

Analisis Peran YouTube Sebagai Media Komunikasi Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam

¹Dina Alfiana, ²Waizul Qarni, ³Muhammad Habibi Siregar

¹Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, dina0103161001@uinsu.ac.id

²Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, waizulqarni@uinsu.ac.id

³Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, m.habibi.siregar@uinsu.ac.id

Corresponding Mail Author: dinaalfiana.dalf@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to analyze the role of YouTube as a Da'wah Communication Media in the Development of Islamic Society. Da'wah is the process of changing one's thoughts, behavior and feelings for the better. YouTube is a strategic communication medium for conveying da'wah to the Islamic community today. This type of research is qualitative with data collection methods using library research. The results of the study show that the use of YouTube as a means of da'wah communication is quite helpful in the development of today's Islamic society.

Keywords: Youtube, Da'wah Communication, Development Of Islamic Society.

Pendahuluan

Manusia saling berinteraksi dengan cara berkomunikasi. Tanpa komunikasi manusia tidak dapat berkembang, bisa dibayangkan jika manusia tanpa komunikasi, maka kehidupan dunia ini akan terasa sepi. Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu membutuhkan komunikasi dengan orang lain untuk berinteraksi dan berkomunikasi.

Berinteraksi dengan sesama manusia adalah sebagai bentuk eksistensi dan penguatan diri bahwa manusia terus berkembang dan mengalami kemajuan.

Manusia diciptakan ke muka bumi dengan sebaik-baik bentuk. Allah SWT menciptakan setiap hambanya dengan berbagai potensi yang ada pada dirinya, potensi tersebut harus dikembangkan terus-menerus sebagai bentuk rasa syukur kepada-Nya. Potensi tersebut dapat dikembangkan dengan melakukan hal-hal yang positif, salah satunya adalah dengan kegiatan berdakwah.

Kegiatan dakwah memantapkan fokus pada pengembangan dan penyampaian dakwah atau lebih dikenal dengan komunikasi dakwah.

Komunikasi dakwah merupakan salah satu hal yang penting untuk kegiatan dakwah. Keberhasilan kegiatan dakwah tergantung dari bentuk penyampaian pesan yang dilakukan. Komunikasi dakwah dalam hal ini dalam bentuk kajian mingguan atau harian dan diskusi yang dilakukan guna membuat pesan menjadi lebih efektif atau sampai tepat pada penerimanya (Nur, 2019).

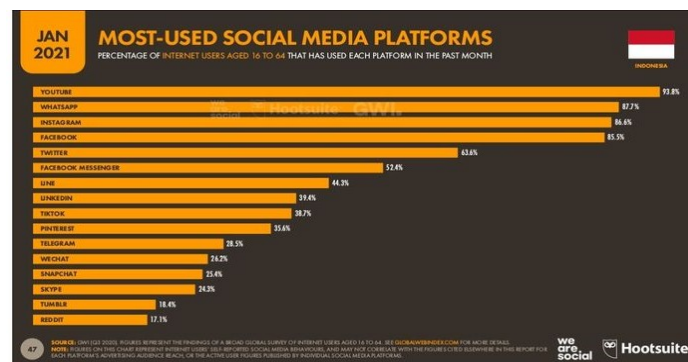
Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat

atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Wahyullahi, 2010).

Di zaman teknologi sekarang ini, ada banyak cara yang bisa dilakukan dalam menyampaikan dakwah. Berbeda pada waktu ketika manusia belum menggunakan media komunikasi bahkan belum mengenal teknologi. Dewasa ini masyarakat banyak menaruh perhatian pada media sosial. Hal ini tentu saja merupakan sebuah fenomena yang tidak terelakkan dan menjadi tantangan tersendiri dalam penyampaian pesan dakwah. Pesan dakwah yang dikemas menarik sehingga dapat meraih perhatian masyarakat luas, diharapkan bisa menjadi penyampaian pesan yang efektif di masa sekarang.

