

DAKWAH YOUTUBE SEBAGAI KOMODITAS MASYARAKAT PERKOTAAN

Iin Nur Zulaili

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
E-mail: iinzulaili13@gmail.com

Abstrak

Dakwah Youtube menjadi salah satu alat media untuk mentransformasikan ilmu tentang ajakan, larangan maupun berita melalui YouTube. Jika hal itu dijadikan sebagai medium aktivitas maka persepsi tentang dakwah sebagai aktivitas keluar rumah atau berpidato di depan orang banyak tentu mengalami perubahan. Dakwah saat ini mengalami pergeseran makna dan gerakan. Metode yang penulis lakukan ialah metode kualitatif diperkuat dengan teori New Social Movement. Metode ini untuk mengungkapkan makna dari beberapa konten Islami yang ada di Youtube yang digerakkan oleh masyarakat perkotaan sehingga akan terlihat bagaimana media dakwah tersebut memberikan dampak yang terjadi pada kebanyakan anak muda saat ini. Kemudian teori gerakan sosial baru akan memberikan gambaran secara global bahwa gerakan dakwah lewat media Youtube tersebut mengartikulasikan gerakan perubahan pola pikir pada masyarakat Indonesia dalam menyikapi dan memanfaatkan media.

Kata kunci: Dakwah Islam, Youtube, Masyarakat Perkotaan, Gerakan Dakwah.

A. Pendahuluan

Dakwah dalam Islam telah diajarkan dalam Quran dan hadits. Komunikasi perseorangan maupun dalam bentuk majelis digunakan oleh Rasulullah untuk menyampaikan dan menyebarkan pesan-pesan Islam. Dakwah Islam dapat dilakukan oleh personal atau kelompok. Namun, saat ini makna dakwah yang dahulunya

disampaikan baik personal maupun kelompok dihadapan orang banyak, kini telah mengalami perubahan sebab salah satunya semakin berkembangnya media digital. Berkembangnya media sosial seperti Facebook, Youtube, Instragram, ataupun blog telah memberikan peluang dan ruang kepada masyarakat untuk berdakwah secara personal maupun kolektif. Hal tersebut karena sajian dakwah dengan medium itu lebih mudah untuk dinikmati, dilihat dimana saja dan dapat diberi tanggapan cepat, hubungan lebih setara, serta komunikasi interaktifnya tinggi. Ini menunjukkan bahwa dakwah lewat sosial media memberikan dampak yang kuat pada aktivitas dakwah dan pendengar dakwah mengenai pesan-pesan Islam.

Pada tahun 2000-an, perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia meningkat. Dengan berkembangnya media tersebut telah mendorong masyarakat untuk lebih aktif di dunia maya. Adanya *feedback* secara langsung mengenai informasi yang disajikan di media online tersebut telah memudahkan masyarakat dalam memanfaatkan dan mengoptimalkan media yang mereka miliki, termasuk dakwah Islam. Dakwah memang bukan hal baru yang masyarakat rasakan saat ini. Akan tetapi, dakwah seperti apakah saat ini yang lebih menarik bagi masyarakat, utamanya kaum muda Indonesia. Dengan mudahnya pemuda Indonesia dalam mengakses berbagai informasi lewat media, maka akan lebih selektif juga dalam menerima dan mengikuti tontonan dalam media tersebut. Masuknya berbagai tren informasi buruk dari luar Indonesia yang mana konten lagu di dalamnya tidak mengandung pendidikan karakter atau moral, maka untuk merespon hal itu dibuatlah konten-konten media dakwah Islami melalui YouTube. Kemudian, siapakah pelaku yang aktif dalam menggandrungi dakwah YouTube ini, sehingga dapat menciptakan daya tarik implikatif dari para penikmat YouTube itu sendiri. Bagaimana kajian dakwah YouTube tersebut digunakan dalam layanan keagamaan dan implikasinya. Mereka lebih didominasi oleh masyarakat perkotaan yang memiliki teknologi informasi mudah dijangkau dan diakses untuk dikelola dan dapat dijadikan sebagai bahan untuk dakwah.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui sejauh

mana peran masyarakat perkotaan dalam mensyiarkan dakwah keagamaan melalui media YouTube, juga untuk mengetahui implikasi yang diberikan oleh dakwah youtube sebagai layanan keagamaan pada generasi muda Indonesia. Penelitian ini juga untuk memberikan sumbangsih atau bertanggungjawabnya umat Islam dalam melakukan analisis di media sosial. Prospek dakwah tidak hanya dilakukan lewat tulisan saja tetapi melalui media-media baru seperti youtube.

