

PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM

Abd Bari¹, Kun Wazis², Siti Raudhatul Jannah³

^{1,2,3} Pascasarjana UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jawa Timur, Indonesia

¹ mohbari07@gmail.com, ² kunwazis@uinkhas.ac.id, ³ jannahuinjember@gmail.com

Abstrak

YouTube telah menjadi platform media sosial yang populer untuk penyebaran dakwah Islam. Jurnal ini bertujuan untuk meneliti bagaimana YouTube digunakan sebagai ladang penyebaran dakwah Islam, dengan fokus pada konten, audiens, dan dampaknya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, termasuk analisis konten, dan survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube telah menjadi platform yang efektif untuk penyebaran dakwah Islam, dengan berbagai konten dakwah yang tersedia dan audiens yang beragam. Dakwah di YouTube memiliki dampak positif dan negatif, seperti meningkatkan pemahaman agama Islam, memperkuat rasa persaudaraan umat Islam, namun juga dapat menjadi sumber informasi yang salah dan misinformasi. Penelitian ini mengeksplorasi peran YouTube sebagai ladang utama dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. YouTube, sebagai salah satu platform media sosial terbesar, memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens global. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi efektivitas dakwah melalui YouTube, termasuk keberagaman konten, penggunaan strategi pemasaran digital, serta dampak positif dan tantangan dalam penggunaan platform ini. Studi ini juga menyoroti pentingnya kebijaksanaan dalam memilih dan mengonsumsi konten dakwah, mengingat risiko informasi yang tidak akurat atau menyesatkan. Dengan analisis mendalam terhadap fenomena ini, penelitian ini berupaya untuk memberikan wawasan tentang bagaimana YouTube tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan ajaran Islam, tetapi juga untuk memperluas pemahaman tentang nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat global yang semakin terhubung secara digital.

Kata Kunci: YouTube, Penyebaran, Islam

Abstract

YouTube has become a popular social media platform for Islamic proselytization. This journal aims to examine how YouTube is used as a platform for spreading Islamic propagation, focusing on its content, audience, and impact. The research utilizes qualitative methods, including content analysis, and surveys. The results show that YouTube has become an effective platform for the spread of Islamic preaching, with a variety of preaching content available and a diverse audience. Da'wah on YouTube has both positive and negative impacts, such as increasing the understanding of Islam, strengthening the sense of brotherhood of Muslims, but it can also be a source of misinformation and misinformation. This research explores the role of YouTube as a key field in the dissemination of Islamic da'wah in the digital era. YouTube, as one of the largest social media platforms, makes it easy to deliver religious messages to a global audience. The research identifies several key factors that influence the effectiveness of da'wah through YouTube, including content diversity, the use of digital marketing strategies, and the positive impacts and challenges of using the platform. The study also highlights the importance of discretion in selecting and consuming proselytizing content, given the risk of inaccurate or misleading information. With an in-depth analysis of this phenomenon, this study seeks to provide insights into how YouTube has not only become a tool for spreading Islamic teachings, but also for expanding understanding of religious values in an increasingly digitally connected global society.

Keywords: YouTube, Deployment, Da'wah



© Author(s) 2025

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal penyebaran dakwah Islam. Salah satu platform yang semakin populer dan efektif dalam menyebarkan dakwah adalah YouTube. Platform berbagi video ini memungkinkan konten dakwah Islam diakses oleh jutaan pengguna di seluruh dunia dengan mudah dan cepat. Selain itu, YouTube memberikan ruang yang luas bagi para dai atau penceramah Islam untuk menyampaikan pesan-pesan Islam melalui berbagai format, seperti ceramah, kajian, dan diskusi interaktif.¹

