

PELUANG DAN TANTANGAN DAKWAH BIL LISAN MELALUI YOUTUBE SEBAGAI METODE KOMUNIKASI DAKWAH

Penulis : Angga Aminudin; Agus Suradika
Institusi : Universitas Muhammadiyah Jakarta
Email Korespondensi : Angga.aminudinfatah@gmail.com
DOI : 10.53947/perspekt.v2i1.197

Abstrak

Komunikasi – Dakwah – Media adalah suatu ikatan yang saling memperkuat dan tak akan terpisahkan. Komunikasi adalah aktivitas sosial yang melibatkan pertukaran pikiran, ide, gagasan, emosi, dan pesan. Rangkaiannya merupakan proses yang mutlak dimiliki setiap individu baik secara verbal atau nonverbal. Salah satu bentuk komunikasi disebut dengan komunikasi dakwah. Komunikasi Dakwah dilakukan dengan memiliki tujuan mengajak manusia kepada berbuat kebaikan dan mencegah perbuatan buruk dan tercela. Agar tujuan dari komunikasi dakwah yang diinginkan dapat tercapai, seorang komunikator harus mampu memilih metode yang akan digunakan. Dakwah Bil Lisan sebagai sebuah metode komunikasi dakwah mampu mengatasi kelemahan dakwah yang hanya dilakukan dengan tulisan. Metode ini juga memberikan kesempatan para mad'u untuk dapat menentukan pesan dari dakwah sesuai kemampuan dan kepentingannya sehingga tujuan komunikasi dakwah efektif dan efisien. Di era perkembangan media internet, YouTube menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Ketika sasaran dakwah ingin lebih menjangkau khalayak luas dan tak terikat oleh jarak dan waktu, kanal YouTube menjadi pilihan tepat bagi para dai menyampaikan risalah dakwahnya.

Kata Kunci:
 Dakwah Bil Lisan
 Komunikasi Dakwah
 Metode Komunikasi
 Dakwah

Abstract

Communication – Dakwah – Media is a bond that is mutually reinforcing and cannot be separated. Communication is a social activity that involves the exchange of thoughts, ideas, ideas, emotions and messages. The series is a process that is absolutely owned by every individual either verbally or nonverbally. One form of communication is called da'wah communication. Da'wah communication is carried out with the aim of inviting people to do good and prevent bad and despicable acts. In order for the desired goal of da'wah communication to be achieved, a communicator must be able to choose the method to be used. Dakwah Bil Oral as a method of da'wah communication is able to overcome the weakness of da'wah which is only done in writing. This method also provides an opportunity for mad'u to be able to determine messages from da'wah according to their abilities and interests so that the purpose of da'wah communication is effective and efficient. In the era of the development of internet media, YouTube has become one of the platforms most used by the public. When the goal of da'wah wants to reach a wider audience and is not bound by distance and time, the YouTube channel is the right choice for preachers to deliver their da'wah treatises.

Keywords:
 Da'wah Bil Lisan
 Da'wah
 Communication
 Da'wah
 Communication
 Methods

1. PENDAHULUAN

Komunikasi adalah suatu hal yang pasti dimiliki dan dilakukan oleh setiap individu.

Dalam posisinya sebagai makhluk sosial, manusia tidak akan bisa terlepas dari proses komunikasi. Dalam praktek kehidupan

masyarakat terdapat berbagai bentuk komunikasi, salah satunya yaitu komunikasi dakwah. Komunikasi Dakwah merupakan semua bentuk komunikasi yang berkaitan dengan pesan seruan ke jalan Allah SWT atau bentuk mengajak berbuat baik dan meninggalkan keburukan. Norma dalam komunikasi dakwah berpedoman pada panduan hidup umat Islam, yaitu Alquran dan hadis (Wahyu Ilahi, 2013: 17).

Komunikasi Dakwah dilakukan untuk mencapai suatu tujuan, yaitu mengajak manusia kepada perilaku baik dan mencegah bahkan melarang perilaku buruk (amar ma'ruf nahi munkar). Guna mencapai tujuan dari komunikasi dakwah yang diinginkan, seorang pendakwah yang dalam konsep komunikasi berperan sebagai komunikator harus mampu memilih metode apa yang efektif digunakan. Metode dalam komunikasi dakwah yang digunakan sepatutnya mampu disesuaikan dengan keadaan komunikan (mad'u).

