

Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi

Ricka Handayani

Email: rickahandayani02@gmail.com

Ambang Daulay

Email: daulayambang@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Abstract

This research aims to find out how the use of youtube is a medium of communication da'wah in Padangsidimpuan city. This research uses a qualitative descriptive approach. The data collection techniques used were collecting documentation and interviews conducted by distributing a link google form to be filled in by the informants. The data analysis techniques used were data reduction, data display, and descriptive drawing conclusions. Meanwhile, the results obtained from interviews were the main attraction for preachers to create YouTube content, namely to spread da'wah and convey knowledge. Because of the increasingly digital times, preachers master technology and media in preaching. YouTube is one of the media that is in line and support the delivery of effective da'wah. Because of its visuals, various styles and patterns, easy access, and long duration, YouTube is the most popular media content creators. It's the advantage of YouTube compared to other social media. YouTube is also more efficient in saving costs, space and time. With YouTube, lectures from preachers can be reached by the wider community anywhere and anytime.

Keywords: YouTube, Communication Media, and Da'wah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan youtube digunakan sebagai media komunikasi dakwah di kota Padangsidimpuan. Di dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan pengumpulan dokumentasi dan wawancara yang dilakukan melalui menyebarkan link google formulir yang akan diisi oleh para informan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan yang bersifat deskripsi. Sementara untuk hasil yang diperoleh dari wawancara yang bersumber dari para informan yaitu yang menjadi daya tarik pendakwah untuk membuat konten youtube adalah untuk menyebarkan dakwah dan menyampaikan ilmu. Karena sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin serba digital, pendakwah dituntut untuk menguasai teknologi dan media dalam berdakwah. Youtube adalah salah satu media yang sejalan dan mendukung dalam penyampaian dakwah yang efektif. Karena visualnya, beragam gaya dan pola, kemudahannya akses, dan durasi yang lama membuat youtube menjadi media yang paling diminati para pembuat konten. inilah yang menjadi kelebihan youtube dibandingkan dengan media sosial lainnya. Youtube juga lebih efisien dalam penghematan biaya, tempat dan waktu. Dengan youtube, ceramah dari para pendakwah dapat dijangkau oleh masyarakat luas dimanapun dan kapanpun.

Kata Kunci: Youtube, Media Komunikasi, dan Dakwah

A. Pendahuluan

Dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin meningkat, kita dituntut untuk mampu menguasai dan mengakui pentingnya teknologi digital dalam menjalankan setiap aktivitas. Dan hampir semua aktivitas yang dilakukan menggunakan teknologi informasi. Ini sudah menjadi kebutuhan kita pada saat sekarang ini.

Apalagi sekarang ini adalah masa pandemik yang mengharuskan setiap individu dari semua kalangan mampu menggunakan dan mengaplikasikan teknologi informasi. Dimana saat ini menuntut untuk mengurangi kontak fisik dalam berkomunikasi. Dan mengubah menjadi komunikasi melalui pemanfaatan jaringan internet.

Seiring dengan perkembangan teknologi muncullah berbagai jenis media internet yang dapat dijadikan sebagai media komunikasi yang memberikan berbagai informasi dengan teknik dan pola yang menarik. Media internet yang

sedang diminati adalah media sosial. Penggunaan media sosial pada masa pandemi juga semakin meningkat. Terlihat dari data *Hootsuite* dan *we are social* di Indonesia tahun 2021 sebagai berikut.

Gambar 1. Jumlah penduduk dan pengguna internet



Sumber: data reportal *we are social* dan *hootsuite* 2021

Dari gambar diatas ada sebanyak 202,6 Juta orang dari 274,9 Juta orang yang menggunakan internet. Artinya sebanyak 73,7% dari penduduk Indonesia telah mengakses internet. Dan dari data tersebut ada kenaikan sebesar 16% atau 27 Juta pengguna internet di Indonesia dari tahun sebelumnya.¹

Sementara pengguna media sosial aktif tahun 2021 ada sebanyak 170 Juta orang artinya ada kenaikan sebanyak 10 Juta orang atau sebesar 6,3% dari tahun sebelumnya. Rata-rata waktu menggunakan media sosial 3 jam 14 menit setiap harinya.

