

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah pada masa kontemporer sudah mulai berkembang dan menemui inovasi-inovasi baru, hal ini tidak terlepas dari perkembangan media komunikasi yang saat ini condong ke arah digital dan masyarakat yang sudah semakin maju dan canggih. Akibat dari teknologi yang berkembang saat ini sudah semakin maju, munculah keberagaman yang terjadi di dalam teknologi komunikasi itu sendiri baik itu dilihat dari pertumbuhannya yang semakin maju, maupun di lihat dari perkembangannya dalam segi kuantitas maupun kualitas. Media komunikasi digital, salah satu contohnya adalah internet sangat menjadi perhatian semua kalangan masyarakat, bahkan internet juga mampu untuk meningkatkan masyarakat dalam melakukan konstruksi identitas seperti mencari pengalaman baru, mengikat dalam sebuah kontak dengan kebudayaan dan kelompok sosial. Selain itu, internet juga dapat memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan keterampilan (Fakhruroji, 2017: 86-89).

Dakwah pada saat ini sudah seharusnya dapat beradaptasi dengan menggunakan teknologi komunikasi guna mempermudah penyampaian dakwah itu sendiri. Hal ini dikarenakan dalam kehidupan masyarakat yang serba instan seperti saat ini, masyarakat cenderung untuk bergantung pada teknologi sehingga aktivitas masyarakat tidak terlepas dari alat-alat komunikasi seperti televisi, radio, komputer, bahkan gadget atau smartphome (Maulana, dkk., 2018: 260).

Berdakwah tidak hanya dilakukan di balik mimbar atau ceramah, melainkan dapat juga dilakukan dengan metode yang dinamis mengikuti perkembangan zaman (Saleh, 2020: 295). Sehingga ini merupakan langkah aktivitas dakwah yang dapat dilakukan untuk menyaingi dan menyesuaikan alur pesatnya perkembangan zaman. Karena generasi-generasi baru seperti saat ini membutuhkan dakwah motivasi yang dapat berpengaruh terhadap pikiran dan emosi mereka melalui media digital (Aisyah, dkk., 2019: 324).

Adapun pesan-pesan dakwah dapat berupa akhlak, aqidah, maupun syariah yang mana dari pesan tersebut bersumber langsung dari Alquran dan hadits. Pesan dakwah tersebut dapat dikemas dalam berbagai bentuk seperti artikel, audio, dan audio-visual. Namun, dari ketiga bentuk tersebut, audio-visual merupakan bentuk yang lebih banyak diminati masyarakat karena pesannya dinilai lebih menarik. Selain itu dengan menggunakan bentuk audio-visual, pesan yang disampaikan akan lebih mudah untuk ditangkap dan dipahami.

Terdapat kesamaan antara istilah informasi dan istilah tabligh. Informasi merupakan suatu hal yang disampaikan kepada orang lain dalam komunikasi, sedangkan tabligh adalah sesuatu hal yang disampaikan dalam dakwah. Untuk menyampaikan pesan dakwah (informasi) yang datang dari Tuhan, berarti tabligh atau bentuk dakwah yang relatif masyarakat umum kenal merupakan proses penyampaian dan penerimaan ballagh-nya (Sukayat, 2015: 33).

Media massa merupakan ladang informasi dan hiburan yang dengan mudah bisa didapatkan dan disebarluaskan. Beberapa media yang beredar luas di masyarakat seperti televisi, radio, dan surat kabar sudah menjadi media yang

populer dari masa ke masa. Namun, di zaman digital seperti saat ini muncul internet yang menjadi wajah baru di era media baru. Bahkan televisi, radio, dan surat kabar pun kini sudah hadir dalam bentuk digital yang ada di internet yang demikian disebut sebagai konvergensi media. Ada pun ciri-ciri yang terdapat pada media baru adalah adanya saling keterhubungan, pada akses terhadap media itu sendiri, serta kehadirannya yang dapat ditemukan dimana-mana (McQuail, 2011: 160-162). Internet itu sendiri merupakan media komunikasi yang mudah untuk diakses kapan pun dan di mana pun, serta oleh siapa pun. Selain itu, salah satu situs yang paling sering diakses masyarakat adalah YouTube. Adanya YouTube juga mampu menggeser kegiatan masyarakat dalam mengakses media, sebelumnya masyarakat banyak menonton televisi kini beralih ke YouTube. YouTube merupakan sebuah situs web yang memfasilitasi *video sharing* (berbagi video) yang populer (Faiqah, 2016: 259).

