

PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA YOUTUBE SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA MILENIAL

Studi Kasus Pada Podcast Daniel Mananta Network di Youtube: Cara Beribadah Versi Abdul Somad

Ahmad Zarkasyi Mukhtar
Universitas Islam Bandung
e-mail: zarkasyiaxel@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi dakwah dengan menggunakan sosial media terhadap kaum milenial. Perkembangan teknologi kini semakin berkembang pesat bahkan tidak bisa terbendung oleh kontrol manusia. Meskipun mudahnya masyarakat dari mengakses teknologi komunikasi dan informasi ternyata mengakibatkan adanya peralihan dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Aplikasi Youtube menjadi salah satu wadah dakwah bukan hanya digunakan oleh ustadz-ustadz populer saat ini saja, melainkan situs ini di berbagai daerah dijadikan strategi berbagai kegiatan keagamaan, baik itu pengajian, ceramah, maupun dengan kegiatan yang bersifat keagamaan lainnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara. Wawancara dilakukan terhadap enam orang *viewers* atau penonton Youtube. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengobservasi dan mengetahui penggunaan media Youtube dengan konsep podcast yang digunakan pendakwah sebagai strategi penyebaran ajaran agama islam kepada khalayak. Subjek yang diteliti ialah sebanyak enam penonton saja. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kaum milenial termotivasi oleh konten dakwah dengan konsep podcast di youtube, karena sesuai dengan perkembangan zaman yang serba digital. Konten-konten dakwah melalui media sosial juga harus diperbanyak dan dikembangkan guna tersebar luasnya ajaran islam, guna membuka peluang juga bagi umat lain untuk belajar agama islam.

Kata Kunci: Dakwah, Youtube, Podcast, Kaum Milenial

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini semakin berkembang pesat bahkan tidak bisa terbendung oleh kontrol manusia. Teknologi informasi mengalami

percepatan pertumbuhan yang signifikan sekali, sehingga sesuatu yang belum sempat tercerna terlebih dahulu sudah tertimbun oleh hal lainnya. Kendali atasnya sudah semakin sulit bila tidak

ada kesadaran dari dalam diri manusia itu sendiri sebagai penggunaannya. Segala sektor aktivitas manusia kini sudah harus terjamah oleh teknologi jika ingin bersaing dengan dan bertahan di era sekarang, ketertinggalan suatu informasi seakan-akan bisa menjadi hal buruk.

Pertumbuhannya semakin cepat dari hari ke hari, bulan ke bulan, hingga tahun berganti. Secara tidak langsung tanpa kita sadari, penggunaan teknologi mampu disesuaikan dengan kebutuhan hajat hidup manusia dan membuat kegiatan yang dahulu dilakukan secara manual atau tradisional berubah menjadi lebih modern dan praktis. Berkurangnya komunikasi tatap muka secara langsung, kemajuan memahami hal-hal baru bahkan penggunaan tenaga mesin pintar dapat menggantikan peran manusia merupakan dampak dari berkembangnya teknologi.

Meskipun mudahnya masyarakat dari mengakses teknologi komunikasi dan informasi ternyata mengakibatkan adanya peralihan dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Namun, dari berkembangnya teknologi informasi dan

komunikasi tersebut, dapat membuka segmen baru dalam berdakwah. Media sosial baru yang banyak bermunculan bisa membuka peluang untuk strategi dakwah pada masa kini.

Berdakwah dengan melalui teknologi digital menjadi sesuatu yang harus dikuasai oleh para da'i masa kini. Sebab dari peralihan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi itulah yang mengakibatkan pegiat dakwah harus mampu menyesuaikan dengan kondisi lingkungan. Dalam jurnalnya Athika, dkk menjelaskan bahwa menghadapi kondisi hal seperti itu, para da'i dituntut harus melek digital dan kreatif menemukan formulasi dakwah gaya baru sesuai dengan ralitas perkembangan teknologi yang dikuasi oleh khalayak dewasa ini.¹

