

PEMANFAATAN VIDEO DALAM BERDAKWAH (Studi Metode Dakwah UAS)

MAHMUDDIN, KUSNADI

UIN Alauddin Makassar, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai
Email: mahmuddin.dakwah@uin-alauddin.ac.id, adhybugiez@gmail.com

Abstract:

This research aims to find out the methods of da'wah Ustads Abdul Somad (UAS) in preaching and know the advantages and disadvantages of UAS in preaching through video and to find out the da'wah models developed by UAS in preaching in video media. The method used is the analysis of content in videos found on youtube. The results showed that the UAS da'wah method is the method of da'wah al-hikmah, mauidzah and billati hiya ahsan. The advantages of UAS lecture videos are: light lecture material, easy-to-understand delivery, use of language that is easily understood by all circles, the existence of light jokes, the right arguments, the use of gestures that are in accordance with what he said, a loud, loud and firm voice with the right intonation of voice and with good rhetoric. The disadvantage is that the uploaded lecture video is not included in the question and answer session, there are no subtitles, a thick language accent with a Sumatran accent, many videos are cut. The UAS da'wah model is transformative, actual, cultural.

Keywords : utilization, video, da'wah methods, and UAS.

PENDAHULUAN

Dakwah Islam dimaknai sebagai kegiatan yang identik terhadap ajakan atau seruan kepada orang lain berimplikasi secara langsung terhadap pengetahuan, penghayatan dan pengamalan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari bertujuan untuk meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat (An-Nabiry, 2008:22). Serupa dengan hal di atas oleh Sayyid Qutub mengklasifikasikan dakwah dalam batasan ajakan dan seruan kejalan Allah swt. (Ilaihi, 2010:14).

Prinsip dakwah yang berimplementasi terhadap kebahagiaan dunia dan akhirat tersebut melalui proses ajakan dan atau seruan kebaikan di atas menjadi tanggung jawab bersama secara umum untuk seluruh ummat dan menjadi tugas khusus kepada ulama, da'i atau muballig dengan memperhatikan metode, media dan semua unsur yang dapat membantu proses penyampaian pesan dakwah kepada mad'u secara baik dan signifikan.

Penyampaian dakwah pada dasarnya merupakan penyampaian ide yang membutuhkan metode dan media. Abdul Manaf menjelaskan bahwa dalam pembangunan manusia dibutuhkan media yang akan menjadi saluran dalam dakwah yang dilakukan. Dakwah sebagai upaya membangun keberadaan diri manusia menjadi sebuah entry point yang mendukung keberhasilan terhadapnya. Semakin sesuai media dakwah yang digunakan, maka akan memberikan makna positif dan keberhasilan atas dakwah yang dilakukan. Sebaliknya, apabila pendakwah salah dalam memilih saluran menyebabkan aktivitas dakwahnya menjadi gagal. Tulisan singkat ini menyoroti tentang pentingnya media sebagai saluran dakwah. Hasil analisa dalam tulisan ini menyatakan bahwa media massa sebagai saluran dakwah mempunyai implikasi positif sebagai saluran dakwah. Selain itu media massa juga mempunyai kontribusi negatif apabila tidak dimaksimalkan penggunaannya dan kesalahan dalam pemilihan tema dalam dakwah (Abdul Manaf, 2018:190)

Hal tersebut di perkuat dengan sebuah slogan ”Siapa yang menguasai media maka dia akan menguasai dunia” sudah bukan merupakan slogan hampa namun telah menjadi kenyataan. Informasi sudah dianggap sebagai “power” yang diartikan sebagai “kekuatan” dan “kekuasaan”. Oleh karena itu, proses penyampaian dakwah juga harus dipoles secara baik (progresif dan dinamis). Da harus memahami bahwa dakwah tidak semata dilaksanakan secara konvensional/tradisional. Akan tetapi, dakwah juga harus dikembangkan mengikuti arus perkembangan zaman.

Sehubungan dengan ide progresivitas dan dinamisasi dakwah dari penyampaian secara tradisional ke penyampaian secara modern, maka dai dituntut untuk berpikir dan berusaha secara maksimal untuk melakukan dakwah sesuai dengan perkembangan teknologi informasi.

Hal demikian dilakukan dalam usaha merespon perkembangan teknologi komunikasi dan kecenderungan masyarakat terhadap penggunaan gadget (handphone) untuk mengakses informasi-informasi yang dibutuhkan termasuk informasi-informasi agama melalui pesan video yang disampaikan oleh para dai.

Penyampain dakwah melalui video dengan memanfaatkan media lain kemudian menjadi daya tarik tersendiri oleh beberapa tokoh agama (dai) dalam mengelola dakwahnya. Salah satu media yang banyak diminati oleh para dai dalam menyebarkan dakwah melalui video adalah media youtube, karena YouTube sebagai salah satu media sosial adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis sebagai database terbesar konten video seluruh dunia.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan jutaan karya-karya manusia yang di-videokan dan dishare melalui Youtube. Sehingga youtube telah menjadi fenomena tersendiri dan memberikan pengaruh di seluruh penjuru dunia yang diakses dengan menggunakan jaringan internet (Flalinger, B, Owens, R, 2009). Dengan begitu, Youtube menjadi salah satu sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada semua golongan dalam berbagai bentuk materi yang dikemas menurut kepentingan masing-masing pengguna Youtube.

