuk belajar sendiri sesuai kemampuan dan minatnya.
- 3) Media pembelajaran juga dapat mengatasi keterbatasan indera, ruang dan waktu.
- 4) Media pembelajaran dapat memberikan kesamaan pengalaman kepada siswa tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan mereka, serta memungkinkan

terjadinya interaksi secara langsung antara siswa dengan guru, masyarakat dan lingkungannya.

Media berfungsi untuk tujuan instruksi dimana informasi yang terdapat dalam media itu harus melibatkan siswa baik dalam benak atau mental, maupun dalam bentuk aktivitas yang nyata sehingga pembelajaran dapat terjadi. Materi harus dirancang secara lebih sistematis dan psikologis dilihat dari segi prinsip-prinsip belajar agar dapat menyiapkan instruksi yang efektif. Disamping menyenangkan media pembelajaran harus dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memenuhi kebutuhan perorangan siswa (Arsyad, 2014:25).

Hamalik (Arsyad, 2014:19-20) mengemukakan bahwa pemakaian media pembelajaran dalam proses belajar mengajar dapat membangkitkan keinginan dan minat yang baru, membangkitkan motivasi dan rangsangan kegiatan belajar, dan bahkan membawa pengaruh-pengaruh psikologis terhadap siswa. Penggunaan media pembelajaran pada tahap orientasi pembelajaran akan sangat membantu keefektifan pembelajaran dan penyampaian pesan dan isi pelajaran pada saat itu. Selain membangun motivasi dan minat siswa, media pembelajaran juga dapat membantu siswa meningkatkan pemahaman, menyajikan data dengan menarik dan terpercaya, memudahkan penafsiran data dan memadatkan informasi.

Menurut Asyhar (2010:34-35) media pembelajaran tidak sekedar menjadi alat bantu, melainkan juga merupakan suatu strategi dalam pembelajaran. Sebagai strategi media pembelajaran memiliki banyak fungsi salah satunya media sebagai sumber belajar, media pembelajaran sebagai sumber informasi atau pengetahuan bagi peserta didik dan juga media pembelajaran sebagai sumber belajar merupakan suatu komponen sistem pembelajaran yang meliputi pesan, orang, bahan, alat, teknik dan alat yang dapat mempengaruhi hasil belajar peserta didik.

YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN

YouTube sebagai layanan berbagi video, bisa dimanfaatkan secara gratis. Banyak video-video tutorial dibagikan untuk mempermudah para penonton untuk mengerjakan sesuatu. Layanan ini sangat mudah diakses selama ada jaringan internet di wilayah saat mengakses. Selain itu video di YouTube bisa diunduh secara gratis pula dengan id.savefrom.net. Alamat web ini memungkinkan para pengguna YouTube untuk mendownload

sehingga video bisa ditonton secara gratis kapan saja.

Konten YouTube memiliki peran besar dalam penyebaran informasi sekaligus memiliki manfaat dalam memberikan kemudahan para siswa dan guru dalam memahami materi pembelajaran. Konten ceramah para ustadz dan ustadzah yang telah diupload tidak hanya sekedar sebagai informasi dan pengetahuan bagi khalayak umum. Namun konten tersebut bisa digunakan sebagai media pembelajaran. Hal ini dikarenakan konten tersebut beberapa membahas materi-materi pembelajaran. Materi pembelajaran ini misalnya adalah materi shalat.

Pemanfaatan YouTube sebagai media pembelajaran secara khusus tidak sepopuler konten atau channel yang lain. Namun banyak konten di YouTube dimana pada awalnya tidak khusus bukan diupload sebagai media pembelajaran tetapi bisa dimanfaatkan sebagai media pembelajaran. Proses pembelajaran dengan menggunakan YouTube juga dapat termediasi, termasuk konten pendidikan agama Islam. YouTube memiliki kelebihan seperti akses tanpa batas waktu dan tempat, juga tanpa penggunaan biaya besar. Meski begitu, YouTube untuk pembelajaran agama Islam, seperti yang biasa digunakan beberapa pendakwah seperti data diatas masih sulit untuk pengadaan feedback atau diskusi secara langsung karena komunikasi bersifat satu arah, antara objek dakwah dan pendakwah. Disini bukan disebabkan karena kemampuan aplikasi YouTube tapi admin yang mengupload sebatas upload saja.