Kemudahan dalam mengakses internet kini sudah bisa dirasakan oleh semua kalangan masyarakat baik kota ataupun desa, setiap individu minimal memiliki yang namanya *smartphone* dalam genggamannya. Menurut Ketua

¹ Athika Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, M. Khairuromadhan. Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang dan

Tantangan. Vol. XII, No. 2. *Komunike*. 2020. hlm 212

Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Muhammad Arif, mengungkapkan bahwa kini kurang lebih 77 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pertumbuhannya sangat fantastis, tepatnya sebelum pandemi angka yang dicapai hanya 175 juta, sedangkan di tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta.²

Berdasarkan data tersebut, dapat diungkap bahwa penggunaan internet kenaikannya sangat signifikan. Masa pandemi Covid-19 memang memaksa seluruh masyarakat dunia untuk melakukan segala aktivitas hanya di rumah saja begitupun keadaan yang sama dengan Indonesia. Akibat daripadanya efek tersebut masih dilakukan oleh masyarakat hingga saat ini. Transformasi digital mengakibatkan setiap individu yang dimudahkan dengan mengakses internet secara bebas dimanapun dan kapanpun, kini hampir segala aktivitasnya berkuat dengan media sosial di berbagai *platform*.

Salah satu *platform* yang berbasis video ialah YouTube, sebuah situs *website* berbagi video yang sangat populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi video secara gratis. Di dalam aplikasi YouTube tersebut terdapat berbagai macam konten yang bermanfaat maupun yang tidak bagi khalayak, seperti konten edukasi, hiburan, musik, entertainment dan lainnya.

Aplikasi Youtube menjadi wadah dakwah bukan hanya digunakan oleh ustadz-ustadz populer saat ini saja, melainkan situs ini diberbagai daerah dijadikan strategi berbagai kegiatan keagamaan, baik itu pengajian, ceramah, maupun dengan kegiatan yang bersifat keagamaan lainnya.³ Dalam menghadapi banyak tantangan dan arus informasi yang semakin besar tanpa adanya filter atau penyaring informasi, hal ini tentunya diperlukan strategi tertentu yang dilakukan oleh pegiat dakwah yang ada di Indonesia.⁴

Salah satu yang sedang berkembang saat ini ialah podcast.

² Intan Rakhmayanti Dewi. "Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?". Dalam <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>, 09 Juni 2022.

³ Arif Ramadan Sulaeman, Anhar Fazri dan Fairus. Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. Vol. 11 No.1. *Communication*. April 2020. hlm, 82.

⁴ *Ibid*, hlm. 82

Banyak *platform* penyedia podcast membuat masyarakat mampu dengan mudahnya mencari dan mengakses hal tersebut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Kehadiran podcast dapat memberikan warna tersendiri dengan berbagai jenis konten audio dan konsep yang berbeda dengan media yang sama seperti radio.

Bahkan podcast dapat dikolaborasikan dengan media lain seperti Youtube, guna memperkuat sisi visualnya. Penggabungan ini dapat lebih dinikmati oleh khalayak dari sisi audio visualnya.⁵ Banyak konten-konten dakwah di Youtube yang menggunakan konsep seperti podcast, dimana hanya ada *host* atau pembawa acara dengan narasumber. Berbagai pertanyaan dilontarkan kepada narasumber untuk menjawab berbagai persoalan di masyarakat dan pada akhirnya akan berdiskusi satu sama lain.

Hal ini dapat menjadi strategi baru untuk dakwah para da'I di tengah-tengah masyarakat milenial, karena penggunaan media sosial saat ini sudah melekat sekali pada setiap individu. Strategi dakwah merupakan usaha dan

