

YOUTUBE, DAKWAH DAN PERUBAHAN SOSIAL TERHADAP HUKUM ISLAM

Bambang Novriyanto

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email: bambangnovriyanto02@gmail.com

Prahastiwi Utari

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email: prahastiwi@staff.uns.ac.id

Agung Satyawan

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email: agungsatyawan@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Teknologi media sosial YouTube banyak terdapat konten-konten video yang tersedia, salah satunya adalah konten dakwah keislaman. Banyak Ustad dan Ustadzah yang memiliki konten dakwah keislaman yang berkaitan dengan hukum islam. Sehingga untuk mempelajari hukum islam setiap individu atau masyarakat menjadi mudah dan mempengaruhi setiap kehidupan masyarakat dan individu. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui relasi dari konten dakwah yang berada di youtube terhadap perubahan sosial masyarakat. Metodologi penelitian ini yakni kualitatif menggunakan studi kepustakaan yang melihat penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan analisis konten dan jejak pendapat. Hasil penelitian ini adalah dengan karakteristik yang ada masyarakat dalam menggunakan youtube untuk melihat pesan dakwah yang ada lebih bisa menikmati di karenakan video dakwah memiliki durasi yang panjang. Dampak dari pengguna yang menikmati media sosial youtube mengalami perubahan sosial yang mengarah ke arah yang positif seperti halnya pengetahuan agama bagi masyarakat semakin bertambah, perubahan akhlak dan prilaku para masyarakat semakin membaik lebih terkontrol.

Kata kunci : Youtube, Perubahan Sosial, Hukum Islam

Pendahuluan

Manusia adalah makhluk sosial yang berinteraksi satu sama yang lain, yang tidak mungkin menghindari kontak terhadap sesama. Interaksi menghasilkan pertukaran gagasan dan pemikiran, yang pada gilirannya saling mempengaruhi. Proses pengaruh mempengaruhi menentukan kemana arah perubahan sosial yang terjadi.

Kehidupan sosial erat kaitannya dengan sebuah proses modernisasi. Banyak dampak yang di timbulkan dari modernisasi, berkembangnya teknologi informasi menyebabkan perubahan pada masyarakat. Perubahan dikarenakan mudahnya masyarakat luas menjangkau setiap informasi yang ada. Adanya teknologi informasi merubah sistem sosial kehidupan masyarakat. Dalam kehidupan sosial perubahan memang di butuhkan agar terjadinya siklus kehidupan bermasyarakat.

Perkembangan teknologi informasi khususnya media sosial youtube banyak mempengaruhi terhadap perubahan sosial. Dengan adanya media sosial youtube menjadikan pola kehidupan, perilaku individu masyarakat mengalami pergeseran secara etika, norma, agama dan budaya. Penggunaan media sosial youtube di gunakan oleh berbagai usia dan kalangan.

(Faradisa, 2014) Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunaanya dalam menggali berbagai informasi. Dinamika kehidupan masyarakat ataupun individu mengalami perubahan sosial yang sangat pesat. Bahwasannya perkembangan teknologi media sosial youtube mempengaruhi akulturasi budaya dengan sentuhan teknologi. Adanya teknologi kebebasan individu dalam mengekspresikan dirinya dalam kehidupan sehari-hari semakin mudah.

Teknologi media sosial youtube banyak terdapat konten-konten video yang tersedia, salah satunya adalah konten dakwah keislaman. Banyak Ustadz dan Ustadzah yang memiliki konten dawah keislaman yang berkaitan dengan hukum islam. Sehingga untuk mempelajari hukum islam setiap individu atau masyarakat menjadi mudah dan mempengaruhi setiap kehidupan masyarakat dan individu.

Contoh penggunaan media sosial youtube yang di gunakan untuk saluran dakwah, Pada penelitian Harpizon dengan judul analisis sentimen komentar di youtube Tentang Ceramah Ustadz Abdul Somad Menggunakan Algoritma Naïve Bayes, menjelaskan bahwa Uatadz Abdul somad sering membahas berbagai macam persoalan agama, khususnya pada bidang kajian ilmu hadis dan juga fiqih, selain itu juga Abdul Somad juga banyak membahas mengenai nasionalisme dan berbagai macam permasalahan terkini yang sedang menjadi pembahasan hangat di kalangan masyarakat.