Di era modern yang dikelilingi teknologi canggih seperti sekarang, komunikasi dakwah mesti menyesuaikan perkembangan zaman. Pendakwah harus memahami multimedia sebagai perangkat kerja dalam menyampaikan pesan. Keberadaannya mesti didukung dengan metode dakwah yang mampu menjadi penghubung antara komunikator dengan komunikan dengan jangkauan yang lebih luas. Dakwah bil lisan dapat lebih berhasil jika seorang pendakwah mampu menjadikan perkembangan teknologi media sebagai fasilitas dakwah.

Dakwah bil lisan sebagai metode dalam berdakwah adalah dakwah yang dilakukan antara lain dengan ceramah, khutbah, pidato,

diskusi, nasihat, dan lain- lain (Munzier Suparta dan Harjani Hefni: 17). Berdakwah dengan lisan ini bisa membantu atau memperbaiki kelemahan dakwah yang hanya dilakukan dengan tulisan. Walaupun dakwah bil lisan mempunyai kekurangan pada jangkauan dan waktu, dengan menggunakan media sosial seperti YouTube kekurangan tersebut dapat ditutupi, karena YouTube memberikan peluang komunikasi dalam suatu komunikasi dakwah untuk bisa menyimak gagasan dan ide komunikator secara utuh dengan mengakses salurannya berupa *channel*.

Seiring berjalannya waktu, YouTube bertransformasi bukan hanya menjadi media sosial hiburan namun juga berisi konten dakwah Islami. Banyak *content creator* yang aktivitasnya seorang pendakwah sukses menyampaikan pesan dakwahnya dengan ditonton banyak orang. Bahkan pendakwah itu mendapatkan penghasilan di platform media sosial tersebut. Tentu hal ini tidak lepas dari makin banyaknya masyarakat yang menggunakan YouTube untuk mencari berbagai informasi. Apalagi bagi masyarakat Indonesia, YouTube menjadi media sosial yang paling digemari dan paling banyak di akses.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library Research*). Menurut Mardelis (2004:28) *library reasearch* merupakan penelitian yang menggunakan telaah dan kajian kepustakaan atau konsep-konsep teoritis. Dilakukan dengan cara menganalisis konsep-konsep, referensi atau sumber yang berkaitan dengan gagasan dan

permasalahan yang diangkat dalam tulisan. Selanjutnya hasil dari telaah terhadap konsep hasil bacaan dianalisis, diambil inti sarinya dan dilakukan proses reduksi hasil pengkajian referensi data dan mengkorelasikannya dengan gagasan dan konsep dari referensi.

Bagaimana peluang dan tantangan pendakwah ketika menggunakan YouTube sebagai saluran komunikasinya. Lalu bagaimana juga YouTube dapat berguna memberikan kenyamanan masyarakat yang ingin mendapatkan informasi nasihat-nasihat agama. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut yang ditunjang dengan data kepustakaan akan dipahami sebagai hasil atau temuan penelitian. Selanjutnya, analisis dilakukan terhadap temuan-temuan penelitian tersebut sebagai interpretasi dalam upaya menghasilkan pengetahuan.

3. PEMBAHASAN

MEMAKNAI KOMUNIKASI DAKWAH

• KOMUNIKASI

Ilmu komunikasi menembus berbagai disiplin ilmu, pendekatan ilmu komunikasi multidisiplin. Ilmu komunikasi adalah mata air dari berbagai ilmu. Fenomena perilaku manusia dipelajari dari berbagai disiplin ilmu. Dance sebagaimana dikemukakan oleh Arbi (2012:5), seorang sarjana Amerika yang menekuni bidang komunikasi mengumpulkan 126 definisi komunikasi dari berbagai pandangan para ilmuwan. Dari definisi tersebut, Dance menemukan 15 komponen konseptual pokok. Adapun gambaran definisi-definisi tersebut, antara lain:

- 1) Komunikasi adalah pertukaran pikiran atau gagasan secara verbal. (Hoben, 1954), menjelaskan komponen simbol-simbol/verbal/ujaran.
- 2) Komunikasi adalah suatu proses dengan mana kita bisa memahami dan dipahami oleh orang lain. (Anderson, 1959), menjelaskan komponen pemahaman.
- 3) Interaksi, juga dalam tingkatan biologis, adalah salah satu perwujudan komunikasi, karena tanpa komunikasi tindakan-tindakan kebersamaan tidak akan terjadi. (Mead, 1963), menjelaskan komponen interaksi/hubungan/proses sosial.
- 4) Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. (Barnlund, 1964), menjelaskan komponen pengurangan rasa ketidakpastian.
- 5) Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. (Gode, 1959), menjelaskan komponen menghubungkan/menggabungkan.