Pemanfaatan Youtube sebagai media komunikasi dalam menyampaikan materi agama menjadi wadah baru bagi beberapa ustadz dan ulama dalam menyampaikan dakwah, beberapa nama seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), Ustadz Adi Hidayat (UAH), Gus Muwafiq (GM), Ustadzah Mumpuni Handayekti (UMH), Ustad Das'ad Latif (DL), Felix Siauw (FS) dan ustaz ataupun ulama lainnya baik itu di daerah serta di perkotaan yang sampai saat ini aktif dalam menyampaikan pesan agama melalui konten-konten video baik yang diunggah secara pribadi atau diunggah melalui orang lain.

Kebutuhan dai terhadap media dalam menyampaikan dakwah sangat urgen dalam merespon arus globalisasi dan trend masyarakat untuk menyampaikan berbagai konten-konten keagamaan (postif) sehingga masyarakat tidak terhipnotis dengan penggunaan media internet dengan sia-sia.

Akan tetapi dari begitu banyak penelitian yang ada tentang pemanfaatan media baik youtube ataupun media-media lainnya yang menggunakan jaringan internet, belum ditemukan penelitian yang membahas secara detil bagaimana metode, kekurang dan bentuk dakwah dengan memanfaatkan video sebagai media

dakwah yang dishare melalui media sosial youtube, apalagi aktivitas manusia moderen saat ini sangat menuntut menggunakan media digital.

Penelitian yang mendekati adalah strategi pemanfaatan youtube dalam bidang dakwah yang ditulis oleh Arif Ramadhan Sulaiman dkk (Jurnal Communication, 2020:81-92) hanya menawarkan agama dan pelaku sebagai filter terhadap konten yang secara signifikan tidak memberikan solusi terhadap fenomena maraknya konten video yang dianggap sampah oleh penulis dan dapat menggerogoti aqidah umat.

Sehubungan dengan persoalan-persoalan yang ada dan kecenderungan masyarakat terhadap media internet, maka tulisan ini dimaksudkan untuk memberikan pengayaan terhadap penggunaan konten video dalam menyampaikan pesan dakwah yang digunakan oleh dai agar dakwah dapat diterima secara baik dan akses secara mudah oleh masyarakat.

Olehnya, untuk mempermudah memahami tentang pemanfaatan video sebagai media dakwah, penulis fokus pada video ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) yang ada di media sosial youtube sebagai sumber penelitian.

Permasalahan yang sering ditemukan dalam pelaksanaan dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh dai tidak sampai kepada audiens. Sering kali mad'u merasa jenuh, atau bosan karena pengemasan pesan dakwah yang disampaikan cenderung monoton. Akibatnya mad'u tidak fokus terhadap materi yang disampaikan oleh dai. karenanya diperlukan strategi dakwah yang tepat agar dakwah, khususnya model ceramah, dapat terus tumbuh dan berkembang dalam masyarakat.

Untuk lebih mendalami fokus tersebut, maka penulis menganalisa metode berdakwah UAS dalam menggunakan konten video di youtube dan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan UAS dalam menyampaikan pesan dakwah menggunakan video di youtube serta untuk mengetahui model-model dakwah UAS melalui Video di youtube.

Metode Dakwah

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat urgen dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Hukum dakwah telah disebutkan dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dalam al-Qur'an surat an-Nahl ayat 125 di samping memerintahkan kaum muslimin untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara-cara pelaksanaannya yakni dengan cara yang baik dan sesuai dengan petunjuk agama.

Istilah dakwah adalah sebuah aktifitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam. Dakwah adalah suatu aktivitas yang pelaksanaannya bisa dilakukan dengan berbagai cara atau metode (Wahyu Ilahi, 2006:21)

Hal sejalan dengan ungkapan Moh. Ali Aziz dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.(Moh. Ali Aziz, 2009:.11).

Secara umum, menurut hemat penulis, dari definisi dakwah oleh para ilmuwan di atas, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik yang tentunya dapat menggunakan wasilah (media) dan thariqah (metode). Sejalan dengan konsep al-Qur'an dalam surat Ali Imran ayat 104.

Kedudukan dakwah sebagai ajakan dan seruan kepada kebaikan, harus di barengi dengan pemahaman dan perhatian terhadap unsur-unsur dakwah yang ada. Wahyu Ilahi (2010: 19) menekankan bahwa dalam kegiatan dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah atau dalam bahasa lain adalah komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah.

Unsur-unsur tersebut menurut Moh. Ali Aziz (2009:75) adalah dai (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode dakwah), dan atsar (efek dakwah). Sejalan dengan pendapat Syaiful Rohim (Teori Komunikasi, 2009: 19-21) yang membagi unsur dakwah : 1) Dai, 2) mad'u, 2) Materi/Pesan dakwah, 4) Media dakwah.

Selain memperhatikan unsur-unsur dakwah, tidak kalah pentingnya juga

adalah metode dakwah. Sebagaimana menurut Munir (2009:7) bahwa Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang dai (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.

Wasilah dan thariqah ini kemudian menjadi ukuran apakah dakwah yang dilaksanakan dapat diserap secara baik oleh semua kalangan atau lapisan masyarakat di samping materinya. Maka itu, para ahli pendidikan mengungkapkan dua pendapat yang berbeda 'attariqah ahammu mina almaddah dan al maddatu ahammu min al tariqah'.