Pada saat sekarang ini, banyak media sosial yang dimiliki seseorang untuk berkomunikasi, bahkan sosial media sebagai sebuah lifestyle. Dengan media sosial, maka pesan-pesan dakwah dapat disebarluaskan dengan mudah dan efektif seperti ayat-ayat Al-qur'an dan tulisan-tulisan bisa menjangkau sampai ke seluruh penjuru dunia. Sebagaimana diketahui bersama bahwa dakwah adalah salah satu kewajiban yang harus dilakukan setiap umat muslim meskipun menyampaikannya hanya dengan satu ayat.

Media sosial yang populer dan sering digunakan misalnya WhatsApp, Instagram, Facebook, path, line, twitter, YouTube dan media sosial lainnya. Lister dan kawan-kawan yang dikutip Rulli Nasrullah menjelaskan bahwa, youtube merupakan media sosial dengan konten berbagi video, di mana semua pengguna dapat mencari informasi melalui kanal yang ada, bahkan dapat membuat kanal sendiri. Dari kanal tersebutlah, penyebaran informasi seperti proses produksi pada stasiun YouTube di perangkat televisi namun, dikemas dalam media sosial. 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. Bahkan 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.



Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia

Hal ini menandakan YouTube sebagai platform populer yang akan terus digunakan oleh masyarakat, tidak terkecuali sebagai media pembelajaran dan 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 Handayekti (UMH), dan Felix Siau (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.

Sepintas dengan itu, dakwah Islam bertujuan memperbaiki sistem sosial, yang selama ini membagi-bagi manusia menjadi tuan dan budak, kaya dan miskin. Dakwah membebaskan kelompok-kelompok yang termarginalkan seperti kaum perempuan dan anak-anak. Islam mengajarkan bahwa semua manusia itu sama kedudukan (hak dan kewajibannya) di hadapan Allah Swt, yang membedakan manusia dengan manusia lainnya adalah ketakwaan. Sedangkan kata pengembangan masyarakat berorientasi pada perbaikan struktur-struktur sosial yang ada pada masyarakat untuk mengkoordinasikan seluruh kehidupan sosial dalam upaya pemenuhan kebutuhan. Struktur sosial yang selama ini memihak kepentingan kaum hartawan dan penguasa, dan merugikan rakyat lemah. Sistem yang selama ini menimbulkan ketertindasan rakyat miskin. Dengan demikian, pengembangan masyarakat berorientasi pada perubahan yang direncanakan (rekayasa sosial) untuk merubah sistem sosial yang selama ini merugikan kelompok tertindas, yang menyebabkan muncul upaya memiskinkan, ketidakberdayaan dan ketidakadilan sosial (Dianto, 2018). Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis Peran YouTube sebagai Media Komunikasi Dakwah dalam Perkembangan Masyarakat Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan dokumen dalam bentuk studi pustaka, yaitu penelitian yang didasarkan pada informasi dari studi kepustakaan seperti buku, jurnal, dan penelitian ilmiah lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber data penelitian ini menggunakan buku-buku dan jurnal yang relevan terhadap Komunikasi Dakwah dalam Perkembangan Masyarakat Islam. Teknik analisis data dilakukan dengan cara menggunakan pendekatan content analysis dengan tujuan menganalisis peran YouTube sebagai media komunikasi dakwah dalam perkembangan masyarakat Islam. Pengecekan data dalam penelitian ini menggunakan bahan referensi yang telah dikumpulkan.

Hasil Dan Pembahasan

YouTube Sebagai Media

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 Adoba Flash Video dan HTML 5 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 (Edi, 2017).

Seperti yang dapat kita temukan, YouTube memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Hal ini membuat popularitas YouTube menjadi lebih meningkat karena menambah

variasi pada setiap tampilannya. Tidak ada pembatasan durasi yang diberikan oleh YouTube, membuat nilai tambah lagi YouTube dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Instagram yang hanya berdurasi sekitar 1 menit. Sehingga banyak masyarakat lebih memilih Youtube sebagai mediana (Aisyah, 2017).

Komunikasi Dakwah

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*).

Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna atau pesan dianut secara sama.

Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih, sehingga peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman atau bahkan jin. Komunikasi adalah Upaya untuk membuat pendapat/ide, menyatakan perasaan, agar diketahui atau dipahami oleh orang lain dan Kemampuan untuk menyampaikan informasi/pesan dari Komunikator ke Komunikan melalui saluran/media dengan harapan mendapatkan umpan balik. Unsur-unsur yang ada dalam Komunikasi adalah Komunikator, Pesan, Channel/Media, Komunikan dan Respon/*Feedback*. (Mulyana, 2015).

Sedangkan dakwah ditinjau dari segi bahasa, berasal dari bahasa Arab “da”-“wah”. Dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, 'ain, dan wawu. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi. Menurut Syaikh Muhammad al-Ghazali (dalam al-Bayanuni, 1993: 15), dakwah adalah “ Program sempurna yang menghimpun semua pengetahuan yang dibutuhkan oleh manusia di semua bidang, agar ia dapat memahami tujuan hidupnya serta menyelidiki petunjuk jalan yang mengarahkannya menjadi orang-orang yang mendapat petunjuk”. Dakwah dalam arti etimologi terkadang di gunakan untuk mengajak kepada kebaikan aatau kebenaran, dakwah yaitu mengajak kepada jaln ilahi dan jalan sebagaimana yang di contohkan Nabi Muhammad saw sebagai panutan dan tauladan (contoh) kita sebagai umatnya.

Komunikasi dakwah adalah komunikasi untuk memberikan informasi atau menyampaikan pesan tentang ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran dan hadits, yang tentu menjadi keharusan bagi semua umat Islam. Karena dakwah adalah perintah dari Allah Swt, yang harus di lakukan oleh semua hambanya yang mengikrarkan diri dengan kalimat, “laaailahaillallah” tiada tuhan selain Allah Swt, dengan dasar itulah semua umat Islam berkewajiban menyampaikan dakwah.

Dakwah dan komunikasi sangat erat hubungannya dan tidak bisa dipisahkan. Komunikasi mempunyai andil besar dalam kesuksesan penyampaian dakwah. Untuk bisa menyampaikan pesan, maksud dan informasi dibutuhkan komunikasi yang baik. Komunikasi dakwah merupakan bagian dari proses menyampaikan pesan dari komunikan (seseorang / kelompok orang) kepada orang lain (individu/kelompok) yang bersumber dari Al Qur'an dan hadis menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran islam, baik langsung secara ucapan maupun tidak langsung yakni melalui media.

Komunikasi dakwah yang baik sangat penting agar pesan bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat. Terlebih bagi kaum remaja yang begitu mudah terpengaruh dengan perkembangan budaya, diperlukan penguatan nilai-nilai agama. Pesan dakwah yang relevan perlu diberikan kepada mereka, agar mereka mampu membentengi diri dari pengaruh negatif budaya baru. Tidak berlebihan jika dakwah merupakan bagian yang cukup penting bagi masyarakat dewasa ini sebagai benteng dari krisis moral (Daulay, 2020).

Peran Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat Islam

Secara istilah, pengembangan berarti membina dan meningkatkan kualitas. Jim Ife menggunakan kata *development* yang menunjuk pada pengembangan. Dalam bukunya *Community Development* yang diterjemahkan oleh Sastrawan Manullang, Nurul Yakin, M. Nursyahid menyebutkan bahwa kata pengembangan atau pembangunan sama-sama diterjemahkan dari kata *development*.

Secara terminologi, pengembangan masyarakat Islam berarti mentransformasikan dan melembagakan semua segi ajaran Islam dalam kehidupan keluarga (*usrah*), kelompok sosial (*jamaah*), dan masyarakat (*ummah*). Menurut Amrullah Ahmad seperti dikutip oleh Nanih dan Agus, menyebutkan pengembangan masyarakat Islam adalah sistem tindakan nyata yang menawarkan alternatif model pemecahan masalah *ummah* dalam bidang sosial, ekonomi dan lingkungan dalam perspektif Islam. Dengan demikian, pengembangan masyarakat Islam merupakan model empiris pengembangan perilaku individual dan kolektif dalam dimensi amal shaleh (karya terbaik), dengan titik tekan pada pemecahan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Sasaran individual yaitu setiap individu masyarakat Islam dengan orientasi sumber daya manusia, sasaran komunal adalah kelompok atau komunitas masyarakat muslim dengan orientasi pengembangan sistem masyarakat, sasaran institusional adalah organisasi Islam dan pranata sosial kehidupan dengan orientasi pengembangan kualitas dan islamitas kelembagaan (Dianto, 2018).