Dari definisi di atas, seorang yang membaca koran, mendengar radio, menonton televisi, memantau selalu *handphone*, dan membuka internet. Semua tindakan tersebut mencari informasi dalam rangka mengurangi ketidakpastian. Seseorang menyapa orang lain melalui media atau mengucapkan selamat pagi, selamat ulang tahun, langsung tatap muka dalam rangka menjaga hubungan. Hubungan komunikasi melewati proses hubungan yang dibangun melalui dua orang, kelompok, komunitas, dan organisasi (Arbi, 2012:7).

Secara sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian

message dari komunikator kepada komunikan menggunakan suatu media untuk menimbulkan efek agar tercapainya suatu tujuan. Komunikasi merupakan sebuah peristiwa yang bersifat sosial yang terjadi pada saat manusia melakukan interaksi dengan manusia lain (Rahmat, 2017:9).

Disadari bahwa begitu banyak definisi komunikasi, akibat dari kaya dan kompleksitasnya disiplin ilmu komunikasi. Para ahli sering kali memperhatikan fenomena manusia dengan kaca mata mereka sendiri, bahkan mereka memberikan batasan saat berupaya menjelaskan sebuah fenomena pada orang lain. Seorang ahli dalam bidang komunikasi umumnya menggunakan pendekatan yang berbeda dalam menginterpretasikan komunikasi karena nilai-nilai yang mereka miliki juga berbeda (Ruban dan Stewart, 2013:358).

• DAKWAH

Kata dakwah adalah bentuk masdar dari *واعدي – فوع* (da'a-yad'u-da'watan) yang memiliki arti sangat beragam. Maknanya antara lain diartikan sebagai panggilan, seruan permohonan, aktifitas misionari, dan propaganda (Muriah (2000:1-2). Berdasarkan arti dakwah ini, dapat pula ditarik pemahaman bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan yang dijalankan oleh siapa pun dalam konteks mengajak, menyeru, memanggil, atau memohon, tanpa memilah-milih tentang asal-usul terkait agama atau ras.

Dakwah dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan secara terus-menerus untuk memberikan perubahan pada manusia yang meliputi pikiran (fikrah), perasaan (syu'ur), dan tingkah laku (suluk) yang kemudian menuntun mereka kepada jalan Allah (Islam),

sampai akhirnya mampu membentuk masyarakat yang Islami (al-mujtama' al-Islami). Setidaknya, ada empat aktivitas utama dakwah, yaitu (a) mengingatkan orang akan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dengan lisan, (b) menyebarluaskan prinsip Islam melalui karya tulisan, (c) memberikan panduan keteladanan terkait perilaku (akhlak) yang baik, dan (d) bersifat tegas terhadap kemampuan fisik, harta, dan jiwa dalam menegakkan prinsip-prinsip Ilahi.

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada hal baik agar individu mampu menjadi lebih baik. Dakwah berisikan ide menyangkut progresivitas, sebuah proses tanpa henti untuk mengajak individu kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Namun, dakwah pada sisi praktiknya meliputi kegiatan mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti krusial dan berperan langsung dalam membentuk persepsi umat terhadap berbagai nilai kehidupan (Wahyu Ilahi, 2013: 24).

Moh. Ali Aziz dan Abu Bakar Zakaria juga mengemukakan bahwa dakwah adalah upaya yang dilakukan para pemuka agama dan orang-orang yang mempunyai pengetahuan agama Islam untuk mengajar pada khalayak ramai sesuai kemampuan yang dimiliki tentang hal yang mereka perlukan dalam urusan di dunia dan keagamaan. Kemudian, H.S.M Nasaruddin Latif memberikan definisi dakwah sebagai upaya atau kegiatan dengan lisan maupun tulisan dan lain sebagainya, yang sifatnya mengajak, menyeru, memanggil manusia untuk taat dan beriman kepada Allah SWT, sesuai pedoman

akidah, syari'at, dan akhlak Islamiyyah (Rosyad Sholeh, 2010:9).