Secara luas, terkait metode dakwah Asmuni syukir (1983: 32) menjadikan semua unsur di atas sebagai strategi dengan mengatakan bahwa strategi dakwah adalah metode, siasat, taktik, maneuver yang digunakan dalam aktivitas dakwah. Selain itu strategi atau metode juga dapat diartikan sebagai, proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam artian strategi merupakan perencanaan yang dirumuskan agar dapat mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.

Terdapat beberapa pendapat tentang strategi atau metode dalam berdakwah, berdasar pada surat an-Nahl; 125 maka dapat dipastikan terdapat 3 metode di dalamnya yaitu al-hikmah (kelembutan), al-mauidzah (bimbingan dan nasehat), dan Jidal bil ahsan (tukar pendapat secara baik).

Metode dakwah di atas jika ditinjau dari aspek penyampaian pesannya dari seorang dai kepada mad'u, salah satunya dikemukakan oleh Samsul Munir Amin (2009: 11) bahwa secara umum dakwah Islam dapat dikategorikan ke dalam tiga macam, yaitu:

- a. Dakwah bi Al Lisan. Dakwah bi Al Lisan yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan lain-lain.
- b. Dakwah bi Al hal. Dakwah bi Al hal adalah dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai obyek dakwah.
- c. Dakwah bi Al Qalam. Dakwah bi Al Qalam, yaitu dakwah melalui tulisan

yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet.

Pendapat lain tentang metode dakwah diungkapkan oleh Pimay (2006:78) yang mengatakan bahwa terdapat beberapa metode dalam berdakwah di antaranya: metode ceramah, metode tanya jawab, musyawarah, face to face, metode teladan, metode islah.

Meski demikian metode di atas dapat pula sekaligus menjadi model dalam berdakwah. Selain itu, terdapat pula beberapa pendekatan dalam menyampaikan dakwah sesuai dengan metode tersebut yaitu: pendekatan personal dari mulut ke mulut (manhaj al-sirri), pendekatan pendidikan (manhaj al-tablus), pendekatan penawaran (manhaj al-ardh), pendekatan missi (manhaj al-bi'tsah), pendekatan korespondensi (manhaj al-mukatabah), pendekatan diskusi (manhaj al-mujadalah wal musyawarah).

Media Dakwah

Sehubungan dengan metode dan unsur dakwah di atas, hal yang paling penting dalam pengembangan dakwah adalah media atau wasilah atau alat yang dipakai dalam berdakwah / menyampaikan ajaran Islam.

Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televise, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar. (Samsul Munir Amin, 2009: 113). Dengan kata lain adalah Wasilah dakwah atau alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad`u.

Muhammad Munir & Wahyu Ilaihi (2006: 32) mengutip pendapat Hamzah Ya`qub, membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu:

- a. Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- b. Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat (korespondensi), spanduk, dan sebagainya.
- c. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya

d. Audio visual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan atau ke dua-duanya, seperti televisi, film slide, OHP, internet, dan sebagainya.

e. Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.

Sebelum komunikator mengirimkan pesan-pesan kepada komunikan, terlebih dahulu ia memberi makna pada pesan-pesan itu (decode). Pesan tadi ditangkap oleh komunikan dan diberi makna sesuai dengan konsep-konsep yang ia miliki (encode). Melalui proses interpretasi, yakni menafsirkan makna-makna tersebut dari berbagai sudut pandang (perspektif), akan dihasilkan makna tertentu sesuai dengan kerangka pengalaman (field of experience) dan kerangka referensi (field of references) yang dimiliki komunikan. Demikian seterusnya. Bila komunikan memandang perlu untuk memberikan umpan balik (feedback) kepada komunikator, komunikan akan terlebih dahulu memberikan pemaknaan terhadap feedback tersebut.

Untuk mencapai komunikasi yang efektif perlu didukung oleh materi dan media agar isi dari komunikasi tepat mengenai sasaran dan audience tidak merasa jenuh. Ada banyak alasan mengapa audience merasa jenuh. Mungkin topik yang dibicarakan tidak menarik, topik yang dibicarakan tidak relevan, yang menyapaikan topik bukan orang yang menguasai materi, penyaji kurang persiapan, dalam penyampaiannya kering, tanpa ilustrasi, contoh : gambar (visual) dan suara (audio).

Dalam konteks dakwah, dai dituntut untuk dapat melakukan dakwah yang menarik dan efektif, sehingga informasi yang disampaikan dapat dimengerti oleh audience.

Seorang dai berperan sebagai komunikator (pengirim pesan) dan audience berperan sebagai komunikan (penerima pesan). Dakwah merupakan proses komunikasi. Komunikasi sering diartikan sebagai transfer informasi atau pesan-pesan (message) dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima (komunikan).

Dengan catatan pula bahwa proses tersebut bertujuan mencapai saling pengertian (mutual understanding). Menurut teori stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Keefektifan dakwah akan terjadi apabila ada komunikasi yang efektif antara sumber pesan (dai) dengan penerima pesan (audience).

Komunikasi tersebut efektif, menurut Berlo (1960) ditandai dengan adanya area of experience atau daerah pengalaman yang sama antara penyalur pesan dengan penerima pesan. Untuk mencapai dakwah yang efektif perlu didukung dengan suasana yang tidak membuat audience merasa jenuh. Salah satu metode yang digunakan untuk menciptakan suasana yang tidak membosankan adalah dengan menggunakan media audio visual.