Ustadz Abdul Somad merupakan salah satu contoh ulama di Indonesia yang menggunakan youtube sebagai saluran dakwah, para ulama memanfaatkan media sosial youtube untuk menyapaikan dakwah. Di antara ulama yang menggunakan media sosial youtube sebagai media dakwah yaitu adalah Ustadz Yusuf mansur, Ustadz Abdullah Gymnastiar, Buya H. Gusrizal Gazahar, Buya Mas'ud Abidin, Ustadz Abdul Salam, M.Pd., Prof. Dr. Duski Samad dan masih banyak lainnya

Penggunaan youtube oleh para ulama di dimanfaatkan dengan mudah, untuk melakukan penyebaran pesan-pesan secara luas. Pada media sosial youtube dalam

berdakwah tidak hanya diposting oleh pengguna yang mengerti agama, tetapi juga di sebar luaskan oleh mereka yang ingin memposting video yang ada di youtube. Dari konten-konten dakwah yang tersedia di media sosial youtube memiliki efek terhadap kehidupan sosial masyarakat yang di sababkan karena mudahnya mengakses media sosial youtube.

Alasan para ulama menggunakan media sosial youtube sebagai saluran dakwah adalah youtube menampilkan video dengan durasi cukup lama sehingga pembuat video bisa membuat dengan genre yang berbeda-beda. Dengan antusiasnya masyarakat dalam menggunakan media sosial youtube sehingga di manfaatkan oleh para ulama untuk menyampaikan dakwah melalui youtube. Pada penelitian Harpizon dengan judul analisis sentimen komentar di youtube tentang ceramah Ustadz Abdul Somad Menggunakan Algoritma Naïve Bayes, menjelaskan bahwa youtube menempati urutan media sosial terpopuler yang ada di Indonesia. Memiliki 170 juta pengguna atau 93,8% dari keseluruhan populasi 181,9 juta pengguna internet berusia 16-64 tahun berdasarkan laman berita solopos.com.

Pada sisi lain youtube memberikan umpan balik berupa like, komentar terhadap postingan video yang di masukkan ke youtube sehingga yang melihat video bisa berintraksi dan memberikan komentar bahkan pertanyaan. Dengan memanfaatkan youtube sebagai saluran dakwah oleh para ulama memudahkan masyarakat untuk melihat dengan hanya melihat melewati *handphone* dan mudahnya jaringan internet tanpa harus pergi ke tempat-tempat pengajian atau masjid sehingga masyarakat lebih tertarik untuk melihat video-video dakwah.

Perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi akibat ketidak sesuaian di antara unsur-unsur sosial yang saling berbeda sehingga terjadi keadaan yang tidak serasi fungsinya bagi kehidupan. Seperti halnya masuknya teknologi informasi maka dapat dengan mudah merubah pola pikir seseorang individu atau masyarakat baik secara rasional dan irasional lambat atau cepat sistem masyarakat sudah di pastikan akan mengalami perubahan baik itu perubahan ke arah kemajuan atau kemunduran.

Hukum islam yang bersumber kepada al-Qur'an dan Sunnah merupakan peraturan dan tatanan yang datang dari Allah yang bertujuan untuk mengatur berbagai aspek kehidupan manusia, namun keduanya memiliki daya jangkau yang terbatas. Sedangkan perubahan sosial dan permasalahan sosial akan selalu tumbuh dan berkembang dan menuntut kepastian hukum. Permasalahan hukum diberbagai aspeknya.

di masa lampau tidak pernah terhayalkan timbul, namun di masa kontemporer timbul dan berkembang dengan cepat. Padahal al-Qur'an turunnya telah berakhir. Sedangkan sunnah tidak ada lagi yang muncul karena Rasulullah Saw. telah wafat. Sementara tidak semua permasalahan kehidupan manusia sebagai individu atau sosial masyarakat yang perlu ditetapkan hukumnya terekam oleh al-Qur'an dan sunnah Rasulullah Saw

Dampak perubahan sosial bisa menimbulkan perbedaan antara hukum-hukum yang ada, dengan realitas sosial yang terus mengalami perubahan. Di masa perkembangan teknologi media sosial youtube dengan memasukkan konten dakwah memiliki dampak yang akan terjadi yakni perubahan terhadap aspek pengetahuan (knowledge), aspek sikap (attitude), aspek perilaku (behavioral).

Perubahan-perubahan sosial dalam suatu masyarakat terjadi karena berbagai sebab baik di sebabkan dari internal pribadi seseorang atau dari eksternal pribadi seseorang. Perubahan sosial dan hukum islam berkaitan erat, banyak perubahan sosial yang terjadi di masyarakat dan individu di sebabkan dengan pengetahuan tentang hukum islam, semakin banyak pengetahuan tentang hukum islam maka perubahan yang terjadi di dalam diri seseorang semakin baik. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui relasi dari konten dakwah yang berada di YouTube terhadap perubahan sosial masyarakat.

