

INTERNET, MEDIA SOSIAL DAN MASYARAKAT ISLAM
Manfaat Youtube Dalam Dakwah Keagamaan Era Kontemporer

Yan Nurcahya¹

M Kautsar Thariq Syah²

Deri Sugiarto³

Dandie Hambaliana⁴

yan.itb2021@gmail.com

kautsarsyah71@gmail.com

derisugiarto596@gmail.com

dandiealgozali10@gmail.com

UIN Sunan Gunung Djati

ABSTRAK

Sebagai salah satu aplikasi Media Sosial yang menjadi favorit manusia di era modern, memiliki sejarah yang melesat dalam penggunaan masyarakat sehari-hari. Saat ini dengan kecerdasan masyarakat, teknologi informasi dan perubahan dalam praktik keagamaan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana masyarakat modern, khususnya umat Islam, beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam menjalankan ibadah mereka. Penelitian ini mengumpulkan data dari situs web yang membahas industri aplikasi keagamaan digital dan dampaknya dengan konsentrasi pada aplikasi Youtube. Penggunaan media sosial Youtube di era kontemporer, memiliki dampak signifikan dalam penyebaran Islam, pemahaman agama, peningkatan sosial. Jangkauan Global: YouTube memungkinkan konten dakwah diakses oleh masyarakat di seluruh dunia tanpa terbatas ruang dan waktu.

Kata Kunci: Youtube, Dakwah, Ceramah, Era Kontemporer

ABSTRACT

The As one of the favorite social media applications in the modern era, it has a history that has skyrocketed in the use of everyday society. Currently, with the intelligence of society, information technology and changes in religious practices provide deeper insight into how modern society, especially Muslims, adapt to technological developments in carrying out their worship. This study collects data from websites that discuss the digital religious application industry and its impact with a concentration on the Youtube application. The use of Youtube social media in the

contemporary era has a significant impact on the spread of Islam, religious understanding, social improvement. Global Reach: YouTube allows da'wah content to be accessed by people around the world without being limited by space and time.

Keywords: Youtube, Preaching, Sermon, Contemporary Era

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi platform yang sangat populer dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Hootsuite, pada tahun 2022, terdapat lebih dari 4,2 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia. Namun, dengan kemudahan akses dan penggunaan media sosial, kita juga harus menyadari bahwa ada risiko dan konsekuensi yang dapat timbul jika kita tidak menggunakan media sosial dengan bijak.

Dalam mengikuti arus modernitas, penggunaan media sosial menjadi hal yang dominan komunitas di seluruh dunia. Media sosial didefinisikan sebagai sebuah aplikasi berbasis internet. Sebab, media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna berbagi, berpartisipasi, dan membuat konten melalui jejaring sosial, wiki, blog, dan dunia maya. Media sosial terlihat semakin menular dalam perkembangannya memungkinkan pengguna untuk mengakses aplikasi atau web dan juga berinteraksi dengannya teman untuk berbagi dan bertukar informasi melalui media sosial (Kaplan, Haenlein, 2010). Keadaan digital pada Januari 2024

Mari kita mulai dengan berita utama terbaru tentang adopsi dan penggunaan digital di seluruh dunia: Data dari Prospek Populasi Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa menunjukkan bahwa saat ini terdapat 8,08 miliar orang yang tinggal di Bumi. Populasi global telah meningkat sebanyak 74 juta orang sejak saat ini tahun lalu, yang setara dengan pertumbuhan tahun-ke-tahun sebesar 0,9 persen.

Jumlah pengguna ponsel unik mencapai 5,61 miliar pada awal tahun 2024. Data terbaru dari GSMA Intelligence mengungkapkan bahwa 69,4 persen dari total populasi dunia kini menggunakan perangkat seluler, dengan total global naik sebanyak 138 juta (+2,5 persen) sejak awal tahun 2023.

Lebih dari 66 persen dari seluruh orang di Bumi kini menggunakan internet, dengan data terbaru menyebutkan total pengguna global mencapai 5,35 miliar. Pengguna internet telah tumbuh sebesar 1,8 persen selama 12 bulan terakhir, berkat 97 juta pengguna baru sejak awal tahun 2023.

Analisis Kepios menunjukkan bahwa identitas pengguna media sosial yang aktif telah melampaui angka 5 miliar, dengan angka pengguna terbaru setara dengan 62,3 persen dari populasi dunia (catatan: identitas pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik). Total global

telah meningkat sebesar 266 juta selama setahun terakhir, menghasilkan pertumbuhan tahunan sebesar 5,6 persen.¹

Metode Penelitian

Studi kami tentang dampak aplikasi keagamaan digital dalam industri aplikasi keagamaan terhadap praktik ibadah dan motivasi spiritual menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan observasi daring dan analisis aplikasi (Lune & Berg, 2017; Rahim & Dilawati, 2022). Kami mengumpulkan data dari aplikasi keagamaan digital yang digunakan oleh umat beragama, dengan fokus utama pada aplikasi Youtube. Kami memperoleh data melalui observasi daring terhadap fitur-fitur Youtube dan ulasan pengguna di Google Play Store untuk mendapatkan wawasan tentang respons pengguna terhadap aplikasi tersebut. Selain itu, kami mengumpulkan data dari situs web yang membahas industri aplikasi keagamaan digital dan dampaknya. Dengan demikian, studi ini bersifat kualitatif, yang melibatkan observasi daring, ulasan aplikasi, dan analisis data terkait industri aplikasi keagamaan digital untuk memahami dampaknya terhadap praktik ibadah dan motivasi spiritual.