YouTube telah menjadi ladang dakwah yang strategis karena beberapa alasan utama. Pertama, platform ini memiliki jangkauan audiens yang sangat luas. Menurut statistik terbaru, YouTube memiliki lebih dari 2 miliar pengguna aktif bulanan yang berasal dari berbagai latar belakang budaya dan agama. Ini berarti pesan dakwah yang disampaikan melalui YouTube memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang sangat beragam dan tidak terbatas oleh batasan geografis. Kedua, fleksibilitas dalam penyajian konten di YouTube memungkinkan para dai untuk menyampaikan materi dakwah dengan cara yang lebih kreatif dan menarik. Misalnya, ceramah agama dapat dikemas dalam bentuk video animasi, vlog, atau bahkan seri web yang menarik. Konten-konten ini tidak hanya mengedukasi tetapi juga menghibur, sehingga lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Ketiga, interaksi langsung dengan audiens melalui fitur komentar dan live streaming menjadi keunggulan tersendiri. Fitur-fitur ini memungkinkan para dai untuk berkomunikasi secara real-time dengan pemirsa, menjawab pertanyaan, dan mengklarifikasi ajaran-ajaran Islam yang mungkin masih kurang dipahami. Interaksi ini tidak hanya memperkuat hubungan antara dai dan audiens, tetapi juga membangun komunitas online yang aktif dalam berdialog dan berbagi pemahaman tentang Islam.²

Namun, meskipun memiliki banyak keunggulan, pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah adanya konten yang tidak sesuai dengan ajaran Islam atau bahkan yang menyesatkan. Di era digital ini, setiap

¹ Al-Qurtuby, S. "Islamic Preaching and Online Da'wah in Indonesia." *International Journal of Cyber Criminology*, Vol. 10, No. 1, 2016: 35-54.

² Bunt, G. R. "Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority." *University of North Carolina Press*. 2018: 78

orang bisa mengunggah konten ke YouTube tanpa melalui proses verifikasi yang ketat. Akibatnya, terdapat risiko munculnya informasi yang tidak akurat atau bahkan hoaks yang dapat membingungkan audiens.

Selain itu, tantangan lainnya adalah memastikan kualitas dan akurasi dari materi dakwah yang disampaikan. Para dai perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam dan kemampuan komunikasi yang baik untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan benar. Mereka juga harus peka terhadap isu-isu kontemporer dan bagaimana isu-isu tersebut berkaitan dengan ajaran Islam, agar pesan dakwah yang disampaikan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens.³

Suasana yang kondusif untuk penyebaran dakwah digital telah dibangun oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Selain digunakan untuk kontak sosial, platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok juga digunakan untuk mempromosikan cita-cita Islam. Pengguna internet global dapat dengan mudah mengakses berbagai konten dakwah, termasuk teks, foto, video, dan siaran langsung. Hal ini memberikan kesempatan kepada para da'i untuk menyajikan ajaran agama dengan cara yang lebih imajinatif dan menarik. Namun demikian, meskipun memiliki banyak manfaat, dakwah digital juga memiliki beberapa kekurangan.

Salah satunya adalah kebenaran dan ketepatan informasi yang dibagikan. Konten yang tidak terverifikasi atau bahkan menipu sering muncul di dunia maya karena mudahnya informasi dibagikan. Oleh karena itu, para da'i harus berhati-hati dan memastikan bahwa pesan yang mereka sebarkan sesuai dengan ajaran Islam.

Konten dakwah digital juga harus mampu bersaing dengan jenis konten lain yang juga tersedia secara online. Agar tetap aktual dan menarik bagi masyarakat, da'i harus terus menemukan cara-cara baru untuk menawarkan konten dakwah. Rahasia sukses dalam dakwah digital adalah memiliki kesadaran menyeluruh tentang preferensi dan karakter audiens Anda. Seorang da'i harus tahu bagaimana cara menarik perhatian audiens, mempertahankan minat mereka, dan menciptakan komunitas yang hidup dan penuh percakapan.

Oleh karena itu, peneliti memilih judul lagi sebab YouTube merupakan salah satu platform media sosial terbesar dan paling populer di dunia saat ini. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar dan tersebar di berbagai negara, YouTube menjadi wadah yang potensial untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam secara global. Serta, dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, cara-cara tradisional penyampaian dakwah telah bergeser menuju media digital YouTube tidak hanya memungkinkan penyebaran dakwah secara lebih luas, tetapi juga memberikan fleksibilitas dalam menyajikan konten dakwah dengan berbagai format

³ Echchaibi, N. "From Audio Tapes to Video Blogs: The Delocalisation of Authority in Islam." *Nations and Nationalism*, Vol. 19, No. 1, 2013: 45-66.