Perkembangan, dan kemajuan, hukum islam dihadapkan pada kompleksitas problem kemasyarakatan yang terus berubah sesuai dengan perubahan waktu dan tempat. Hukum islam yang di asumsikan sebagai sakral, suci, dan abadi. Yang dihadapkan pada tantangan perubahan sosial yang menuntut adaptabilitas karena perubahan merupakan sebuah keniscayaan. Oleh sebab itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan media sosial youtube dalam konten dakwah terhadap perubahan sosial terhadap hukum islam di Indonesia. Dengan itu dari permasalahan yang ada, dalam tulisan ini mengkaji tentang "Youtube Dakwah dan Perubahan Sosial Terhadap Hukumm Islam"..

Metodologi

Dalam penelitian ini merupakan penelitian dengan metodologi penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh penggunaan media sosial youtube yang berisikan konten-konten dakwah keislaman hukum islam terhadap perubahan sosial. Dalam penelitaian ini merupakan studi kepustakaan yang melihat penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan analisis konten dan pendapat

Media sosial youtube dan hukum islam sangat erat kaitannya, ada nya media sosial youtube penyebaran ilmu-ilmu islam khususnya hukum-hukum islam semakin mudah di sebarakan. Teori Uses and Effects Teori uses and effects merupakan sintesis antara pendekatan uses and gratifications dan teori tradisional mengenai effects. Konsep use (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini karena pengetahuan mengenai penggunaan media yang menyebabkan, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti exposure yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempresepsi. Dalam konteks lain pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana ini terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua..

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Penggunan Yuoutube

a. Media Sosial

Samrodin & Abdur Rahim dalam Nasrullah (2022) Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual

Mayasari dalam Nasrullah (2022) Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu

(1) Jaringan. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunaannya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi; (2) Informasi. Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi; (3) Arsip. Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. (4) Interaksi. Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan

maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya; (5) Simulasi Sosial. Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah Negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali. (6) Konten oleh Pengguna. Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. ; (7) Penyebaran. Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

b. Youtube

Hamdan & Mahmuddin (2021) Youtube adalah sebuah situs berbagi video(web video sharing) yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim, pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna termasuk klip film, klip televisi, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

Menurut Dr. Rulli Nasrullah Youtube adalah media sosial dengan konten video yang berbasis internet, yang dapat memberikan informasi dari seseorang kepada seluruh khalayak dengan cara membuat channel. Pemilik channel tersebut ialah seseorang yang mempunyai akun. Setiap orang dapat mengunggah video dengan berbagai kategori. Mulai dari kategori musik, game, vlog, informasi populer sampai dakwah islam dan agama lainnya pun termasuk dalam kategori. Situs youtube ini sama halnya dengan channel televisi, namun perbedaannya youtube dikemas dalam bentuk media sosial dan dapat mencari dalam pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Bukan hanya itu, kita juga bisa berpartisipasi dalam mengunggah (meng-upload) video yang kita buat ke server youtube dan membaginya ke

seluruh dunia (Fadlun, 2021) Fatty Faiqah, Muh. Nadjib & Andi Subhan Amir (2016) Terdapat Karakteristik dari YouTube yang membuat banyak dari sebagian pengguna betah menggunakannya, yakni sebagai berikut:

- 1) Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal.
- 2) Sistem pengamanan yang mulai akurat. Youtube membatasi dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi mengunggah video.
- 3) Berbayar, saat ini seperti yang sedang viral di mana-mana, youtube memberikan penawaran bagi siapa pun yang mengunggah video ke youtube dan mendapatkan minimal 1.000 penonton maka akan diberikan honorarium.
- 4) Sistem luring, youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu sistem luring. Sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat luring tetapi sebelumnya video tersebut harus diunduh terlebih dahulu.
- 5) Tersedia editor sederhana, pada menu awal mengunggah video, menggunakan di tawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang di tawarkan adalah memotong video, memfilter warna atau menambah efek perpindahan video.

Dengan karakteristik yang ada masyarakat dalam menggunakan youtube untuk melihat pesan dakwah yang ada lebih bisa menikmati di karenakan video dakwah memiliki durasi yang panjang. youtube juga membatasi setiap video yang akan di masukkan ke dalam youtube. Sehingga konten-konten yang negatif tidak bisa masuk ke dalam youtube.

2. Penggunaan Youtube Di Masyarakat Sebagai Saluran Dakwah

a. Sasaran yang sama.

Hamdan & Mahmuddin (2021) Sebagaimana media-media lainnya, sasaran dari youtube adalah khalayak atau publik. Dalam perkembangannya, sekarang ini youtube sudah sangat memasyarakat. Bahkan dibanding televisi, masyarakat lebih memilih beralih ke youtube dalam mencari hiburan dan informasi.