Paper ini ditulis berdasarkan kajian terhadap berbagai bahan pustaka online dan dengan kajian pustaka mendalam terhadap berbagai literature dalam bidang ilmu dakwah, komunikasi Islam serta internet. Karena saat ini banyaknya penulis Muslim yang juga membahas mengenai keislaman atau pun tentang dakwah Islam, maka tulisan ini juga banyak diambil dari jurnal-jurnal yang berkaitan dengan kajian Islam. Maka dari itu, untuk mendukung tulisan ini penulis juga memperkuat dengan teori gerakan sosial baru. Adanya media YouTube sebagai sarana dakwah untuk menyalurkan komunikasi atau kajian Islam, maka banyak dari individu atau kelompok yang memanfaatkan media YouTube sebagai perantara penyampaian materi dakwah mereka. Maka tidak heran jika saat ini apabila audience tidak bisa hadir di suatu majelis, hal tersebut tidak akan ada yang merasa rugi untuk tidak menghadiri atau tidak bisa hadir pada hari itu. Karena dengan adanya YouTube kemudahan dalam melihat isi dakwah tersebut bisa dijangkau dan dinikmati dimana pun audience berada.

B. Konsep Dakwah dalam Islam

Jika dilihat dari perspektif historis dakwah berarti mengajak pada kebaikan maupun kejahatan.¹ Akan tetapi, dalam ayat lain yakni surah Ali Imran ayat 104 menjelaskan bahwa dakwah mengandung arti mengajak pada kebaikan dengan upaya untuk mencapai situasi atau keadaan yang lebih baik. Namun demikian, perspektif dakwah tidak hanya berhenti pada ajakan untuk menjadi baik, jika keadaan

¹ Jakfar Puteh. *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000, 83.

tersebut sudah baik, maka tetap perlu juga diteruskan untuk menjadi lebih baik. Inilah yang disebut sebagai dakwah mengikuti zaman.

Dakwah dapat dilakukan oleh individual maupun kolektif. Dalam berdakwah cara yang paling berpengaruh ialah dengan dakwah perbuatan. Dakwah *bil-hal* atau perbuatan termasuk dakwah yang telah dilakukan oleh berbagai agama. Islam termasuk salah satu agama dakwah yang juga mengharuskan kepada umatnya untuk berdakwah kepada segenap manusia. Sebab adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin mendorong manusia untuk mengikuti perkembangan dan perubahan sosial, maka dakwah juga dikembangkan untuk menunjang potensi-potensi kemanusiaannya dalam dimensi lain.

Ketika melirik kembali pada sejarah, Nabi Adam a.s adalah pendakwah pertama di bumi untuk mengajak kepada kebenaran, kemudian dilanjutkan dengan Nabi Muhammad yang menjadi Nabi terakhir di dunia dengan torehan sejarah sebagai pendakwah yang menakjubkan dalam tempo waktu yang sangat singkat. Salah satu bukti dakwah beliau ialah kemampuan umat Islam mengimbangi dua kekuatan besar, imperium Romawi dan Persia. Umat Islam saat itu menjadi *umatun wasatan*, yakni umat Islam yang memiliki posisi strategis, taktis dan juga praktis dalam mendakwahkan Islam ke pelosok-pelosok daerah-daerah terdekat sehingga mampu mengembangkan dalam kancah global dan Internasional dalam bidang politik, ekonomi dan pertahanan.

Adanya perubahan terhadap pembangunan umat manusia untuk tetap berada di jalan yang benar yakni dengan melakukan proses aktivitas dakwah dan pendakwah yang berdakwah tersebut. Hal tersebut sangat mempengaruhi juga kepada manusia yang diberikan dakwah (audience dakwah). Dapat diterimanya Islam sebagai ajaran yang benar oleh beberapa kalangan bangsawan, ningrat, maupun mustadz'afin pada saat itu karena Islam telah menunjukkan bahwa Islam bukan termasuk ajaran yang inklusif. Akan tetapi, Islam merangkul semua kalangan, tidak hanya komunitas tertentu saja, Islam juga didakwahkan untuk menjadi rahmat bagi sekalian alam

(*rahmatal lil 'aalamiin*).²

Adanya penemuan-penemuan baru dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengakibatkan berubahnya cara berpikir dan bertindak. Salah satunya mengenai sesuatu yang belum jelas kedudukan dan kebenarannya maka masyarakat zaman sekarang tidak akan mudah terpengaruh dan mengikutinya. Maka dari itu penyampaian dakwah saat ini perlu dilandasi dengan bukti dan alasan-alasan yang relevan.³ Metode dakwah yang digunakan juga baiknya melihat sasaran yang akan dipengaruhi. Karena dakwah kepada petani di desa berbeda dengan dakwah kepada para dokter di kota.