Dengan penggunaan media audio visual selain menimbulkan daya tarik, akan lebih memudahkan audience dalam menerima pesan yang disampaikan oleh dai. Menurut Vernon A. Magnesen (1983), (DePorter, Bobbi; Reardon, Mark; Mourie, Sarah Singer, 2000) menjelaskan bahwa kita belajar 10% dari apa yang kita baca, 20% dari apa yang kita dengar, 30% dari apa yang kita lihat, 50% dari apa yang kita lihat dan dengar, 70% dari apa yang kita katakan, 90% dari apa yang kita katakan dan lakukan. Artinya seseorang bisa menyerap informasi paling banyak pada saat dia melakukan atau mempraktekkan materi yang diterimanya.

Menurut Kenneth E. Anderson dalam Rakhmat (2003 : 52) perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lainnya. Apa yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai Determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian (attention getter), stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain : gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan.

Lebih Singkatnya Hasanuddin (1996: 43) mengasumsikan bahwa

klasifikasi media dakwah pada aspek-aspek yang digunakan seperti Lisan, tulisan, gambar, audio visual, dan akhlak Instrumenttasinya memilik empat sifat (disebut jenis media) yaitu:

1. Visual. Media yang dapat dioperasikan dalam kegiatan dakwah melalui indra penglihatan seperti slide, gambar, foto dll. menampilkan gambar semacamnya yang berhubungan dengan Islam.
2. Auditif. Alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penunjang dakwah yang dapat ditangkap melalui indra pendengar seperti radio, tape recorder, telepon, telegram dll.
3. Audio visual (Visual Audio yang disingkat dengan video). Alat dakwah yang dapat didengar dan sekaligus dilihat seperti televise dan video-video baik life atau offline (Ceramah agama di televisi).
4. Dan cetak sebagai pelengkap informasi tulis.

Dengan Banyaknya media yang ada. Maka, dai harus dapat memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut:

- a. Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda
- b. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- c. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya
- d. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya
- e. Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan dai.
- f. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- g. Efektifitas dan efisiensi perlu diperhatikan (Samsul Munir Amin, 2009: 114).

Hendaknya media dakwah dipilih sebagai alat untuk dapat mempermudah sampainya pesan dakwah dari dai ke mad`u, dengan demikian tujuan dakwah

dapat tercapai dengan maksimal sesuai tujuan dakwah yang telah direncanakan sebelumnya oleh dai (Wahidin Saputra, 2011: 9). Dan salah satu unsur strategi yang paling menarik dalam berdakwah di era digitalisasi adalah menshare video ceramah melalui media youtube.

Mengenal Audio Visual (Video)

Audio visual adalah gabungan dari dua kata yaitu audio dan visual Audio adalah suara yang dapat didengar dan visual adalah yang dapat dilihat. Hal ini dapat dilihat dari beberapa definisi berikut:

- a. Menurut Ahmad Rohani 1997: 298 visual atau AVA adalah media intruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman atau kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang meliputi media yang dapat dilihat, didengar dan dapat dilihat serta didengar
- b. Menurut Drs. Yaiful Bahri dan Aswin Zain (t.th: 141) Audio visual adalah media yang mempunyai unsur-unsur suara dan unsur gambar.
- c. Menurut Andre Audio visual adalah suatu media yang terdiri dari mediavisual yang disinkronkan dengan media audio yang sangat memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara guru dan siswa dalam proses belajar mengajar.
- d. Menurut Azhar Arsyad Audio (2000;89) visual adalah cara menghasilkan atau menyampaikan materi dengan menggunakan mesin-mesin mekanis dan elektronik untuk menyampaikan pesan-pesan audio dan visual.

Dengan demikian, dapat disimpulkan media Audio visual adalah media yang terjadi dari media audio dan visual yang digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan konsep, gagasan dan pengalaman yang ditangkap oleh indra pendengaran dan pandangan, sehingga memudahkan komunikasi atau mad'u dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Video atau audio visual berdasarkan jenis terbagi menjadi :

- a. Audio visual diam Yaitu yang menampilkan suara dan gambar diam seperti dalam bingkai film suara (sound slide) film rangkai suara. (Ahmad Rohani 1997: 298)
- b. Media Audio visual gerak yaitu media yang dapat menampilkan unsur-

unsur gambar yang bergerak seperti film, video, kaset dan lain-lain.

1) Film bersuara

Film sebagai media Audio visual adalah film yang bersuara slide atau film strip yang ditambah suara bukan alat Audio visual yang lengkap. Karena suara dan rupa berada terpisah. Oleh karena itu slide atau film atrip termasuk media Audio visual saja atau media Audio visual diam plus suara. Film yang dimaksudkan disini adalah film sebagai alat Audio visual untuk media dakwah. Ada banyak keuntungan yang dapat diperoleh dalam penggunaan film sebagai media untuk menyampaikan pelajaran terhadap komunikan atau mad'u

2) Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap bergambar. Kata televis berasal dari tele dan vision: yang mempunyai arti masing-masing jauh (tele) dan tampak (vision). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. (Moh. Ali Aziz: 424) Fungsi televisi adalah memberikan informasi, menghibur dan mempengaruhi. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media ini. Televisi adalah media elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang menggunakan cahaya dan suara kedalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali kedalam cahaya yang dapat dilihat dan suara yang dapat didengar. (Arsyad : 97)

Menurut Anderson bahwa anak-anak hanya mengikuti acara atau pesan televisi yang dapat dimengerti mereka. Penentuan tersebut merupakan petunjuk bahwa cara penyampaian pesan dan kemampuan memproses pada anak juga berkembang menghasilkan implikasi penting dalam pelajaran atau pesan dakwah.