Ditinjau dari tahapan pengembangan masyarakat berdasarkan dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah dalam membangun masyarakat Islam melalui dakwah, ada 3 tahap proses pengembangan masyarakat, antara lain (Riyadi, 2014):

1. Tahap pembentukan masyarakat Islam.
Pada tahap ini dakwah dilakukan dengan bil-lisan, dengan menitik beratkan pada penanaman dan pemantapan aqidah Islam.
2. Tahap kedua adalah pembinaan dan penataan. Pada tahap ini internalisasi dan eksternalisasi Islam muncul dalam bentuk institusionalisasi Islam secara komprehensif dalam realitas sosial.
3. Tahap kemandirian. Pada tahap ini munculnya masyarakat yang memiliki kualitas tinggi yang siap bersaing dengan masyarakat lain.

Peranan dakwah dalam pengembangan masyarakat Islam pernah dikaji oleh Ahmad Zaini dalam jurnal ilmiah, *Development Community* sebagai berikut : Dakwah untuk mengembangkan masyarakat Islam menjadi penting dilakukan agar umat dapat terbantu untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mereka. Bagaimana sebenarnya konsep dan tujuan pengembangan masyarakat Islam, etika yang harus dikedepankan dalam membangun masyarakat Islam dan bagaimana keyakinan keagamaan digunakan untuk menyentuh sisi keimanan masyarakat Islam. Karena itu, dakwah memiliki peranan yang penting bagi pengembangan masyarakat Islam (Zaini, 2016).

Analisis Peran YouTube Sebagai Media Komunikasi Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam

M. Yunan Yusuf sebagaimana dikutip Munir, menjelaskan bahwa dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil dengan wajah yang menarik, aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual dalam arti memecahkan masalah terkini yang hangat ditengah masyarakat. Faktual dalam arti konkret dan nyata serta sedang dihadapi masyarakat.

Dalam misinya, dakwah harus mampu mengubah masyarakat menjadi masyarakat yang lebih baik dari keadaan sebelumnya karena dakwah harus dilakukan secara teratur, intens, berkesinambungan, sistematis dan terstruktur. Dengan begitu, dakwah dapat membawa suatu perubahan menjadi baik dan lebih baik. Dakwah idealnya mampu membimbing dan memberi orientasi yang jelas kepada jamaahnya, baik secara individu maupun kelompok, yakni berorganisasi kepada jalan yang benar.

Dakwah sebagai seruan atau ajakan, membutuhkan teknik dan strategi komunikasi yang berkaitan dengan tugas utamanya untuk menyampaikan pesan-pesan ajaran agama sebagai suatu sistem budaya, karena berhadapan dengan masyarakat luas sebagai jamaah. Tuntutan kemampuan berkomunikasi dalam berdakwah menjadi sangat mutlak, ketika jamaah dakwah dalam era global saat ini sudah tidak lagi bisa dibatasi oleh dinding ruang dan waktu. Jamaah dakwah sudah semakin tersebar ke segala penjuru, sehingga membutuhkan media komunikasi yang handal.