cara yang dilakukan da'i untuk menyebarkan ajaran islam agar dapat diterima oleh khalayak. Oleh sebab itu, dengan strategi yang dirancang tersebut memudahkan para da'i untuk menyebarkan dakwah secara luas kepada khalayak dan masyarakat dapat dengan mudah juga mengakses informasi mengenai ajaran agama Islam.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas oleh penulis, maka dari itu artikel ini disusun untuk mengetahui bagaimana peranan konten podcast dalam Youtube terhadap pemahaman anak muda. Penelitian ini bertujuan mengetahui penerapan konten podcast sebagai strategi dakwah di kalangan milenial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kajian ilmu dakwah serta ilmu komunikasi dan penyiaran islam. Selain daripada itu, penelitian ini dapat menjadi kajian tambahan bagi para da'i mengenai penyebaran syiar islam yang bisa diterapkan di masa kini. Diharapkan pula menjadi solusi bagi para da'i untuk bisa mengembangkan lagi media dakwah sebagai strategi yang sesuai dengan laju

⁵ Athika Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, M. Khairuromadhan, *op. cit.*, hlm. 214.

perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara. Menurut (Lincoln, 2009) metode kualitatif merupakan metode yang menekankan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum dikaji.⁶ Sementara pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara ialah terhadap enam orang *viewers* atau penonton Youtube.

Dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengobservasi dan mengetahui penggunaan media Youtube dengan konsep podcast yang digunakan pendakwah sebagai strategi penyebaran ajaran agama islam kepada khalayak. Subjek yang diteliti ialah sebanyak 6 penonton saja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah merupakan kegiatan sosial-keagamaan yang dilakukan secara professional seseorang yang

disampaikan kepada khalayak dengan mengangkat suatu bahasan, kemudian pesan-pesan itu memiliki nilai keislaman. Berdakwah sebenarnya wajib dilakukan oleh seluruh umat muslim, tentunya sesuai dengan keahlian masing-masing yang dimiliki dan mumpuni dalam keilmuan agamanya. Ilmu dakwah terdiri dari dua kata, ilmu dan dakwah. Ilmu merupakan berasal dari akar kata: *'alima-ya'lamu-'ilman*, yang berarti pengetahuan. Sedangkan dakwah berasal dari akar kata Bahasa arab yaitu *da'a, yad'u, da'watan*, yang berarti seruan, panggilan, undangan atau doa. Berdasarkan secara definisi secara Bahasa tersebut, maka dakwah secara substantif dapat diartikan sebagai upaya mengingatkan manusia (*al-Insan*) agar kembali mengingat perjanjian sucinya di alam ruh (*primordial covenant* atau *'ahd al-Fitri fi 'alam al-Ruh*) atau pengakuan manusia terhadap eksistensi Allah SWT.⁷

Tata Sukayat mengutip pendapat dari Abdul Munir Mulkan yang menerangkan bahwa dakwah adalah

⁶ Patilima, H. 2013. *Metode penelitian kualitatif: dilengkapi dengan panduan penggunaan software analisis kualitatif CDC EZ-text serta UU No. 18 Tahun 2002 tentang sistem Nasional, penelitian, pengembangan,*

dan penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Bandung: ALFABETA, hlm. 12

⁷ Tata Sukayat. 2015. *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media, hlm. 7

mengubah cara pandang umat dari suatu situasi ke situasi lain yang lebih baik dalam segala segi kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran islam dalam kehidupannya sehari-hari, baik bagi kehidupan pribadi, keluarga, maupun masyarakat, sebagai suatu keseluruhan tata kehidupan bersama.⁸

Allah telah menyampaikan kalamnya kepada umat islam dalam kitab suci Al-Qur'an surat An-Nahl: 125, yakni:

وَأْمُرْ عِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلَ إِلَىٰ أَدْعُ
هُوَ رَبِّكَ إِنََّّ أَحْسَنَ هِيَ بِأَتَىٰ وَجِدْلُهُمْ ۖ الْحَسَنَةَ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ ۖ سَبِيلِهِ عَنِ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ

*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*⁹

Penjelasan dari ayat di atas merupakan perintah kepada Rasul SAW juga untuk umatnya. Kalimat *Sabili Rabbika* dalam ayat tersebut adalah *Sabilillah* “jalan Allah”. *Sabilillah* sama

dengan dakwah islamiah (seruan islam), dan identic dengan semua ajara yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasul SAW.¹⁰