3) Story Board Penulisan Naskah

Yang dimaksud dengan story board adalah gambar-gambar yang digrafiskan ke dalam kolom-kolom naskah yang dibuat pada kertas atau kartu-kartu dalam ukuran tertentu yang kemudian disusun menurut ukuran penyajian yang sesuai dengan isi naskah dan biasanya terletak di sebelah kiri kolom. Sedangkan di sebelah kanan berisi suara-suara pelaku atau music yang mengiringinya. (Asnawy dkk, 2002:14)

Naskah yang menjadi bahan narasi disaring dari pesan dakwah yang kemudian disintesis ke dalam apa yang ingin ditunjukkan dan dikatakan. Naras ini merupakan penunjang tim produksi untuk memikirkan bagaimana video menggambarkan visualisasi mata pelajaran yang akan digunakan sebagai materi dakwah.

4) OHP (overhead projector) Slide dan Film Strip

OHP merupakan alat yang sederhana karena peralatan utamanya menggunakan sistem optik (lensa) dan elektrik (kipas pendingin dan lampu proyektor). Over head projector ini berfungsi untuk memproyeksikan (menyajikan) transparansi.

Ada beberapa model dari OHP tapi pada dasarnya semua memiliki konsep kerja yang sama perbedaannya adalah ada beberapa tambahan berupa variasi dan kelengkapan (Aris, 2003: 198)

5) Film

Film atau gambar hidup juga sering disebut movie. Film, secara kolektif, sering disebut "sinema". Gambar hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis. Film dihasilkan dari rekaman orang dan benda (termasuk fantasi dan figura palsu) dengan kamera dan atau animasi (aziz: 425)

6) Sinema Elektronik

Sinema elektronik yang lebih dikenal dengan akronim sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai dengan konflik seperti layaknya drama atau sandiwara. Sinetron biasanya diawali dengan pengenalan tokoh dengan karakter khas masing-masing (aziz: 427)

7) Cakram Padat

Cakram padat adalah sebuah piringan optikal yang digunakan untuk menyimpan data secara digital. Alat ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Model-model dakwah bias direkam dalam CD: CD solawat Nabi, CD ceramah, CD alunan ayat suci Al-Qur'an bahkan CD mempelajari agama Islam (aziz: 427)

Model-Model Dakwah

Sehubungan dengan model-model dakwah, Fakhurrazi (2017: 16-189) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa model-model dakwah yang dapat

dikembangkan khususnya di era kontemporer yaitu: model dakwah transformative, model dakwah akomodatif, model dakwah actual, model dakwah kultural, model dakwah islam emansipatoris, demokratis –etis, model dakwah Islam nusantara, gemeinchaft dan geselshaft, model dakwah jihadiyah, model dakwah filantropis, model dakwah jurnalistik.

Tujuan Dakwah

Penggunaan metode dan pendekatan serta model dakwah di maksudkan agar da'I dapat mencapai tujuan dalam berdakwah secara baik. Tujuan dakwah adalah Tujuan dakwah sebetulnya tidak lain dari tujuan Islam itu sendiri yaitu transformasi sikap kemanusiaan (attitude of humanity transformation) atau yang dalam terminology Al Qur'an disebutkan al ikhraj min al zulumati ila al nur, artinya keluarnya manusia dari kegelapan menuju cahaya atau jalan yang terang yaitu kembali kepada fitrah atau kesucian. (Ilyas Ismail & Prio Hotman, 2011: 58) agar tercipta tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai dan sejahtera yang dinaungi oleh kebahagiaan baik jasmani maupun rohani, dalam pancaran sinar agama Allah dengan mengharap ridha-Nya.

Tujuan dakwah tersebut diatas jika dilihat dari aspek sifatnya, menurut Awaludin Pimay, (2005: 38). maka dapat dirumuskan ke dalam tiga bentuk, yaitu:

a. Tujuan Praktis Tujuan praktis dalam berdakwah merupakan tujuan tahap awal untuk menyelamatkan umat manusia dari lembah kegelapan dan membawanya ke tempat yang terang benderang, dari jalan sesat kepada jalan yang lurus, dari lembah kemusyrikan dengan segala bentuk kesengsaraan menuju kepada tauhid yang menjanjikan kebahagiaan.

b. Tujuan Realistis Tujuan realistis adalah tujuan antara, yakni berupa terlaksananya ajaran Islam secara keseluruhan dengan cara yang benar dan berdasarkan keimanan, sehingga terwujud masyarakat yang menjunjung tinggi kehidupan beragama dengan merealisasikan ajaran Islam secara penuh dan menyeluruh.

