

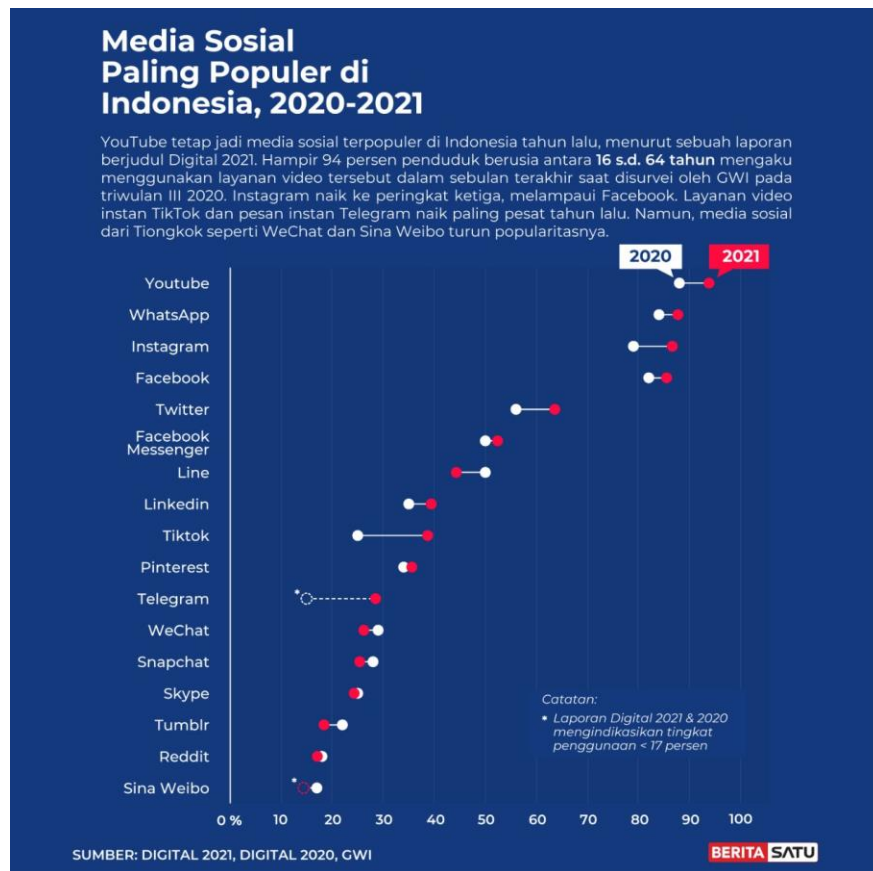
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Aktivitas dakwah pada era teknologi, tidak hanya dapat dilakukan secara konvensional saja, namun aktivitas kegiatan dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media. Saat ini dengan adanya jaringan tanpa kabel atau yang dikenal dengan internet, para *da'i* atau penggiat dakwah dapat berdakwah melalui internet dan media sosial. Sehingga tidak terbatas hanya melalui televisi atau media cetak yang berupa majalah, buku dan lain sebagainya. Salah satunya melalui media sosial seperti YouTube. YouTube yang memiliki pengguna sebanyak 202,6 juta jiwa terhitung hingga Januari 2021 di Indonesia merupakan media yang efektif dan populer untuk menyebarkan pesan berupa video. Dengan slogan “*Broadcast Yourself*” YouTube siapaun dapat menyalurkan pendapat dan mengekspresikan dirinya dengan bebas di YouTube. Sehingga pengunjungnya dapat menikmati beragam konten dan pilihan tema dan kategori tontonan yang sangat beragam salah satunya tema islam berkategori dakwah. Media sosial muncul bersamaan dengan masa dimana media baru semakin berkembang. Informasi semakin mudah untuk didapatkan oleh masyarakat. Mulai dari berita harian, lapangan pekerjaan, Pendidikan pun dapat kita temukan melalui media sosial. Hal ini menjadikan media komunikasi tradisional yang berupa surat-menyurat, surat kabar, radio, dan televisi menjadi tergeser kepenggunaannya.

