



At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v10i1.20990>

Vol. 10 No. 1 Tahun 2023 | Hal. 177-196

<http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

Pemanfaatan Media *Youtube* Sebagai Sarana Dakwah Untuk Mewujudkan Masyarakat Melek Digital

Muhamad Khoirul Anam, Mutrofin

UIN Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia

irulkhoir09@gmail.com, rofin85@gmail.com

Abstract

THE USE OF YOUTUBE AS DAKWAH MEDIA TO CREATE DIGITALLY LITERATE SOCIETY. The development of science and technology has been very rapid. One of the results is youtube social media which provides convenience and freedom to its users so that whether humans are ready or not, sooner or later they are all pushed towards the digital age. The development of technology without a strong religious basis will only facilitate humans towards things that are not directed. Based on this phenomenon, researchers are interested in knowing how youtube media as a means of da'wah can realize a directed digital literate society. The method used is qualitative descriptive approach with the use of media theory. Based on research results, YouTube is the most efficient means of da'wah in the current era and can support society towards the digital age because YouTube has become a second alternative to television.

Keywords: YouTube, da'wah, digital society

Abstrak

PEMANFAATAN MEDIA YOUTUBE SEBAGAI SARANA DAKWAH UNTUK MEWUJUDKAN MASYARAKAT MELEK DIGITAL. Perkembangan ilmu pengetahuan

dan teknologi sudah sangat pesat. Salah satu hasilnya adalah media sosial youtube yang memberikan kemudahan dan kebebasan pada penggunaannya. Semua orang didorong menuju era digital. Namun, perkembangan teknologi tanpa adanya dasar keagamaan yang kuat hanya akan memfasilitasi manusia menuju hal yang tidak terarah. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana media youtube sebagai sarana dakwah mampu mewujudkan masyarakat melek digital yang terarah. Adapun metode yang digunakan adalah metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan penggunaan teori media. Berdasarkan hasil penelitian, youtube menjadi sarana dakwah paling efisien di era saat ini dan mampu ikut menunjang masyarakat menuju era digital karena youtube telah menjadi alternatif kedua selain televisi.

Kata Kunci: Media youtube, Sarana dakwah, Masyarakat digital

A. Pendahuluan

Media sosial hadir memberikan berbagai kemudahan untuk manusia. Ada berbagai pengaruh pada beberapa aspek. Salah satunya adalah adanya media sosial yang telah mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat sehingga memunculkan beberapa perubahan dalam hubungan sosial Masyarakat. Hubungan sosial dinilai memiliki pengaruh sikap dan pola perilaku yang penting di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Contoh perubahan sosial yang berdampak positif adalah kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif adalah seperti munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma-norma yang ada. Keberadaan media sosial nyaris tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia (Isaura Putri et al., 2019). Media sosial memiliki segudang fungsi dan kesesuaian dengan kebutuhan, kehadiran media sosial mendapat respon yang baik sehingga dari banyaknya antusias masyarakat banyak bermunculannya media sosial baru.

Youtube adalah platform media sosial terbuka yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media berjenis video maupun audio. *Youtube* memberikan hak yang sama pada penggunaannya dimana memungkinkan untuk dapat mengunggah berbagai audio visual dan berinteraksi melalui kolom komentar. *Youtube* memfasilitasi penggunaannya untuk mengupload video yang diakses oleh pengguna lain diseluruh dunia secara gratis. *Youtube* merupakan database video yang paling *popular* di dunia internet dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa “gambar bergerak.” Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian

informasi dengan cara menonton. Sejak diluncurkan pada february 2005, *youtube* diklaim menjadi website ketiga paling banyak dikunjungi di dunia dengan total 1,3 miliar pengguna. Dilansir dari situs resminya, *youtube* membagikan nilai yang mereka miliki. *Youtube* memiliki nilai yang didasarkan pada empat kebebasan utama, kebebasan berekspresi, kebebasan mendapatkan informasi, kebebasan menggunakan peluang, dan kebebasan memiliki tempat berkarya.

Media *youtube* memberikan manfaat yang begitu besar, yaitu sebagai sarana penunjang ekonomi, sarana hiburan, sarana edukasi seperti pengetahuan-pengetahuan umum dan juga edukasi keagamaan (Jalaluddin, 2019). Hal ini menunjukkan kelayakan media *youtube* untuk menjadi sarana dakwah yang baru. Selain dapat diakses di manapun dan kapanpun, sajian dalam media *youtube* seakan memberikan pesona ikat yang sesuai dengan kriteria masyarakat zaman sekarang. Berdasarkan hasil penelitian *Program for International Student Assessment (PISA)* dari *Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD)*, Indonesia berada di ranking 62 dari 72 negara dalam hal minat baca. Di sisi lain, 91,58% masyarakat Indonesia berumur 10 tahun ke atas diklaim lebih suka menonton televisi/film. Hal ini selaras dengan data dari UNESCO yang membeberkan bahwa rasio gemar membaca masyarakat Indonesia hanya 0,001%. Artinya dari 1.000 orang Indonesia hanya 1 orang yang gemar membaca (Devega, 2017).