Quraish Shihab sebagaimana dikutip oleh Munir dan Ilaihi (2006: 20) mengartikan dakwah sebagai ajakan atau seruan yang menuju keinsafan, atau upaya mengubah keadaan yang tidak baik kepada keadaan yang lebih baik serta sempurna baik terhadap pribadi ataupun masyarakat yang berada di suatu lingkungan.

Dakwah memiliki beberapa unsur, diantaranya da'i atau subyek pelaku dakwah, maddah al-da'wah atau materi yang disampaikan dalam berdakwah, thariqah atau manhaj al-dakwah atau metode dakwah, wasilah atau sarana/wahana berdakwah, ghayah al-da'wah atau tujuan yang hendak dicapai dalam dakwah (Komarudin, 2008: 4).

Dakwah dapat diartikan pula sebagai suatu kegiatan yang mengajak dan menyeru kepada agama Allah SWT, yang meliputi wilayah yang luas dalam semua aspek kehidupan. Dakwah memiliki ragam metode, bentuk, pesan, media, pelaku, serta mitra dakwah. Dakwah dilakukan guna memperoleh tujuan tertentu. Agar tujuan dakwah dapat tercapai, dibutuhkan metode yang tepat dan saluran atau media yang efektif sesuai era. Salah satunya ialah metode dakwah bil lisan melalui media sosial YouTube.

• DAKWAH BIL LISAN

Pengertian dakwah bil lisan dapat dirujuk dari asal bahasanya, yaitu bahasa Arab. Dakwah bil lisan jika ditulis sesuai gramatikal bahasa Arab, maka akan ditulis ad-da'wah bi al- lisan, terdiri dari dua kata yaitu, da'wah dan lisan. Dakwah bil lisan

yaitu suatu upaya menyeru manusia menggunakan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT melalui seni berbicara. Dengan wasilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (Ajaran Islam) kepada mad'u.

Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'qub memberi penjelasan, lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.

Banyaknya media yang dapat memudahkan jamaah menjadi salah satu bukti nyata bahwa teknologi terus berkembang dan memudahkan kehidupan manusia. Media dakwah adalah sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Disebutkan oleh Deddy Mulyana bahwa media bisa merujuk pada alat maupun bentuk pesan, baik verbal maupun nonverbal seperti cahaya dan suara. Berdasarkan pengertian wasilah (Media) dakwah dapat disimpulkan bahwa ada beberapa alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan dakwah yaitu lisan, tulisan, lukisan, audiovisual dan akhlak. Media yang paling utama pada zaman milineal sekarang yaitu media massa karena media tersebut sudah mempercepat suatu informasi dan jangkauan komunikasi seseorang pun lebih luas.

• THARIQAH (METODE) DAKWAH

Kata metode berasal dari bahasa latin methodus yang berarti cara. Dalam bahasa Yunani, methodus berarti cara atau jalan

sedangkan dalam bahasa Inggris method dijelaskan dengan metode atau cara. Metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan suatu atau cara kerja. Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah yaitu islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.

Metode dakwah merupakan tata cara seorang da'i menjalankan dakwah agar supaya dakwah yang telah direncanakan berjalan sesuai dengan yang inginkan dan itu juga tidak luput dari bagaimana da'i memilih metode dakwah apa yang ingin digunakan agar supaya dakwahnya bisa dengan mudah dimengerti oleh mad'u sehingga menghasilkan sesuatu yang diinginkan baik da'i maupun mad'u (Aripudin, 2011: 40-41).

• MAKNA KOMUNIKASI DAKWAH

Effendi (2017: 11) mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu kegiatan menyampaikan pikiran maupun perasaan dari seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikirannya dapat berupa informasi, gagasan, opini, dan lainnya yang muncul dari benaknya. Perasaan dapat berupaya kepastian, keyakinan, kekhawatiran, keragu-raguan, keberanian, kemarahan, kegairahan, dan lainnya yang muncul dari lubuk hati. Komunikasi dapat berhasil ketika pikiran disampaikan melalui perasaan sadar; sebaliknya komunikasi dapat gagal ketika saat menyampaikan pikiran, perasaan tak terkontrol.