Media sosial bisa dikatakan sarana untuk menyampaikan berbagai jenis informasi ke khalayak dan sangat erat kaitannya dalam proses komunikasi yang dimana dibentuk dalam bidang media¹. Menurut survei dari GWI bahwasannya tercatat pada Januari 2021. 181,9 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial . Dari beragam sosial media yang ada YouTube telah digunakan oleh 93,8% pengguna dari total pengguna media sosial di Indonesia.²



¹ Al-Irsyad Al-Nafs, *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* Volume 1 Nomor 1 Desember 2014 : 1-97

² “Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia - Infografik Katadata.co.id,” March 6, 2019, <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>. diakses pada 28 Juni 2021 pukul 13.27 WIB

Gambar 1.1 Diagram Survei Pengguna Media Sosial di Indonesia
(Sumber: beritasatu.com)

Dari survei pengguna media sosial di Indonesia tersebut bahwasannya 66% adalah kalangan berusia 18-34 tahun yang mana itu berarti lebih dari setengahnya berada di kalangan remaja dan dewasa. Sehingga pada usia tersebut mampu untuk membedakan hal yang baik dan yang buruk. Melihat survei tersebut bisa menjadi peluang bagi para pelaku dakwah yang hendak memanfaatkan media sosial YouTube menjadi media dakwah.

Kewajiban bagi setiap muslim dalam menjalankan agama dalam prinsip hidupnya adalah beribadah dan mendakwahkan ajaran Islam kepada orang lain. Terutama bagi seorang muslim yang sudah *baligh* dan berakal baik laki-laki ataupun perempuan mereka memiliki beban kewajiban untuk berdakwah.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya *Ahli Kitab* beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”³

Jika dilihat dari tafsir *Al-Muyassar* tafsir dari ayat ini menerangkan tentang pembuktian seorang yang beriman dilihat dari perbuatannya. Kalian wahai umat

³ Qs Ali Imran : 110. Al-Qur'an dan Terjemahannya Departemen Agama RI. Semarang: CV. Asy-Syifa' Semarang

Muhammad *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam* adalah sebaik-baik umat yang Allah keluarkan untuk umat manusia dalam hal keimanan dan amal perbuatan. Kalian adalah manusia yang paling bermanfaat bagi umat manusia. Kalian menyuruh berbuat yang *ma'ruf* yang dianjurkan oleh syariat dan dinilai baik oleh akal sehat. Kalian juga melarang berbuat yang *munkar* yang dilarang oleh syariat dan dinilai buruk oleh akal sehat. Dan kalian beriman kepada Allah dengan keimanan yang mantap dan dibuktikan dengan amal perbuatan.⁴ Sehingga perbuatan yang paling nyata salah satunya adalah mendakwahkan ajaran islam itu sendiri.

Berdakwah pun memiliki tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan dari target dakwah yang dituju. Menurut M. Natsir salah satu tujuan dakwah adalah memanggil kepada syariat, mencerahkan pola hidup, baik persoalan hidup perseorangan atau persoalan rumah tangga, berjamaah-bermasyarakat, berbangsa-bersuku bangsa, bernegara, dan juga bersosial dengan sesama.⁵

Dengan kata lain dalam berdakwah diperlukan sebuah strategi agar pesan yang diberikan oleh seorang *da'i* mudah untuk diterima. Sebagaimana seperti yang dikatakan Awaludin Pimay bahwa strategi dakwah merupakan proses dalam memilih cara dan strategi untuk menghadapi objek dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu untuk sampai pada tujuan dakwah secara optimal. Dapat diartikan

⁴ <https://bit.ly/3q2AFHn> diakses pada 20 Desember 2020 pukul 22.00 WIB

⁵ Luth, Thohir. (2005). *M. Natsir, Dakwah dan Pemikirannya*. Jakarta: Gema Insani. Diakses pada 20 Desember 2020.

untuk mencapai tujuan dakwah perlu adanya siasat atau taktik dalam berdakwah, itulah yang disebut dengan strategi dakwah.⁶

Seiring berjalannya waktu, cara untuk menyampaikan sebuah pesan dakwah pun berubah mengikuti perkembangan zaman. Jika dulu menyampaikan pesan-pesan yang bermanfaat ke orang lain hanya melalui tatap muka kini seorang *da'i* dapat menyebarkan ke media-media sosial baik itu Youtube, Facebook, Instagram, bahkan Whatsapp dan masih banyak lagi.