Pengguna *youtube* di Indonesia mencapai 50 juta pengguna aktif perbulannya dari 146 juta pengakses internet di Indonesia (Modesta Bupu Milo, 2002). Dengan banyaknya pengguna *youtube* sangat disayangkan apabila tidak dimanfaatkan untuk hal-hal yang positif dan hal-hal yang bermanfaat bagi masyarakat. Esensi dakwah itu sendiri sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi keislaman terhadap berbagai masalah dalam kehidupan yang mencakup seluruh aspek, aspek ekonomi, sosial, budaya, hukum, teknologi dan sebagainya. Menurut ajaran agama Islam sangat dianjurkan kepada umatnya untuk menyampaikan hal-hal baik, untuk itu dakwah harus dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-qur'an surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Ayat ini menjelaskan perintah dakwah dengan cara hikmah, pengajaran yang baik, dan berdebat. Ayat ini menjelaskan tentang pentingnya penggunaan metode dakwah yang sesuai agar dakwah mampu di terima *mad'u*. Ketika berdakwah, kita dianjurkan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan baik dan benar agar mudah dimengerti dan dipahami oleh *mad'u* sehingga tidak salah ketika pengaplikasiannya. Perkembangan masyarakat yang semakin meningkat serta tuntutan yang sudah semakin beragam membuat dakwah tidak lagi efektif dilakukan secara tradisional. Dakwah harus mampu menyesuaikan agar apa yang akan disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dapat diterima dengan lebih jelas (Dhela, 2020).

Dengan penggunaan *youtube* sebagai sarana dakwah, fitur *live streaming* menjadi salah satu pilihan. Fitur ini mampu menghadirkan pengguna melalui *platform* media sosial yang fleksibel tidak mengenal jarak dan tempat (Qodriyah, 2021). Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Media dakwah ini merupakan alat yang menjadi perantara dalam penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Ketika seorang pendakwah ingin pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar, maka perlu menggunakan media perantara (Ali Aziz, 2004). Media dakwah bukanlah penentu utama bagi kegiatan berdakwah, akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah. Media dakwah dapat berfungsi secara efektif apabila dapat disesuaikan dengan pendakwah, pesan dakwah dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah lainnya, seperti metode dakwah.

Fenomena kepopuleran media sosial yang terjadi di era sekarang memberikan tantangan baru dalam dunia dakwah. Para pendakwah dan mubaligh dituntut untuk mampu memahami dan bisa memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan mereka kepada khalayak yang lebih luas (Tomi & Saputri, 2020). *Youtube* merupakan salah satu hasil perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kehadirannya perlahan mendorong manusia untuk mengikuti perkembangan. Kehadiran media sosial *youtube* menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat dalam proses peralihan ke ranah digital. Media *youtube* membuka peluang lebar khususnya bagi para pendakwah, dimana tingkat konsumsi *youtube* yang tinggi menjadikan *youtube* sebagai media yang perlu di pertimbangkan. Selain pencapaian dakwah dengan lebih luas, dakwah pada media sosial *youtube* juga mampu memberikan dorongan rohani sehingga masyarakat mampu mengikuti perkembangan dengan lebih terarah

lagi. Dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengupas lebih dalam tentang pemanfaatan media *youtube* sebagai sarana dakwah untuk mewujudkan masyarakat melek digital.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai penggambaran atau pemaparan secara rinci terkait dengan permasalahan dan hal-hal yang terkait sehingga mampu ditemukan prosedur pemecahan masalah yang sesuai (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Fokus penelitian ini menggunakan analisis *channel* media dakwah *youtube* yang sesuai dengan keadaan di lapangan serta wawancara langsung dengan narasumber untuk mendapatkan data yang rinci dan lebih akurat. Selain itu juga didukung dengan penggunaan data sekunder berupa jurnal-jurnal penelitian lain yang masih memiliki pembahasan yang sama, yaitu terkait pemanfaatan media *youtube* sebagai sarana media dakwah. Dalam penentuan sampel, penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan tingkat penggunaan, pemahaman serta tingkatan umur, sehingga mampu mewakili populasi dan relevan dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan teori Media Baru sebagai sudut pandang utama yang akan melihat bagaimana interaktif teknologi dan komunikasi yang baru akan mampu mengubah Masyarakat. Perkembangan media-media baru mempengaruhi pemikiran dan respon masyarakat terhadap dunia. Marshall McLuhan & Harold Adams Innis menjelaskan suara sebagai media komunikasi mampu menjadi pendorong dan pengarah masyarakat, juga peradaban dan sejarah mampu terarahkan oleh media yang menonjol pada masanya (Littlejohn & Foss, 2011). Cepat atau lambat interaktif teknologi dan komunikasi akan membawa manusia ke era digital. Dengan pengembangan teori, penelitian ini terlihat media *youtube* yang merupakan media baru mampu menjadi sarana dakwah. Dengan keikutsertaan dakwah dalam media baru ini, akan terlihat bagaimana dakwah modern mampu mempengaruhi dan mengarahkan manusia menjadi masyarakat digital yang lebih terarah.