Ketika telah mengetahui metode dakwah pada sasaran dakwah, maka perlu juga dipahami akan strategi-strategi dan kejelasan yang gamblang pada sasaran dakwah tersebut. Perlunya metode dan strategi pada sasaran yang jelas akan mempengaruhi hasil dakwah yang akan dicapai. Kondisi yang akan mendapat perubahan oleh dakwah tersebut juga akan terwujud, baik itu wujud dari individu maupun komunitas masyarakat.⁴

1. Masyarakat Perkotaan

Berdasarkan pendapat Hans Dieter Evers,⁵ wilayah kota dapat digambarkan menjadi tiga variabel yakni status sosial, segregasi etnis dan budaya kota. Kehidupan heterogen yang dimiliki masyarakat kota pada umumnya telah memberikan sisi terciptanya peluang untuk berkreasi dan menghasilkan hal-hal baru. Akan tetapi, dari sudut lain, bagi yang tidak siap akan seperti monster yang siap menerkam masa depan korbannya. Pluralisme yang terbangun dalam pemikiran masyarakat kota sangat mempengaruhi interpretasi serta tindakan beragama yang beragam.

Akses yang dimiliki oleh masyarakat kota cenderung lebih

² Acep Aripudin. *Dakwah Antarbudaya*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2012, 126.

³ Slamet Muhaemin Abda. *Prinsip-Prinsip Metodologi Da'wah*, Surabaya:Al-Ikhlash, 1994, 79.

⁴ Didin Hafidhuddin. *Dakwah Aktual*, Jakarta:Gema Insani Press, 1998,71.

⁵ Acep Aripudin. *Dakwah Antarbudaya*, 128.

cepat karena dekat dengan pusat-pusat informasi. Yang pertama menikmati manisnya kebijakan pemerintah biasanya masyarakat kota. Akan tetapi, akses-akses pembangunan juga menjadi potensi yang lebih buruk bagi mereka. Seperti adanya tempat untuk *dugem*, pelacuran, penggunaan narkoba, kenakalan remaja, dan tindakan kriminal lainnya yang dapat mengganggu kenyamanan dan kelangsungan hidup.

Kesempatan yang terbuka lebar dimiliki oleh masyarakat kota untuk bisa menikmati dan mengikuti arus pop budaya kota. Hal tersebut yang sering terjadi dan menjadi perhatian yang khusus. Terlebih pada adanya arus perubahan mental terjadi seiring dengan perubahan budaya, sosial maupun politik. Arus perubahan tersebut ada yang berimbas kepada perubahan nilai-nilai moral mereka, khususnya yang berkaitan dengan nilai-nilai dan norma agama.

Di perkotaan, media internet sangat mudah dijangkau, sehingga penggunaanya dapat dengan mudah memanfaatkan dalam berbagai aktivitas tertentu. Masyarakat yang sering menggunakan internet sebagai alat diskusi dan tukar menukar informasi disebut juga sebagai “masyarakat maya”. Penawaran dari dunia maya tersebut sangat tidak bisa dikendalikan lagi oleh masyarakat, karena memang hak setiap orang untuk bisa mengakses pesan melalui internet tanpa ada hambatan, tanpa mengenal batas negara sekaligus juga tanpa dikontrol oleh negara sangat bebas dan mutlak dimiliki individu.⁶

Namun, dari perkembangan masyarakat dengan media internet tersebut diaplikasikan oleh individu atau kelompok untuk menunjukkan identitas diri mereka melalui komunikasi interaktif sebagai wujud ekspresi kebudayaan dan respon terhadap perubahan globalisasi. Seperti dakwah melalui YouTube atau memberikan strategi-strategi sesuai agama mereka kemudian diunggah ke media supaya bisa dinikmati dan dipahami banyak orang. Ekspresi tersebut tidaklah aneh mengingat semakin majunya suatu zaman maka juga akan diikuti oleh majunya masyarakat itu sendiri, sesuai dengan

⁶ Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, 93.

perkembangan teknologi.

2. Gerakan Dakwah Media

Untuk menyampaikan dakwah yang modern di era globalisasi saat ini maka keahlian untuk menguasai, mengelola, dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media dakwah sangat diperlukan.⁷ Selain penguasaan terhadap media, spirit yang kuat juga sebaiknya ditanam dengan adanya penguatan internal dari sebuah lembaga atau komunitas yang akan menyampaikan dakwah. Gerakan dakwah Islam pada tahun 1990-an didominasi oleh lembaga atau organisasi sosial keagamaan seperti NU dan Muhammadiyah melalui dakwah kolektif pada sebuah pertemuan (majelis) atau khutbah jumat.

Akan tetapi saat ini untuk mengatasi persoalan kehidupan masyarakat, maka strategi dakwah modern oleh penyelenggara dakwah harus dapat menempatkan dakwahnya dalam aspek kehidupan masyarakat tersebut. Adanya gerak perubahan masyarakat dari yang struktur sederhana ke struktur yang kompleks, dari peran-peran yang berbaur ke peran-peran yang terdiferensiasi, dari sistem sosial yang relatif tertutup dan statis menjadi sistem terbuka dan dinamis.⁸ Selain media massa, media interaktif, dakwah juga perlu memanfaatkan media sosial (*internet*). Maka dari itu para tokoh dakwah yang tergabung dalam lembaga-lembaga dakwah harus mampu mengetahui dan memahami karakteristik, fungsi, kekuatan dan efek media massa atau jejaring sosial tersebut.

Sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi, internet dapat dikatakan sebagai ciri dari era globalisasi. Adanya dakwah melalui media internet telah menunjukkan bahwa manusia pada hakikatnya telah bisa untuk mengeskpos kemampuannya dalam menghemat waktu dan menundukkan ruang. Seperti halnya ada penghematan energi dalam transportasi, karena komunikasi tidak lagi tergantung pada jarak, sehingga dunia dapat dipersatukan dalam waktu yang singkat. Maka dari sini urgensi dakwah dengan penggunaan internet yang baik ditujukan untuk masyarakat

⁷ Jakfar Puteh. *Dakwah di Era Globalisasi*, 140.

⁸ Rajendra Singh. *Gerakan Sosial Baru*, Yogyakarta: Resist Book. 2010, 49.

informasi. Melalui internet, jutaan orang di seluruh dunia, tanpa adanya hubungan yang bersifat pribadi dapat melakukan atau membuat kegiatan dakwah.⁹

Spirit dakwah yang diwujudkan oleh masyarakat Islam lewat dunia maya ialah sebuah bentuk agenda dakwah baru Islam yang berkaitan dengan ikhtiar inspiratif atas berbagai kekhawatiran dampak negatif perkembangan media interaktif yang semakin jauh memasuki hampir seluruh pojok kehidupan masyarakat. Bahkan internet lebih jauh lagi bukan hanya sekedar sebuah ruang ekspresi, melainkan sudah seperti rumah, perpustakaan, toko, buku, bioskop, televisi, tempat rekreasi, ruang komunitas, bahkan juga dengan beberapa batasan ia merupakan ekspresi keagamaan.¹⁰

Untuk itu, peran dakwah sebagai penjamin tetap hidupnya nilai orisinil agama dipertaruhkan maka secara makro berfungsi sebagai saluran kulturalisasi ajaran dalam kehidupan masyarakat. Eksistensi dakwah juga senantiasa bergumul dan bersentuhan dengan tuntutan dinamika masyarakat di sekitarnya. Pergumulan tersebut juga mempengaruhi proses pembentukan pranata kehidupan lainnya, seperti pranata sosial, ekonomi dan politik pada tahap tertentu.

Untuk membentengi datangnya pengaruh negatif dan dampak negatif akan yang akan terjadi maka dakwah antar budaya sebagai bangunan dalam dakwah Islam dan gerakan dakwah Islam lewat media baiknya dikembangkan dengan mengikuti arus perubahan sosial budaya saat ini. Yaitu dengan cara ikut membersamai arus perkembangan teknologi. Seperti gerakan dakwah lewat musik di Indonesia juga termasuk salah satu benteng untuk merespon budaya-budaya negatif yang datang dari luar Indonesia khususnya masyarakat non-Islam.

3. YoutuBers dan Musik

Selain bermodalkan suara bagus dan juga paras yang menawan, modal yang harus dimiliki oleh seorang da'i (pendakwah) juga bisa

⁹ Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer*, 92-93.

¹⁰ Asep Saeful Muhtadi. *Komunikasi Dakwah:Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung:Simbiosis Rekatama Media, 2012, 59.

dengan mengembangkan kesenian atau hobi, seperti dakwah lewat musik. Dalam dunia dakwah peran musik memiliki pengaruh yang luar biasa.¹¹ Rhoma Irama dan juga Habib Syekh, keduanya sama-sama berdakwah menggunakan musik.

Media massa yang berkembang di negara demokrasi termasuk Indonesia memiliki sejumlah fungsi sosial yang berkaitan dengan kemasyarakatan dan kenegaraan, antara lain: 1) fungsi informasi; 2) fungsi mendidik; 3) fungsi hiburan; 4) fungsi menghubungkan; 5) fungsi kontrol sosial; 6) fungsi membentuk Opini Publik. Selain fungsi-fungsi di atas fungsi dakwah juga ditambahkan sebagai seruan untuk mengajak pada kebaikan dan mencegah dari perbuatan jahat.¹²

Dakwah melalui seni musik memang sangat banyak dilakukan oleh masyarakat muslim Indonesia, dengan mengusung lirik keislaman dari berbagai jenis aliran musik seperti Pop, Dangdut, Nasyid, Qasidah, Marawis, bahkan musik rock pun juga dapat dijadikan media dakwah. Di Indonesia pada tahun 1990-an, salah satu group band musik Indonesia, "GIGI" menggarap album yang berjudul "Raihlah Kemenangan", dalam lirik lagunya berbunyi:

"Selamat Hari Raya, Selamat Hari Lebaran, Raihlah Kemenangan, Setelah Ramadhan. Mari berjabat tangan, Mari Maaf-Maafan, Raihlah Kemenangan dengan senyuman (Lahir dan Batin). Dunia ini penuh coba, Sarat Godaan. Kadang ada kekhilafan dan kesalahan. Hadirilah Ketaqwaan, Mohon Ampun-Nya, untuk satu kebahagiaan, Dunia Akhirat."