Hamdan & Mahmuddin (2021) Youtube merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi, karena melalui youtube pesan-pesan atau

informasi dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat 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 Indonesia youtube dijadikan sebagai sarana hiburan dan sumber informasi utama. Dibeberapa daerah di negeri ini masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menyaksikan 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.

b. Segmentasi

Hamdan & Mahmuddin (2021) Biasanya memproduksi video berdasarkan segmentasi khalayak, atau dengan kata lain, berdasarkan apa yang diminati oleh masyarakat. Biasanya, setiap kanal atau video memiliki segmentasinya sendiri dan bisa ditonton berulang-ulang. Misalnya, video atau kanal yang terkait dengan perdebatan politik, ekonomi, agama, dan sebagainya. Dakwah juga dapat memilih segmentasinya dengan memperhatikan kondisi *mad'u* sasarannya. Misalnya, *mad'u* milenial harus didekati dengan strategi yang sesuai dengan mereka, seperti sinetron, musik, dan lain sebagainya. Berbagai segmentasi khalayak youtube dapat dimanfaatkan oleh dakwah sebagai media untuk memasuki dan mempengaruhi mereka.

c. Kesamaan kebutuhan

Hamdan & Mahmuddin (2021) Kesamaan sasaran antara youtube dan dakwah, sesungguhnya membuat keduanya memiliki kesamaan kebutuhan. youtube membutuhkan pemirsa secara kuantitas maupun kualitas. Semakin banyak pemirsa semakin baik bagi youtube dan bila sebagian pemirsa dapat menjadi pemirsa fanatik. Pemirsa fanatik biasanya dapat diperoleh dari video yang ditawarkan. Peluang tersebut dapat digunakan oleh dakwah jika dikelola secara kreatif

d. Menjadikan youtube sebagai media dakwah

Hamdan & Mahmuddin (2021) Sejalan dengan perkembangan teknologi, metode dakwah pun mengalami perubahan dan semakin maju, tanpa menghilangkan esensi dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional dalam arti melalui pengajian- pengajian dan ceramah-ceramah di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah di era sekarang ini sudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah media youtube.

Menurut Hamdan & Mahmuddin (2021) Sejalan dengan perkembangan teknologi, metode dakwah pun mengalami perubahan dan semakin maju, tanpa

menghilangkan esensi dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional dalam arti melalui pengajian- pengajian dan ceramah-ceramah di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah di era sekarang ini sudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah media Youtube.

Ari dalam Muhyiddin (2018) Dakwah sebagai kewajiban harus mampu dilaksanakan secara terus-menerus dan metode penyampaiannya disesuaikan dengan perkembangan zaman. Ari dalam Acep (2018) Namun di era revolusi industri 4.0 setiap orang bisa berdakwah seperti seorang da'i atau penceramah, karena dakwah bisa dilaksanakan dimanapun dan oleh siapapun, atas dasar amar ma'ruf nahi munkar.

Pada era perkembangan teknologi sekarang untuk mengikuti kegiatan dakwah tidak perlu lagi untuk hadir di masjid atau pengajian-pengajian tetapi semua itu bisa dilakukan di rumah bahkan di mana saja yang kita mau melalui *handphone*, laptop atau media lainnya yang bisa membuka aplikasi youtube. Dalam penggunaan youtube bisa digunakan oleh berbagai kalangan perempuan atau laki-laki, yang anak muda atau tua bahkan anak-anak bisa mengaksesnya.

Aisyah dalam Rahma (2022) Sebagai media keterampilan yang banyak diminati oleh masyarakat modern, youtube memiliki banyak fungsi salah satunya media integrasi social yang berfungsi membangun kesadaran masyarakat untuk saling memiliki. Seolah youtube menjadi suatu kebutuhan dan keterampilan baru yang harus dimiliki dan dipelajari oleh masyarakat modern. Namun para youtubers tidak semuanya bisa memperbanyak subscribers karena persaingan semakin ketat dengan bermunculannya para youtubers baru. Hal tersebut, tergantung pada keterampilan dalam menyiapkan konten yang menarik agar dapat memberikan nilai plus saat kontennya trending di youtube. Banyak kelebihan yang dimiliki konten youtube diantaranya ialah banyaknya variasi informasi didalamnya, ada seni dan juga literasi. (Daulay & Handayani, 2020).