Teori Konvergensi Media Henry Jenkins (Jenkins, 2008) menyatakan bahwa media tradisional seperti televisi akan berkembang dengan media digital seperti internet. Sangat penting hubungan dan kolaborasi dalam media baru sehingga menghasilkan integrasi media yang memungkinkan konten media dapat diakses melalui berbagai platform dan perangkat. Hal ini memudahkan individu maupun kelompok

untuk terus terhubung dan berbagi informasi secara langsung tanpa adanya kendala ruang dan waktu. Media baru memungkinkan konsumen untuk menemukan dan mengakses konten yang spesifik sesuai dengan minat mereka, berbeda dengan model tradisional yang lebih terpusat pada konten populer (Baoull & Rheingold, 2008). Menekankan peran partisipasi aktif individu dalam media baru, dengan kemajuan teknologi, individu dapat menjadi produsen, penyiar dan pengguna media secara bersamaan. Teori ini mencerminkan pergeseran dari model media tradisional yang pasif menjadi model yang lebih interaktif dan partisipatif, sehingga mampu terlihat pengaruh media baru terhadap masyarakat dan individu (Rachmaria & Rafika Dewi, 2018).

1. Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Media mampu mempengaruhi, mengedukasi, dan memotivasi orang dalam memahami dan mengamalkan ajaran agama. Di era digital seperti sekarang, media dakwah melalui internet dan media sosial memiliki dampak yang luas karena dapat menjangkau orang-orang di berbagai tempat dengan (Zaini, 2020), menghasilkan konten yang berkualitas, akurat, dan dapat dipahami oleh berbagai lapisan Masyarakat. Hal ini untuk mencapai tujuan dakwah dengan baik. Media dakwah harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan realitas sosial untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dakwah dalam konteks zaman yang terus berubah. Media dakwah yang digunakan mengacu pada siapa objek dakwah yang dihadapi. Dan kepandaian pendakwah menggunakan media dakwah dapat mempengaruhi berhasil tidaknya pelaksanaan dakwah (Japarudin, 2012).

Jika berbicara mengenai media dakwah pastinya dalam sudut pandang yang mampu meningkatkan kesuksesan dakwah karena media dakwah sendiri merupakan salah satu unsur maupun komponen dakwah. Media dakwah ini menjembatani bagaimana pesan dakwah mampu tersampaikan kepada mitra dakwah dengan meminimalisir gangguan. Gangguan dalam setiap dakwah pastilah ada berbagai macam gangguan, baik dari kekurangpahaman mitra dakwah terhadap pesan yang disampaikan maupun kekurangjelasan penyampaian pesan dari pendakwah. Disinilah media dakwah mampu sebagai salah satu pilihan penyelesaian. Terutama di era sekarang, kehadiran media dakwah sudah tidak dapat disepelekan. Tidak hanya ajaran keagamaan yang di sediakan dalam media-media

sekarang, persaingan konten, penyebaran informasi yang tidak akurat, maupun perbedaan pemahaman yang bahkan bisa menyebabkan kontroversi. Dari sinilah, dakwah harus lebih menekuni lagi pada peluang media-media yang bisa menjadi wadah dakwah. Media dakwah memiliki peran yang penting dalam membantu menyebarkan ajaran agama dan membangun pemahaman yang lebih baik tentang Islam di kalangan masyarakat yang lebih luas.

Dalam penggunaan media dakwah, memahami prinsip-prinsip etika dakwah menjadi sangat penting karena penggunaan yang sembarangan tanpa adanya etika maupun peraturan hanya akan menyebabkan ketidaksesuaian. Beberapa etika yang perlu diterapkan dalam media dakwah, yaitu selalu menjaga kebenaran, menjaga apa yang disampaikan sesuai dengan isi pesan, serta memastikan bahwa apa yang disampaikan tersampai dengan baik, sopan dan santun. Hal ini menjadi potensi keberhasilan dakwah mampu meningkat dan mampu menjadi tauladan baik untuk pendakwah lain. akwah juga harus menghargai pendapat orang lain, dimana dalam media dakwah khususnya dakwah dalam sosial media, semua orang memiliki hak untuk berpendapat melalui kolom komentar yang di sediakan. Ini juga salah satu opsi yang mampu meningkatkan kesuksesan dakwah. Tujuan dakwah sendiri untuk mengajak orang-orang agar berpikir, mengubah perilaku, mendekatkan diri kepada Tuhan, dan mendorong manusia untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Halangan dalam proses dakwah pasti ada. Dengan kehadiran fitur komentar ini, maka mitra dakwah mampu mendapat jawaban saat ada suatu kebingungan yang berkaitan dengan pesan dakwah yang disampaikan sehingga isi pesan mampu diterima mitra dakwah secara baik.