Tujuan Idealistis Tujuan idealistis adalah tujuan akhir pelaksanaan dakwah, yaitu terwujudnya masyarakat muslim yang diidam – idamkan dalam suatu tatanan hidup berbangsa dan bernegara, adil, makmur, damai, dan sejahtera di bawah

limpahan rahmat, karunia dan ampunan Allah swt.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, penelitian ini difokuskan pada pemanfaatan video di youtube oleh UAS. Data diperoleh melalui penemuan konten ceramah UAS di youtube dengan menganalisis konten dakwahnya, sedangkan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah melalui pemtaran video UAS yang beredar di toutube dengan menganalisis konten ceramahnya.

PEMBAHASAN

Metode Dakwah UAS Menggunakan Media Video di Youtube

Perkembangan tatanan kehidupan masyarakat yang semakin kompleks dan pertumbuhan semakin pesat sebagai dampak kemajuan ilmu dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi dan informatika menuntut adanya perimbangan pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan profesional sesuai dengan tuntutan era globalisasi.

Peranan media sosial atau social media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di Internet dengan menggunakan share video baik langsung atau tidak langsung (offline). Peralnya, kebutuhan masyarakat akan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok. Masyarakat sudah disibukkan dengan aktivitas kesehariannya, mereka tidak sempat menonton televisi dan membaca koran untuk mendapatkan informasi. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi di internet dari bangun tidur hingga tidur lagi. Namun mereka mempunyai alternatif untuk mendapatkan informasi yaitu menggunakan internet. Dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Hal ini adalah kesempatan emas bagi da'i untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat

dunia nyata, da'i juga diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah di dunia nyata. Karena mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat dari ruang dan waktu.

Perkembangan ini juga menjadi perhatian tersendiri dari pelaku dakwah dalam melakukan dakwah dalam mensukseskan program-program pembinaan agama. Oleh sebab itu, para pelaku dakwah dan pemilik siara-siaran dakwah yang menggunakan situs youtube harus memahami memahami dakwah dan sasaran serta materi dakwahnya dengan baik

Dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan kepada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, memerlukan adaptasi terhadap kemajuan itu. Artinya dakwah dituntut agar dikemas dengan terapan media komunikasi sesuai dengan aneka mad'u yang dihadapi. Media dakwah sendiri ialah media atau instrument yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad'u. media ini dapat dimanfaatkan oleh da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan maupun tulisan.

Dakwah yang menggunakan media komunikasi lebih efektif dan efisien atau dengan bahasa lain dakwah yang demikian merupakan dakwah yang komunikatif. Dengan demikian, dalam proses berdakwah perlu adanya media untuk mendukung keberhasilan dakwah, yang salah satunya adalah media audio visual. Media audio visual adalah media yang memiliki unsur audio (yang dapat didengar) dan visual (yang dapat dipandang). Dengan adanya media tersebut diharapkan membantu komunikasi dakwah lebih efektif dan efisien atau dengan bahasa lain dakwah yang demikian merupakan dakwah yang komunikatif.

Salah satu yang menarik untuk diperhatikan adalah metode dakwah yang digunakan oleh da'i dalam berdakwah menggunakan video melalui situs youtube.

Jika di analisis melalui observasi mendalam, maka dapat ditemukan beberapa metode dakwah yang menarik dari beberapa konten-konten video yang memuat tausiyah agama sekarang ini misalnya kita ambil contoh konten video ceramah UAS yang sampai saat ini videonya tersebar luas di media online dan menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mencari berbagai macam permasalahan mengenai agama terutama agama islam.

Ustadz Abdul Somad, Lc., MA salah satu da'i Indonesia yang saat ini video dakwahnya viral di youtube sehingga mencapai jutaan viewers (penonton) pada beberapa video dakwahnya yang tersebar.

Adapun data mengenai viralnya video ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA sebagai berikut:

No	Video ceramah	KETERANGAN
1	Jumlah viewers (penonton) di YouTube	39.145.109x penayangan (24 Juni 2018) Pada channel youtube UAS TV
2	Jumlah subscriber (pelanggan) di YouTube	271.315 subscriber (24 Juni 2018) Pada channel youtube UAS TV
3	Jumlah likes pada video di YouTube	3.221.490x penayangan (24 Juni 2018) Pada channel Tafaqquh Video dengan judul video "5 Penyesalan Setelah Mati (Masjid Raya Bandung, 30.3.2018) - Ustadz Abdul Somad, Lc., MA"
4	Jumlah komentar pada video di YouTube	1.052 Komentar (24 Juni 2018) Pada channel youtube Tafaqquh Video dengan judul video "5 Penyesalan Setelah Mati (Masjid Raya Bandung, 30.3.2018) - Ustadz Abdul Somad, Lc., MA"

Pada sisi kepopuleran :

No	Video ceramah	KETERANGAN
----	---------------	------------

1	Jumlah viewers (penonton) di YouTube	39.145.109x penayangan (24 Juni 2018) Pada channel youtube UAS TV
2	Jumlah subscriber (pelanggan) di YouTube	271.315 subscriber (24 Juni 2018) Pada channel youtube UAS TV
3	Jumlah likes pada video di YouTube	3.221.490x penayangan (24 Juni 2018) Pada channel Tafaqquh Video dengan judul video “5 Penyesalan Setelah Mati (Masjid Raya Bandung, 30.3.2018) - Ustadz Abdul Somad, Lc., MA”
4	Jumlah komentar pada video di YouTube	1.052 Komentar (24 Juni 2018) Pada channel youtube Tafaqquh Video dengan judul video “5 Penyesalan Setelah Mati (Masjid Raya Bandung, 30.3.2018) - Ustadz Abdul Somad, Lc., MA”

Berkaitan dengan konten video dakwahnya tersebut dapat dilihat bahwa metode dakwah UAS menggunakan metode hikmah, mauidzah dan debate secara baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan ketertarikan masyarakat untuk melihat dan menonton video-video ceramah UAS.