Penelitian ini kami lakukan melalui teknik observasi daring (Hine, 2020). Teknik ini melibatkan observasi langsung terhadap aktivitas dalam aplikasi keagamaan digital, khususnya aplikasi Youtube. Kami mengamati fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi tersebut, termasuk ceramah, konten keagamaan, dan materi edukasi. Kami juga menganalisis ulasan pengguna di Google Play Store dan respons terhadap aplikasi tersebut di berbagai platform daring untuk memahami bagaimana aplikasi tersebut memengaruhi praktik ibadah dan motivasi spiritual. Dengan fokus pada Youtube dan respons industri aplikasi keagamaan digital, teknik observasi daring memungkinkan kami untuk mengevaluasi dampak dan keterlibatan pengguna secara lebih mendalam. Dengan demikian, observasi daring menjadi alat yang efektif untuk mengumpulkan data dan memahami pengaruh aplikasi keagamaan digital terhadap praktik ibadah dan motivasi spiritual dalam konteks industri aplikasi keagamaan.

Kami mengklasifikasikan data dari aplikasi keagamaan digital, khususnya Youtube, secara tematis untuk memahami dampaknya terhadap praktik ibadah dan motivasi spiritual. Kami mengkategorikan data menurut cakupan studi, termasuk fitur aplikasi, dampak aplikasi, dan interaksi pengguna. Kami menganalisis data dalam tiga tahap: penyusunan ulang (reduksi) data, deskripsi data, dan interpretasi data (Miles & Huberman, 2013). Kami melakukan penyusunan ulang

¹ Digital 2024: 5 billion social media users. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

dengan memilih fitur utama aplikasi Youtube yang diidentifikasi selama observasi daring, seperti Ceramah dan materi pendidikan agama. Kami mendeskripsikan data untuk menunjukkan tren dampak aplikasi terhadap motivasi ibadah dan kualitas pengalaman keagamaan pengguna, baik positif maupun negatif. Kami menginterpretasikan data dengan mempertimbangkan konteks sosial dan budaya pengguna aplikasi dalam industri aplikasi keagamaan digital untuk memahami bagaimana aplikasi memengaruhi praktik ibadah lebih dalam. Ketiga tahap analisis ini menjadi dasar untuk menyimpulkan efektivitas aplikasi keagamaan digital dalam meningkatkan atau mengurangi motivasi ibadah dan keterlibatan dalam praktik keagamaan.

PEMBAHASAN

Industri Teknologi Informasi dan Aplikasi Keagamaan

Industri Teknologi Informasi dan Aplikasi Keagamaan Dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), penggunaan aplikasi berbasis teknologi menjadi semakin penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk praktik keagamaan (Eskicumali et al., 2015). Salah satu aplikasi yang menonjol dalam konteks ini adalah Youtube, yang telah mengubah cara umat Islam berinteraksi dengan agama mereka. Konsep industri teknologi informasi dan komunikasi menjadi relevan ketika membahas bagaimana aplikasi seperti Youtube dapat memengaruhi praktik keagamaan sehari-hari. Misalnya, aplikasi ini tidak hanya menyediakan informasi ceramah keagamaan, tetapi juga membentuk kebiasaan baru dalam beribadah yang sebelumnya hanya dilakukan secara tradisional. Oleh karena itu, membahas konsep-konsep seperti teknologi informasi dan perubahan dalam praktik keagamaan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana masyarakat modern, khususnya umat Islam, beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam menjalankan ibadah mereka.

Industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengacu pada sektor yang memanfaatkan teknologi untuk mengelola, memproses, dan menyebarluaskan informasi dan komunikasi (Suryaningtyas, 2019). TIK mencakup perangkat keras komputer, perangkat lunak, jaringan komunikasi, dan internet (Chien et al., 2021). Sektor ini memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, dan inovasi melalui digitalisasi proses dan layanan bisnis. Menurut Manuel, TIK merupakan komponen penting dalam “masyarakat jaringan”, di mana teknologi informasi membentuk struktur sosial dan ekonomi baru melalui aliran informasi yang cepat. Oleh karena itu, TIK tidak hanya memengaruhi cara informasi dikumpulkan dan diproses, tetapi juga mendefinisikan ulang interaksi sosial dan praktik bisnis, yang memengaruhi cara

masyarakat, termasuk umat Islam, menjalankan kehidupan sehari-hari, khususnya dalam kegiatan keagamaan.

Tantangan Dakwah di Era Digital

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, dunia maya telah menjadi ladang baru dalam menyebarkan dakwah Islam. Banyak tantangan dan peluang baru muncul di sini, mengingat pengaruh yang luas dari media sosial dan internet dalam kehidupan sehari-hari. Bagaimana kita dapat memanfaatkan era digital ini untuk menyebarkan ajaran Islam dengan baik?

Salah satu tantangan utama dalam dakwah di era digital adalah keberagaman informasi yang tersebar luas di internet. Informasi yang tidak terverifikasi dengan benar dapat menyesatkan pemahaman agama dan memecah belah umat. Oleh karena itu, penting bagi kita sebagai umat Islam untuk menjadi pembaca yang kritis dan bijak. Sebelum menyebarkan informasi, kita perlu memastikan kebenaran dan kesahihan dari sumbernya (Hanif et al, 2024).