Ada beberapa pertimbangan dalam penggunaan media dakwah agar proses dakwah mampu tercapai dengan baik. Dengan menggunakan pertimbangan metode dakwah, pemilihan metode harus menyesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan dakwah yang diinginkan mitra dakwah. Banyak metode dalam menyampaikan pesan, seperti ceramah, diskusi maupun presentasi. Selanjutnya melalui pertimbangan pembuatan dan adaptasi konten, hal ini dilakukan dengan penyajian visual maupun pengemasan yang baik agar mampu diminati secara luas dan pesan yang disajikan mampu terangkai dan relevan sehingga penonton nyaman dalam menonton dan mampu menerima pesan dengan baik. Selain itu, penggunaan

media dakwah tidak boleh lepas dari evaluasi sehingga belajar dari kesalahan maupun kekurangan sehingga mampu melangkah dengan perbaikan sehingga umpan balik kedepannya juga semakin baik lagi. Dalam praktiknya, penting untuk memahami audiens, sasaran dan menggunakan media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang relevan dan bermanfaat. Dengan menggunakan media dengan bijak dan bertanggung jawab, media dakwah dapat menjadi alat yang efektif untuk membawa manfaat dan memberikan inspirasi bagi banyak orang.

2. Masyarakat Melek Digital

Masyarakat melek digital merupakan sebuah kondisi dimana masyarakat memiliki pemahaman, keterampilan dalam menggunakan teknologi digital dan internet, memiliki kemampuan untuk berkontribusi secara aktif dalam budaya digital, seperti berbagi, berkolaborasi, dan berkreasi melalui media digital (Jenkins, 2008). Masyarakat yang melek digital memperoleh manfaat dari kemajuan teknologi dan dapat mengoptimalkan penggunaan untuk meningkatkan kualitas hidup dalam berbagai aspek kehidupan. Masyarakat dapat digolongkan menjadi melek digital berdasarkan sejauh mana mereka memiliki pemahaman, keterampilan, dan kebiasaan dalam menggunakan teknologi digital dan internet. Masyarakat melek digital tidak hanya memiliki akses dan pemahaman tentang teknologi digital, tetapi juga mampu menggunakannya secara efektif dan bertanggung jawab (Setiadi & Zubaidi, 2023). Penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pembelajaran dan pemberdayaan digital agar masyarakat dapat terus berkembang dalam melek digital.

Sederhananya masyarakat melek digital memiliki pengetahuan tentang teknologi dan memiliki kemampuan untuk mengoperasikannya. Banyak manfaat yang didapatkan ketika masyarakat melek digital. Kemudahan memperoleh informasi yang dapat diakses dari berbagai sumber informasi secara online, masyarakat mampu melakukan komunikasi kesegala penjuru dunia melalui berbagai media social. Selain itu juga mempermudah pembayaran seperti kesediaanya transaksi online, bank online maupun pembelian yang dilakukan secara online sehingga mampu meningkatkan efisiensi, produktivitas dan kualitas hidup masyarakat. Ada beberapa keterampilan yang penting diperhatikan dalam proses menjadi melek digital, yaitu kemampuan pemfilteran informasi. Dalam hal ini,

masyarakat harus bisa mencari, mengevaluasi serta memfilter informasi yang ada di lingkungan digital. Hal ini karena memang informasi di lingkungan digital sangatlah banyak dan tidak sedikit yang informasinya disajikan oleh individual. Dengan pemfilteran ini, masyarakat mampu memperoleh informasi yang benar, relevan dan sesuai fakta, juga yang tidak kalah penting tentang keamanan informasi untuk melindungi data pribadi dan menghindari penipuan serta ancaman *cyber*.

Masyarakat melek digital memiliki akses lebih besar terhadap informasi yang memungkinkan untuk berpartisipasi secara aktif dalam dunia digital yang semakin berkembang dan meningkatkan kemampuan dalam menghadapi tantangan masa depan. Ada beberapa upaya yang mampu dilakukan untuk meningkatkan masyarakat melek digital, yaitu dengan melalui pendidikan maupun pelatihan formal, sekolah lembaga pendidikan maupun pusat pelatihan seperti BLK. Ada juga cara non formal, seperti komunitas, *tongkrongan* bahkan perkumpulan atau majlis-majlis yang mengumpulkan masyarakat dalam jumlah yang relatif banyak dan memberikan informasi yang mendukung dalam perkembangan disertai contoh bahkan suguhan hiburan lain sehingga masyarakat mampu menerima dan tanpa terbebani sedikitpun. Meningkatkan melek digital masyarakat penting untuk memastikan bahwa semua orang dapat mengambil manfaat dari perkembangan teknologi digital yang terus berkembang dan terlibat secara efektif dalam masyarakat digital yang semakin terhubung.