Pesan utama yang dimunculkan dalam lirik musik grup GIGI tersebut bertujuan pendidikan Islam yakni untuk mengajak anak-anak muda yang menyukai musik rock agar juga menyukai lagu-lagu religi dan mereka (para pendengarnya) dapat menangkap pesan di setiap lirik yang dinyanyikan. Pada dasarnya, syair yang ada dalam musik hanyalah sebagai pelengkap, esensi utamanya ialah pada bunyinya. Akan tetapi, jika syair atau lirik tersebut dianggap penting maka syair itu dikatakan *musical*, tetapi statusnya tetap menjadi syair, sedangkan musiknya kombinasi dari lagu dan syair.

¹¹ Muhammad Abdul Aziz. *Jurus Jitu Da'i Profesional: Materi-Materi Ceramah*, Kediri: Lirboyo Press, 2015, 33.

¹² Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer*, 98.

Sebagian ulama ada yang kurang menyetujui terhadap seni musik untuk dijadikan dakwah. Karena mereka menganggap bahwa musik identik dengan hura-hura. Hura-hura di sini masuk pada kategori minuman keras, perzinahan, dan pemerasan, dan lain sebagainya. Perbuatan tersebut merupakan perbuatan haram, jika dakwah dilakukan seperti itu maka dakwah tersebut ialah dakwah yang haram. Walaupun tingkat keharamannya berbeda, tetapi yang haram tetaplah haram, tidak mungkin untuk dijadikan sarana atau alat dakwah yang suci karena Allah. Di antara salah satu ulama yang mengharamkan musik ialah Ibnul Qayyim al-Jauzi.¹³

Namun, ada juga sebagian ulama yang membolehkan ber-dakwah dengan musik, seperti Yusuf Qardawi, Imam Ghazali, M. Quraish Shihab, dan juga Masyfuk Zuhdi. Seni musik di sini dianjurkan dalam dakwah karena dalam seni tersebut dapat menarik pendengarnya untuk mendengarkan pesan apa yang disampaikan dalam musik tersebut. Musik di sini diperbolehkan jika bisa meningkatkan semangat dan kegembiraan dalam melaksanakan kewajiban menjalankan ibadah. Bahkan Al-Izzu bin Salam dalam buku “Dakwah Antarbudaya” berpendapat bahwa, “*adapun nyanyian yang baik dapat mengingatkan orang pada akhirat, tidak mengapa bahkan sunnah.*”¹⁴

4. Analisis Isi Pesan Dakwah YouTube

Thank you my dear/ouuu/I love you my dear// ohhh// Yei yeah/ yeahh/
dear/ saat ini akan segera ku ungkapkan rasa bahagia tak terhingga/ Dear//
duduk lah dekat-dekat di sampingku/sandarkan lelahmu padaku/(ouhhh)
kau/ Kau adalah teman sehatiku/ susah senang kau slalu bersamaku/ sluruh
hidup kau persembahkan untukku/ ouyeah/ kuu /Sedikit pun aku tak
pernah ragu akan tulus cinta kasih sayangmu/ semoga allah memberkahi
selalu/ tengkyuw my dear//atas segala yang telah kau berikan/segalanya
pun telah engkau korbakan/ smua ini takkan ku sia siakan/ tengkyuw
my dear//Yakin apa yang semua engkau lakukan/ semua ini pasti akan
terbalaskan/ karna allah yang maha meperhitungan/ jadikanlah hamba
ini selalu bersyukur/ atas semua yang ku miliki/ besar karunia mu ya
rabbi/ kau anugrahi dia sholehah dan baik hati/ menemaniku spanjang
hari/ indah anugrahmu ya robbi/ senyummu bagaikan mutiara indah/

¹³ Acep Aripudin. *Dakwah Antarbudaya*, 142.

¹⁴ Ibid, 141.

hiasi dunia bahagia ku di buatnya damai hati ku tercipta/ bersama kita arungi laut dan gelombang/ tak gentar dikala badai besar/ kang menghadang kamu dan aku smoga takkan pernah terpisahkan/ goda goda godaan syetan/,mereka takkan hentikan/ yakin hanya satu yang perlu kita lakukan/ hujamkan pada hati nilai ketakwaan/ berkahi berkahi cinta cita kami/ kuatlah hati/ ya rabbi ya rabbi/ agar kami mampu melalui semua ini/ agar kami menjadi insan yang kau ridhoi.