Sulastri (2020) Keberadaan youtube memungkinkan masyarakat untuk melakukan video sharing yang dapat diakses oleh semua orang. Video-video terkait dakwah cukup banyak beredar di youtube. Ini menunjukkan bahwa youtube menjadi salah satu pilihan menarik untuk menyampaikan dakwah karena youtube mampu menampilkan pesan dakwah dalam format audio visual. Banyaknya orang yang mengunjungi youtube menunjukkan betapa potensialnya penggunaan youtube untuk kepentingan dakwah. Para da'i dapat meng-upload video ke youtube tanpa harus membayar. Video tersebut dapat diakses oleh ummat secara gratis kapan

saja dan dimana saja mereka berada. Sama halnya dengan facebook, youtube juga berpeluang dibagikan kembali oleh pengguna kepada pengguna lainnya. Salah satu channel youtube yang dimanfaatkan oleh para da'i untuk berdakwah adalah Serambi Minang. Media ini menjadi sarana dakwah bersama bagi para da'i karena merupakan kumpulan dari beberapa orang da'i yang ceramahnya bisa diakses secara langsung.

Aisyah (2022) Dengan berkembangnya youtube, banyak yang beralih menjadi youtubers dengan memanfaatkan konten kreatif dan inovatif yang banyak menarik penonton untuk melihatnya. Begitu pula para pendakwah, memanfaatkan youtube sebagai media dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan terkait agama dan informasi terbaru dalam islam. Seperti Pondok Pesantren Nurul Jadid, yang memanfaatkan youtube sebagai media dakwah dan pengenalan islam yang mendalam melewati pengajian streaming serta konten-konten menarik lainnya.

Menurut Hamdan & Mahmuddin (2021), ada beberapa model yang dapat ditemukan atau digunakan dalam berdakwah melalui Youtube. Beberapa model tersebut adalah sebagai berikut;

- 1) Video Ceramah Serial; yakni membuat suatu program ceramah serial dengan durasi yang cukup panjang (lebih dari 50 menit). Serial maksudnya tema dan judul yang diangkat tersusun sebagai suatu rangkaian. Misalnya, dimulai dari tema *thaharah* 10 seri, salat 10 seri, puasa 10 seri, dan seluruh yang terkait dengan ibadah. Juga tema sains dalam jumlah seri tertentu, tema lingkungan, dan lain-lain.
- 2) Video Ceramah Singkat; yakni video yang berisikan ceramah berdurasi pendek (10-15 menit) dengan membahas persoalan tertentu. Tema dan judul yang diangkat tidak terikat, dan dapat pula disesuaikan dengan kondisi-kondisi aktual.
- 3) Video Potongan Ceramah; yakni potongan video singkat saat dai melakukan ceramah di tempat tertentu dalam kegiatan tertentu. Video rekaman ceramah yang panjang, dapat dipotong-potong menjadi suatu pesan pendek sehingga penonton tidak menunggu lama.
- 4) Video Musik/lagu; yakni pesan-pesan dakwah melalui musik atau lagu yang diunggah di kanal Youtube, baik dalam bentuk asli maupun *cover*.
- 5) Video Cerita Singkat; yakni membuat video singkat yang isinya memiliki "jalan cerita" layaknya film. Dalam hal ini juga bisa termasuk film pendek.

- 6) Aliran Langsung; yakni melakukan siaran langsung untuk setiap ceramah seorang dai di suatu tempat. Misalnya, ceramah saat acara peringatan *Isra' Mi'raj* di Masjid al-Markaz al-Islami Makassar.
- 7) Video Komunitas; yakni video yang diproduksi oleh komunitas tertentu yang memiliki visi dakwah. Isi video yang diproduksi bergantung pada scop dan fokus komunitas tersebut. Sesungguhnya model-model dakwah di media Youtube ini masih dapat dikembangkan dengan beberapa varian lagi, disesuaikan dengan segmentasi atau sasaran *mad'u*-nya. Misalnya, dengan menggunakan salah satu model di atas, tetapi lebih khusus atau fokus pada sasaran anak-anak, perempuan, remaja, ibu-ibu, dan lain sebagainya.

Untuk membumikan Islam yang rahamatan lil 'alamin harus tetap terwujud. Oleh karena itu, para pendakwah dalam mengaktualisasikan dakwahnya harus memahami bahwa konten dan bentuk dakwah merupakan bagian yang tidak terpisah, namun dapat dibedakan dalam konsep dakwah. Sedangkan karakteristik, strategi penyampaian dan metode dakwah juga memiliki kedudukan yang penting dalam dakwah.

3. Perubahan Sosial Yang Terjadi Akibat Penggunaan Media Sosial Youtube Dalam Konten Dakwah

a. Perubahan Sosial

Rafiq dalam Soerjono Soekanto (2020) Setiap manusia selama hidup pasti mengalami perubahan-perubahan. Perubahan dapat berupa pengaruhnya terbatas maupun luas, perubahan yang lambat dan ada perubahan yang berjalan dengan cepat. Perubahan dapat mengenai nilai dan norma sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan-lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial dan sebagainya. Perubahan-perubahan yang terjadi pada masyarakat merupakan gejala yang normal. Pengaruhnya bisa menjalar dengan cepat ke bagian-bagian dunia lain berkat adanya komunikasi modern (Lubis, 2018).