dan gaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana YouTube dapat berfungsi sebagai ladang penyebaran dakwah Islam, serta mengevaluasi dampak dan tantangan yang dihadapi dalam penggunaan platform ini. Penelitian ini akan meneliti berbagai aspek penggunaan YouTube untuk dakwah, mulai dari jenis konten yang paling efektif, cara interaksi dengan audiens, hingga strategi mengatasi tantangan yang ada. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan metode dakwah Islam yang lebih efektif dan adaptif di era digital.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui penyebaran dakwah Islam dalam Mengelola Industri Media Dakwah adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Denzin dan Lincoln, adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan maksud untuk menginterpretasikan fenomena yang terjadi dengan cara yang melibatkan beberapa metode yang ada.⁴

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan analisis induktif. Penekanan ditempatkan pada proses penelitian dan penggunaan landasan teori agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori juga berguna untuk menyajikan gambaran latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.⁵

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrumen, menganalisis, yaitu peneliti sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus mempunyai bekal dasar teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, memotret, dan menganalisis serta mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap situasi sosial yang diteliti, maka teknik pengumpulan data bersifat triangulasi, yaitu menggunakan berbagai teknik pengumpulan data secara gabungan.⁶

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makna Dakwah Islam

Dakwah berasal dari kata dalam bahasa Arab "*da'a*", "*yad'u*", dan "*da'watan*", yang memiliki arti memanggil, mengajak, dan menyeru. Secara etimologi, dakwah dapat diartikan

⁴ Albino Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 7.

⁵ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia), 6

⁶ M Ali Nasir, Kun Waziz, "Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Islam Dalam Menjaga Toletansi Umat Beragama di Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember", *Jurnal UIN Khas Jember*, 192.

melalui tiga konsep dasar: *An-nida'* (yang berarti memanggil atau mengundang), *Ad-du'a* (yang berarti menyeru atau mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu), *Ad-da'wah ila qa'diyah* (yang berarti menegaskan atau memperkuat suatu pernyataan atau tujuan). Banyak ahli dalam bidang dakwah yang telah memberikan definisi mengenai konsep dakwah. Berikut adalah beberapa di antaranya; Menurut Syekh Ali Mahfuzh, dakwah adalah proses mendorong orang lain untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk yang benar.⁷ Hal ini melibatkan menyuruh mereka untuk melakukan perbuatan baik dan menjauhi perbuatan buruk (munkar), sehingga mereka bisa mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Menurut Sudirman yang dikutip oleh Abdul Rosyad Shaleh, adalah usaha untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Tujuannya adalah untuk membangun masyarakat yang sesuai dengan ajaran Islam dan mendapatkan ridha Allah SWT.⁸ Sedangkan, Toha Yahya Umar mendefinisikan dakwah sebagai upaya untuk mengajak manusia dengan cara yang bijaksana ke jalan yang benar, sesuai dengan perintah Allah SWT. Dakwah ini dilakukan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat. Dengan demikian, dakwah merupakan usaha menyebarkan ajaran Islam dengan cara yang bijaksana dan penuh hikmah. Tujuannya adalah untuk mengajak manusia melakukan kebaikan, menjauhi keburukan, dan mencapai kebahagiaan serta keridhaan Allah SWT, baik di dunia maupun di akhirat. Dakwah tidak hanya sebatas menyampaikan pesan-pesan agama, tetapi juga menginspirasi dan mempengaruhi orang lain untuk mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.⁹

Menurut Toto Tasmara dalam bukunya "Komunikasi Dakwah", dakwah pada dasarnya adalah suatu bentuk komunikasi, tetapi dengan karakteristik yang unik. Dakwah dan komunikasi memiliki tujuan serupa: keduanya berupaya mempengaruhi partisipasi penerima pesan (komunikan) untuk bertindak dan berperilaku sesuai dengan keinginan pengirim pesan (komunikator), sesuai dengan konten pesan yang disampaikan. Dalam era globalisasi, metode dan media dakwah mengalami perkembangan signifikan.