Riset terbaru mengungkapkan bahwa media sosial yang paling banyak digemari dari platform lainnya adalah youtube. Hal ini dikarenakan youtube memiliki kelebihan dalam berkomunikasi. Selain mampu berbagi video juga mempunyai durasi yang cukup panjang dalam menyampaikan informasi. Para youtuber menampilkan videonya dengan seni tersendiri agar mampu menarik minat orang lain untuk menonton. Youtube begitu digemari oleh berbagai kalangan, baik dari kalangan anak-anak maupun kalangan orang tua. Karena

¹Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights diakses tanggal 24 Maret 2021 Pukul 11:57 Wib.

menampilkan banyak pilihan video yang bisa ditonton. Terlihat dari data *Hootsuite* dan *we are social* di Indonesia tahun 2021 sebagai berikut.

Gambar 2. peringkat video streaming yang sering diakses



Sumber: data reportal *we are social* dan *hootsuite* 2021

Dari gambar tersebut cukup jelas bahwa youtube menduduki posisi teratas sebagai aplikasi *mobile video streaming* yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu digunakan oleh 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia yang berumur 16 hingga 64 tahun berdasarkan data *Hootsuite* dan *we are social* tahun 2021. Untuk durasi rata-rata penggunaan youtube, berkisar di angka 25,9 jam per bulan.²

Perkembangan Youtube saat ini sangat pesat. Dapat dibuktikan dengan banyaknya orang yang berminat dan beralih profesi ke youtubers dengan membuat konten-konten vlog yang menarik. Sehingga, saat ini youtube sangat berpengaruh di seluruh dunia.

Begitu juga para pendakwah yang sudah semakin banyak beralih ke dunia maya dan berusaha tidak ketinggalan dalam memanfaatkan situs ini. Selama ini sudah sering kita melihat dakwah dan pengajian dari televisi atau majelis-majelis. Namun dengan perkembangan teknologi informasi seperti sekarang ini, youtube menjadi tempat baru bagi pendakwah dalam menyampaikan dakwah.

Video ceramah yang diunggah dapat diakses dimanapun dan kapanpun tanpa diperlukannya penyediaan tempat dan waktu untuk para jamaah. Para

²*Ibid.*

jamaah juga dapat memilih da'i yang mereka sukai dengan berbagai tema yang dibutuhkan. Youtube merupakan salah satu media yang memiliki kemampuan menyebarkan konten dakwah atau pengajian ke seluruh dunia dan bisa diakses oleh semua kalangan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Youtube juga mampu memberikan akses kepada penggunanya dengan cara mendownload ataupun melihat video dengan cara offline.³

B. Media Sosial Youtube

Sebelum munculnya pandemi, internet lebih banyak diakses dari kalangan pekerja saja. Tetapi setelah munculnya pandemi, masyarakat dari semua kalangan banyak menghabiskan aktivitas dengan internet.

Sekarang ini, internet telah menjadi alat komunikasi yang sangat cepat, efisien, dan efektif. Internet telah menjadialat komunikasi dan informasi yang sedemikian besar dan tidak dapat diabaikan. Media internet merupakan media yang dapat memuat apa saja dalam kelompok yang lebih luas, tetapi masih terbatas untuk kalangan-kalangan tertentu. Namun tidak akan menutup kemungkinan seiring dengan perkembangan zaman dan peradaban manusia, media ini akan menjadi media yang banyak dicari orang karena merupakan jaringan informasi yang lengkap dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.⁴ dan youtube merupakan pilihan media internet yang paling diminati di semua kalangan.