Saat ini YouTube cocok untuk menjadi media dakwah yang dapat digemari khalayak karena meliputi fungsi-fungsi yang berkaitan dengan aktifitas dakwah. Dimana YouTube dapat digunakan sebagai media informasi, dengan demikian pendakwah (*content creator*) akan dapat lebih banyak menginformasikan hal-hal positif terlebih menurut survei Wearesocial 56% penduduk Indonesia sudah aktif menggunakan internet⁷. Menurut Matt Gielen dari *Frederator Networks* setelah mengumpulkan data di seluruh jaringan mereka lebih dari 1.300 saluran dan 120.000.000 tampilan bulanan bahwa rentang usia pemirsa YouTube rata-rata mereka yang berusia 13 hingga 34 tahun.⁸ sehingga sangat memungkinkan jika

⁶ Elmansyah, Revitalisasi Dakwah Pinggiran: Penguatan Profesionalitas Da'i dan Infrastruktur Dakwah, (Pontianak; IAIN Pontianak Press, 2018), hlm. 47.

⁷ <https://bit.ly/3xuQTVu> . Diakses pada 23 November 2020 pukul 11.13 am

⁸ <https://bit.ly/3q3Tw4H> Diakses pada 2 Februari 2021 pukul 13:44

memberikan informasi jauh lebih mudah menggunakan media sosial terutama berdakwah tentang Islam.

Kemudian YouTube dapat memberikan pendidikan atau menghadirkan sebuah pengetahuan. YouTube juga sebagai media dakwah yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain, dalam hal ini dengan pembuatan *channel* YouTube yang bernuansa dakwah islam diharapkan mampu menggerakkan masyarakat ke arah yang lebih baik, terlebih konten yang membawa pesan dakwah Islam baik secara langsung atau dengan pesan-pesan moral tersirat yang tentunya dimuat berdasarkan ayat-ayat Al-Quran dan hadits yang mana merupakan pedoman hidup manusia.⁹

Channel Hobby Makan ini adalah salah satu dari banyaknya *Channel* di YouTube yang berkategori *review* makanan (*Food Vlogger*) yang mana kategori tersebut merupakan salah satu dari konten terbaik yang ada di Youtube. Seperti yang ditunjukkan pada situs *Influencer MarketingHub* yaitu , 1) Video hewan menggemaskan; 2) *Walkthrough* (sejenis panduan) dari Video Game; 3) Tutorial, 4) Review produk; 5) Video gosip; 6) Vlog (Video Blog); 7) Video Komedi; 8) Berbelanja; 9) Video unboxing; 10) Video edukasi; 11) Parodi; dan 12) Prank/Video perbuatan iseng.¹⁰ Kategori *review* makanan ini satu jenis dengan Vlog (Video Blog) akan tetapi yang membedakan *Channel* ini adalah memberikan

⁹Arijumalan, Revitalisasi Syariah Islam Sebagai Pedoman Hidup Manusia, AL Mashlahah: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam, VOL : 06 hlm. 147

¹⁰ <https://bit.ly/3gHHjP6> Diakses pada 2 Februari 2021 pukul 14:00

konten edukasi untuk bersedekah dan peduli kepada masyarakat kecil. Tidak seperti kebanyakan *Food Vlogger* lainnya yang membuat konten hanya makan dan meminta *Like, Comment, Subscribe* dan *Share* dari *Subscriber* mereka hanya untuk kepentingan dirinya sendiri.

Selama ini khalayak berspekulasi bahwasannya *channel* di YouTube yang berkategori *review* makanan (*Food Vlogger*) hanya berisikan bagaimana rasa dari makanan yang dihidangkan, berapa harga dari makanan tersebut, bagaimana proses pembuatan menu yang dihidangkan, dan dimana makanan itu dijual bahkan menunjukkan seberapa kuat dalam memakan makanan dalam porsi besar. Diantaranya yaitu *channel* YouTube Ken & Grat, Tanboykun, MGDALENAF, Nex Carlos dan lainnya.