B. Pembahasan

1. Posisi Media dalam Aktivitas Dakwah

Media memiliki beberapa posisi penting dalam aktivitas dakwah. Media mampu menjadi sarana utama dalam aktivitas dakwah. Dalam fungsinya, sebagai penyebar informasi, media mampu menyajikan dan menyampaikan informasi secara luas di berbagai lokasi dan waktu. Media juga memberikan informasi materi maupun pendidikan keagamaan yang disajikan dalam berbagai jenis. Ada berupa tulisan dalam media cetak maupun digital, juga konten audio visual. Selain itu, tingkat akses pengguna yang tinggi ikut menjadikan media sebagai opsi utama dalam aktivitas dakwah. Media juga mampu menempati posisi pendukung dalam aktivitas dakwah. Berdakwah mampu dilakukan secara langsung, juga bisa

dilakukan melalui perantara media. Ketika menggunakan media, disediakan banyak fitur pendukung yang mampu menunjang kesuksesan aktivitas dakwah. Selain itu, media juga mampu menjadi penjelas di saat mitra dakwah ada beberapa pertanyaan terkait materi, yang mana tanpa adanya media akan kesulitan dalam penyampainnya kepada pendakwah, namun akhirnya terbantu berkat adanya media dimana semua memiliki kesempatan yang sama untuk bertanya kepada pendakwah.

Media memiliki peranan yang besar dalam keberadaan *smartphone* merupakan hasil dari perkembangan teknologi dan komunikasi. Kehadiran ini menjadikannya sebagai arus informasi alternatif karena mampu menghadirkan informasi secara *realtime* seperti layaknya televisi. Keberadaan *smartphone* semakin menyebar dan kehadiran akses jaringan internet menjadikan *smartphone* sebagai mesin yang selalu ada dalam genggam tangan. Keberadaan *smartphone* menjadikan arus informasi apapun dapat diakses dengan mudah oleh siapapun dan kapanpun. Salah satu media terkenal yang terdapat dalam *smartphone* adalah *youtube*. Media *youtube* merupakan media yang banyak dilirik dan diminati oleh masyarakat, bahkan ratusan juta penayangan vidio di *youtube* setiap harinya dinikmati oleh sepertiga pengguna internet. Hal ini menunjukkan sajian yang diberikan *youtube* seakan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari kebutuhan hiburan, sampai pengetahuan (Thanissaro & Kulupana, 2015). Sebelum adanya kehadiran *youtube*, pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat mengandalkan televisi. Sementara, televisi memiliki konsep penayangan yang terjadwal, yang mana hal ini memberikan keterbatasan pemilihan pada masyarakat.

Kehadiran *youtube* seakan memberikan solusi terbesar akan keterbatasan televisi. Selain menyajikan audio visual seperti televisi, *youtube* hadir dengan lebih baik meskipun secara koseptual televisi lebih terpercaya karena tayangannya melewati berbagai penyaringan. *Youtube* hadir lebih luas yang mana masyarakat memiliki kebebasan memilih tayangan sehingga sebagian besar pengguna betah menggunakannya (Thanissaro & Kulupana, 2015). Dengan memahami arus globalisasi dan kebudayaan masyarakat modern, media mampu menyentuh berbagai lapisan masyarakat yang luas bahkan saking luasnya mampu mencakup keseluruhan dunia.

Pesatnya perkembangan teknologi seakan menjadi peluang dan pendorong perubahan besar, khususnya dalam hal dakwah. Demi menjangkau masyarakat millennial yang luas, proses dakwah harus menyesuaikan. Dakwah merupakan salah satu bentuk sarana yang dilakukan sebagai usaha mengubah situasi menjadi lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat sehingga perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup semata. Namun, lebih ke arah perwujudan dakwah menyeluruh terhadap sasaran yang lebih luas.

Kajian dakwah perlu mengkaji secara serius terkait era milenial ini. Hal ini guna mengetahui pendekatan dakwah seperti apa yang sesuai dengan minat dan kebutuhan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi tidak saja mampu menciptakan masyarakat global. Namun, secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat sehingga tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (Moshinsky, 1959). Kewajiban dakwah harus terus dilakukan mengingat zaman terus berkembang. Semakin berkembangnya zaman, maka semakin mudah juga manusia, baik dalam menerima dan melakukan hal baik maupun sebaliknya. Perkembangan tanpa penanaman keyakinan yang kuat hanya akan mendorong manusia mencapai kehancuran, maka misi dakwah harus terus dilakukan agar perkembangan selalu terarah.

2. Media Sosial Youtube sebagai Sarana Dakwah

Pada konteks penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah, kebebasan atau hak para pengguna sama yaitu mampu mengolah dan mendistribusikan pesan-pesan dalam bentuk tulisan maupun audio visual. Dari berbagai media sosial yang ada, Youtube merupakan media tercepat dan memiliki daya pikat yang signifikan bagi pola dakwah di ranah media sosial (Wibowo, 2019). Jika mencermati media *youtube*, banyak pembuat konten yang menyediakan konten dakwah. Beberapa kanal *youtube* yang relevan dengan penelitian dan keadaan di era sekarang, yaitu Channel *youtube* Das'ad Latif, merupakan kanal *youtube* yang memiliki sejumlah 2.7M pengikut dengan 822 video. Das'ad Latif sendiri merupakan seorang pendakwah yang berasal dari Makassar. ceramahnya yang ringan dan menyentuh hati menarik perhatian banyak pihak, bahkan setiap ada kajiannya