Ada beberapa karakteristik yang membuat pengguna betah menggunakan youtube antara lain:⁵

1. Tidak ada batasan durasi dalam mengunggah video. Inilah yang membedakan youtube dengan beberapa media sosial lainnya yang mempunyai batasan durasi minimal waktu. Semisal instagram, snapchat, dan sebagainya.
2. Sistem pengamanan yang mulai akurat. Youtube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video-video yang mengandung SARA dan illegal.

³Guntur Cahyono dan Nibros Hassani. *Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran*, Jurnal Al-Hikmah, Vol. 13, No. 1, 2019, h. 30-31.

⁴Mubasyaroh, *Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa dalam Dakwah)*, Jurnal At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1, 2016, h. 99.

⁵Fatty Faiqah, dkk. *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 5, No. 2, 2016, h. 261.

Dengan membuat beberapa pertanyaan yang ahrus dijawab sebagai bentuk konfirmasi sebelum dilakukan pengunggahan video.

3. Berbayar. Youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 viewers atau penonton maka akan mendapatkan honorarium dari youtube.(Theoldman, 2011)
4. Menonton secara *offline* (tanpa biaya). Youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya secara *offline*. Sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat *offline* walaupun sebelumnya video yang akan ditonton didownload terlebih dahulu.
5. Tersedia editor yang sederhana. Pada saat mengunggah video di menu awal, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan berupa pemotongan video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

C. Media Komunikasi

Dalam kegiatan komunikasi, media sangat berpengaruh atas efektifitas atau keberhasilan suatu komunikasi. Media merupakan sarana yang digunakan oleh komunikator terhadap komunikan untuk menyampaikan pesan yang berupa khalayak.

Adapun media massa merupakan media komunikasi yang menghubungkan dengan khalayak yang tersebar dan tidak diketahui dimana mereka berada. Seiring dengan perkembangan teknologi, muncul beragam aplikasi yang terhimpun dalam dunia maya sehingga masyarakat tidak lagi memerlukan biaya besar untuk membeli surat kabar, majalah, radio, televisi, karena semua yang terdapat di dalamnya dapat di akses lewat internet seperti youtube, koran elektrik, siaran radio streaming, dan sebagainya.⁶

Banyak pakar yang telah mendefinisikan tentang komunikasi. Tetapi tidak ada definisi yang sama persis. Tentu dari sekian banyak defenisi tersebut dapat ditarik kesimpulan untuk menggambarkan apa yang dimaksud dengan komunikasi.

⁶Fatma Laili Khoirun Nida. *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa*, Jurnal At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2, No. 2, 2014, h.89.

Komunikasi merupakan pertukaran informasi atau pembagian pesan dengan makna yang sama. Jadi, jika ada dua orang terlihat sedang berkomunikasi, misalnya sedang melakukan percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan.

Sementara kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Artinya dalam perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa tersebut. Maka jelas bahwa percakapan keduaorang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila keduanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari apa yang ada dalam percakapan..

Dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat didalamnya. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima dengan penuh keyakinan apa yang dikatakan dalam melakukan suatu perbuatan atau kegiatan.⁷

A. Komunikasi Dakwah

Secara etimologis, menurut para ahli bahasa, dakwah berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya mengajak atau menyeru. Sementara secara terminologis, dakwah diartikan sebagai mengajak atau menyeru manusia untuk menempuh kehidupan di jalan Allah Swt.⁸ dalam surah Al-Qur'an juga disebutkan:

"Serulah oleh kalian (umat manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah, nasihat yang baik, dan berdebatlah dengan mereka secara baik-baik...."(QS. An-Nahl:125).

Setiap perkataan, pemikiran, ataupun perbuatan yang secara eksplisit maupun implisit mengajak orang ke arah kebaikan, perbuatan baik, amal saleh, atau menuju kebenaran dalam bingkai ajaran Islam dapat disebut sebagai dakwah dalam perspektif Islam.

⁷Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, Tangerang Selatan: Rosda, 2019, h. 18.

⁸Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis*, Bandung: www.romeltea.com, 2013, h.10.

Dakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam. Kesadaran akan kewajiban harus dimiliki oleh umat Islam. Untuk itu setiap aktivitas dakwah yang dilakukan umat Islam akan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari.

Komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi Islam untuk mempengaruhi objek dakwah agar senantiasa mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam.

Apapun bentuknya, dakwah merupakan komunikasi. Untuk itu, dakwah selalu merupakan bentuk komunikasi. Sementara tidak semua komunikasi dapat dikatakan sebagai dakwah.

Dalam perspektif komunikasi, dakwah masuk ke dalam kategori komunikasi persuasif (*persuasive communication*), artinya komunikasi yang membujuk, mengajak, ataupun merayu, sejalan dengan makna dasar dakwah yaitu mengajak atau menyeru.⁹

Tujuan komunikasi persuasif adalah keyakinan dan sikap atau perilaku, artinya menguatkan keyakinan, mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang. Tujuan ini identik dengan tujuan utama dakwah yaitu menanamkan keyakinan dan mengubah sikap atau perilaku menjadi lebih baik.

B. Media Dakwah

Media dakwah sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada objek dakwah (jamaah).¹⁰ pada zaman Rasulullah Saw dan para sahabat, media dakwah sangatlah terbatas yang hanya berkisar pada dakwah *qauliyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'iliyyah bi al-uswah* ditambah dengan penggunaan media surat. Kemudian satu Abad berikutnya, dakwah sudah mulai menggunakan media seperti *qashah* atau tukang cerita dan *muallafat* atau karangan tertulis. Media ini berkembang cukup pesat dan masih bertahan sampai dengan saat ini.¹¹

⁹*Ibid*, h. 14.

¹⁰Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012), h. 288

¹¹Irzum Fariyah, *Media Dakwah POP*, Jurnal At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.1, No. 2, 2013, h.28.

Dengan perkembangan zaman seperti sekarang ini yang didukung dengan perkembangan kecanggihan teknologi informasi maka muncul berbagai media dakwah seperti media internet.

Media internet dapat diakses dimanapun dan kapanpun selama kita mempunyai paket data internet. Seperti sebelumnya dijelaskan youtube adalah satu media internet yang dapat diakses dengan sistem *offline*, ini menjadi kelebihan youtube sehingga diminati oleh banyak pengguna. Dalam aplikasi youtube, kita dapat melihat berbagai video yang berisi dakwah. Para Dai dapat membuat kanal dakwah dan mengunggah video-video dakwah mereka ke youtube. Sehingga dapat ditonton oleh pengguna.

Sebelumnya kanal dakwah hanya diakses oleh mereka yang sibuk bekerja tapi tetap ingin mendapat siraman rohani. Ataupun mereka yang ingin mendapatkan kajian Islam secara instan. Dan sekarang selama pandemi hampir dipastikan semua kalangan mengakses dakwah Islam dari media sosial. Hal itu dikarenakan kurangnya akses masyarakat untuk datang ke masjid atau majelis taklim yang biasanya menyelenggarakan berbagai kajian Islam.¹²

C. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif karena data yang diolah bersifat deskriptif. Untuk teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Artinya sampel yang diambil dipilih sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian. Penelitian dilakukan hanya kepada para pendakwah yang berada di kota Padangsidempuan, dengan usia 30 tahun ke atas yang selanjutnya sebagai informan penelitian.¹³

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan wawancara yang disebarkan kepada para informan. Instrumen pengumpulan data yang digunakan berupa panduan wawancara dan dokumentasi. Karena saat ini sedang berada pada masa pandemi maka pertanyaan wawancara disebarkan

¹²Farida Nur Rahma dan Mada Wijaya Kusumah, *Youtube Sebagai Media Dakwah Masa Pandemi Covid 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020)*, Prosiding “Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19”, h. 46.

¹³Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya) Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana, 2017, h. 107.

melalui link google formulir https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSetcoeuuBqiBy39kVy65Cy6eVel4xllQfb2v8G4eoFQT1cwCA/viewform?usp=pp_url yang kemudian hasil wawancara didokumentasikan yang terekam baik didalam *google drive* peneliti.