Dewasa ini media dakwah bukan hanya sekedar dari mimbar ke mimbar dan panggung ke panggung saja, melainkan berkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang tercipta juga berkembang sehingga dakwah dapat bertransormasi mengiringi zaman. Salah satu media dakwah saat ini adalah *Platform* youtube. Youtube merupakan situs yang dapat membagikan video secara daring dan termasuk yang terbesar di dunia dimana orang memloporinya adalah mantan karyawan Paypal pada tahun 2005 dengan bertujuan agar pengguna media sosial dapat melakukan tindakan mengunggah video yang mereka inginkan.¹¹

Penggunaan youtube di dunia mencapai 2,56 miliar pengguna. Terkhusus pengguna di Indonesia mencapai 127 juta pengguna per januari 2022, hal ini menempatkannya di posisi ketiga tertinggi setelah India dan

⁸ *Ibid*, hlm. 9

⁹ <https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html>. Lihat Q.S. An-Nahl: 125

¹⁰ Tata Sukayat. *loc. cit*.

¹¹ Sitompul, W. W., Masitoh, S., Tanjung, S. P., & Kartini, K. 2022. Penelitian Tentang Youtube. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, vol. 2(2), hlm. 13.

Amerika Serikat yang menduduki peringkat satu dan dua.¹² Dengan hadirnya media sosial ini dan penggunaannya pun dapat mengunggah video yang mereka inginkan lalu menyebar luaskan ke publik, maka banyak kemungkinan untuk dilihatnya oleh orang-orang.

Maka hal itu dimanfaatkan oleh pegiat dakwah untuk menggunakan platform youtube sebagai media dakwah. Strategi dakwah yang digunakan tersebut akan memberikan peluang untuk dakwah dalam melabarkan sayapnya ke berbagai cakupan jejaring yang lebih luas lagi. Sehingga dakwah dapat dilihat, didengar, difahami dan dinikmati bukan hanya oleh kaum muslim saja, melainkan umat non-muslim pun bisa mengaksesnya dimana saja dan kapanpun. Baik metode dakwah yang digunakannya ceramah ataupun yang lainnya, sisi positifnya ialah dapat diputar ulang pada bagian yang kurang dapat difahami.

Secara etimologi, metode dalam Bahasa latin berasal dari dua suku kata

yaitu *meta* yang berarti melalui dan *hodos* berarti jalan atau cara.¹³ Dalam Bahasa Yunani, berasal dari akar kata *methodos* yang berarti jalan. Sedangkan dengan definisi dakwah sendiri telah diuraikan pada paragraph di atas. Sehingga metode dakwah ialah cara atau jalan yang ditempuh dalam berdakwah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Hal itu sesuai dengan penjelasan Tata Sukayat, yang menjelaskan bahwa metode dakwah (*ushlub al-da'wah*) segala cara yang harus ditempuh dalam menegakkan dakwah untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.¹⁴

Mengenai tentang tujuan, bahwasannya tidak akan tercapai suatu tujuan bila tanpa merancang sebuah strateginya. Strategi pada dasarnya adalah mengenai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Maka strategi dakwah merupakan suatu perencanaan untuk mencapai tujuan dakwah. Hal ini sejalan dengan Murniaty Sirajuddin, bahwa strategi dakwah ialah metode, taktik, siasat yang digunakan dalam kegiatan

¹²

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>, 11 Mei 2022.

¹³ M. Arifin. 1991. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 61

¹⁴ Tata Sukayat, *op. cit.*, hlm. 30.

dakwah yang sangat menentukan dalam proses pencapaian tujuan dakwah.¹⁵

Video yang menampilkan kegiatan dakwah yang diunggah dalam platform media sosial youtube oleh akun Daniel Mananta Network, menampilkan tanya jawab dan diskusi seputar keislaman. Bintang tamu yang diundang ialah Ustadz Abdul Somad (UAS) dan pembawa acaranya ialah Daniel Mananta sendiri selaku pemilik akun Daniel Mananta Network. Hal yang jarang ditemui dimana dua orang yang memiliki pengaruh dan memiliki latar belakang agama berbeda, berdiskusi bersama tentang keagamaan.