dihadiri ribuan jamaah. Apa yang disampaikan sang ustad di dalam video-video ceramahnya di *youtube* dapat mendorong kalangan muslim untuk selalu memperbaiki diri dan berhijrah, mengajak untuk mengamalkan kehidupan yang Islami. Dalam konten ceramahnya, simbol-simbol keislaman dalam perilaku sehari-hari menjadi sesuatu yang penting untuk diterapkan (Kamillah et al., 2023). Bahkan, dalam kanal *youtube* nya ustad Da'as Latif penonton konten dakwah lebih dari 20.000 setiap vidionya dengan berbagai respon positif dari para *mad'u*. Inspiratif yang dilakukan ustad Da'as Latif adalah penyajian kontennya yang menarik dan dibutuhkan masyarakat zaman sekarang.

Selanjutnya ada kanal *youtube* Gus Iqdam Official. Kanal ini disambut baik oleh masyarakat, khususnya para pemuda di zaman sekarang. Kanal *youtube* ini memiliki sejumlah 33.6K pengikut dan 144 video. Kanal *youtube* ini dikelola oleh majlis ta'lim *sabilu taubah* yang merupakan majlis baru yang didirikan oleh Agus Muhammad Iqdam bin KH. Kholid dengan markas pusat di Karanggayam, Srengat, Blitar. Meskipun merupakan majlis ilmu baru, tetapi sudah memiliki jadwal jam terbang yang padat. Dengan suguhan lantunan sholawat dan pengajian-pengajian yang modern membuat majelis ini sangat banyak digemari, khususnya di kalangan anak muda. Dalam *channel youtube* ini disajikan banyak sholawatan dengan akses tonton lebih dari 1.000. Untuk *live streaming* lebih tinggi jumlah penontonnya, yaitu lebih dari 2.000. Hal ini menunjukkan bahwa minat hadir dalam majelis ini sangat tinggi. Pengajian yang biasanya dianggap membosankan oleh sekelompok generasi muda ketika disajikan dengan baik, maka mampu mendapat *feedback* yang baik. Hal ini seperti yang dilakukan Gus Iqdam dalam berbagai ceramahnya.

Selanjutnya, ada *channel youtube* 'Dakwah Digital' yang memiliki sekitar 61.3K pengikut dengan 42 video. Kanal *youtube* dakwah digital merupakan kanal *youtube* yang berisikan kumpulan ceramah KH. Ahmad Bahauddin Nur Salim AH yang biasa dikenal dengan nama Gus Baha. Penyesuaian tema pembahasan dan diterjemah ke dalam bahasa Indonesia memudahkan para *muhibbin* dan kaum muslimin pada umumnya memahami ceramah beliau yang disampaikan dengan bahasa Jawa. *Channel* ini mampu mendapat jumlah tonton sampai 1,3 juta. Hal ini membuktikan bahwa kehadiran *channel* ini menjadi salah satu alternatif bagi pecinta dakwah Gus Baha. Beliau adalah ulama dari Rembang yang memiliki

pengetahuan mendalam terkait tafsir Al-qur'an. Mengenai *channel* yang menyajikan ceramah Gus Baha, sebenarnya ada banyak dan kebanyakan memiliki prioritas tonton yang tinggi. Namun, dalam *channel* ini peneliti rasa sudah mampu mencakupi dari beberapa aspek yang diteliti, mulai dari sajian, tontonan, *thumbnail* dan bahkan judul yang mampu memikat penonton terkhusus di kalangan masyarakat digital.

Banyaknya pengguna *youtube* yang menonton siaran dakwah atau majlis ilmu, hal ini menunjukkan sebenarnya banyak lingkup masyarakat yang tertarik terhadap progam dakwah. Selain menonton, banyak dari pengguna yang memberikan *like* dan komentar sebagai wujud apresiasi dan respon dari tayangan yang mereka saksikan. Dengan menggunakan metode pendekatan yang pas maka dakwah mampu menggapai hati yang paling dalam. Berdasar pada 3 *channel youtube* yang peneliti bagikan, ketiganya memiliki strategi yang berbeda. Namun, ketiganya mampu menyesuaikan sehingga konten apa yang mereka sampaikan mampu diterima dengan baik bahkan mampu menjadi acuan beberapa saat kedepan. Dengan banyaknya jumlah penonton serta apresiasi yang tinggi dari penonton melalui kolom komentar menunjukkan kesuksesan besar dalam pembuatan *channel youtube* sebagai sarana dakwah baru. Terlebih, sekarang *youtube* telah menghadirkan fitur *short* yang memudahkan pengguna yang ingin langsung mengetahui inti dari ketidaktahuan mereka. Siaran *short* yang pendek ini mampu memberikan pengetahuan yang beragam dalam waktu yang singkat.