Ketertarikan masyarakat terhadap dakwah UAS tidak lepas dari kemampuan UAS mengkombinasikan metode dakwah al-hikmah, mauidzah dan jidal billati hiya ahsan dalam setiap konten video ceramahnya.

Kekurangan dan Kelebihan Penggunaan Video UAS dalam Berdakwah

Tahapan dakwah untuk tabligh atau menyampaikan, isi materi, dan implementasi atau pelaksanaan dengan metode dakwah yang menarik tersebut menjadi daya tarik jika pengelolaannya baik, metode dan materinya menarik tentu akan menjadi stimulus tersendiri bagi pendengar untuk mengambil hikmah dari tausiyah-tausiyah agama yang disampaikan.

Ceramah yang disampaikan oleh Ustadz Abdul Somad ini berdasarkan analisis peneliti memiliki beberapa kelebihan yang pertama yaitu materi ceramah yang ringan. kedua, penyampaian yang mudah dipahami karena diberikan contoh langsung baik berupa kisah-kisah atau perumpamaan atau pengibaratan. Ketiga, penggunaan bahasa yang mudah dipahami semua kalangan. Keempat, adanya candaan ringan yang membuat ceramah tidak monoton. Kelima, penggunaan dalil dalam Hadits dan Al-Qur`an sebagai penguat sumber materi yang disampaikan. Keenam, video ceramah yang diunggah ke dalam YouTube dengan begitu semua orang di belahan dunia manapun bisa menikmati ceramah Ustadz Abdul Somad ini dengan mudah dan bisa diulang berkali-kali. Ketujuh, Penggunaan gerak tubuh atau bahasa tubuh untuk mempresentasikan apa yang beliau ucapkan. Kedelapan, suara Ustadz Abdul Somad yang lantang, keras dan tegas sehingga apa yang diucapkan beliau bisa didengar dengan jelas oleh jamaah. Selain suara, beliau juga menggunakan intonasi suara yang pas dan dengan retorika yang baik.

Sedangkan kekurangan video ceramah Ustadz Abdul Somad ini berdasarkan data yang digali oleh peneliti yaitu pertama, beberapa video ceramah yang diunggah di YouTube tidak disertakan sesi tanya jawabnya. Kedua, kualitas video ceramah yang diunggah kurang bagus dan tidak adanya subtitle untuk memudahkan penonton memahami kata dalam ceramah. Ketiga, penggunaan logat bahasa daerah yang terkadang ada beberapa kata yang tidak bisa dipahami penonton karena bukan orang Sumatra. Keempat, karena video ceramah diunggah di YouTube, kita tidak tau apakah video ceramah itu dipotong atau tidak, berbeda ketika kita hadir di ceramahnya secara langsung kita bisa mengetahui seluruh isi ceramah tersebut. Artinya bahwa beberapa video UAS ditemukan hanya potongan, boleh jadi karena UAS tidak memiliki tim cyber crime sehingga orang bebas memotong motong videonya.

Ada empat kekurangan dalam ceramah Ustadz Abdul Somad tersebut, untuk mengatasi permasalahan itu peneliti memberikan solusi sebagai berikut: Pertama, bagi pemilik Channel yang mengunggah video ceramah ke YouTube hendaknya harus disertakan dengan sesi Tanya jawab. Agar para penonton dari

YouTube juga bisa mengetahui isi pertanyaan dari jamaah dan jawaban dari Ustadz Abdul Somad.

Kedua, untuk mengatasi kekurangan yang kedua ini jalan satu-satunya memang ketika kita hendak merekam suatu ceramah dan akan diunggah di YouTube memang sebaiknya perekam menggunakan kamera perekam yang memiliki kualitas bagus dan resolusi tinggi. Serta kualitas audio yang jelas. Semua itu agar para penonton dari YouTube bisa melihat gambar dan mendengar audio dengan jelas. Supaya tidak terjadi salah tafsir dari salah dengar. Ketiga, untuk mengatasi masalah ini, sebelum mengunggah video ceramah ke YouTube, pengunggah seharusnya memberi subtitle atau terjemahan terlebih dahulu melalui video editor. Agar memudahkan penonton ceramah dari Youtube untuk memahami ucapan yang disampaikan Ustadz. Keempat, untuk mengatasi masalah ini yaitu dengan datang langsung ke ceramahnya Ustadz Abdul Somad. Atau bisa dengan bijak memahami isi pesan yang disampaikan dan tidak menerimanya secara mentah-mentah melainkan harus disaring terlebih dahulu.

Kekurangan lain dari ceramah-ceramah melalu video, tidak dapat dijadikan sebagai bentuk advokasi terhadap organisasi dan seterusnya. Hal inilah yang tidak terlihat dalam model dakwah transformatif UAS.

Model-model Dakwah UAS di Youtube

Perkembangan zaman seperti sekarang ini, orang-orang lebih sering menggunakan handphone, media youtube yang ada dalam handphone dapat dimanfaatkan oleh penggunanya yang memilih untuk melihat dakwah melalui konten video ceramah melalui youtube dari pada berpergian mengikuti kajian-kajian islam. Buka media youtube otomatis di beranda ada konten video tentang dakwah.