Channel Hobby Makan memiliki niat mulia yaitu melariskan pedagang makanan kecil pinggir jalan bahkan memborong dagangan pedagang tersebut dan membagi bagikannya kepada pembeli selanjutnya. Pemilik *Channel* ini memiliki prinsip hidup “*Lihat sekelilingmu jangan sampai ada orang di kanan dan kiri mu yang masih merasa kelaparan*”. Selain itu di setiap bagian akhir videonya selalu diucapkan kalimat “*Lanjutkan di kamu*”, yang mana kalimat itu juga menjadi tagar dari setiap video dari *Channel Hobby* makan ini. Dengan harapan agar setiap

penontonnya juga bisa mengikuti jejak dari apa yang dilakukan oleh *Channel* ini jika memiliki rezeki yang melimpah. *Channel* ini juga sering menyampaikan bahwa ” *tidak akan berkurang harta dari orang yang ikhlas bersedekah kepada saudaranya.*”

Hal ini merupakan salah satu contoh dari pesan dakwah yang mana memperhatikan kondisi ekonomi yang ada di sekelilingnya. Pada Al-Qur’an surat al-Ma’un ayat ke-3 yang berbunyi:

وَلَا يَحُضُّ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ

“dan tidak mendorong memberi makan orang miskin.”¹¹

Ayat tersebut menunjukkan bahaya bagi orang yang tidak mendorong atau mengajak untuk peduli dan memberi makan orang miskin merupakan salah satu dari sifat pendusta agama. *Channel YouTube Hobby* makan ini menunjukkan kegiatan dalam videonya dalam aspek berbagi dan bersedekah.

Oleh sebab itu peneliti melakukan penelitian untuk mengkaji pesan dakwah dari *Channel YouTube* ini serta mengenakan teori yang diciptakan Stuart Hall sebab merupakan turunan dari analisis resepsi. Menggunakan teori *encoding/*

¹¹ Qs al-Ma’un : 3. Al-Qur’an dan Terjemahannya Departemen Agama RI. Semarang: CV. Asy-Syifa’ Semarang

decoding mengenai bagaimana kedudukan khalayak dalam penerimaan pesan dan juga hubungan pemikiran akan produsen dan konsumen terhadap suatu teks ¹².

Pada penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penonton yang menonton video *channel Hobby Makan* menerima pesan yang di-*encode* dalam bentuk video. Maka dari itu, peran penonton terhadap video *channel Hobby Makan* akan diteliti lebih lanjut oleh peneliti. Apakah mereka setuju dan berminat mengikuti fenomena ini, bernegosiasi atau bahkan oposisi. Dengan harapan masyarakat menyadari banyak hal yang bisa diperoleh dari konten dakwah di YouTube walaupun dengan gaya yang lebih mudah untuk diterima dan membantu para pelaku dakwah untuk mengetahui pesan dakwah Islam yang bisa diaplikasikan dan disisipkan ketika menghasilkan sebuah karya melalui media YouTube.

Uraian di atas menjadi dasar peneliti untuk mengangkat ini sebagai bahan penelitian untuk skripsi dengan judul “Pesan Dakwah Pada *Channel Youtube Hobby Makan* (Analisis Resepsi Teori Stuart Hall)”.

1.2 Pokok Masalah

Pokok masalah pada penelitian ini terkait dengan pesan dakwah yang dilakukan oleh *Channel YouTube Hobby Makan*

¹² Adia Titania Supriyatman And Catur Nugroho, “ANALISIS RESEPSI PENONTON REMAJA VIDEO MUKBANG DALAM KANAL YOUTUBE ‘YUKA KINOSHITA,’” N.D., 13.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pesan dakwah yang dilakukan oleh *Channel YouTube Hobby Makan*?
2. Bagaimana penonton memaknai Pesan dakwah yang ditonton melalui video *Channel YouTube Hobby Makan*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pesan dakwah yang dilakukan oleh *Channel YouTube Hobby Makan*.
2. Mengetahui pemaknaan pesan dakwah yang dilakukan oleh *Channel YouTube Hobby Makan* pada penonton.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan pesan dakwah digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan untuk mampu memberikan kontribusi positif terhadap penelitian-penelitian dalam bidang komunikasi dakwah, khususnya penelitian terkait analisis resepsi pesan media.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pendakwah/da'i dan selain itu penelitian ini juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang menekuni bidang dakwah dalam meningkatkan pengetahuan tentang pesan dakwah digital dalam berkarya di YouTube.