Lirik lagu yang dibawakan oleh Dodi Hidayatullah feat Ibnu the Jenggot di atas diliris sebagai respon balik terhadap lagu populer “Despacito” yang divokali oleh Justine Bieber. Lagu tersebut mengidentifikasi bahwa muslim muda Indonesia saat ini lebih cerdas dalam menanggapi konten-konten yang dianggap miring atau berbahaya bagi generasi muda di Indonesia. Lagu yang dilihat sekitar 2.032.168 masyarakat itu dibawakan oleh Dodi Hidayatullah sebagai vokal utama. Target utama dari dibuatnya konten Islami atau Lirik Islami tetapi bernada seperti nada lagu “Despacito” tersebut ialah untuk para generasi Muda Muslim Indonesia agar tidak berperilaku seperti video klip yang ada di lagu “despacito” asli.

Terciptanya konten Islami tersebut mencerminkan aktivitas dari adanya budaya *cyberculture* yakni kebudayaan seperti berinteraksi, berkomunikasi, berdiskusi, berbagi gagasan dan informasi, mengakses hiburan bahkan berbagi rasa di dunia maya. Terbentuknya *cyberculture* karena interaksi *cyberspace* yaitu komunikasi secara interaktif lewat dunia maya (internet).¹⁵ Sehingga bukan suatu keniscayaan bahwa teknologi media digunakan sebagai salah satu jembatan untuk menyampaikan dakwah secara produktif. Adanya fenomena *cyberculture* tersebut disebabkan munculnya transformasi oleh internet yang dapat dijangkau melalui sejumlah fenomena kebudayaan atau kebiasaan-kebiasaan baru yang datang untuk menawarkan kreativitas dan kemungkinan baru. Maka, peran *cyberculture* di sini menjadi penting karena tidak hanya sebagai kemunculan budaya yang fokus pada hubungan-hubungan antar manusia dan mesin (internet-handphone) saja akan tetapi bisa juga merambah ke ranah yang lebih luas yakni *cyberreligion*. Internet memang tidak membangun agama dengan sendirinya, tetapi para

¹⁵ Asep Saeful Muhtadi. *Komunikasi Dakwah*, 60.

pengguna internet yang interest terhadap agama dan keagamaan. Sehingga mereka membuat ruang-ruang keagamaan dengan media sosial yang ada.¹⁶

Perbincangan mengenai fenomena *cyberreligion* yang terjadi pada masyarakat saat ini muncul karena pengungkapan ekspresi keagamaan oleh individu ataupun kelompok diwujudkan melalui simbol-simbol, bahasa-bahasa verbal, atau indikasi lain yang mempresentasikan gagasan-gagasan yang dikandung oleh agama mereka. Seperti halnya lirik lagu yang penulis contohkan di atas, fenomena itu terjadi karena respon terhadap perubahan teknologi dan perkembangan bentuk-bentuk baru dari jejaring dunia Islam, sekaligus juga memperlihatkan identitas dan presentasi umat Islam di dunia jagat maya.¹⁷

Dalam konteks aktualisasi dakwah inilah yang disebut sebagai *Cyber Islamic Environments (CIEs)* yaitu lingkungan Islami di jagat maya yang muncul atas respon kesadaran mendalam umat Islam mengenai perkembangan teknologi internet melalui identifikasi diri yang dilakukan dengan cara memfungsikan dan mengekspresikan gaya Islam dalam jejaring dunia Islam. Fenomena ini lebih mengarah kepada representasi umat Islam itu sendiri dalam menunjukkan identitas Islam di dunia maya dan di dunia yang sesungguhnya. Representasi yang baik tentu akan memunculkan respon atau interaksi balik yang baik. tetapi begitu pun sebaliknya.

Lebih jauh lagi, aktualisasi konsep *cyberreligion* tersebut tidak salah jika dalam pengungkapan identitas atau pengembangan dakwah Islam ditujukan murni untuk semangat dakwah Islam dan dibersamai oleh nilai-nilai keislaman yang teduh santun dan toleran. Seperti halnya pengaktualisasian lirik musik di bawah ini yang berjudul “Ayo Mondok”:

*Gih/ jadi anak tuh jangan banyak bersedih/ Jangan ngelawan orangtua/
Seharusnya kita bisa jadi mandiri/ Bahagiain ayah bunda Yuk/ kita
sekolah di pondok pesantren/ Biar Jadi anak soleh dan keren/ Jadi santri*

¹⁶ Aep Kusnawan. *Teknik Menulis Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 214.