Media komunikasi dakwah disini diartikan suatu alat atau perantara yang dapat di pakai dalam penyampaian dakwah kepada jamaah atau mitra dakwah. Media dalam kegiatan dakwah menjadi unsur terpenting untuk tersampainya dakwah. Perkembangan zaman ini media dapat berupa televisi, video streaming, media sosial, majalah, artikel ilmiah, surat kabar dan lain-lain. Pendakwah harus bisa mencari dan memiliki target dakwahnya sehingga dapat menentukan media mana yang dipakai untuk dapat diterima oleh mitra 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 menjadi lebih meningkat karena menambah variasi pada setiap tampilannya. Tidak ada pembatasan durasi yang diberikan oleh YouTube, membuat nilai tambah YouTube dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Instagram yang hanya berdurasi sekitar 1 menit. Sehingga banyak masyarakat lebih memilih Youtube sebagai medianya (Aisyah, 2017).

Selain itu terdapat beberapa karakteristik dari YouTube yang membuat banyak dari sebagian pengguna betah menggunakannya:

1. Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan youtube dengan beberapa media lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu seperti instagram, snapchat, dan sebagainya.
2. Sistem pengamanan yang mulai akurat. Youtubemembatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, illegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
3. Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral dimana-dimana, youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube

dan mendapatkan minimal 1000 viewers atau penonton maka akan diberikan honorarium.

4. Sistem offline. Youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu sistem offline. Sistem ini memudahkan para pengguna untuk memonton videonya pada saat offline tetapi sebelumnya video tersebut harus didownload terlebih dahulu.
5. Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video (Faiqah, 2016).

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 penceramah yang disukai serta tema yang sesuai dengan kebutuhan. YouTube memiliki kemampuan menyebarkan konten dakwah atau pengajian keseluruhan dunia dan bisa dilihat oleh banyak kalangan sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Dengan banyak jumlah penonton di YouTube para da'i atau ustadz memiliki akun YouTube pribadi dan dimanfaatkan untuk mengupload ceramahnya. Akun ini menjadi akun resmi pribadi. Akun resmi yang dimiliki adalah:

1. Ustadz Abdul Somad memiliki channel YouTube resmi dengan 3,8 juta subscriber



Gambar 2. YouTube Ustadz Abdul Somad

2. Ustadz Adi Hidayat memiliki channel youtube resmi dengan 4,09 juta subscriber



Gambar 3. YouTube ustadz Adi Hidayat

3. Gus Muwafiq memiliki channel resmi dengan 232 ribu subscriber



Gambar 4. YouTube Ustadz Gus Muwafiq

4. Ustadz Hanan Attaki memiliki akun resmi dengan 2,55 juta subscriber



Gambar 5. YouTube Ustadz Hanan Attaki

5. Ustadz Felix Siauw memiliki channel resmi Felix Siauw dengan 1,45 juta subscriber.



Gambar 6. YouTube Ustadz Felix Siauw

Misalnya dari beberapa nama YouTube resmi beberapa ustadz diatas, akan dibahas salah satu ustadz yang bernama ustadz Hanan Attaki, Dakwah Ustadz Hanan Attaki yang menarik, mudah dipahami dan tidak monoton karena memadukan audio visual yang menambah kesan menarik sehingga jamaah menjadi semakin hanyut dalam penyampaian dakwahnya. Sangat bisa dipahami karena menggunakan bahasa anak muda dengan pembawaan yang sangat santai memiliki unsur yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Tema-tema yang diangkat oleh Ustadz Hanan Attaki pun cenderung selaras dengan problematika-problematika yang kebanyakan orang hadapi dalam kehidupannya sehingga problem solving-nya lebih mudah ditemukan.

Selain itu, Ustadz Hanan Attaki juga mampu memotivasi seseorang tanpa secara langsung menjelekkkan orang tersebut, menyadarkan sasaran dakwahnya agar senantiasa bertaubat dan meminta bantuan kepada Allah. Meskipun informan punya pandangan yang berbeda-beda dalam melihat dan menilai keunikan metode

penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki, namun secara garis besar dakwah Ustadz Hanan Attaki mampu menjadi kiblat dakwah bagi seluruh rentan usia, khususnya sebagian besar kalangan anak-anak muda di Indonesia saat ini. Hal ini tentu menjadi bukti telah terjadi pengembangan pada masyarakat Islam tersebut melalui strategi komunikasi dakwah menggunakan media YouTube seperti saat sekarang ini.