Dakwah melalui podcast dengan di majelis secara langsung sama-sama memiliki pengaruh terhadap khalayak. Bebeapa narasumber berpendapat berbeda tentang hal ini. Puput Wahyuningsih, mengatakan bahwa dakwah melalui podcast dapat didengarkan dimana saja dan kapan saja, sedangkan di majelis dapat lebih khusus (wawancara, 28 Desember 2022) sementara Dion Hermawan, menyampaikan bahwa bila ada suatu hal yang kurang difahami, dakwah melalui

podcast tidak bisa ditanyakan secara langsung (wawancara, 27 Desember 2022).

Tentunya masing-masing sarana untuk berdakwah memiliki kelebihan masing-masing, karena media pada dasarnya menyesuaikan dengan kebutuhan dan target khalayak. Maka dari hal itu strategi dakwah berperan penting untuk menentukan hal apa yang cocok diterapkan kepada khalayak, agar pesan yang disampaikan tepat pada tujuannya. Berkenaan dengan hal itu, seorang narasumber berpendapat bahwa dakwah melalui media sosial yang dikemas dengan cara podcast di youtube menjadi inovasi yang mengikuti perkembangan zaman, hal itu dilakukan karena melihat *habit* atau kebiasaan masyarakat yang cenderung beraktivitas secara *mobile*. Namun, ekististensi dakwah di majelis harus tetap ada karena memiliki nilai-nilai lebih, juga untuk mempertahankan kultur budaya menyiarkan syariat islam (Fikri Alfisahrin, wawancara, 31 Desember 2022).

Mengenai hal yang demikian bahwasannya telah terjadi perubahan

¹⁵ Murniaty Sirajuddin. 2014. Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet

(Peluang dan Tantangan). *Al Irsyad Al-Nafs* .Vol. 1 No. 1, hlm. 11

sosial di masyarakat, dimana teknologi informasi telah menjadi salah satu faktor pendorong kebiasaan hidup individu dalam bersosial. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran budaya, etika, norma dan nilai-nilai sosial yang tertanam sebelumnya. Anang Sugeng Cahyono, mengatakan bahwa perubahan dapat mempengaruhi nilai dan norma sosial, perilaku organisasi, struktur lembaga sosial, kelas sosial, kekuasaan dan otoritas, interaksi sosial, dll. Perubahan dalam masyarakat adalah fenomena yang normal.¹⁶

Dakwah selayaknya harus mampu melihat perubahan-perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat, karena dengan menganalisisnya akan dapat beradaptasi juga menyesuaikan dengan perkembangan yang ada. Perubahan yang ada mengharuskan dakwah sebagai kegiatan sosial-keagamaan mengharuskan untuk lebih adaptif dan berinovasi dalam menyiarkan ajaran agama islam, tuntutan itu agar dapat diterima oleh khalayak yang sudah bergeser pola kebiasaannya.

Strategi dakwah yang dikemas dengan cara podcast di platform youtube merupakan inovasi terkini yang cocok untuk masyarakat, meskipun tidak bisa dikatakan sepenuhnya tepat tetapi mampu menjawab tantangan zaman. Dua narasumber berpendapat sama mengenai langkah strategi tersebut. Muhammad Robith Farkhan, menanggapi bahwa strategi tersebut sudah tepat karena ini sudah sesuai dengan zamannya (wawancara, 27 Desember 2022), hal yang senada juga ditambah dari keterangan Fikri Alfisahrin, bahwa strategi dakwah di podcast sudah tepat karena untuk memudahkan masyarakat belajar islam, bukan hanya untuk umat muslim saja tetapi umat nonmuslim pun dapat mempelajarinya (wawancara, 31 Desember 2022).