Saat ini banyak konten kreator YouTube berlomba-lomba membuat konten yang menarik untuk masyarakat, semakin menarik dan unik konten tersebut, maka semakin diminati pula oleh masyarakat sehingga mendatangkan *subscriber* untuk channel YouTube tersebut. Tak hanya itu sama halnya seperti televisi, semakin diminati konten tersebut maka akan semakin besar pula pengaruhnya kepada masyarakat.

Selain mendatangkan *viewer* dan *subscriber*, konten kreator pada channel tersebut akan mendapatkan penghasilan berupa uang virtual yang didapat dari *adsense*. Cara kerja *adsense* yaitu dengan menggunakan iklan-iklan yang disisipkan kedalam konten yang diunggah konten kreator. Dengan demikian, uang virtual yang

diperoleh nantinya dapat ditukar atau dikonversikan kedalam uang rupiah asli atau uang yang sekarang ini beredar luas di masyarakat. Namun, hal ini tergantung dari *channel* itu sendiri. Peralannya untuk mendapatkan monetisasi, pemilik *channel* YouTube tersebut setidaknya harus memenuhi syarat yang ada dalam *platform* YouTube tersebut.

Banyak konten-konten YouTube yang bisa ditonton oleh masyarakat terutama yang bernuansa Islami. Mulai dari cerita kartun religi, sejarah-sejarah Islam, maupun ensiklopedi Islam, serta konten-konten Islami lainnya. Salah satu channel YouTube yang bernuansa Islami adalah YtCrash Islam, channel ini merupakan salah satu bagian dari channel YtCrash yang memiliki banyak bagian-bagian lain atau oleh pendiri channel disebut sebagai YtCrash Network, diantaranya: YtCrash News, YtCrash Feeds, YtCrash Tricks, YtCrash Plus, dan lain sebagainya (Cahyono, dkk., 2019: 23).

YtCrash Islam pertama kali dibuat pada tanggal 22 November 2016 dan mengunggah video pertama setelahnya dengan judul “10 tempat bangsa jin bersarang”. Channel ini membahas informasi seputar keislaman yang dirangkum dalam video berbentuk ilustrasi yang berdurasi 5 sampai 13 menit. Dalam pembuatan kontennya, admin YtCrash Islam akan menggali dan melakukan riset terlebih dahulu materi yang akan disampaikan dengan mencari dan riset data. Seperti pada konten pertama YtCrash Islam yang berjudul “10 tempat bangsa jin bersarang”, konten tersebut menjelaskan tempat-tempat yang diyakini sebagai termpatnya bangsa jin bersarang dan berkumpul. YtCrash Islam juga menjelaskan

bahwa Rasulullah Saw. pernah bersabda mengenai lalat yang dirangkum dalam konten yang berjudul “Sabda Rasulullah tentang sayap lalat”.

Sangat banyak channel YouTube yang menyediakan konten-konten dengan tema tentang keislaman dan beredar dengan berbagai macam gaya penyampaian, adapun demikian, YtCrash Islam mengemas pesan dakwahnya dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami, yakni dengan teknik ilustrasi berupa gambar dan potongan video yang disertai *voice over*. Sehingga konten YtCrash Islam sangat menarik untuk menjadi objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pesan Dakwah dalam Channel YouTube YtCrash Islam”.

B. Fokus Penelitian

Sebagai upaya untuk memberlakukan pembatasan wilayah kajian atau penelitian sehingga dapat sesuai dengan latar belakang penelitian, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan dakwah yang bersifat informatif pada konten YtCrash Islam?
2. Bagaimana pesan dakwah yang bersifat persuasif pada konten YtCrash Islam?
3. Bagaimana pesan dakwah yang bersifat rekreatif pada konten YtCrash Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah di uraikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pesan dakwah yang bersifat informatif pada konten YtCrash Islam.
2. Mengetahui pesan dakwah yang bersifat persuasif pada konten YtCrash Islam.
3. Mengetahui pesan dakwah yang bersifat rekreatif pada konten YtCrash Islam.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini dapat menjadi kajian yang menarik karena internet atau lebih fokusnya situs YouTube dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi atau sumber rujukan tambahan bagi mahasiswa dan para pengemban ilmu pengetahuan di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam yang ingin melakukan penelitian dakwah dengan media sosial sebagai perantara atau medianya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk khalayak agar mampu menggunakan serta memanfaatkan media sosial khususnya YouTube sebagai media penyampaian pesan-pesan dakwah. Oleh

karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru kepada masyarakat mengenai kegunaan situs YouTube hari ini.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Landasan teoritis yang terdapat dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan digabungkan dengan teori dakwah, serta teori tentang pesan dakwah. Analisis isi ini digunakan peneliti untuk mencari jawaban atas fokus penelitian.