Dapat dikatakan bahwa komunikasi ialah suatu proses penyampain pesan dari komunikator kepada komunikan menggunakan metode dan media tertentu sehingga menimbulkan efek yang diinginkan.

Apabila dalam pesan yang disampaikan terdapat unsur dakwah, maka komunikasi yang dilakukan dapat pula dikatakan sebagai komunikasi dakwah. Romli (2013: 12) menyatakan bahwa Komunikasi dakwah ialah suatu proses penginformasian tentang Islam yang bertujuan memengaruhi komunikan (objek dakwah, mad'u) agar mempercayai, mengamalkan, mengilmui, membela, dan menyebarkan kebenaran ajaran agama Islam.

Wahyu Ilaihi (2013: 26) mendefinisikan komunikasi dakwah sebagai proses penyampaian informasi atau pesan berupa message dari seorang maupun sekelompok orang pada seorang ataupun sekelompok orang lain yang bersumber dari Alquran dan hadis dengan tujuan agar mampu mengubah pendapat, sikap, serta perilaku orang lain agar menjadi lebih baik sesuai dengan tuntunan Islam, dengan cara langsung melalui lisan, ataupun tidak langsung dengan menggunakan media.

Proses komunikasi dakwah terjadi layaknya proses komunikasi pada umumnya, berawal dari komunikator (da'i) sampai pada umpan balik komunikan (mad'u, objek dakwah). Kegiatan dakwah diawali dari seorang komunikator (sender, pengirim pesan, da'i). Dalam pandangan Islam, setiap muslim merupakan komunikator dakwah sebab dakwah ialah kewajiban individual bagi tiap Muslim. Komunikator dakwah memilih gagasan berupa materi dakwah (encoding) kemudian diolah menjadi pesan dakwah (message). Pesan itu ditransmisikan melalui sarana (media) yang tersedia untuk nantinya diterima oleh komunikan (penerima pesan, objek dakwah). Selanjutnya

kommunikasikan mengartikan simbol-simbol pesan dakwah itu (decoding) kemudian memberikan umpan balik (feedback) atau meresponnya, semisal berupa pemahaman dan pengamalan pesan dakwah yang diterimanya (Romli, 2013: 15).

Dalam proses dakwah sebagai salah satu jenis komunikasi manusia, bisa disimpulkan hanya dapat di kontrol atau dikendalikan beberapa aspek saja dari semua aspek yang kompleks, yaitu komunikator, pesan, dan metode. Sedangkan unsur khalayak dan media massa sangat sulit dikendalikan. Bahkan untuk sebuah komunikasi yang efektif khalayak dan media massa justru dapat menjadi pengendali, dalam arti bahwa dakwah harus menyesuaikan diri dengan unsur-unsur tersebut. Artinya isi pesan atau materi menyesuaikan diri dengan kondisi khalayak dan media (wasilah) massa atau media interaktif yang tersedia. Dalam hal-hal tertentu media dapat di kendalikan terutama media individual dan media sosial, serta media massa yang memang didirikan sebagai media dakwah.

MEDIA SOSIAL YOUTUBE

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi,

berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011).

Sementara media yang mengkolaborasikan tiga hal penting di atas salah satunya adalah YouTube. Situs berbagi media yang merupakan jenis media sosial dengan memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi konten, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Nasrullah (2015) menjelaskan, Youtube merupakan media sosial yang karakteristiknya lebih khusus. Namun tidak jauh berbeda dengan media siber (cyber) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber.

YouTube merupakan media yang bermanfaat dalam sebuah proses pembelajaran. Salah satu kesimpulan penelitian Suradika dkk (2020) menyatakan bahwa penggunaan YouTube sebagai media

pembelajaran jarak jauh (online) sangat mendukung keberhasilan suatu pembelajaran.

DAKWAH BIL LISAN SEBAGAI METODE KOMUNIKASI DAKWAH

Menurut bahasa kata metode berasal dari dua kata yaitu “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan, cara). Dapat diartikan bahwa metode atau jalan yang mesti dilewati untuk meraih suatu tujuan. Sumber lain menyebutkan bahwa kata metode berasal dari bahasa Jerman *methodicay* yang artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani kata metode merupakan akar dari kata *methodos* yang memiliki arti jalan yang dalam bahasa arab disebut *thariq*.