Selain itu, kita juga dihadapkan pada tantangan untuk menjaga akhlak dan etika dalam berinteraksi di dunia maya. Dalam Al-Qur'an, Allah Swt. berfirman dalam surah Al-Maidah ayat 87,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرُمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas.” (Q.S Al Maidah [5:87])

Ayat ini mengingatkan kita pentingnya menjaga tutur kata dan perilaku di dunia maya agar tidak melampaui batas dan mencemarkan nama baik agama Islam. Namun, di balik tantangan tersebut, ada peluang besar untuk menyebarkan dakwah Islam secara lebih efektif melalui media sosial dan platform online lainnya. Dengan kreativitas dan inovasi, kita dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Misalnya, melalui konten video pendek yang menarik, podcast, atau webinar yang mengangkat tema-tema keagamaan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Sebagaimana yang diajarkan dalam hadis riwayat Ahmad, Abu Dawud, dan At-Tirmidzi, Nabi Muhammad saw. Bersabda:

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling banyak memberi manfaat kepada manusia lainnya.” (HR. Ahmad, Abu Dawud, dan At-Tirmidzi)

Hadis ini mengajarkan kepada kita pentingnya berkontribusi dalam menyebarkan kebaikan dan manfaat kepada sesama manusia melalui berbagai media, termasuk media digital. Dengan demikian, dakwah di era digital tidak hanya menjadi tanggung jawab sebagian orang saja, tetapi juga

menjadi tanggung jawab kita semua sebagai umat Islam. Mari kita bersama-sama memanfaatkan peluang yang ada di dunia maya untuk menyebarkan ajaran Islam yang benar, menjaga kebenaran informasi, serta menjaga akhlak dan etika dalam berinteraksi online. Dengan begitu, kita dapat menjadi agen perubahan yang islami di tengah perkembangan informasi yang semakin cepat dan kompleks.

Strategi Dakwah Era Digital

Di era modern ini, media sosial menjadi salah satu platform terbesar yang banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Banyak sekali platform yang dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat, khususnya bagi generasi sekarang yang aktif menggunakan media sosial.²

Dakwah merupakan suatu aktivitas menyampaikan ajaran ilmu agama Islam kepada masyarakat. Dakwah juga dapat berarti ajakan menuju Islam, yaitu jalan Tuhan, jalan yang diridai oleh Allah Swt., bukan jalan-jalan lain yang sesat dan menyimpang dari jalan Islam. Dari segi bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab yang merupakan bentuk mashdar dari kata do'a, dan yad'u yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Q.S. Ali Imron:104).

Dalam surah ini, kita dianjurkan untuk berdakwah, mengingatkan, serta mendukung dalam menyebarkan kebaikan dan mencegah keburukan. Menyebarkan kebaikan dan mencegah kemungkaran merupakan kewajiban bagi umat muslim dan menjadi kunci untuk mencapai kebahagiaan dan kesuksesan hidup.

Di era digital ini, berbagai cara digunakan oleh para Da'i atau orang-orang yang ingin menyebarkan agama Islam dengan memanfaatkan teknologi dan media digital. Strategi dakwah era digital adalah upaya untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan melalui media digital. Berikut beberapa strategi dakwah era digital:³

1. Membangun Brand Personal sebagai Seorang Da'i di Era Digital

² Husein Abimanyu., at al. 2023. Strategi Dakwah di Era Digital. <https://informatics.uii.ac.id/2023/04/11/strategi-dakwah-di-era-digital/>

³ Husein Abimanyu., at al. 2023. Strategi Dakwah di Era Digital. <https://informatics.uii.ac.id/2023/04/11/strategi-dakwah-di-era-digital/>

Membuat strategi membangun personal branding sebagai seorang da'i untuk mendapatkan kepercayaan serta dapat dikenal dan diakui oleh masyarakat, supaya dapat menarik masyarakat untuk mendengarkan dakwah.

2. Memanfaatkan Sosial Media untuk Menjangkau Generasi Milenial dalam Berdakwah

Dalam strategi dakwah dengan memanfaatkan media sosial, penting untuk memahami karakteristik pendengar target, memilih platform media sosial yang tepat, membuat konten yang menarik, menjaga interaksi dan keterlibatan pendengar, mempromosikan dakwah melalui influencer muslim, dan mengukur kinerja kampanye dakwah.

3. Meningkatkan Kualitas Konten Dakwah di Era Digital

Memproduksi konten-konten dakwah yang bermanfaat dan menunjukkan nilai-nilai keislaman bagi generasi muda. Generasi muda bukan hanya menjadi penikmat saja, tetapi juga penyebar konten-konten dakwah yang berguna lainnya.

4. Meningkatkan Keterampilan Berbicara di Depan Kamera untuk Berdakwah di Media Digital

Meningkatkan keterampilan berbicara di depan kamera, termasuk cara menyusun naskah, memilih bahasa tubuh yang tepat, dan mengelola rasa gugup di depan kamera.