Perubahan sosial secara umum dapat diartikan sebagai perubahan-perubahan yang terjadi di kehidupan sosial masyarakat. Perubahan sosial ini mencakup segala bidang kehidupan seperti nilai dan norma sosial, pola perilaku dan organisasi sosial, lembaga kemasyarakatan, lapisan masyarakat, dan juga sistem kekuasaan dan wewenang. Perlu adanya pengertian perubahan yang mencakup segala bidang tersebut agar semua konsep dapat terwakili dengan baik (Lubis, 2018).

Pada hakikatnya setiap masyarakat yang ada di seluruh di dunia ini dalam kehidupannya dapat dipastikan akan mengalami yang namanya perubahan-perubahan yang akan kita ketahui apabila membandingkan dengan suatu masyarakat di masa – masa tertentu dengan masyarakat di masa lalu. Sehingga bisa dikatakan bahwa pada dasarnya masyarakat terus menerus mengalami yang namanya sebuah perubahan. Akan tetapi perubahan sosial yang terjadi antara masyarakat satu dengan lainnya tidaklah selalu sama. Menurut William F. Ogburn Perubahan sosial adalah perubahan yang mencakup unsur-unsur kebudayaan baik material maupun immaterial yang menekankan adanya pengaruh besar dari unsur-unsur kebudayaan material terhadap unsur-unsur immaterial.

b. Hukum Islam

(Yoyo, 2015) Istilah hukum Islam dapat ditemukan dalam literatur Barat, yaitu dengan term *Islamic law* yang secara harfiah disebut sebagai hukum Islam. Dalam penjelasan tentang kata *Islamic law*, cenderung didefinisikan sebagai keseluruhan wahyu Allah yang mengatur kehidupan muslim dengan segala aspek kehidupannya. Dari definisi ini terlihat bahwa kata hukum Islam lebih dekat pengertiannya kepada kata *syari'at* Islam. Namun kata Hukum Islam ini telah diserap kedalam bahasa Indonesia, dan maknanya berubah menjadi *syariat*. Padahal dalam perkembangannya, term kata *Islamic law* bukanlah ditujukan kepada kata *syariat*, melainkan kepada kata *fiqh* yang menjadi wilayahnya *parafuqaha*. Sebenarnya ungkapan yang lebih tepat untuk menggambarkan *syari'at* bukanlah *Islamic Law* melainkan *Islamic Jurisprudence*

Faisol dalam Iryani (2017) Pengertian hukum Islam selanjutnya diartikan sebagai *syariat* Islam yaitu sistem kaidah-kaidah yang berdasarkan kepada Al-Quran dan Sunnah Rasul mengenai tingkah laku mukallaf yang diakui dan diyakini, dan mengikat semua pemeluknya (Habibi 2018).

Media sosial didefinisikan sebagai program berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat halaman web pribadi dan menghubungkannya satu sama lain untuk informasi dan percakapan. Media sosial mendorong interaksi sosial berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi diskusi interaktif. Ciri-ciri media sosial berikut juga ada:

- 1) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya.
- 2) Pesan yang disampaikan bebas tanpa harus *gate keeper*.

3) Penerimaan pesan yang menentukan waktu interaksi

Pada intinya bahwa penggunaan media sosial dianggap lebih praktis dan efisien di zaman yang semakin canggih seperti ini. Melalui media sosial ini mempunyai nilai plus yang disenangi masyarakat karena adanya kecepatan dan ketepatan untuk memperoleh berbagai informasi, hiburan, maupun pendidikan. Media sosial yang marak digunakan oleh masyarakat adalah diantaranya,

Riset mengungkapkan bahwa paling banyak penggunaan media sosial yang digemari oleh penduduk di Indonesia adalah youtube, terlihat dari data Hootsuite dan We are Sosial di Indonesia tahun 2021. Bahwa total keseluruhan penduduk Indonesia 93,8 persen banyak yang menggunakan youtube sebagai aplikasi mobile video streaming, berkisar dari umur 16 hingga 64 tahun dengan rata-rata penggunaan youtube yaitu 25,9 jam perbulan (Daulay & Handayani, 2020).