Teknik analisis data yang digunakan adalah dilakukannya pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi yang dimulai dari proses pengumpulan data sampai dengan selesainya pengumpulan data. Ada tiga tahap analisis data yang dilakukan yaitu reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan kemudian verifikasi yang disajikan secara deskriptif kualitatif. Pengujian kesahihan data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan dan triangulasi sumber.

D. Hasil dan Pembahasan

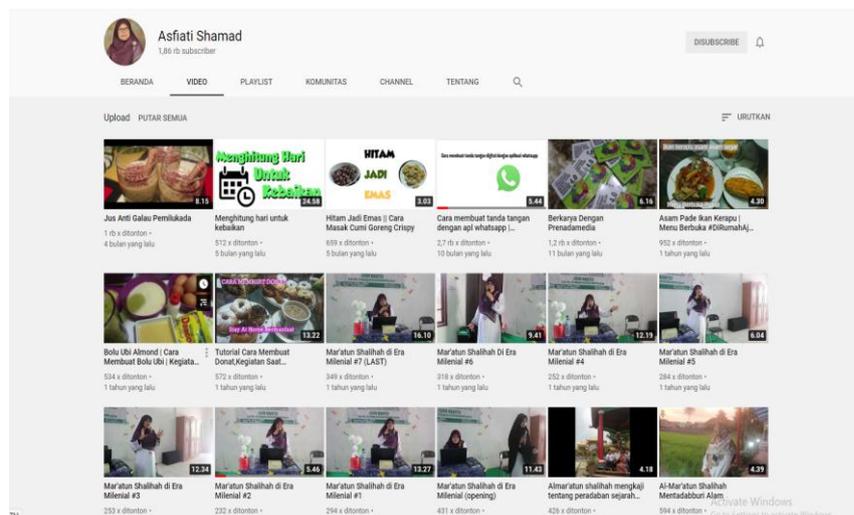
Penelitian ini dilakukan di kota Padangsidempuan yang ditujukan kepada komunitas dakwah yang menggunakan youtube sebagai media komunikasi dakwah yang ada di kota Padangsidempuan. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang ada pada link google formulir. Informasi yang diperoleh bersumber dari teks wawancara yang telah diisi oleh para pendakwah.

Pertanyaan yang diajukan berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dan telah disusun dan kemudian diajukan kepada informan penelitian. Informasi yang diperoleh, dibuat dalam bentuk transkrip, yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan yang penting saja, kemudian dilakukan analisis.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Asfiati sebagai informan pertama, pemilik akun youtube *asfiatishamd* menyebutkan bahwa Beliau sudah memiliki akun youtube sejak tahun 2019. Beliau menggunakan youtube untuk berdakwah. Dan Beliau tertarik menggunakan youtube karena dapat menyampaikan ilmu. Youtube menjadi salah satu media sosial yang mempunyai daya tarik tersendiri dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Konten youtube mempunyai kelebihan diantaranya banyaknya variasi informasi didalamnya, ada literasi, dan juga seni. Menurut Beliau juga konten youtube efektif untuk dijadikan sebagai media komunikasi dakwah karena mudah menarik perhatian netizen dengan berbagai gaya dan pola.