5. Mengukur Efektivitas Dakwah di Era Digital

Mengukur efektivitas dakwah di era digital adalah proses untuk mengetahui sejauh mana pesan dakwah telah disampaikan dan diterima oleh pendengar target melalui media digital. Cara-cara yang dapat dilakukan antara lain memonitor interaksi di media sosial, mengukur keterlibatan pendengar, menganalisis data trafik web atau blog, memperhatikan feedback dan testimoni dari pendengar, serta melakukan survei atau polling online.

YouTube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video asal Amerika Serikat yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.⁴ Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini.

Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan

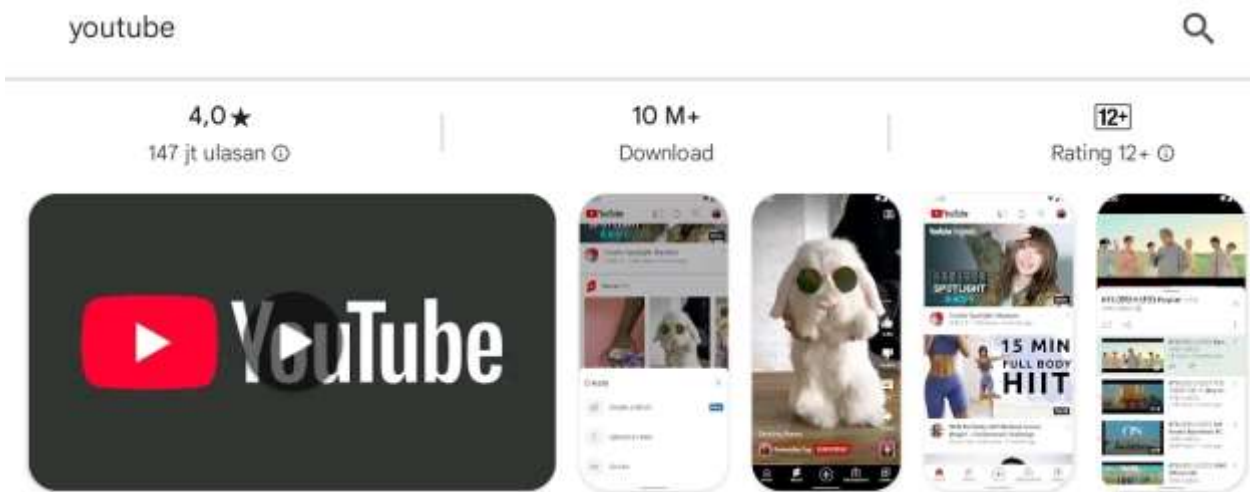
⁴ Jim Hopkins. 2006. *"Surprise! There's a third YouTube co-founder"*

video per hari.⁵ Menurut data yang dikumpulkan perusahaan riset pasar comScore, YouTube adalah penyedia video daring utama di Amerika Serikat dengan pangsa pasar 43 persen dan lebih dari 14 miliar video ditonton pada bulan Mei 2010.⁶ YouTube mengatakan bahwa sekitar video berdurasi total 60 jam diunggah setiap menit dan tiga perempat materialnya berasal dari luar A.S.⁷ Situs ini menerima delapan ratus juta kunjungan unik setiap bulannya.⁸ Diperkirakan bahwa pada tahun 2007 YouTube mengonsumsi bandwidth yang sama besarnya seperti seisi Internet tahun 2000. Alexa menempatkan YouTube sebagai situs ketiga yang paling banyak dikunjungi di Internet, setelah Google dan Facebook.⁹

Dakwah di Era Digital Dengan YouTube

Sebagai salah satu aplikasi Media Sosial yang menjadi favorit manusia di era modern, memiliki sejarah yang melesat dalam penggunaan masyarakat sehari-hari. Saat ini dengan kecerdasan masyarakat, hampir semua kalangan dan usia sering menggunakan YouTube terutama pada Handphone (HP), yang menjadi alat pegangan utama telekomunikasi setiap manusia saat ini. Anak mulai usia 3 tahun, mulai sering dan bisa menggunakan HP ketika melakukan kegiatan aktivitas sehari-hari, baik sebagai hiburan, penunjang kerjaan ataupun ketika belajar.

Sebagai gambaran, penggunaan YouTube sampai saat ini, telah mencapai pendownloadan aplikasi YouTube yang telah mencapai 10 Miliar pendownloadan dan memiliki ulasan tentang



⁵ "YouTube serves up 100 million videos a day online". USA Today

⁶ Comscore Releases May 2010 U.S. Online Video Rankings. 2024. <https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2010/6/comScore-Releases-May-2010-US-Online-Video-Rankings>

⁷ Alexei Oreskovic. 2012. "YouTube hits 4 billion daily video views". Di Akses Desember 2024.

<https://web.archive.org/web/20120817134544/http://www.reuters.com/article/2012/01/23/us-google-youtube-idUSTRE80MOTS20120123>

⁸ Shane Richmond. 2011.. "YouTube users uploading two days of video every minute". The Daily Telegraph. London.

⁹ "Alexa Traffic Rank for YouTube (three month average)". 2016. Alexa Internet.

aplikasi ini mencapai 147 Juta ulasan atau komentar mengenai makna dalam penggunaan aplikasi atau sosmed Youtube. Ada 500 jam konten baru tiap menitnya. Sekitar pertengahan tahun 2019, Google mengungkapkan bahwa lebih dari 500 jam konten baru diunggah ke Youtube setiap menitnya. Artinya, 30 ribu jam konten per jam dan 720ribu jam konten per hari. Atau dengan kata lain diperlukan sekitar 82 tahun untuk menonton semua konten baru yang diunggah ke Youtube hanya dalam satu hari.