Sampaikan dariku sekalipun satu ayat dan ceritakanlah (apa yang kalian dengar) dari Bani Isra'il dan itu tidak apa (dosa). Dan siapa yang berdusta atasku dengan sengaja maka bersiap-siaplah menempati tempat duduknya di neraka. Shahih Bukhari (3202) Sunan Abu Dawud (3177) Sunan Al-Tirmidzi (2593) dan Musnad Ahmad (6198), (Arifah, 2019: 195).

Dalam Alquran Surat Al-Baqarah (2): 147, menjelaskan bahwa:

أَلْحَقْ مِنْ رَبِّكَ فَلَا تَكُونَ مِنَ الْمُمْتَرِينَ

Kebenaran itu adalah dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang ragu (Hanafi, dkk., 2019: 30).

Hadits dan kutipan ayat Alquran tersebut, jika dihubungkan dengan pesan dakwah ilustratif yang terdapat dalam channel YouTube YtCrash Islam, metode analisis isi pesan dapat diaplikasikan dalam mencari jawaban atas fokus penelitian. Yakni dengan menganalisis isi pesan dakwah yang terkandung secara sistematis, objektif, dan kuantitatif.

2. Kerangka Konseptual

Dakwah secara terminologi berarti sebuah ajakan kepada manusia untuk menuju jalan Allah, yang disampaikan melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan dengan tujuan agar mendapat petunjuk (informasi) sehingga

manusia tersebut dapat merasakan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat (Tajiri, 2019: 15).

Sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Alquran Surat Ali Imran (3): 104:

يُولَئِكَ مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh (berbuat) yang ma'rif dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Hanafi, dkk., 2019: 84).

Adapun dakwah dapat dilihat dalam 2 perspektif, yakni dakwah perspektif ilmu dan dakwah perspektif aktivitas. Sebagai ilmu, dakwah merupakan sistematika pengetahuan yang tersusun dalam kesatuan dakwah itu sendiri yang saling berhubungan dan memiliki tujuan yang bersifat teoritis maupun praktis. Sedangkan dakwah sebagai aktivitas adalah suatu perubahan Islam itu sendiri yang bertransformasi menjadi lebih baik (Bachtiar, 2013: 157).

Selain itu, dakwah juga dapat diartikan sebagai proses mengingatkan manusia agar senantiasa ingat dengan apa yang diperjanjikan di alam ruh yang berupa *syahadah al-ilahiyah* atau pengakuan manusia terhadap eksistensi Allah Swt. sebagai *rabb*-Nya (Sukayat, 2009: 2-3).

Media massa adalah sebuah sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan informasi kepada khalayak. Media massa juga saat ini tidak hanya sebatas menyebarkan informasi umum, namun juga sebagian dari media massa telah menggunakan program yang dibuat untuk

menyebarkan pesan-pesan agama, salah satunya adalah YouTube. Sehingga media massa dapat dikatakan menjadi bagian dari penyebaran pesan-pesan dakwah untuk khalayak (Japarudin, 2012: 11).

Media YouTube dapat dikatakan sebagai media alternatif untuk menemukan informasi maupun hiburan selain daripada media massa *mainstream*. Namun meskipun sebagai media alternatif, YouTube juga dapat menjadi media untuk penyebaran pesan-pesan dakwah, karena pada zaman modern seperti sekarang ini masyarakat luas tidak terlepas dari penggunaan *gadget* setiap harinya. Selain itu, media seperti ini sangat *portable* atau dapat digunakan kapanpun dan dimanapun tanpa halangan waktu dan tempat. Dengan demikian pesan dakwah yang disampaikan melalui media seperti YouTube pun akan sangat mudah ditonton atau diakses.

Pesan dakwah disini berupa pesan aqidah, syariat, akhlak yang mana dari ketiganya tersebut, hukum syariat sulit untuk dipisahkan satu sama lain antara aqidah dan akhlak itu sendiri (Lubis, 1986: 112). Dalam hal aqidah, Islam mengajarkan kepada kita tentang kepercayaan, ketaqwaan, dan keimanan. Dalam syariat, Islam mengajarkan kita tentang hukum dan tatacara tertentu yang berhubungan dengan Allah Swt. maupun kepada manusia. Dan dalam hal akhlak, Islam mengajarkan pedoman sikap mental dan budi pekerti dalam bergaul dan berhubungan dengan Allah Swt., dengan sesama makhluk dan dengan alam sekitarnya.