Gambar 3. Akun Youtube Informan Pertama

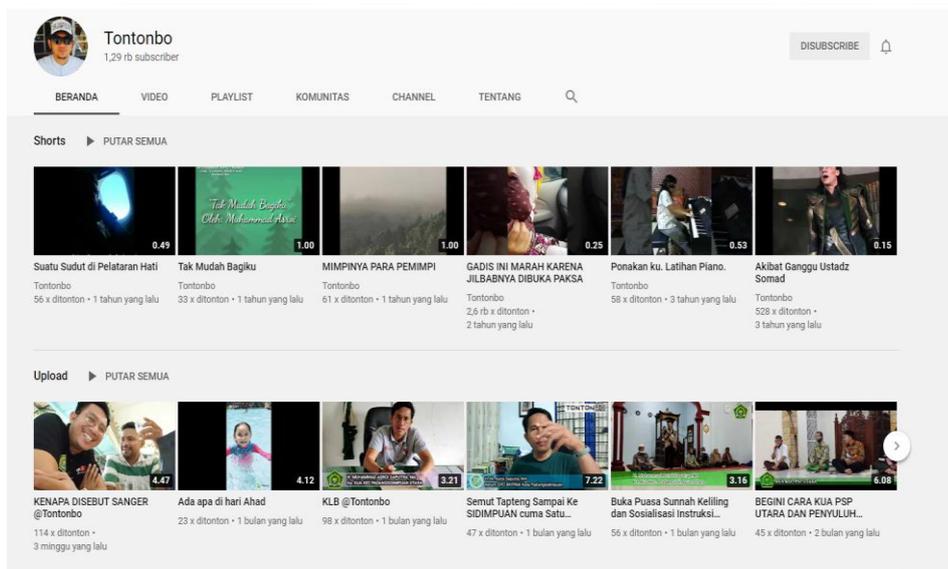


Selaras dengan pernyataan Bapak Muhammad Asroi sebagai informan kedua, pemilik akun youtube *tontonbo chanel*. Dari hasil wawancara dengan Beliau menyebutkan bahwa telah memiliki akun youtube sejak 2015. Beliau membuat konten-konten youtube untuk berdakwah. Beliau tertarik membuat konten karena banyak mendapatkan informasi dan dapat menyampaikan dakwah dengan mudah.

Menurut Bapak Asroi yang menjadi kelebihan youtube dibandingkan dengan media sosial yang lainnya adalah visualnya. Artinya youtubers dapat menyampaikan dakwah seperti di majelis. Walaupun dilakukan di media sosial tetapi masih dapat dilihat oleh orang banyak. Konten youtube juga efektif untuk dijadikan sebagai media komunikasi dakwah apalagi pada masa pandemi seperti

sekarang ini. Tanpa berjumpa tetapi dapat dijangkau masyarakat luas. Bisa dilihat dimanapun dan kapanpun.

Gambar 4. Akun Youtube Informan Kedua

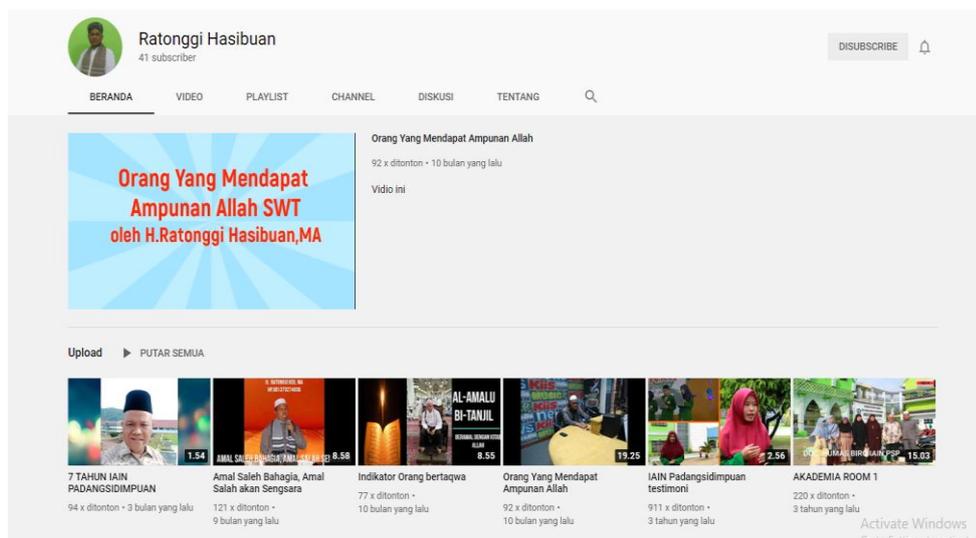


Sama halnya dengan pernyataan Bapak Ratonggi sebagai informan ketiga, pemilik akun youtube *ratonggi hasibuan*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Beliau yang baru bergabung dengan youtube sekitar 9 bulan ini diperoleh hasil bahwa Beliau tertarik membuat konten youtube karena dalam berdakwah semua media harus dikuasai.