Gambar 1. Aplikasi YouTube, 2024 (Sumber: *youtube*)

Sebagai gambaran, penggunaan YouTube sampai saat ini, telah mencapai pendownloadan aplikasi YouTube yang telah mencapai 10Miliar pendownloadan dan memiliki ulasan tentang aplikasi ini mencapai 147 Juta ulasan atau komentar mengenai makna dalam penggunaan aplikasi atau sosmed Youtube. Ada 500 jam konten baru tiap menitnya. Sekitar pertengahan tahun 2019, Google mengungkapkan bahwa lebih dari 500 jam konten baru diunggah ke Youtube setiap menitnya. Artinya, 30 ribu jam konten per jam dan 720ribu jam konten per hari. Atau dengan kata lain diperlukan sekitar 82 tahun untuk menonton semua konten baru yang diunggah ke Youtube hanya dalam satu hari.

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.

Seperti yang dapat kita temukan, Youtube memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah video dan dapat 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 tindakan durasi yang diberikan oleh Youtube, membuat nilai tambah bagi Youtube dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Instagram yang hanya 71 berdurasi sekitar 1 menit. Sehingga banyak masyarakat lebih memilih Youtube sebagai medianya.¹⁰

¹⁰ Siti Aisyah. 2017. "Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger di Kota Makassar". LTA S-I Kearsipan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hassanudin,

Komunitas-komunitas Youtube di penjuru Indonesia mulai memanfaatkannya Youtube bukan hanya sekedar menyediakan koneksi antarwilayah, melainkan juga sebagai upaya eksistensi diri. Youtube memberikan berbagai dampak nilainilai bagi para penggunanya. Youtube tidak lagi sekedar sebagai media berkomunikasi, melainkan juga dijadikan ajang mencari popularitas. Penggunaan Youtube semacam ini menyebabkan terjadinya adaptasi antarbudaya dan selanjutnya proses transisi dari budaya lama ke budaya baru.



Gambar 2. Ceramah Ustad Iqdam, Desember 2024 (Sumber: Youtube)

Eksistensi gerakan dakwah merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dan selalu berhubungan dengan masyarakat di tempat dakwah tersebut dilaksanakan. Oleh karena itu, dakwah secara teknis selalu melibatkan unsur masyarakat dengan segala permasalahan yang dihadapinya. Dengan demikian, problematik masyarakat juga merupakan problem dakwah. Soal tersebut dari waktu ke waktu cukup dinamis sejalan dengan perubahan sosial yang juga tidak pernah berhenti.¹¹

Sama seperti media-media lainnya, sasaran dari Youtube adalah khalayak atau publik. Dalam perkembangannya, saat ini Youtube sudah sangat memasyarakat. Bahkan dibandingkan televisi, masyarakat lebih memilih beralih ke Youtube dalam mencari hiburan dan informasi. Youtube merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi, karena melalui Youtube pesan-pesan atau informasi dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat

¹¹ Asep Muhyidin & Agus Akhmad Syafei. 2002. *Metode Pengembangan*. Bandung: Pustaka Setia

luas. Hal ini dikuatkan karena media Youtube juga merupakan media yang bersifat audio visual, artinya selain bisa didengar juga bisa dilihat. Oleh sebagian besar masyarakat Youtube Indonesia dijadikan sebagai sarana hiburan dan sumber informasi utama. Dibeberapa daerah di negeri ini masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menonton Youtube. Di sisi lain, dakwah juga memiliki sasaran yakni khalayak atau publik sebagaimana sasaran Youtube. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas.

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 negeri artikel melalui pengajian- pengajian dan ceramah-keramah di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah di era sekarang ini sudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah media Youtube.

Youtube saat ini banyak dimanfaatkan seseorang untuk berbagai tujuan. Ada beberapa ustaz kondang di Indonesia yang menggunakan Youtube untuk berdakwah. Masyarakat pun tertarik dan banyak yang mengikuti mendapatkan ilmu agama. Social Blade memberi informasi setidaknya kepada ustaz kondang yang menggunakan media Youtube, yakni:¹²

A.Aa Gimnastiar; nama penceramah Aa Gym memang sudah terkenal cukup lama. Di media sosial, Aa Gym memiliki banyak pengikut. Di akun Instagramnya mencapai 5 juta dan 211 ribu berlangganan di kanal Youtube miliknya. Pejabat Aagym. Sudah bergabung sejak tahun 2016, Aa Gym diperkirakan mendapatkan penghasilan dari Youtube sekitar US\$283 atau setara Rp4 juta hingga US\$4,500 atau setara Rp63,3 juta per bulan.

B. Adi Hidayat (UAH); juga menjadi salah satu dai kondang di Indonesia. Tausiah ustaz yang dijuluki ilmu Alquran ini juga banyak beredar di Instagram dan Youtube. Selain memiliki 2,4 juta pengikut di Instagram, UAH juga sudah memiliki 369 ribu berlangganan di kanal Youtube miliknya, Pejabat Adi Hidayat. Ada 172 video yang sudah diunggah di akun Youtube miliknya. Sehingga, disampaikan Ustaz Adi Hidayat diprediksi oleh Social Blade menghasilkan uang sekitar US\$361 atau setara dengan Rp5,1 juta hingga US\$5,800 atau setara dengan Rp81,6 juta per bulan.