Menyampaikan pelajaran agama kepada orang atau kelompok untuk meningkatkan pemahaman, penghayatan, dan penerapan prinsip-prinsip Islam dikenal sebagai dakwah dalam Islam. Komunikasi yang efektif adalah komponen kunci dari dakwah, di mana pesan disampaikan dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh audiens.¹⁰ Unsur-unsur komunikasi, termasuk pengirim (da'i), pesan, media, penerima (mad'u), dan umpan balik, sangat penting untuk efektivitas dakwah, menurut teori komunikasi. Dakwah berasal dari bahasa Arab "*da'wa*," yang

⁷ Ahmad Tamrin Sikumbang, "YouTube as a Da'wah Media", *Jurnal Al-Bayan*, Vol. 26, No. 2, 2020: 270

⁸ Abdul Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), 9

⁹ Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1995), 7

¹⁰ Ali, A. A. "Digital Da'wah: The Role of Social Media in Spreading Islamic Messages", *Journal of Islamic Studies*, 2019: 123-135.

berarti “panggilan” atau “seruan.” Dakwah, seperti yang digunakan dalam konteks Islam, adalah tindakan mempromosikan ajaran Islam dan mendorong orang lain untuk memahami, menjunjung tinggi, dan menerapkan prinsip-prinsipnya. Dakwah mencakup berbagai kegiatan yang dimaksudkan untuk mengangkat dan membangun masyarakat sesuai dengan cita-cita Islam, selain ceramah dan khotbah.

Dakwah kini tidak hanya disampaikan melalui cara-cara tradisional tetapi juga melalui media modern.¹¹ Fenomena ini memberikan peluang besar bagi dakwah Islam untuk menyebarkan ajaran-ajarannya secara lebih luas di seluruh dunia. Salah satu media yang sangat efektif untuk tujuan ini adalah YouTube. Platform ini sangat populer di Indonesia, dengan jumlah pengguna yang terus meningkat setiap tahunnya, sehingga menjadi alat yang ideal untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Media berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dari pengirim (komunikator) kepada audiens (khalayak). Media ini mencakup berbagai bentuk alat komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Selain itu, media dalam konteks komunikasi juga meliputi media antar pribadi (komunikasi langsung), media kelompok, media publik, dan media massa.

Dalam Surat An-Nahl ayat 125 memberikan wawasan tentang metode dakwah yang mencakup tiga aspek penting. Berikut adalah penjelasan dari setiap aspek tersebut:¹²

1. *Al-Hikmah* (Kebijaksanaan)

Dalam konteks dakwah, *Al-Hikmah* berarti menggunakan kebijaksanaan, kecerdasan emosional, serta pendekatan yang halus dan penuh empati. Ini mencakup sikap bijak, kebajikan moral, serta kemampuan untuk menarik orang lain kepada ajaran agama dengan cara yang menginspirasi dan tidak memaksa. *Bil Hikmah* memiliki berbagai makna, salah satunya adalah "kekuatan kebenaran" dan "ketajaman dalam menilai kebenaran". Dalam dakwah, *Bil Hikmah* mengacu pada kepekaan dan kebijaksanaan dalam memilih cara dan tujuan yang tepat untuk mengajak orang lain memahami dan mengikuti Islam.

2. *Al-Mau'idzah Al-Hasanah* (Nasihat yang Baik)

Al-Mau'idzah Al-Hasanah berarti memberikan nasihat atau pengajaran yang baik dan penuh kasih sayang. Nasihat ini disampaikan dengan cara yang lembut dan penuh pengertian, sehingga dapat diterima dengan baik oleh audiens. Tujuannya adalah untuk mendorong perubahan positif dalam diri mereka tanpa menimbulkan rasa keterpaksaan atau ketidaknyamanan.

¹¹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 39.

¹² Ridzuan, *Memahami Etika Dakwah Lintas Budaya*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2009), 8.

3. *Wajadilhum Billati Hiya Ahsan* (Berdebat dengan Cara yang Terbaik)

Berdebat dengan cara yang terbaik berarti berdiskusi atau berargumen dengan cara yang santun dan penuh rasa hormat. Ini melibatkan penggunaan logika dan argumen yang kuat, tetapi disampaikan dengan cara yang tidak merendahkan atau menyinggung pihak lain. Tujuannya adalah untuk mencapai pemahaman yang lebih baik, bukan untuk memenangkan perdebatan semata.

Metode dakwah yang diajarkan dalam surat An-Nahl ayat 125 menekankan pentingnya pendekatan yang bijaksana, nasihat yang baik, dan diskusi yang penuh hormat. Pendekatan ini dirancang untuk memaksimalkan dampak positif dari dakwah, mendorong orang lain untuk memahami dan menerima ajaran Islam dengan hati terbuka dan pikiran yang terbimbing oleh kebenaran dan kebaikan. Dakwah memiliki berbagai cara untuk mengajak umat Islam berbuat baik dengan cara yang baik dan bijaksana. Karena Islam adalah agama yang dibawa oleh Nabi Saw dengan penuh kedaiman dan tanpa ada paksaan. Dengan hal ini dapat membuat mad'u atau objek dakwah dengan sendirinya sadar akan menjalani dan melaksanakan apa yang menjadi perintah-Nya dan menjauhi segala Larangan-Nya.