Metode ialah tata urutan kerja yang tersistem untuk memudahkan melakukan suatu kegiatan agar mampu memperoleh tujuan yang diinginkan. Metode dakwah atau yang biasa disebut *manhaj al-dakwah* adalah cara yang digunakan *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah (Islam). Metode dakwah berperan penting dalam aktivitas dakwah. Apabila metode yang digunakan tidak benar, sekalipun materi yang diberikan berisi hal baik, maka pesan baik itu dapat ditolak. Seorang *da'i* harus jeli serta bijak dalam menentukan metode, sebab metode sangat mempengaruhi kelancaran serta keberhasilan dakwah (Aripudin, 2011:8).

PROSPEK DAN TANTANGAN DAKWAH MELALUI YOUTUBE

Berdasarkan penjelasan berbagai studi literatur mengenai kata-kata penting dari artikel ini, maka peluang keberhasilan dakwah di masyarakat dalam era teknologi

sekarang ini dapat dicapai ketika menerapkan langkah strategis seperti ini:

- 1) Tersedianya komunikator dakwah dan organisasi dakwah yang terpercaya, dengan prinsip utama adalah kewajiban bagi setiap muslim. Hal ini merupakan perintah langsung dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala untuk berdakwah, maka setiap individu muslim tertuntut untuk melakukannya dengan bentuk dan cara tertentu.
- 2) Mengenal khalayak, Sebelum melancarkan proses komunikasi dakwah perlu dipelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi (*Mad'u*). Tentu saja hal tersebut tergantung pada tujuan komunikasi, yaitu apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif dan instruktif).
- 3) Menyusun pesan, tujuan dakwah dalam kaitannya dengan komunikasi dakwah yang paling urgen adalah : “Mempengaruhi *Audiens*”. Ini karena dalam berdakwah itu sendiri dibutuhkan teknik-teknik yang mampu memberikan pengaruh efektif kepada khalayak masyarakat sebagai objek dakwah (*al-mad'u*). Yang diantaranya dengan menggunakan retorika-retorika ampuh untuk mempengaruhi orang lain agar mengiyakan apa yang dikatakannya dan mengikuti apa yang diserunya. Sebagaimana dakwah adalah sarana komunikasi menghubungkan, memberikan dan menyerahkan segala gagasan, cita cita dan rencana kepada orang lain dengan motif menyebarkan kebenaran sejati yang bersumber dari Alquran dan *As-sunnah*.
- 4) Menetapkan metode, apabila *da'i* adalah orang yang telah Mempunyai reputasi baik, pandangannya, loyalitas, integritas dan semangatnya serta sifat-sifat lain yang terpercaya maka jaminan kesuksesan dakwah untuk mempengaruhi orang lain atau mereka yang diajak berbicara

melalui lisannya. Sukses dalam mempengaruhi dengan jalan pendekatan persuasif agar yang diajak bicara, tertarik, faham kemudian tergerak pada tindakan yang dikehendaki. Mengadakan perubahan melalui kesadaran, bukan paksaan, itulah salah satu fungsi komunikasi dakwah. Oleh karenanya, dakwah Islam dilakukan dengan cara persuasif. Pesannya dipahami dan diamalkan oleh umat.

- 5) Memilah dan memilih media serta mewarnai media massa ataupun media social YouTube untuk membangun dan membina masyarakat yang berpihak kepada dakwah dan Islam secara berkesinambungan. Oleh karena itu menggunakan channel YouTube adalah salah satu kolaborasi yang tepat antara semua unsur dakwah mulai dari da'I, pesan, metode dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khlayak.
- 6) Dari semua unsur yang disajikan di muka, maka yang paling utama adalah unsur komunikator, karena komunikatorlah yang membuat perencanaan dan perumusan strategi untuk lahirnya efektivitas dakwah. Dengan demikian komunikator memiliki peranan penting dan sangat strategis dalam perumusan strategi dan efektivitas dakwah dengan metode yang sesuai.

4. PENUTUP

Dakwah bil lisan melalui media sosial YouTube sebagai sebuah metode komunikasi dakwah yang mampu memberikan kesempatan para mad'u memilih pesan dakwah yang sesuai kemampuan dan kepentingannya. Selain itu, dengan dakwah bil lisan media sosial YouTube ini, pesan dakwah dapat disimak berulang kali, dapat berhenti, atau melanjutkan ketika ingin mendapatkan pemahaman lebih dan mendetail serta tidak terikat oleh suatu waktu dalam mencapai khalayaknya.