Hamdan & Mahmuddin (2021) 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 mengikutinya untuk mendapatkan ilmu agama. Social Blade memberi informasi setidaknya 4 ustaz kondang yang menggunakan media youtube, yakni:

- 1) Aa Gym; 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. Aagym Official. 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.
- 2) 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 milinya, Adi Hidayat Official. Ada 172 video yang sudah diunggah di akun youtube miliknya.
- 3) Sehingga, mengantarkan Ustaz Adi Hidayat diprediks 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.
- 4) Hanan Attaki; nama Ustaz Hanan Attaki tentu sudah tak asing lagi di telinga banyak orang, terutama para anak muda. Gaya ceramahnya yang mudah

- 5) dicerna dan kerap membahas mengenai kehidupan para anak muda membuat Hanan Attaki semakin digemari banyak orang. Termasuk di Instagram, Ustaz lulusan Al-Azhar, Kairo ini sudah memiliki 7,8 juta pengikut. Bukan cuma di Instagram, dia juga terkenal di Youtube dan sudah memiliki 823 berlangganan. Seperti yang dikutip dari *Social Blade*, ustaz Hannan mendapatkan penghasilan dari Youtube sekitar US\$443 hingga US\$7.100 yang jika dirupiahkan sekitar Rp6,2 juta hingga Rp99,9 juta per bulan.
- 6) Abdul Somad; nama lengkap Abdul Somad Batubara atau yang lebih dikenal dengan Ustaz Abdul Somad (UAS) merupakan salah satu penceramah yang digemari banyak orang. Cara berceramahnya yang sederhana dan kerap diselengi lawakan itu membuat namanya semakin terkenal. Ustaz Abdul Somad juga sangat populer di Instagram, dan youtube. UAS berhasil meraih penghargaan Gold Play Button karena mendapatkan 1 juta berlangganan lewat kanal youtube Tafaqah Video. Tapi, kini dai ini memiliki kanal Youtube sendiri yang bernama “Ustadz Abdul Somad Official” dan sudah memiliki 310 ribu mengikuti. Seperti yang dilansir dari *Social Blade*, Ustadz Abdul Somad mendapatkan penghasilan mulai dari US\$586 atau sekitar Rp8,2 juta sampai US\$9.400 atau setara Rp132,3 juta per bulan.

Dakwah yang di lakukan melalui media sosial youtube di terima oleh masyarakat hal ini dapat di lihat dari banyaknya pengikut konten dakwah dari para ulama-ulama. Dengan banyaknya para pengikut chanel youtube para ulama memperlihatkan bahwasanya masyarakat banyak yang terpengaruh terhadap dakwah para ulama yang ada di youtube. Perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat terlihat jelas dengan banyaknya dari mereka yang terpengaruh dengan dakwah melalui youtube. Tentunya dengan banyak pengikut di akun dakwah para ulama.

Astuti (2021) Dakwah yang disampaikan mengarah kepada tiga aspek yang yang memenuhi dalam membawa perubahan terhadap objeknya, yaitu perubahan terhadap aspek pengetahuan (knowledge), aspek sikap (attitude), aspek perilaku (behavioral).

Dampak dari pengguna media sosial youtube yang melihat konten dakwah mengalami perubahan sosial yang mengarah ke arah yang positif seperti halnya pengetahuan agama bagi masyarakat semakin bertambah, perubahan akhlak dan prilaku para masyarakat semakin membaik lebih terkontrol.

Dalam Penelitian Elysia Yuli Astuti dkk (2021) dengan judul penelitaian Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah di Kalangan Masyarakat.

Menjelaskan Para da'i dalam menyampaikan dakwahnya dapat dikatakan sukses ketika tujuan dalam berdakwah membawa perubahan terhadap para mad'u (pendengar). Dalam kegiatan dan proses berdakwah, konten yang berisi tentang islam yang disajikan dengan menarik serta kreatif mampu.

Dalam kegiatan dan proses berdakwah, konten yang berisi tentang islam yang disajikan dengan menarik serta kreatif mampu memberi daya tarik, sehingga kegiatan dakwah serta konten-konten islami di youtube banyak yang suka serta di minati dan menjadi populer bagi para pengguna maupun pada masyarakat itu sendiri. Konten islam yang menarik serta kreatif mampu memberikan suasana yang berbeda, sehingga masyarakat yang melihat tidak bosan dan menikmati setiap konten yang disajikan serta tidak banyak pula yang ikut membagikan konten dakwah tersebut ke berbagai media sosial selain youtube. Pada prinsipnya bahwa konten dakwah yang dibagikan di youtube memberi dampak positif bagi setiap penggunanya.

Simpulan

Dengan karakteristik yang ada masyarakat dalam menggunakan youtube untuk melihat pesan dakwah yang ada lebih bisa menikmati di karenakan video dakwah memiliki durasi yang panjang. Youtube juga membatasi setiap video yang akan di masukkan ke dalam youtube. Sehingga konten-konten yang negatif tidak bisa masuk ke dalam youtube.