Pendakwah dapat memberikan klarifikasi dan penjelasan yang benar tentang ajaran Islam untuk meluruskan informasi yang keliru. YouTube memberikan kesempatan monetisasi bagi kreator

¹² WE Online, "Dakwah Lewat Youtube, 4 Ustad Kondang Ini Dapat Penghasilan Sebesar.", Berita, WE Online, Jakarta. <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita257504/dakwah-lewat-Youtube-4-ustad-kondangini-dapat-penghasilan-sebesar/2>

konten melalui iklan atau sponsor. Hasil pendapatan bisa dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan dakwah lainnya.

Dampak Negatif Dakwah di Era Digital Dengan YouTube

Sebagai salah satu aplikasi Media Sosial, selain menjadi penggunaan dakwah di era digital, memiliki dampak negatif dalam penyampaian dan manfaatnya. Salah satu dampak negatif tersebut, disampaikan berikut; Beredarnya video ceramah agama yang menyesatkan dari Syaiful Karim yang banyak beredar di TIK Tok membuat radang Ketua Barisan Kesatria Nusantara BKN pusat Muhammad Rofi'I Mukhlis.

Bagaimana tidak video itu sangat menyesatkan. Ceramah agama tetapi Syaiful Karim memberikan kajian ceramah yang menyesatkan. "Video Syaiful Karim yang linknya beredar di Instagram dan WhatsApp sangat meresahkan," jelasnya. Katanya, di video tersebut Syaiful Karim membahas tentang QS Al Qoriah, di bawah ini kutipan video yang viral tersebut: "pernah denger Qori, Qori, siapa, laki-laki yang membaca Al-Qur'an ya toh, pernah mendengar Qoriah, siapa, perempuan yang membaca Al-Qur'an, biasanya kalau Mauludan dan rajaban kalian suka mengundang Qori Qoriah, biasanya juara juara membaca Al-Qur'an, yang laki-laki disebut Qori dan yang perempuan disebut Qoriah. Di Qur'an ada Qur'an surat Al Qoriah," jelas Syaiful Karim di video tersebut."¹³

Syaiful Karim atau Saeful Karim dan biasa juga dipanggil dengan Ayahanda Guru Saiful Karim merupakan seorang ustaz yang kajiannya kerap viral di media sosial, khususnya di TikTok. Meski dikenal sebagai seorang pendakwah, namun secara akademik, Syaiful Karim merupakan dosen fisika di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Dirinya juga merupakan peneliti di bidang fisika material elektronik dan peneliti dalam bidang pengembangan pembelajaran fisika.¹⁴

Bergulat dibidang dunia pendidikan, khususnya di UPI, namun Syaiful Karim juga merupakan pembina di Pondok Pesantren Misykatul Anwar di Cibabat, Kota Cimahi. Dibalik profesinya sebagai dosen Fisika dan sekaligus sebagai Pembina Pondok Pesantren, Syaiful Karim juga kerap mengisi ceramah dan dipublikasikan melalui Channel Youtube @syaifulkarim6981

Dalam ringkasan pada menit ke 7.20 Saiful Karim menyampaikan bahwa umat Islam hampir 99% nya melakukan solat untuk mendapatkan masuk surga, disisi lain menurutnya 80% umat islam menjadikan Solat sebagai cara untuk mendapatkan Pahala, dan 20% umat islam melakukan solat

¹³ Yan Nurcahya. 2024. Tidak Ada Paksaan Dalam Agama - Saeful Karim : Kritikal Review Yan Nurcahya. <https://data.mendeley.com/datasets/hf9fy55wbp/1>

¹⁴ Alexander.2023. Biodata dan Profil Syaiful Karim, Ustaz yang Kajiannya Kerap Viral di TikTok

karena takut mendapatkan siksa neraka. Disisi lain dalam Agama Islam, menurutnya tidak melakukan paksaan untuk umatnya dalam melakukan Ibadah Solat. (Menit 7.20-7.42)

Salat merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh tiap-tiap manusia yang sudah berikrar tunduk kepada Allah Swt. (El Saha, M:2021)

حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَى وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ

“Peliharalah semua salat (fardu) dan salat Wustā.75) Berdirilah karena Allah (dalam salat) dengan khushyuk”. (Al-Baqarah [2]:238)

Ayat ini sekalipun tidak menyebut secara eksplisit macam-macam salat akan tetapi para ulama sependapat bahwa yang dimaksud ialah salat lima waktu. Alasan para ulama adalah (1) lafal “as-shalawat” adalah bentuk jamak yang menunjukkan jumlah bilangan tiga ke atas, (2) lafal as-shalat al-wustha dalam bentuk tunggal yang berarti ada lagi salat selain yang disebut dalam lafal as-shalawat; dan (3) masih berkaitan dengan lafal as-shalawat al-wustha atau salat yang terletak di tengah antara salat-salat lain, para ulama berpendapat bahwa kalau salat dalam sehari jumlahnya genap maka tidak ada yang disebut salat yang di tengah. Hal itu berarti jumlah salat yang diwajibkan bagi ummat Islam jumlahnya ganjil, yakni 5 waktu sehari.