Peran YouTube Sebagai Media Dakwah Islam

Cara orang berkomunikasi telah sepenuhnya diubah oleh media digital. Komunikasi dua arah dan distribusi informasi yang cepat dan luas dimungkinkan oleh platform digital. Teori media baru menyatakan bahwa interaktivitas, hipertekstualitas, dan konvergensi adalah karakteristik media digital. Melalui interaksi, audiens dapat memberikan masukan selain menerima pesan. Kemampuan untuk mengakses materi secara non-linear melalui tautan dikenal sebagai hipertekstualitas. Penggabungan beberapa media ke dalam satu platform disebut sebagai konvergensi. Istilah "media digital" menggambarkan metode komunikasi yang mentransmisikan informasi melalui teknologi digital. Hal ini mencakup berbagai platform, termasuk media sosial, aplikasi seluler, internet, dan perangkat elektronik lainnya. Media digital adalah instrumen yang sangat kuat dalam komunikasi kontemporer karena memungkinkan distribusi informasi yang cepat, luas, dan interaktif.

Kualitas khas media digital yang membedakannya dari media tradisional disoroti oleh teori media baru. Di antara kualitas-kualitas penting tersebut adalah:¹³

1. Interaktivitas: Kapasitas audiens untuk terlibat dengan pesan dan materi melalui tindakan seperti berbagi, berkomentar, dan ikut serta dalam percakapan.

¹³ Effendy, O. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 95.

2. Hipertekstualitas: Audiens dapat mengakses informasi melalui hubungan yang saling terhubung berkat struktur non-linear.
3. Konvergensi: Ketika beberapa media (teks, audio, dan video) digabungkan untuk menciptakan satu platform digital.
4. Multimodalitas: Penggunaan beberapa modalitas komunikasi (audio, visual, dan verbal) secara simultan untuk menyampaikan pesan.

Media dakwah merupakan alat atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah dari da'i (penyampai dakwah) kepada *mad'u* (penerima dakwah). Ada berbagai jenis media yang dapat digunakan untuk berdakwah. Dalam konteks modern, media yang sering digunakan meliputi televisi, internet termasuk platform seperti YouTube serta surat kabar, majalah, radio, dan rekaman audio atau video. Media massa memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam dakwah, karena mampu mempengaruhi persepsi dan perilaku Islami dalam masyarakat. Kekuatan media massa terletak pada kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan membentuk opini publik.¹⁴ YouTube telah mengalami perkembangan pesat sejak tahun 2006 dan kini menjadi salah satu media paling populer di dunia. Awalnya, platform ini hanya digunakan untuk mengunggah video sederhana, namun sekarang telah berkembang menjadi media yang memungkinkan streaming langsung (live streaming) dan menjadi alat yang efektif untuk berdakwah. Penelitian ini dapat mendeskripsikan bagaimana YouTube sebagai platform media sosial memengaruhi penyebaran dakwah dibandingkan dengan metode tradisional seperti ceramah di masjid atau media cetak.¹⁵ YouTube memiliki peran penting dalam dunia dakwah, antara lain:

1. YouTube mudah digunakan dan dapat diakses oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Penggunaannya yang intuitif membuat platform ini ideal untuk berbagi berbagai jenis konten video, termasuk konten dakwah.
2. YouTube menawarkan berbagai macam konten video yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan minat penonton. Hal ini memungkinkan da'i untuk menyajikan ceramah atau materi dakwah dalam format yang menarik dan mudah dipahami.
3. Seperti televisi, YouTube memungkinkan pengguna untuk menonton video kapan saja dan di mana saja, tetapi dengan lebih banyak fleksibilitas dalam pemilihan konten. Pengguna dapat mencari video dakwah spesifik sesuai dengan topik yang ingin dipelajari.