Penggunaan youtube di masyarakat sebagai saluran dakwah pada era perkembangan teknologi sekarang untuk mengikuti kegiatan dakwah tidak perlu lagi untuk hadir di masjid atau pengajian-pengajian tetapi semua itu bisa di lakukan di rumah bahkan di mana saja yang kita mau melalui *handphone*, laptop atau media lainnya yang bisa membuka aplikasi youtube. Dalam penggunaan youtube bisa di gunakan oleh berbagai kalangan perempuan atau laki-laki, yang anak muda atau tua bahkan anak-anak bisa mengaksesnya.

Di lihat dengan penggunaan media sosial yang digemari oleh penduduk di Indonesia adalah youtube, terlihat dari data Hootsuite dan We are Sosial di Indonesia tahun 2021. Bahwa total keseluruhan penduduk Indonesia 93,8 persen banyak yang menggunakan youtube sebagai aplikasi mobile video streaming, berkisar dari umur 16 hingga 64 tahun dengan rata-rata penggunaan youtube yaitu 25,9 jam perbulan. Dampak dari pengguna media sosial youtube yang melihat konten dakwah mengalami perubahan

sosial yang mengarah ke arah yang positif seperti halnya pengetahuan agama bagi masyarakat semakin bertambah, perubahan akhlak dan perilaku para masyarakat semakin membaik lebih terkontrol.

Referensi

- Aisyah, Nur. (2022). Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* Vol. 8, no.2 (Agustus 2022).
- Astuti, Elysia Yuli. Lola Fitriah Rahmatunisa & Indrika Sari. (2021). Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah di Kalangan Masyarakat. *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 2, No. 2 November 2021.
- Daulay, A., & Handayani, R. 2020. Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah di Tengah Pandemi. *Hikmah* Vol. 15 No. 1 Juni 2020, 123-138.
- Edy Chandra, "Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi", *Jurnal Muara Ilmu Sosial, dan Seni*, Vol.1, No.2, Oktober 2017,
- Fadlun. 2021. Desain Dakwah Islam Pada Masyarakat Industri 4.0 Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Di Channel. *An-Nida. Jurnal An-Nida*, Vol. 13, No. 2, Juli-Desember 2021.
- Faisol, Muhammad. (2019). Hukum Islam Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmiah Syari'ah*, Volume 18, Nomor 1, Januari-Juni 2019.
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, "Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar vidgram", *Jurnal Komunikasi Kareba*, Vol. 5 No.2 Juli-Desember 2016.
- Habibi, Muhammad. (2018) "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Millennial", *Al Hikmah: Jurnal Dakwah*, Vol.12, No. 1, (2018).
- Hamdan & Mahmuddin. (2021) Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research* April-2021, Vol.6, No.1.
- Harpizon. (2022). Analisis Sentimen Komentar Di YouTube Tentang Ceramah Ustadz Abdul Somad Menggunakan Algoritma Naïve Bayes. *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi* Vol. 5 No. 1, Februari 2022.
- Lubis, Muya Syaroh Iwanda. (2018). Dampak Komunikasi Dan Perubahan Sosial Bagi Pengguna Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif bagi pengguna Media Sosial Instagram di Instansi Dinas Pendidikan Sumatera Utara). *Jurnal Warta Edisi* : 55 Januari 2018.

- Mayasari, Fitria. (2022). Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial. *ournal of Communication and Society* Juni 2022, Vol. 1, No. 1, pp. 27-44
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika* Vol. 1 No. 1 2020
- Samrodin, Abdur Rahim. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Belajar Mandiri Siswa Kelas Iv Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Haurkolot. *Journal of Educational and Language Research* Vol.2, No.4, November 2022
- Samrodin & Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Haurkolot. *Journal of Educational and Language Research* Vol.2, No.4, November 2022
- Abdur Rahim (2022) Penggunaan Media Sosial Dalam Belajar Mandiri Siswa Kelas Iv Madrasah
- Sulastri, Irt. Arifah Yenni Gustia, Lesnita Juniati.(2020) Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'i Di Kota Padang. *Al Munir Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* Volume 11 Nomor 2, Juli-Desember 2020
- Wibowo, Ari. (2018). Kebebasan Berdakwah di Youtube: Suatu Analisis Pola Partisipasi Media . *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* Vol. 9, no. 2 (2018),
- Yoyo Hambali, (2015) "Hukum Islam Dan Perubahan Sosial : Study Atas Konsep Masalah Dan Aplikasinya Dalam Keluarga Islam Kontemporer," *Jurnal Masalah* Vol. 6, no. No. 2 (November 2015)