Al-Qur’an tidak mengumpulkan dalam satu ayat perintah salat lima waktu dengan tujuan: (1) agar kita ingat salat kapan saja saat kita membaca Al-Qur’an. Sebab, perintah salat hampir ada dalam potongan-potongan ayat dan surat Al-Qur’an. (2) agar kita dapat merasakan nikmatnya salat lima waktu dan ke-khusyu’annya dengan cara terus-menerus mengerjakannya, seperti halnya Allah Swt tak sesekali menjelaskan perintah salat dalam ayat Al-Qur’an.

Selain itu, yang paling utama, kita mengerjakan salat lima waktu berdasarkan praktik yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Selama masa hidup beliau tidak ada penyangkalan praktik ibadah salat lima waktu sebagai living muslim. Pada menit ke 45-49 Saiful Karim berargumen dan membenarkan pendapatnya. Solat bukanlah wajib jika seseorang hanya menjadikan solat sebagai kewajiban umat Islam kepada tuhan. Solat menurutnya harus dilakukan sebagai suatu motivasi atau kesenangan atau butuh.

Pada ucapannya, di baris ini. Bisa benar, ketika hal tersebut menyampaikan Solat sebagai hal yang dilakukannya sebagai suatu motivasi hidup atau kesenangan. Pada posisi umat jamaah yang berada di masjid, dan onliner yang membuka ceramahnya secara online tapi pada posisi jamaah tersebut yang baru mulai aktif dan melakukan kewajiban melakukan Solat sebagai ibadahnya. Akan

membuat orang salah paham, dan bisa menjadikan kesimpulan 'tidak Solat tidak apa-apa' dengan tinjauan beliau bahwa jika kita melakukan solat hanya untuk menganggap wajib percuma Solatnya.¹⁵

Salat termasuk dalam ibadah yang tujuan pelaksanaannya hanya untuk menghambakan diri kepada Allah. Dalam pelaksanaan salat timbul suatu hubungan antara manusia sebagai makhluk ciptaan Allah, dan Allah sebagai pencipta makhluk yaitu manusia. Hubungan ini disebutkan di dalam Al-Qur'an pada Surah Az-Zariyat ayat 56, Surah Yasin ayat 22, dan Surah Al-'An'am ayat 162. Pada Surah Az-Zariyat ayat 56 disebutkan bahwa manusia dan jin diciptakan hanya untuk beribadah kepada Allah. Surah Yasin ayat 22 merupakan perenungan bahwa manusia akan kembali kepada Tuhannya sehingga tidak ada alasan untuk tidak beribadah kepada-Nya. Sementara itu, Surah Al-'An'am ayat 162 menjelaskan bahwa salat seorang muslim hanya dipersembahkan kepada Allah yang merupakan tuhan bagi seluruh alam.

Pemaknaan ego, yang disampaikan oleh Saiful Karim pada ceramahnya, akan berbeda pandangan terhadap setiap orang. Tapi dari yang beliau sampaikan, akan merendahkan orang lain. Dan klaim terhadap dirinya sebagai manusia yang benar, tentunya setiap orang memiliki kemampuan berpikir yang berbeda.

Hal tersebut dapat menyesatkan Umat Islam, karena ketertarikan umat Islam ketika membutuhkan ceramah, Muslim tidak perlu berangkat ke masjid. Cukup membuka Youtube/ceramah di internet, youtuber pada akun yang beliau Gunakan rata-rata perbulan dibuka oleh youtuber 40.000-50.000 penonton pada temayang dibuatnya. Di era modern, manusia canggih saat ini. Ketika ada youtuber, atau nama yang terkenal dan heboh pada saat tersebut. Akan mempengaruhi youtuber untuk mengecek info yang berlangsung tersebut dan tentunya akan menyesatkan youtuber tersebut ketika informasi/ceramah yang disampaikan memang tidak benar.¹⁶

¹⁵ Yan Nurcahya. 2024. Tinjauan sejarah masjid Misykatul Anwar, Yayasan Itsbatul Yaqin, sosok Saiful Karim: Tidak Ada Paksaan Dalam Agama.

¹⁶ Yan Nurcahya. 2024. Tinjauan sejarah masjid Misykatul Anwar, Yayasan Itsbatul Yaqin, sosok Saiful Karim: Tidak Ada Paksaan Dalam Agama.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi dunia, telah berpengaruh besar terhadap perkembangan budaya dan bangsa. Salah satunya dengan penggunaan media sosial Youtube, yang menjadi landasan utama ketika melakukan ceramah atau dakwah oleh ustad. Youtube dengan mudah bisa dimanfaatkan oleh umat agama dalam memahami kepercayaan dan meningkatkan keyakinannya. Penggunaan media sosial Youtube di era kontemporer, memiliki dampak signifikan dalam penyebaran Islam, pemahaman agama, peningkatan sosial. Jangkauan Global: YouTube memungkinkan konten dakwah diakses oleh masyarakat di seluruh dunia tanpa terbatas ruang dan waktu. Kemudahan Akses: Dengan perangkat sederhana (HP, laptop, atau komputer), siapa pun bisa menyimak ceramah atau konten dakwah kapan saja.