Hampir semua narasumber mengatakan bahwa strategi dakwah melalui podcast di youtube sudah tepat untuk masyarakat zaman sekarang, karena tidak sedikit berbagai kalangan telah menggunakan sosmed atau sosial media mulai dari anak-anak, pemuda

¹⁶ Cahyono, A. S. 2016. Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, vol 9, no.1, hlm. 145.

hingga yang tua. Inovasi ini harus terus dikembangkan lebih maju dan luas lagi dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi.

Strategi dakwah melalui podcast harus dikembangkan karena dakwah melalui podcast merupakan salah satu media dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini (Puput Wahyuningsih, wawancara, 28 Desember 2022). Pernyataan yang sama disampaikan oleh Muhammad Robith Farkhan, bahwa sekarang sudah memasuki masa digital, artinya inovasi-inovasi dalam berdakwah itu juga harus berkembang sesuai dengan zaman (wawancara, 27 Desember 2022). Narasumber lainnya mengungkapkan alasan-alasan mengenai strategi dakwah melalui podcast harus dikembangkan dan diperbanyak, bahwa konten dakwah melalui podcast ini tersebar di sosial media ini langsung bermunculan di beranda. Semakin banyak konten dakwahnya maka semakin banyak bermunculan di media sosial. Hal ini guna membuka peluang tersebar luasnya kajian islam. Ini sebagai pembelajaran atau sebagai penambah wawasan bagi anak-anak bahkan pemuda-pemuda pengguna sosmed atau sosial media

(Muhammad Armel Nursena, wawancara, 28 Desember 2022).

Dari penyataan-pernyataan narasumber di atas dapat ditarik bahwa dakwah di zaman sekarang harus terus dikembangkan sedemikian rupa, inovasi-inovasi harus dimunculkan guna menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Teknologi komunikasi dan informasi harus dimanfaatkan untuk kepentingan kegiatan dakwah, pesan-pesan syiar islam diperbanyak dengan media yang sedang digandrungi oleh banyak kalangan masyarakat. Semakin banyak konten dakwah yang disebar, maka akan membuka peluang bagi siapa saja untuk belajar mengenai agama Islam.

Dalam penelitian ini menganalisis konten dakwah dengan konsep podcast di akun youtube Daniel Mananta Network, menampilkan diskusi keagamaan antara Ustadz Abdul Somad atau UAS dengan Daniel Mananta. Pendapat narasumber mengenai konten tersebut sangat positif, karena tidak sering ada diskusi keagamaan antara dua orang yang berbeda agama secara mendalam.

Beberapa narasumber menanggapi positif mengenai isi konten

dakwah di youtube. Puput Wahyuningsih, mengatakan bahwa dakwah dengan cara diskusi di podcast antara dua orang yang berbeda keyakinan membawa ketenangan hati (wawancara, 28 Desember 2022). Pendapat lainnya disampaikan oleh Fikri Alfisahrin, isi pesan dakwah di podcast dapat menginspirasi, memotivasi dan menggambarkan islam yang sebenarnya (wawancara, 31 Desember 2022).

Pernyataan keterangan dari narasumber sesuai dengan definisi dari dakwah itu sendiri yakni mempengaruhi, mengajak, menyeru dan secara substansial ialah dapat memotivasi khalayak. Materi-materi dakwah yang dibawakan dalam media sosial cenderung memecahkan permasalahan secara global dan nyata dalam kehidupan sehari-hari, konten dibungkus dengan kreatifitas dari *creator* guna menarik minat khalayak untuk melihat dan menontonnya.

Dengan perkembangan zaman saat ini yang serba digital, mengharuskan ada yang diubah dalam strategi dakwah. Pernyataan dari narasumber yang juga mengikuti perkembangan dakwah saat ini mengungkapkan harus ada perubahan

yang dilakukan. Atin Mustaotinah, mengungkapkan bahwa emajuan teknologi menjadi kesempatan untuk lebih kreatif lagi bagi para da'i (wawancara, 29 Desember 2022). Hal senada disampaikan oleh Muhammad Robith Farkhan, bahwa strategi harus berubah menyesuaikan zaman tetapi dengan tidak meninggalkan sunah-sunah terdahulu (wawancara, 27 Desember 2022).