Dalam media informasi, penyampaian pesan dakwah bisa bersifat informatif artinya pesan dakwah dapat memberikan informasi dan penerangan, selanjutnya bersifat persuasif artinya pesan dakwah harus dapat memberikan pengaruh dan terakhir pesan dakwah bersifat hiburan artinya pesan dakwah tersebut menarik dan menyenangkan bagi khalayak.

Tidak berbeda jauh dari fungsi media massa seperti televisi, YouTube merupakan media atau situs internet yang termasuk ke dalam media baru. Dengan begitu, YouTube memiliki kesamaan fungsi dalam layanannya terhadap khalayak, yakni dapat sebagai media informasi, sampai dapat menjadi media hiburan. Begitu pun juga YouTube memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Memberikan layanan gratis

Situs YouTube memberikan layanan gratis bagi khalayak untuk mengakses dan menikmati video-video yang bersifat informatif, persuasif, maupun yang bersifat entertainment dari hasil karya dari konten kreator yang telah masuk ke dalam sistemnya. Dengan demikian, seseorang dapat mengakses layanan-layanan tersebut tanpa mengeluarkan sejumlah uang atau memiliki akun premium, namun hanya menggunakan data internet sebagai jalan aksesnya.

b. Dapat mengunduh beberapa video tertentu

Situs ini juga memungkinkan para penggunanya untuk mengunduh konten dengan kualitas *High Definition* ke dalam komputer atau gadget,

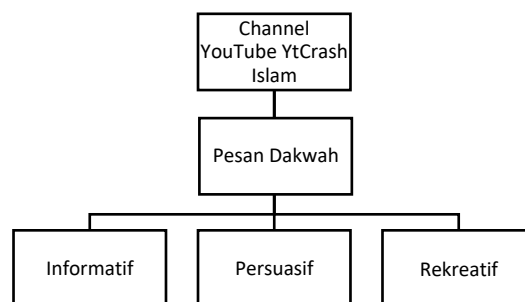
sehingga pengguna dapat memutarinya berulang-kali meskipun tanpa menggunakan koneksi data internet.

c. *Feedback* secara langsung antara penyedia konten dan khalayak

YouTube juga menyediakan kolom komentar sebagai sarana timbal balik antara konten kreator dan khalayak maupun dari khalayak kepada khalayak lain secara langsung. Dengan demikian, konten yang terdapat pada YouTube itu sendiri langsung dapat ditanggapi oleh masyarakat luas (Faiqah, dkk., 2016: 35-36).

Atas dasar pernyataan tersebut, maka YouTube memiliki alur yang juga sejalan dengan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Effendi yakni, komunikasi merupakan sebuah proses yang dilakukan individu atau lebih dalam menyampaikan dan menerima pesan yang dapat menimbulkan efek dan feedback meskipun terkadang terdapat noise dalam proses tersebut (Effendi, 2003: 274).

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Bagan 1
Kerangka Konseptual

3. Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam melakukan penelitian, terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian tersebut dianggap relevan dan dapat digunakan sebagai sumber masukan yang dapat diklasifikasikan, juga dapat ditinjau antara perbedaan dan persamaannya.

Berikut adalah penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dan peneliti rangkum dalam bentuk deskripsi. Yang pertama adalah penelitian dengan judul “Pesan Dakwah Visual tentang Muslimah di Media Sosial Line @dakwahmuslimah” yang diteliti oleh Siti Zakiyah Tifany dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Letak relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti tentang pesan dakwah yang terdapat di media internet untuk mengetahui isi pesan dakwah. Sedangkan perbedaan yang ada dari kedua penelitian ini adalah dari objek yang diteliti.

Selanjutnya adalah hasil penelitian dari Ilham Maulana yang berjudul “Dakwah di Media Sosial pada Channel YouTube Akhyar TV”. Penelitian dari Ilham Maulana ini menggunakan metode penelitian analisis isi, dengan demikian terdapat relevansi dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Relevansi tersebut adalah sama-sama meneliti tentang situs YouTube dengan metode penelitian berupa analisis isi. Selain itu perbedaan antara keduanya adalah objek yang ditelitinya.

Lalu yang selanjutnya adalah penelitian dengan judul Pesan “Dakwah dalam Buku Humor Karya Mustofa Bisri” yang diteliti oleh Lukman Ramdani.