Dakwah bil lisan melalui media sosial YouTube memberikan jawaban atas kelemahan pada dakwah bil lisan yang hanya bisa disimak Ketika berlangsung saat itu saja. Jika dahulu dakwah bil lisan yang mempunyai batasan pada jangkauan dan waktu, kini dapat diatasi dengan menggunakan YouTube. Karena menonton melalui YouTube, kita bisa menentukan jadwal sendiri. Bisa menonton kapanpun tanpa perlu menunggu. Juga tidak perlu khawatir ketinggalan karena video di YouTube selalu tersimpan, kecuali dihapus oleh si pengunggah. Jadi bisa dibilang YouTube memberi khalayak kebebasan waktu dalam menonton.

Komunikator dalam suatu komunikasi dakwah menuangkan gagasan dan ide secara mendalam dan menyeluruh melalui lisan dengan seni nya. Sehingga efek yang ditimbulkan dari suatu komunikasi dakwah akan sama dengan yang diharapkan. Keberlangsungan ajaran-ajaran Islam yang luhur dan bijaksana hingga hari ini tak dapat dilepaskan dari peran para da'i yang memiliki keahlian retorika dengan gaya bahasa tertentu untuk menyebarkan Islam sesuai dengan konteksnya sehingga peranan bahasa lisan muncul kembali ditengah-tengah peradaban sekarang ini.

SARAN

Uraian singkat diatas kiranya telah cukup untuk dijadikan bahan pegangan dan pelajaran dalam rangka memahami dakwah bil lisan melalui media sosial YouTube sebagai sebuah metode komunikasi dakwah.

Kemahiran berbicara dihadapan umum melalui kamera yang disalurkan melalui YouTube dapat dipelajari oleh semua

pendakwah, sebagaimana ilmu pengetahuan asalkan disertai dengan latihan-latihan. Walaupun unsur nativisme (bakat) maupun Stelistika gaya bahasa juga ikut menunjang. Semua penjelasan diatas pada akhirnya kembali kepada para pendakwah itu sendiri untuk diolah, divariasikan dengan berbagai cara sesuai dengan pengalaman-pengalaman yang diperolehnya.

Kunci suksesnya terpantul kembali pada kesiapan dan kesanggupan pendakwah melalui pendekatan media sosial yang baik dan benar.

5. REFERENSI

- Effendi, Onong Uchyana. 1993. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Littlejohn, Stephen W, dan Karen A, Foss. 2008. Teori Komunikasi-Theories of Human Communication. Salemba Humanika, Jakarta.
- Devito, J. A. 1996. Human Communication. Alih bahasa oleh Maulana, Agus.1997 Komunikasi Antar Manusia. Jakarta: Professiona Book.
- Aripudin, Acep. 2011. Pengembangan Metode Dakwah, Jakarta: Rajawali Pers.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. Ilmu Dakwah, Jakarta: Kencana.
- Effendi, Onong Uchayana. 2017. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ilaihi, Wahyu. 2013. Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Komarudin, dkk. 2008. Dakwah dan Konseling Islam. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra.
- Mardelis. 2004. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2012. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir dan Wahyu Ilaihi, “Manajemen Dakwah”, Jakarta: Kencana, 2006.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2017. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Romli, Asep Syamsul M. 2013. Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Saputra, Wahidin. 2011. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sholeh, Rosyad. 2010. Manajemen Dakwah Islam. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Suparta, Munzier.,dan Harjani Hefni. 2003. Metode Dakwah. Jakarta: Kencana.
- Suradika, A., Gunandi, A. A., & Jaya, S. A. (2020). Penggunaan Youtube sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh pada Kelas III Sekolah Dasar Islam An – Nizomiyah. Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ, 7(1), 161–171. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/8781>
- Tim. 1986. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Husain, Chaidar. 2014. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pembelajaran di SMA Muhammadiyah Tarakan Husain. Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan Volume 2, Nomor 2, Juli 2014; 184-192 ISSN: 2337-7623; EISSN: 2337-7615
- <http://www.scribd.com/doc/51773935/RET-ORIKA-DAKWAH>