Beberapa narasumber menyatakan bahwa tidak harus diubah meskipun perubahan yang terjadi sudah serba digital, karena masih banyak keterbatasan yang dialami oleh sebagian kalangan masyarakat atau hal-hal lainnya mengenai materi dakwah. Dion Hermawan, mengatakan bahwa perubahan tidak selalu baik dan tidak juga buruk, akan tetapi dalam menuntut ilmu sebaiknya bertemu langsung dengan guru meskipun sudah serba digital (wawancara, 27 Desember 2022). Dakwah tidak harus diubah, walaupun zaman sekarang serba digital tidak semua orang itu bisa mengakses media sosial. Bahkan tidak sedikit masyarakat kesulitan menggunakan media sosial, masih awam akan media sosial dan tidak tahu bagaimana cara menggunakannya.

Bila semua strategi dakwah diubah semua ke digital penyampaiannya, hal itu akan berdampak bagi orang-orang yang awam di media sosial bahkan mereka mungkin tidak akan mendapatkan wawasan agamanya (Muhammad Armel Nursena, wawancara, 28 Desember 2022).

Hampir semua narasumber menyatakan tidak setuju bila semuanya harus bertransformasi ke digital. Namun, ada pula narasumber yang menyatakan bila transformasi dakwah diperlukan di zaman sekarang, seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Robith Farkhan, digitalisasi dakwah itu harus dilakukan secara transformasinya atau perubahannya dilaksanakan secara komprehensif, terstruktur, dan perlahan (wawancara, 27 Desember 2022).

SIMPULAN

Perkembangan teknologi kini semakin berkembang pesat bahkan tidak bisa terbendung oleh kontrol manusia. Teknologi informasi mengalami percepatan pertumbuhan yang signifikan sekali, sehingga sesuatu yang belum sempat tercerna terlebih dahulu sudah tertimbun oleh hal lainnya. Meskipun mudahnya masyarakat dari mengakses teknologi komunikasi dan informasi

ternyata mengakibatkan adanya peralihan dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Berdakwah dengan melalui teknologi digital menjadi sesuatu yang harus dikuasai oleh para da'i masa kini. Sebab dari peralihan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi itulah yang mengakibatkan pegiat dakwah harus mampu menyesuaikan dengan kondisi lingkungan dan terus berinovasi menggunakan teknologi yang hadir sekarang

Bukan suatu yang buruk menggunakan strategi dakwah melalui media sosial seperti platform youtube untuk saat ini, karena menyesuaikan juga dengan perkembangan zaman dan habitual masyarakat. Konten-konten dakwah pun perlu diperbanyak dan disebar luaskan guna memperkenalkan islam secara global kepada khalayak. Strategi dakwah dengan cara berdiskusi di podcast melalui platform youtube merupakan langkah tepat. Namun, transformasi digitalisasi dakwah secara keseluruhan perlu dikaji ulang dan bila dilakukan maka harus secara komprehensif, terstruktur, dan perlahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Ramdan Sulaeman, A. F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication, 11* No. 1, 82.
- Arifin, M. Z. (1991). *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Athik Hidayatul Ummah, M. K. (2020). Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Aanalisis Peluang Dan Tantangan. *Komunike, IX* No. 2, 212.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 145.
- <https://dataindonesia.id/digital/detail/penggunaan-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>, 11 Mei 2022.
- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>, 09 Juni 2022.
- <https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html>. Lihat Q.S. An-Nahl: 125
- Lincoln, N. K. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Patilima, H. (2013). *Metode penelitian kualitatif: dilengkapi dengan panduan penggunaan software analisis kualitatif CDC EZ-text serta UU No. 18 Tahun 2002 tentang sistem Nasional, penelitian, pengembangan, dan penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*. Bandung: ALFABETA.
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Al Irsyad Al-Nafs, 1* No. 1, 11.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Waldan Warid Sitompul, S. M. (2022). Penelitian Tentang Youtube. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi, 2* No 2, 13.