Sebagai media dakwah, YouTube menawarkan kemudahan dalam menyampaikan dan mengakses pesan-pesan Islami. Kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan

¹⁴ Acep Aripuddin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Ceremai*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 13

¹⁵ Ahmad Tamrin Sikumbang, "YouTube as a Da'wah Media", 282

beragam membuatnya menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan dakwah. Dengan YouTube, da'i dapat menyajikan video ceramah, tutorial, dan berbagai bentuk konten edukatif yang dapat membantu memperdalam pemahaman dan praktek keagamaan bagi penonton di seluruh dunia.

Para ustadz dan da'i menggunakan YouTube untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam secara efektif. Dengan adanya YouTube, pesan-pesan dakwah dapat disebarluaskan ke seluruh dunia kapan saja, dan dapat diakses dengan mudah oleh pengguna media sosial di mana pun mereka berada. Ini memberikan fleksibilitas dan aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya dalam sejarah dakwah, memungkinkan pengajaran Islam disampaikan dengan cara yang relevan dan menarik bagi audiens modern. Akan tetapi, penggunaan YouTube tidak terlepas dari beberapa prolematika seperti:

1. Tidak semua konten yang diunggah di YouTube berasal dari ulama atau tokoh agama yang memiliki otoritas dan keilmuan yang memadai. Hal ini menyebabkan risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan tentang ajaran Islam. Dalam konteks dakwah, keaslian dan kebenaran pesan yang disampaikan sangat krusial. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk memastikan bahwa konten dakwah yang disebarluaskan memiliki basis keilmuan yang kuat dan dapat dipercaya.
2. YouTube adalah platform yang sangat luas dan inklusif, memuat berbagai jenis konten, termasuk yang menentang atau memberikan pandangan negatif tentang Islam. Ini bisa mempengaruhi persepsi penonton yang belum memiliki pengetahuan mendalam tentang Islam, atau yang mencari panduan spiritual. Oleh karena itu, penonton perlu memiliki kebijaksanaan dan kemampuan kritis dalam menilai dan memilih sumber informasi yang mereka konsumsi.
3. Algoritma YouTube menentukan apa yang dilihat oleh pengguna berdasarkan preferensi mereka, yang berarti konten dakwah mungkin tidak selalu mendapatkan visibilitas yang diinginkan tanpa strategi pemasaran yang efektif.

Oleh sebab itu, penggunaan YouTube juga perlu diperhatikan mengenai segala tantangan serta problematikanya, yang mana YouTube bisa menjadi media yang sangat efektif untuk berdakwah di era digital ini. Dakwah, yang bertujuan untuk mengajak orang menuju kebaikan, tidak lagi terbatas pada interaksi fisik dari satu tempat ke tempat lain. Memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial, seperti YouTube, memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas tanpa hambatan geografis.

Hal tersebut selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Farid Amiruddin pada tahun 2022, dengan judul penelitian "Pemanfaatan YouTube Sebagai Media

Dakwah (Analisis Konten Dalam Video Sketsa di Channel NU Online)”, hasil penelitian yang diperoleh bahwa YouTube dapat dijadikan salah satu pilihan media berdakwah. Selain itu, kemajuan dakwah juga adalah tidak melulu berdakwah secara monolog tetapi mengemasnya dengan bermacam macam konten, salah satunya dengan jenis konten video sketsa sehingga masyarakat lebih fokus untuk melihatnya. Karena durasi lebih singkat, fleksibel tidak menghabiskan banyak waktu dan langsung ke inti pesan dakwah.¹⁶ Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini sebab mengkaji serta menganalisis terkait urgensi YouTube sebagai media penyebaran dakwah Islam. Selain itu juga terdapat penelitian yang dilakukan oleh Suhendrik pada tahun 2021, dengan judul “Peran YouTube Dalam Pengembangan Da’wah Islam Dan Penyebaran Paham Keagamaan (Studi Channel Kh Syakur Yasin Ma/ Wamimma TV)”, hasil penelitian yang diperoleh Penerapan dakwah kanal YouTube Channel KH Syakur Yasin MA/ Wamimma TV dianggap sangat mempermudah dan efisien. Penyampaian maupun konten dakwah mudah untuk dipahami oleh masyarakat, hal tersebut dikarenakan masyarakat mampu mencari apa saja materi dakwah yang diinginkan maupun dibutuhkan dalam konten-konten video Islami berupa video ceramah Islam yang ada dalam media YouTube.¹⁷ Hal tersebut mengandung kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti sebab obyek yang dianalisis mengenai media penyampaian dakwah Islam melalui YouTube serta peran penting didalamnya.