¹⁷ Asep Saeful Muhtadi. *Komunikasi Dakwah*, 63.

alim gaya tetep beken/ Yuk/ kita belajar menghafal Al-Qur'an/ Jurumiyah, Imriti dan Alfiyah/ Bahasa Arab, Inggris dan juga Jepang/ Ayo Mondok!/ Jadisantri minimal hafal juz 'amma/Bisa ngomong ceramah empat bahasa/ Biar makin disayang ayah dan bunda/ Ayo Mondok! Makan teri berasa makan Hoka Bento/Gak bisa nonton TV dengar Radio/ Mau buka facebook aja susah banget broo/Walau banyak hafalan yang membuatmu lelah/ Tetap sabar dan istiqomah/ demi masa depan yang indah/ Mari ikhlaskan hati teman-teman semua/Jadi santri itu mulia/Penuh dengan hikmah dan berkah/Suksesitukita yang tentukan Bukan langsung dari Tuhan/ Hanya manusia pilihan Menahan perih dan cobaan/ Di pondok itu kita harus sabar bertahan/ Dari segala cobaan godaan rintangan/Jangan berfikir terus-terusan tentang pacaran Siti, Fatimah, Zulfa itu harus dilupakan/ Lebih baik kita berfikir tuk masa depan Demi meraih cita-cita dan impian/ Yuk mondok/ Yuk mondok/ Ayo ayo mondok/Mondok itu keren Gak mondok gak keren Jangan bilang keren/Kalau belum mondok/ Allah lebih suka pemuda yang soleh, oh yeah..

Perubahan lirik lagu tersebut adalah sebuah pengungkapan atas kegelisahan munculnya lagu *despacito* yang dianggap sebagai virus para generasi muda khususnya pada degradasi moral. Lagu *Despacito* yang dinyanyikan oleh Luis Fonsi dari negara Latin Puerto Rico dengan Justin Bieber yang dirilis pada tanggal 12 Januari 2017 oleh Universal Music Latin ini telah mencapai viewers lebih dari 3 miliar. Maka untuk membentengi lagu atau musik yang diklaim sebagai virus anak muda tersebut dibuatkan konten musik yang serupa tetapi dengan lirik yang berbeda menjadi *Despacito* versi santri. Lirik lagu berisi dengan keseharian dan keadaan santri selama di pondok Pesantren.

Lagu *Despacito* versi santri ini dikarang oleh sebuah band lokal bernama Menara Band dan diviralkan melalui media internet seperti instagram, YouTube maupun WhatsApp. Dengan pengungkapan isi konten yang Islami dan berkaitan dengan kegiatan sehari-hari seorang santri yang mondok di pondok pesantren, lirik lagu ini juga mengandung kreativitas dan motivasi untuk belajar dan semangat menjadi santri untuk tetap bertahan di pondok.

Penyebutan nama-nama kitab yang dipelajari santri-santri seperti *Jurumiyah*, *Imriti*, dan *Alfiyah* adalah sebuah bentuk pengungkapan identitas diri masyarakat Islam akan perkembangan generasi muda Indonesia untuk menunjukkan bahwa kemajuan Islam akan menyesuaikan kemajuan perubahan sosial teknologi informasi.

Dengan canggihnya teknologi informasi maka akan semakin mudah masyarakat untuk mendakwahkan Islam dengan konten-konten Islami yang menarik dan kreatif.

Tidak hanya menyinggung tentang kegiatan sehari-hari santri yang *mondok*. Tetapi sentilan-sentilan unik yang terdapat pada lagu Despacito versi Santri yang dilihat 6,788,190 viewers tersebut memang sangat ditujukan untuk remaja masa pubertas yang sedang mengkondisikan dan sedang mencari identitas diri mereka sebagai umat Islam yang baik dan berada pada jalan kebenaran.

Ruh al Dakwah (spirit dakwah) yang dibuat oleh masyarakat Islam dengan konten-konten Islam tersebut menunjukkan adanya peningkatan dan perubahan sosial yang dinamis untuk mengimbangi kemajuan teknologi. Akan tetapi ada juga tantangan dakwah yang menjadi ciri penting era global. Yakni problem pluralitas masyarakat aktivis dakwah. Jika konten-konten musik yang notabennya masih didominasi oleh kaum muda dan ditujukan untuk kaum muda bisa diterima dan banyak yang mendukung. Akan tetapi apabila aktivitas dakwah tersebut dilakukan oleh orang-orang yang tidak memiliki spirit dakwah yang utuh mengutamakan nilai-nilai keislaman seperti adanya dakwah Youtube yang mengungkapkan ujaran kebencian dengan persepsi saling salah menyalahkan, sesat menyesatkan, kafir mengkafirkan adalah suatu dakwah yang perlu dikoreksi kembali.

Jika para pendakwah Youtube tersebut memahami keislaman dengan baik maka hal-hal yang diungkapkan ke media sebagai pertunjukkan dakwah Islam baiknya juga dibuat dengan konten yang baik dan mengajak pada kebenaran sesuai dengan ruh dakwah itu pada hakikatnya. Karena dalam kerangka kegiatan multialogis, dakwah sejatinya dapat berperan sebagai proses interaksi kaum muslimin dengan umat manusia keseluruhan, suatu interaksi yang bertujuan untuk memperkenalkan nilai-nilai Islam dan konsep-konsep Islam secara lebih operasional sekaligus juga mengupayakan dapat tereliasasi dalam kehidupan umat manusia dalam segala aspeknya.