Penelitian yang dilakukannya menggunakan metode analisis isi dan bertujuan untuk mengetahui kategori pesan yang disampaikan oleh objek teliti, maka dengan hal ini terdapat kesamaan atau relevansi dengan penelitian yang akan diteliti.

Dan yang terakhir yaitu penelitian dengan judul “Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram” yang menggunakan metode penelitian analisis semiotika, penelitian ini dilakukan oleh Nuraisyah Ismail. Selain itu, terdapat relevansi dengan penelitian yang akan diteliti, yakni sama-sama menganalisis isi pesan pada objek penelitiannya.

Dari keempat penelitian tersebut, menjelaskan bahwa penelitian pertama memiliki objek kajian yang sama, yakni menganalisis isi pesan dakwah yang terdapat di internet, namun untuk wilayahnya lebih ke media sosial Line. Penelitian ke dua sama-sama meneliti tentang konten pada channel YouTube dan sama-sama menggunakan metode penelitian berbentuk analisis isi, hanya saja objek kajiannya saja yang berbeda. Sedangkan penelitian ke tiga dan ke empat, objek yang ditelitinya berupa pesan dakwah pada sosial media Instagram, hal ini sama-sama relevan karena penelitian tersebut mengkaji pesan dakwah yang terdapat dalam internet. Hanya saja metode penelitian yang digunakan berupa analisis semiotika.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara-cara berpikir yang dipersiapkan dengan hati-hati, dan kritis dalam mencari fakta sebagai sebuah tahapan dalam membuat penelitian sehingga tujuan penelitian tersebut dapat tercapai (Sadiah, 2015: 2). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode analisis isi kualitatif karena telah disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan yaitu studi deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, analisis digunakan untuk mendapatkan data dengan detail atau juga data yang memiliki arti makna.

Selain itu, cara kerja penelitian analisis isi adalah dengan melakukan eksplorasi data yang akan diteliti, lalu menggunakan tahap "*coding*", yaitu tahap pengkodean isi pesan untuk memperoleh fakta sebagai analisis data kualitatif dan menggunakan rumus reliabilitas untuk memperoleh kesimpulan dari data yang didapatkan.

2. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data primer yang didapatkan dari judul konten yang telah dipilih. Berdasarkan fokus penelitian yang telah dirumuskan, maka penelitian ini difokuskan pada data pesan dakwah yang bersifat informatif, persuasif, dan rekreatif dalam konten YtCrash Islam yang dipublikasikan pada bulan November 2020.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang mengandung nilai informatif, persuasif, dan rekreatif dalam *channel* YouTube YtCrash Islam. Data mengenai isi pesan dakwah pada konten *channel* YtCrash Islam dapat diperoleh dari kata-kata atau kalimat yang disampaikan oleh admin serta kesimpulan dari seluruh isi pesan dalam konten videonya. Pada penelitian ini, diambil sampel sebanyak sebelas konten video dengan alasan sampel tersebut merupakan konten video yang terakhir pada tahun 2020.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penunjang yang berkaitan dengan masalah penelitian. Adapun data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari sumber buku, artikel, jurnal, serta sumber lain yang berkaitan dengan YouTube.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi dan studi dokumentasi.

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi secara tidak langsung yang dilakukan dengan cara menonton tiga konten sesuai dengan judul yang telah dipaparkan diatas untuk mencari pesan dakwah informatif, persuasif, dan juga hiburan.

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan catatan, naskah, foto atau pun video dari judul-judul konten yang dijadikan bahan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji objek kajian dengan melewati proses “*coding*” atau pengkodean. Hal ini didasarkan pada metode kualitatif, dimana penelitian analisis isi kualitatif ini dipakai untuk memperoleh data secara mendetail, maka objek kajian pada penelitian ini berfokus terhadap isi pesan.

Berikut langkah-langkah yang dilakukan:

- a. Mengobservasi dan memeriksa data (isi pesan konten dalam channel YouTube YtCrash Islam) dengan membuat tabel sesuai karakteristik dan menyusunnya secara berurutan sesuai fokus penelitian.
- b. Proses *coding* terhadap data yang telah ada (isi pesan konten dalam channel YouTube YtCrash Islam).
- c. Menganalisis data (isi pesan konten dalam channel YouTube YtCrash Islam) dengan melakukan klasifikasi sesuai karakteristik pesan dakwah yang telah ditentukan sebelumnya.
- d. Menarik kesimpulan dari data (isi pesan konten dalam channel YouTube YtCrash Islam) yang disusun menjadi laporan penelitian.