

ABSTRAK

Robby Agustian: Pesan Dakwah dalam Channel YouTube YtCrash Islam.

Saat ini internet sudah sangat melekat dan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan masyarakat modern, internet menjadi prasarana kebutuhan masyarakat baik itu sebagai kebutuhan pekerjaan, pendidikan, bahkan untuk kebutuhan hiburan. YouTube menjadi salah satu *platform* yang dapat memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat dan menjadi media massa alternatif selain televisi. YouTube juga merupakan salah satu jejaring sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat serta memiliki fitur membagikan video. Melihat hal itu, *channel* YtCrash Islam menggunakan *platform* YouTube ini sebagai media untuk menyalurkan karya dan kreativitas dengan menyisipkan pesan-pesan dakwah di dalam konten-kontennya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali dan memahami bagaimana kategorisasi pesan dakwah informatif, persuasif, dan rekreatif yang terdapat di dalam konten-konten YtCrash Islam. Kerangka pemikiran yang digunakan adalah teori ekologi media oleh McLuhan, yaitu studi yang mempelajari tentang bagaimana media dan komunikasi yang terjadi di dalam media tersebut mempengaruhi dan mengubah persepsi manusia dengan menyatakan bahwa apapun yang digunakan manusia untuk berkomunikasi merupakan sebuah media.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Interpretif dengan melakukan pendekatan analisis isi. Metode analisis isi merupakan teknik penelitian untuk membuat inferensi atau kesimpulan secara objektif dan identifikasi pada karaktersistik pesan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui menyimak, mencatat, mengolah data dengan koding, observasi, serta dokumentasi pada objek penelitian.

Hasil penelitian ini mengacu pada bagaimana bentuk pesan dakwah yang disampaikan dalam konten-konten YtCrash Islam. Dalam *channel* YtCrash Islam, ditemukan pesan dakwah sebanyak 42 pesan yang terdiri dari pesan dakwah informatif, persuasif, dan rekreatif. Pesan dakwah informatif berisi tentang sajian-sajian berita informasi ringan meliputi pesan aqidah, syari'ah, dan akhlak. Pesan dakwah persuasif berisi nilai ajakan untuk mengamalkan syariat Islam seperti ibadah, zakat, serta amalan lainnya. Pesan dakwah rekreatif yang berisi cerita dan kisah inspiratif.

Maka dapat disimpulkan bahwa jejaring sosial seperti YouTube dapat dijadikan sebagai sarana dakwah kekinian untuk para *da'i* masa kini. Seperti halnya *channel* YtCrash Islam, karakteristik pesan dakwah yang disampaikan dalam *channel* tersebut memuat konten positif yang sangat berguna bagi masyarakat serta mengembangkan media baru sebagai tempat dakwah yang efektif.

Kata Kunci: Dakwah, Pesan Dakwah, Media Sosial, YouTube