Program pengembangan dakwah dituntut untuk mampu mengembangkan dan menyajikan pesan-pesan Islam dalam

format sajian dakwah yang lebih relevan dan mudah diterima oleh masyarakat dalam berbagai kalangan apapun. Selain itu, dalam jalan dakwah adanya komunikasi untuk saling mengingatkan adalah suatu hal yang bermanfaat dan dibutuhkan.¹⁸ Maka dengan demikian apa yang paling sederhana dapat kita lakukan saat ini ketika berhubungan dan berkontak langsung dengan media. Yaitu dengan membaca dan memahami pesan apa yang terkandung dalam dakwah media tersebut lalu kemudian menggarisbawahi apa yang dianggap penting dan menarik untuk kemudian dikembangkan.

Akan tetapi, jika dilihat dari sisi lain isi yang terkandung pada konten dakwah media tersebut mulai menyentuh pada norma-norma yang berseberangan dari jalur wilayah yang agama ajarkan pada umatnya, maka konten media tersebut tidak jarang akan mendapatkan kritik, bahkan sampai tindakan penolakan. Sehingga untuk mengimbangi tantangan negatif dari media tersebut perlu dibuat penyeimbangan sebagai bentuk perlindungan para penikmat media tersebut. Oleh karena itu, munculnya problema sosial baru yang semakin kompleks di masyarakat telah menyebabkan kualitas dakwah menyesuaikan dengan gerak perubahan sosial di masyarakat itu sendiri.¹⁹ Hal tersebut telah menunjukkan bahwa masyarakat yang alur kecenderungannya menuju pada suatu tatanan masyarakat modern, bahkan postmodern dimana telah mampu mengimbangi perubahan sosial dan perkembangan kemajuan teknologi dan informasi pada tingkat dunia.

Dalam aspek tatanan masyarakat, ada tata nilai dan juga pola sikap yang dipakai sebagai pedoman untuk menilai dan mengendalikan tingkah laku. Sehingga mekanisme yang ada akan mengarahkan tindakan atau suatu aksi yang dipandang tepat. Termasuk dalam hal dakwah adalah bentuk realisasi dari tata nilai dan dikembangkan pada sebuah tindakan memanfaatkan media sebagai aspirasi bentuk aksi nyata.²⁰

¹⁸ Mushtafa Masyhur. *Fiqh Dakwah, Jilid I*, Jakarta: Al-Itishom, 2000, 132.

¹⁹ Asep Saeful Muhtadi. *Komunikasi Dakwah*, 60.

²⁰ Samsul Munir Amin. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah, 2008, 56.

C. Penutup

1. Kesimpulan

- a. Masyarakat perkotaan merupakan pelaku utama dalam menggandrungi dakwah YouTube, sehingga dapat membangun daya tarik implikatif dari para penikmat YouTube itu sendiri. Tersedianya teknologi informasi yang mudah dijangkau dan diakses untuk dikelola dapat dijadikan sebagai bahan untuk berdakwah serta dapat menjadikan dakwah produktif di era globalisasi saat ini.
- b. Wujud dari dibuatnya konten dakwah melalui YouTube sebagai respon akan semakin banyaknya konten-konten di Youtube yang negatif sehingga menyebabkan umat Muslim mempunyai ide dan mengembangkan dakwah YouTube dalam konten islami.

2. Saran

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan adanya penelitian lanjutan mengenai dakwah YouTube di Indonesia. Sehingga ada nuansa baru dalam mengenali dakwah melalui media sosial yang semakin hari semakin canggih dan memberikan sisi positif maupun negatif untuk generasi muda Indonesia. Juga untuk terus mentransformasikan ilmu pengetahuan agar lebih baik dan berkembang maka penelitian diharapkan memberikan arahan tentang dakwah melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdul Aziz, Muhammad. *Jurus Jitu Da'i Profesional: Materi-Materi Ceramah*. Kediri: Lirboyo Press. 2015.
- Amin, Samsul Munir. 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Amzah.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Aripudin, Acep. *Dakwah Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja

- Rosdakarya. 2012.
- Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*. Jakarta:Gema Insani Press. 1998.
- Harahap, Nasruddin. *Dakwah dan Pengembangan Masyarakat*. Yogyakarta:Pustaka Pesnatren. 2011.
- Masyhur, Mushtafa. *Fiqih Dakwa: Jilid I*. Jakarta:Al-I'tishom. 2000.
- Muhaemin Abda, Slamet. *Prinsip-Prinsip Metodologi Da'wah*. Surabaya:Al-Ikhlas. 1994.
- Puteh, Jakfar. *Dakwah di Era Globalisasi:Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar. 2000.
- Saeful Muhtadi, Asep . *Komunikasi Dakwah:Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media. 2012.
- Singh, Rajendra. *Gerakan Sosial Baru*. Yogyakarta:Resist Book. 2010.

Internet:

<https://geotimes.co.id>

<https://www.youtube.com/watch?v=IDYJpfzYz0s>.