Menurut Bapak Ratonggi, konten youtube lebih komplit dibandingkan dengan media sosial lainnya. Untuk itu konten youtube efektif dijadikan media komunikasi dakwah. Inilah yang menjadi kelebihan konten youtube dari media sosial lainnya menurut Beliau. Dan alasan utama Beliau menjadikan konten

youtube sebagai media dakwah adalah agar dakwah menjadi luas dan bisa dilihat kapan saja dan dimana saja.

Gambar 4. Akun Youtube Informan Ketiga



Masing-masing informan tentu mempunyai penilaian tersendiri tentang penggunaan youtube sebagai media komunikasi dakwah. Tetapi dari beberapa informasi yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan para informan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi daya tarik pendakwah untuk membuat konten youtube adalah untuk menyebarkan dakwah dan menyampaikan ilmu. Karena sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin serba digital, pendakwah dituntut untuk menguasai teknologi dan media dalam berdakwah.

Youtube adalah salah satu media yang sejalan dan mendukung dalam penyampaian dakwah yang efektif. Karena visualnya, beragam gaya dan pola,

kemudahannya akses, dan durasi yang dapat digunakan dengan lama membuat youtube menjadi media yang paling diminati para pembuat konten. Inilah jugalah yang menjadi kelebihan dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Youtube juga lebih efisien dalam penghematan biaya, tempat dan waktu. Dengan youtube, ceramah dari para pendakwah dapat dijangkau oleh masyarakat luas dimanapun dan kapanpun.

E. PENUTUP

Masing-masing informan tentu mempunyai penilaian tersendiri tentang penggunaan youtube sebagai media komunikasi dakwah. Tetapi dari beberapa informasi yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan para informan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi daya tarik pendakwah untuk membuat konten youtube adalah untuk menyebarkan dakwah dan menyampaikan ilmu. Karena sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin serba digital, pendakwah dituntut untuk menguasai teknologi dan media dalam berdakwah.

Untuk itu pada masa pandemi seperti sekarang ini, perlu kita belajar lebih banyak lagi dalam penggunaan teknologi informasi. Karena hampir semua aktifitas manusia sudah menggunakan teknologi informasi. Pemanfaatan media internet digunakan ke arah yang lebih baik lagi seperti penyebaran dakwah Islam.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatis (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya) Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, Tangerang Selatan: Rosda, 2019.
- Romli, Asep Syamsul M. *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis*, Bandung: www.romeltea.com, 2013.
- Wahidin Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012).
- Cahyono, Guntur, dan Nibros Hassani. *Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran*, Jurnal Al-Hikmah, Vol. 13, No. 1, 2019.
- Faiqah, Fatty, dkk. *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 5, No. 2, 2016.
- Fariyah, Irzum. *Media Dakwah POP*, Jurnal At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.1, No. 2, 2013, h.28.
- Mubasyaroh, *Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa dalam Dakwah)*, Jurnal At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1, 2016.
- Nida, Fatma Laili Khoirun. *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa*, Jurnal At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2, No. 2, 2014.
- Rahma, Farida Nur, dan Mada Wijaya Kusumah, *Youtube Sebagai Media Dakwah Masa Pandemi Covid 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020)*, Prosiding “Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19.
- Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights diakses tanggal 24 Maret 2021 Pukul 11:57 Wib.

Penulis Berikutnya:

Hikmah Volume 15 Nomor 1 2021

Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam

Mhd. Latip Kahpi

Yang berjudul “Pengaruh Teknologi Komunikasi Informasi Terhadap Pergaulan Remaja”