Olehnya, seorang dai dituntut untuk menyapaikan dakwah melalui video yang dishare di youtube dengan model-model atau bentuk-bentuk dakwah yang menarik.

Hal ini kemudian menjadi perhatian oleh banyak kalangan dai jika dilihat secara seksama, terdapt beberapa bentuk-bentuk dakwah terkhusus misalnya video-

video dakwah uas maka dapat dipahami bahwa materi materi dakwahnya cenderung menggunakan model-model dakwah yaitu:

a. Transformatif

Model dakwah transformatif UAS dapat terlacak melalui video-video ceramahnya ketika menyampaikan materi misalnya tentang bersedekah, UAS langsung memberikan contoh dengan menyumbang 100 sak semen misalnya. Jadi selain sebagai penyampai pesan dakwah juga menginternalisasikan secara langsung apa yang disampaikan. Sebagai bentuk pendampingan dakwah yang dilakukan oleh UAS.

Selain dari itu indikator-indikator model dakwah transformatifnya juga terlacak dalam video dakwah UAS yaitu:

- 1) Materi dakwahnya juga sangat berhubungan dengan aspek-aspek sosial yang terjadi, ketika beliau menyampaikan tentang materi ekonomi, beliau secara langsung menyinggung aspek sosial seperti korupsi, kemiskinan dst.
- 2) Metodologi dalam menyampaikan pesan dakwahnya juga berubah berubah selain ceramah (monolog) terkadang juga dialog.
- 3) Keberpihakan materi dakwah kepada kaum tertindas.
- 4) Kerjasama dengan Istitusi

Konten-konten video dakwah UAS juga memenuhi karakter di antaranya: Kontekstual, Toleran, Menghargai tradisi, Progresif, dan Membebaskan.

b. Model dakwah aktual

Saat ini masyarakat indonesia khususnya anak-anak muda mengalami krisis keimanan dan akhlak. Banyak sekali kasus kekerasan dan penganiayaan atau perundungan yang melibatkan anak-anak muda, hal ini menunjukkan bahwa begitu lemahnya iman dan akhlak anak muda yang disebabkan kurangnya pendidikan agama.

Hal demikian juga tak luput dari perhatian uas sehingga secara tidak langsung model dakwah yang diperagakan oleh UAS adalah model dakwah actual dimana UAS mencoba membangun tindakan relegiutas ditengah-tengah remaja misalnya dengan menanamkan nilai-nilai normatife dokrinal Islam melalui konten-konten video ceramah dimana materinya sangat mudah diterima oleh

remaja. Sehingga dakwah yang disampaikan dapat menjadi agent of chance dalam kehidupan sosial masyarakat.

c. Model dakwah kultural

Selain dari itu video video dakwah UAS juga sangat sarat dengan model dakwah kulturalnya dimana Materi materi ceramahnya sarat dengan pendekatan budaya, sosial, dan sejarah.

Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan sayyid qutub bahwa dakwah hikmah bi al-hal dapat terwujud jika terpenuhi tiga aspek yaitu: Keadaan dan situasi mad'u, Ukuran dakwah dan Metodenya bervariasi.

SIMPULAN

Metode Dakwah UAS dapat dilihat dari segi ketertarikan masyarakat terhadap dakwah UAS tidak lepas dari kemampuan UAS mengkombinasikan metode dakwah al-hikmah, mauidzah dan jidal billati hiya ahsan dalam setiap konten video ceramahnya.

Kelebihan video ceramah UAS yaitu: materi ceramah yang ringan, penyampaian yang mudah dipahami, penggunaan bahasa yang mudah dipahami semua kalangan, adanya candaan ringan yang membuat ceramah tidak monoton, Dalil- dalilnya tepat, Dapat dinikmati oleh siapa saja dan dimana saja, Penggunaan gerak tubuh atau bahasa tubuh untuk mempresentasikan apa yang beliau ucapkan, suara yang lantang, keras dan tegas dengan intonasi suara yang pas dan dengan retorika yang baik. Disisi lain juga terdapat kekurang seperti beberapa video ceramah yang diunggah di YouTube tidak disertakan sesi tanya jawabnya, tidak ada subtitle untuk memudahkan penonton memahami kata dalam ceramah, logat bahasa kental dengan logat Sumatra, video-videonya banyak yang terpotong.

Model Dakwah UAS yaitu transformatif, aktual, kultural.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manaf, Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 38, No. 2, Juli–Desember 2018 ISSN 1693-8054.
Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah, Jakarta: Kencana, 2006

Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010

Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Jakarta: PT. Kencana, 2009.

Hasanuddin, Hukum dakwah : Tinjauan hokum dakwah dalam berdawak di Indonesia Jakarta ; pedoman ilmu jaya 1996.

Syaiful Rohim, teori mkomunikasi perspektif ragam dan aplikasi Jakarta : Pt rineka cipta 2009.

Ahmad Rohani, Media Instuksional Education Jakarta:Rineka Cipta, 199741

Yarif Bahri dan Aswin Zain, Strategi Belajar Mengajar, Jakarta:Ciputat Press
www.Irfandi88. Media Audio Visual.com

Azhar Arsyat, Media Pengajaran Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2000