KESIMPULAN

YouTube sebagai alat komunikasi para pendakwah Indonesia untuk menyebarkan konten dakwah masing-masing menjadi konsep baru dan lazim serta diterima oleh masyarakat. Dengan semakin banyaknya konten yang setiap materi yang diupload memiliki penonton yang cukup banyak bahkan sampai dengan jutaan. Begitu juga dalam dunia pendidikan, YouTube sebagai media pembelajaran baru dapat bermanfaat untuk penyebaran banyak konten materi. YouTube berlaku komunikasi dua arah sehingga feedback atau diskusi dapat berjalan antara pemberi materi dan objek pembelajaran atau bahkan sesama pengakses atau sering disebut netizen.

Keterkaitan media Youtube dan dakwah terletak pada tiga hal yakni; keduanya memiliki sasaran yang sama, keduanya memiliki segmentasi khalayak yang beragam; serta Youtube dan dakwah memiliki kebutuhan silang. Program dakwah via Youtube memiliki prospek yang sangat menjanjikan, baik dari segi efektivitas

maupun dari konomi. Hal ini disebabkan Youtube memiliki fitur yang memudahkan pengguna untuk mengunggah videonya untuk ditonton khalayak dan memungkinkan untuk memperoleh honorarium, serta memudahkan pengguna untuk menemukan soal apa yang diinginkan.

Terdapat beberapa model dakwah di Youtube yakni; model video ceramah serial; model video ceramah singkat; model video potongan ceramah; model musik/lagu; model video cerita singkat; model aliran langsung; dan video komunitas. Makalah yang singkat ini tidak dapat menguraikan secara detail bagaimana mengelola dakwah dengan menggunakan media Youtube. Oleh sebab itu, pada pembahasan selanjutnya perlu dipertajam pembahasan yang lebih kepada persoalan bagaimana memproduksi program dakwah pada media Youtube untuk menunjang kemampuan dalam menggunakan Youtube sebagai media dakwah.

Adanya keterkaitan antara Youtube dengan dakwah dalam segmentasi, tujuan dan sasaran yang sama serta adanya kesamaan kebutuhan, menjadikan Youtube cocok digunakan untuk media dakwah di era perkembangan digital saat ini. Beberapa metode penyampaian dakwah yang dapat digunakan dalam dakwah melalui Youtube adalah dengan dilakukan secara baik (Al-Hikmah), dengan nasihat (Al-Maudizah AlHasanah), dan juga dengan diskusi serta debat dengan cara yang baik (Al-Mujadalah Al-Hasan).

Metode-metode dakwah tersebut perlu untuk diterapkan dalam berdakwah melalui platform ini agar tidak adanya kesalahpahaman ataupun kesalahan dalam penyampaian dakwahnya yang dapat menimbulkan perdebatan, perpecah belahan, dan kemungkinan lainnya yang dapat menimbulkan dosa ataupun mudharat

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyudin, Enjang AS. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Tim Widya Padjadjaran.
- Aziz, M.A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Darmawan, A. (2005). *Ibda'i Bi Nafsika : Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Faiqah. F, Nadjib. M, Amir. A.S. (2016). *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram*. Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 5 No.2 Juli – Desember.
- Hajar, I. (2018). *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar*

- (Analisis Sosial Media) Jurnal Al-Khitabah, Vol. V, No. 2, November.
- Hassani. N. (2018). *Perempuan-Perempuan Muhammadiyah Dalam Media Massa Pada Agenda Abad Dua Muhammadiyah (Kajian Semiotik)*. Prosiding Semnas AIK UMS.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi:Media, Teknologi, dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Munir, (2017). *Pembelajaran Digital*. Bandung: Alfabeta.
- Muttaqin, I. (2018). *Komunikasi dan Dakwah Pada Lembaga Pendidikan Islam*. Jurnal Dakwah Al Hikmah. Volume 12 Nomor 2.
- Prawiradilaga, D.S. (2017). *Wawasan Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Rusman. (2018). *Belajar dan Pembelajaran Berbasis Komputer Mengembangkan Profesionalisme Guru Abad 21*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi, E. (2016). *DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebajikan Tanpa Diskriminasi*. AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Vol. 4 No. 1 Juni 2016.
- Sanjaya, W. (2012). *Media Komunikasi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Wahyuningsih, D., Makmur, R. (2017). *E-Learning Teori dan Aplikasi*. Bandung : Penerbit Informatika.
- Yaumi, M. (2018). *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: Prenamedia