Sebagai salah satu aplikasi Media Sosial, selain menjadi penggunaan dakwah di era digital, memiliki dampak negatif dalam penyampaian dan manfaatnya. Salah satu dampak negatif tersebut, disampaikan berikut; Beredarnya video ceramah agama yang menyesatkan dari Syaiful Karim yang banyak beredar di Youtube. Generasi Milenial dan Gen Z: Platform digital seperti YouTube lebih dekat dengan generasi muda yang cenderung aktif mencari informasi secara online. Melalui kanal YouTube, pendakwah dapat membangun identitas dan kepercayaan dengan audiensnya, tetapi kita masyarakat Islam bisa menjaga juga dari mencegah negatifnya dakwah di media social.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim, M. A. W. ., Avicena, M. Z. ., Ahmad, N., Yuda, D., Arsyad, M. F. ., Nurcahya, Y., & Oksa Putra, M. Z. . (2024). Sejarah Perkembangan Ilmu Hadits dan Kelompok Ingkar Sunnah. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(1), 817–827. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1.2565>
- Alexander. 2023. Biodata dan Profil Syaiful Karim, Ustaz yang Kajiannya Kerap Viral di TikTok
- Adzar, M Zacky. 2024. Etika Bermedia Sosial dalam Islam Serta Cara Penerapannya. <https://senyummandiri.org/etika-bermedia-sosial-dalam-islam-serta-cara-penerapannya/>
- Chien, F., Pantamee, A. A., Hussain, M. S., Chupradit, S., Nawaz, M. A., & Mohsin, M. 2021. Nexus between financial innovation and bankruptcy: evidence from information, *communication and technology (ICT) sector. The Singapore Economic Review*, 1–22
- Eskicumali, A., Arslan, S., & Demirtas, Z. 2015. Utilization of Information and Communication Technologies as a Predictor of Educational Stress on Secondary School Students. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 14(2), 241–246.
- Fatoni, Ahmad Sirfi. 2021. “Pernik-Pernik Metode dan Pendekatan dalam Penelitian Filologi”. *Jurnal Mahasantri*. Hlm. 351.
- Gumilar, Setia. 2017. Historiografi Islam: Dari Masa Klasik Hingga Modern. Bandung: Pustaka Setia.
- Hine, C. 2020. *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and every day*. Routledge
- Ismail, Anita., at al. 2021. Penggunaan Media Sosial Dan Kesejahteraan Penggunaan Menurut Islam. *E-Prosiding Seminar Antarabangsa Islam dan Sains, Universiti Sains Islam Malaysia*.
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. “Users of the world, unite! The challenges and Opportunities of Social Media”. *Business Horizons* 53(1): 59–68.
- Lune, H., & Berg, B. L. 2017. Qualitative research methods for the social sciences. Pearson.
- Maulana, Andrian Gilang. 2024. Hubungan Tradisionalisme Islam dan Stoicisme dalam Arus Modernitas Bagi Kesehatan Mental. DOI: <https://doi.org/10.24952/tazkir.v10i1.10892>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. 2013. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications, Inc
- Nur Hidayat, Hanif. 2024. Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Peluang di Dunia Maya. <https://informatics.uui.ac.id/2024/05/02/dakwah-di-era-digital-tantangan-dan-peluang-di-dunia-maya/>
- Nurcahya, Yan. 2021. Revitalization Skywalk Bandung 2021 Reviving The Urban Area “Urban Space” In Bandung. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JARE/article/view/35802>

- Nurcahya, Yan. 2023. Pelatihan Pengembangan Kemampuan Menulis (Writing Ability) Terhadap Mahasiswa Arsitektur Sebagai Pembekalan Kemampuan Profesional Dan Wirausaha Melalui Menulis. <https://ejournal.upi.edu/index.php/Lentera/article/view/60814>
- Nurcahya, Yan., at al. 2024. *Rasulullah Muhammad Saw Sebagai Sosok Teladan*. Bandung: Referensi Cendikia.
- Nurcahya, Yan. at al. 2024. Tidak Ada Paksaan Dalam Agama - Saeful Karim : Kritikal Review Yan Nurcahya. <https://data.mendeley.com/datasets/hf9fy55wbp/1>
- Rahim, R. A. A., & Dilawati, R. 2022. Causes and Impacts of Early Marriage: A Phenomenological Study in the Cimarel Hamlet Community, West Bandung Regency. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 5(1), 29–44.
- Ruqayah, Farah. 2024. Digitizing Worship: Challenges of Religious Applications and Spiritual Decline in the Digital Era. *Temali: Jurnal Pembangunan Sosial* <https://doi.org/10.15575/jt.v7i2.39565>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta
- Suryani, Lilis; Nurizzati. 2019. “Alih Aksara dan Alih Bahasa Teks Tasawuf dan Ta’bir Gempa”. *Jurnal Bahasa dan Sastra (dalam bahasa Inggris)*. 6 (3): 4. Doi:10.24036/81037290
- Suryaningtyas, V. W. 2019. Translation Learning Enrichment Using Smart Application Creator 3.0: An Attempt to Design a Mobile Application in Translation for Tourism Purpose Course. In Proceedings -2019 International Seminar on Application for Technology of Information and Communication: Industry 4.0: Retrospect, Prospect, and Challenges, iSemantic 2019(pp. 542–547). <https://doi.org/10.1109/ISEMANTIC.2019.888427>
- Yusuf, M. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia group.