YouTube sebagai ladang penyebaran dakwah Islam menawarkan peluang yang luar biasa untuk menyebarkan ajaran agama dengan cara yang inovatif, inklusif, dan global. Namun, penelitian ini juga perlu mempertimbangkan tantangan-tantangan yang muncul, seperti menjaga keaslian pesan dan navigasi etika dalam platform media sosial. Menyelidiki keunikan ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana Islam dapat disampaikan dan diterima di era digital yang terus berkembang. Selain itu, peneliti memilih judul lagi sebab YouTube adalah salah satu platform media sosial terbesar dan paling populer di dunia saat ini. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar dan tersebar di berbagai negara, YouTube menjadi wadah yang potensial untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam secara global. Serta, dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, cara-cara tradisional penyampaian dakwah telah bergeser menuju media digital YouTube tidak hanya memungkinkan penyebaran dakwah secara lebih luas, tetapi juga memberikan fleksibilitas dalam menyajikan konten dakwah dengan berbagai format dan gaya.

¹⁶ Muhammad Farid Amiruddin, “Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Dakwah (Analisis Konten Dalam Video Sketsa di Channel NU Online)”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 1, 2022: 13.

¹⁷ Suhendrik, “Peran YouTube Dalam Pengembangan Da’wah Islam Dan Penyebaran Paham Keagamaan (Studi Channel Kh Syakur Yasin Ma/Wamimma TV)”, *Jurnal Risalah*, Vol. 7, No. 1, 2021: 14.

KESIMPULAN

Media YouTube adalah platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat, menjadi tempat bagi berbagai kalangan untuk berbagi ide, gagasan, dan imajinasi melalui video. YouTube tidak hanya memfasilitasi penyampaian konten hiburan, tetapi juga memungkinkan nilai-nilai kebaikan disampaikan, sesuai dengan tujuan dakwah yang mengajak ke arah kebaikan. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang geografis tertentu, tetapi dapat memanfaatkan kemajuan media sosial seperti YouTube untuk mencapai audiens global. Banyak ustadz dan da'i memanfaatkan YouTube sebagai sarana untuk menyebarkan ajaran-ajaran Islam, memanfaatkan kemudahan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens di seluruh dunia, tanpa terikat oleh batasan waktu atau lokasi geografis, dengan mudah diakses oleh pengguna media sosial di mana pun mereka berada.

DAFTAR PUSTAKA

- Albino Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018
- Ali, A. A. "Digital Da'wah: The Role of Social Media in Spreading Islamic Messages", *Journal of Islamic Studies*, 2019.
- Al-Qurtuby, S. "Islamic Preaching and Online Da'wah in Indonesia." *International Journal of Cyber Criminology*, Vol. 10, No. 1, 2016.
- Amirudin, Muhammad Farid, "Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Dakwah (Analisis Konten Dalam Video Sketsa di Channel NU Online)", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 1, 2022.
- Aripuddin, Acep. *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Ceremai*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Bunt, G. R. "Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority." *University of North Carolina Press*. 2018.
- Echchaibi, N. "From Audio Tapes to Video Blogs: The Delocalisation of Authority in Islam." *Nations and Nationalism*, Vol. 19, No. 1, 2013.
- Effendy, O. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Nasir, M. Ali, Kun Waziz, *Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Islam Dalam Menjaga Toletansi Umat Beragama di Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember*. Jurnal UIN Khas Jember.
- Ridzuan, *Memahami Etika Dakwah Lintas Budaya*, Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2009.
- Rosyad Shaleh, Abdul. *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1993.
- Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2014.
- Suhendrik, "Peran YouTube Dalam Pengembangan Da'wah Islam Dan Penyebaran Paham Keagamaan (Studi Channel Kh Syakur Yasin Ma/ Wamimma TV)", *Jurnal Risalah*, Vol. 7, No. 1, 2021.
- Tamrin Sikumbang, Ahmad, "YouTube as a Da'wah Media", *Jurnal Al-Bayan*, Vol. 26, No. 2, 2020.

Abd Bari, Kun Wazis, Siti Raudhatul Jannah: Pemanfaatan YouTube sebagai Media Dakwah Islam

Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.

Yahya Umar, Toha, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Bulan Bintang, 1995.