Terkait dengan kajian konsep dasar strategi dakwah dalam pengembangan masyarakat yang dilanjutkan dengan merekonstruksi konsep dakwah sebagai bagian dari upaya pengembangan masyarakat Islam, maka dakwah pengembangan masyarakat harus mengikuti beberapa prinsip dasar, yaitu:

Pertama, orientasi kepada kesejahteraan lahir dan batin masyarakat luas. Dakwah tidak dilaksanakan hanya sekadar memuaskan keinginan sebagian masyarakat saja. Melainkan direncanakan sebagai usaha membenahi kehidupan sosial bersama masyarakat agar penindasan, ketidakadilan, kesewenang-wenangan tidak lagi hidup di tengah-tengah mereka. Kedua, dakwah pengembangan masyarakat pada dasarnya upaya melakukan social engineering (rekayasa sosial) untuk mendapatkan suatu perubahan tatanan kehidupan sosial yang lebih baik. Dakwah pengembangan masyarakat merupakan suatu proses perencanaan perubahan sosial yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Dakwah berperan dalam pengembangan masyarakat Islam melalui ajaran-ajaran yang disampaikan terkait kehidupan sehari-hari dan masalah yang sedang dihadapi. Dikarenakan maraknya masyarakat sekarang yang memanfaatkan teknologi untuk mempermudah akses apapun untuk kebutuhan kehidupan sehari-hari, salah satu teknologi modern berupa YouTube berperan penting sebagai media komunikasi dakwah untuk pengembangan masyarakat Islam dalam menghadapi kehidupan dan meningkatkan ketakwaannya terhadap Allah SWT. Strategi dakwah dalam pengembangan masyarakat pada dasarnya tidak terlepas dari konsep dakwah sebagai sebuah pembebasan, dakwah harus mampu membebaskan manusia dari situasi-situasi batas yang menghambat terhadap perkembangan umat, seperti kemiskinan, kebodohan dan rendahnya tingkat kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Implikasi dari peran YouTube sebagai media komunikasi dakwah dalam pengembangan masyarakat Islam adalah dapat dilihat dari peran youtube resmi para da'i/ustadz-ustadz yang menyampaikan dakwah dalam kehidupan masyarakat melalui video-video dakwah, bahwa dakwah adalah sebuah pembebasan, pemberadaban dan penyelamatan.

Saran

Melihat sasaran dakwah yang begitu luas sementara perkembangan teknologi begitu pesat dalam pengembangan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat maka menjalankan dakwah perlu menggunakan media yang sesuai dengan kelompok sasaran yaitu klasifikasinya secara psikologis yang ditinjau dari umur, status sosial, tingkat pendidikan dan kebutuhan kelompok sasaran itu sendiri.

Daftar Pustaka

Aisyah, S. (2017). "Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger di Kota Makassar". LTA S-I Kearsipan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hassanudin.

- Chandra, E. (2017). "Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi", *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 1, No. 2, hlm. 407.
- Daulay, H., & Septiani T. H., E. (2020). Komunikasi dan Dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan keislaman Remaja. *Kalijaga Journal of Communication*, 2(1), 17–32.
- Dianto, I. (2018). PERANAN DAKWAH DALAM PROSES PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM. *Hikmah*, 12(1), 90.
- Faiqah, F., Nadjib, Muh., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272.
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180406202852-213-288967/YouTube-jadi-aplikasi-media-paling-populer-di-indonesia>
- Jim Iffe dan Frank Tesorier. (2008). *Community Development : Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi Edisi Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, Cetakan Pertama), h. 206
- Mulyana, Deddy. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Syafei. (2001). *Pengembangan Masyarakat Islam Dari Ideologi, Strategi sampai Tradisi*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya), h. 29
- Sari, A. (2020). ETIKA KOMUNIKASI. *TANJAK : Journal of Education and Teaching*, 1(2), 127-135.
- Wahyullahi. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung : PT Remaja Rosda karya.
- Zaini, A. (2016). Peranan Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat Islam, *Community Development : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Volume 1, Nomor 1, hlm. 140.