3. Referensi Media Youtube dalam Dunia Pertelevisian

Kehadiran *youtube* telah mengubah lanskap dunia pertelevisian dengan cara yang signifikan (rezdianti, 2023). Sebelumnya, konten televisi hanya dapat disiarkan melalui saluran televisi yang ditentukan oleh stasiun televisi tertentu. Namun, dengan *youtube*, siapa pun dapat membuat dan mengunggah konten mereka secara *online*, yang dapat diakses oleh siapa saja di seluruh dunia. *Youtube* memberikan *platform* bagi pembuat konten independen untuk menciptakan dan mendistribusikan konten mereka tanpa Batasan. Hal ini memberikan peluang bagi pembuat konten untuk menghasilkan pendapatan dari iklan dan sponsor, yang sebelumnya hanya tersedia bagi stasiun televisi besar. Di sisi lain, *youtube* juga telah menjadi platform bagi stasiun televisi dan jaringan kabel untuk menjangkau

khalayak yang lebih luas dan menayangkan program mereka secara online serta menambahkan *lifestyle* media baru ke dalam acaranya. Media televisi mengambil sumber gambar dari media internet. Para praktisi media ikut merasakan kemudahan dalam mengambil informasi untuk dijadikan bahan program media televisi (Hartanti, 2015). Bahkan banyak stasiun televisi besar memiliki saluran *youtube* resmi mereka sendiri yang memungkinkan mereka untuk menayangkan program mereka secara online dan menjangkau audien yang lebih luas.

Namun, hadirnya *youtube* juga memunculkan beberapa masalah di dunia pertelevisian. Salah satu masalah yang muncul adalah konten ilegal atau tidak sah yang diunggah ke *platform*. *Youtube* telah melakukan beberapa upaya untuk memerangi konten ini, tetapi masalahnya masih ada. Selain itu, kehadiran *youtube* juga telah mempengaruhi pola perilaku konsumen televisi. Banyak orang sekarang lebih memilih menonton konten *online* daripada menonton televisi tradisional. Hal ini telah berdampak pada industri pertelevisian secara keseluruhan. Fungsi televisi perlahan diambil alih oleh *youtube* dengan kesamaan fungsi. Media-media baru seperti *youtube* juga bisa disebut sebagai media penyiaran (Hanana et al., 2020). Kehadiran *youtube* di dunia pertelevisian telah membawa banyak perubahan dan tantangan. Meski demikian, *youtube* masih menjadi *platform* penting bagi pembuat konten, bahkan stasiun televisi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menayangkan konten mereka secara *online*.

Media *youtube* sekarang bahkan telah menjadi salah satu referensi utama bagi masyarakat dalam mencari dan menonton berita televisi. Tidak sedikit media televisi yang ikut terjun dalam dunia sosial media *youtube* seperti MNCTV OFFICIAL, METRO TV bahkan tvOneNews. Hal ini membuktikan bahwa *youtube* merupakan aplikasi yang layak untuk menjadi pertimbangan bagi dunia pertelevisian, bahkan beberapa program acara televisi menggunakan konten maupun menghadirkan bintang acara dari *youtube*. Media *youtube* dalam dunia pertelevisian melihat beragamnya konten yang tersedia serta menganalisa kepopuleran konten yang sedang hangat melalui tingkat tonton dan *top trendingnya*. Hal ini mempermudah bagi dunia pertelevisian untuk menyajikan konten dengan minat penonton.

4. Pendapat Informan Terkait Peranan Youtube di Era Sekarang

Smartphone seakan telah menjadi kebutuhan pokok setiap orang karena multi fungsinya yang mampu mencukupi beragam kebutuhan, seperti pemenuhan informasi dan hiburan. Saking butuhnya manusia bahkan mampu melebihi 5 jam pakai (Haikal et al., 2020). Informasi yang disajikan di *youtube* mampu menjadi referensi penting dimana sajian informasi di *youtube* bisa menjadi referensi bisnis yang menyeluruh dari berbagai *step* awal bahkan sampai keseluruhan. Sementara, untuk pemenuhan sarana hiburan singkat, kehadiran *youtube short* telah mampu menaunginya. Karena memang di *youtube short* relevansi dengan yang sering dilihat pengguna, maka terkadang pengetahuan ilmu keislaman terkait dengan bisnis kerap muncul. Dengan demikian, informasi yang mampu ditampung tidak hanya terbatas bisnis namun secara keseluruhan mampu mengetahui bagaimana agar bisnis menjadi sesuatu yang lebih baik lagi.

Di satu sisi, *youtube* juga telah menjadi alternatif dari keterbatasan waktu dan jarak dimana fitur *live streaming* yang disajikan mampu membuat semua keterbatasan ini mampu dilampaui seperti yang dijelaskan oleh Mas Abimanyu. Majlis yang biasanya hanya dapat dihadiri langsung ketika ada urusan terkait akademis maupun jarak yang jauh tidak dapat dihadiri, namun kehadiran *live streaming* ini membuatnya tetap mampu dihadiri bahkan saat waktu sibuk meskipun cuma secara virtual namun tidak menghilangkan nuansa acaranya. Ditegaskan lagi bahwasanya kehadiran *youtube* telah banyak memberikan ranah pengetahuan yang membantu akademik yang sedang dijalani. *Youtube* semakin banyak diminati karena *youtube* mampu dipakai pada beberapa perangkat portabel seperti yang dijelaskan oleh Mas Agus bahwasanya *youtube* sangat praktis dan fleksibel asalkan punya kuota dan perangkat memadai mampu diakses dimanapun dan kapanpun. Kapan saja mencari apapun, bisa dicari, dan banyak dari konten yang menyajikan informasi secara jelas bahkan jika masih merasa bingung juga di sediakan fitur komentar yang bisa dijawab langsung oleh pembuat konten maupun penonton lain yang lebih memahami. Akhirnya, ini mampu menjadi situs diskusi yang baru.

5. Konversi dari Media TV ke Media Digital

Media digital telah menjadi penunjang kemajuan yang memiliki pengaruh di berbagai sektor, salah satunya di dalam dunia pertelevisian. Pertelevisian dahulu menggunakan televisi tabung, dan harus menggunakan antena sebagai media penerima sinyal dari lokasi siaran. Ketika kurang tinggi maupun arahnya kurang benar maka akan kurang jernih, baik dari visual maupun audio. Konten media televisi dahulu disediakan dalam saluran lokal sehingga banyak dibatasi dalam saluran yang ditampilkan, lebih dominan pada saluran televisi lokal daripada saluran nasional dan internasional. Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar pada media televisi. Media televisi sekarang telah beralih ke format digital baru yang lebih baik dan lebih mudah. Televisi zaman sekarang telah tersedia dalam LCD yang lebih simpel dan lebih tipis, namun menyediakan *fitur* yang lebih daripada televisi tabung. Contohnya pada kejernihan tontonan definisi tinggi (HD) dan definisi ultra (4K) sehingga memberikan pengalaman menonton yang lebih memukau, juga sajian konten sangat beragam dari siaran lokal, nasional, maupun internasional.

Kebijakan pindahnya siaran televisi ke arah digital memiliki dampak besar, dimana siaran televisi analog dimatikan sehingga agar tetap dapat menikmati siaran acara masyarakat dituntut untuk beralih ke televisi digital. Namun, ada solusi yang bisa diterapkan pada televisi model lama, yaitu dengan *set top box* atau android televisi. Sekarang, android televisi juga menyediakan layanan akses *youtube* dengan internet. Hal ini lebih memberikan kebebasan masyarakat terkait dengan minat tonton karena kebutuhan masyarakat tidak sama. Ada dari mereka yang tertarik pada sinetron, kartun, drama, dan dari sinilah *youtube* menyediakan semuanya secara gratis. Bahkan, banyak juga stasiun televisi yang mulai menayangkan siaran mereka di *youtube*, seperti program acara *on the spot* maupun *spotlite*. Hal ini membuktikan bahwa *youtube* mampu menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat dan akan berkembang terus kedepannya. *Youtube* hadir di *set top box* melalui berbagai layanan streaming video yang terintegrasi dengan perangkat tersebut. Misalnya, beberapa *set top box* seperti Roku, dan Apple TV memiliki aplikasi *youtube* resmi yang memungkinkan pengguna untuk mengakses semua video yang tersedia di platform *youtube* (Fuad, 2023).

Dengan hadirnya *youtube* di *set top box*, pengguna dapat menonton video *youtube* langsung di layar TV mereka. Hal ini memungkinkan untuk menikmati konten *youtube* dengan kualitas gambar dan suara yang lebih baik dan di layar yang lebih besar, kehadiran *youtube* di *set top box* juga memberikan kemudahan bagi pengguna yang tidak ingin menonton video di layar kecil ponsel atau tablet. Dengan *set top box*, pengguna dapat mengakses video *youtube* tanpa perlu memutar video di perangkat seluler mereka terlebih dahulu, sehingga mereka dapat menikmati pengalaman menonton yang lebih nyaman. Selain itu, kehadiran *youtube* di *set top box* juga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menemukan dan menonton konten yang relevan dengan minat mereka. Banyak aplikasi *set top box* memiliki fitur pencarian dan rekomendasi yang memungkinkan pengguna untuk menemukan video *youtube* yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka. Secara keseluruhan, kehadiran *youtube* di *set top box* telah memperluas jangkauan *platform* dan memberikan pengguna akses yang lebih mudah dan nyaman ke konten *youtube* di layar TV mereka.

C. Simpulan

Youtube adalah platform yang sangat cocok untuk digunakan sebagai sarana dakwah karena memungkinkan para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mengirimkan pesan dakwah dalam format multimedia, dan berinteraksi dengan audiens mereka. Oleh karena itu, penggunaan *youtube* sebagai sarana dakwah dapat meningkatkan efektivitas dakwah dan memudahkan penyebaran pesan-pesan kebaikan secara luas. Dalam hal digital ini masyarakat menerima perkembangan teknologi dan menjadikan akses *youtube* sebagai sarana sekunder selain televisi sebagai sarana informasi dan hiburan yang fleksibel. Kehadiran dakwah dalam media *youtube* menjadi pelengkap, dan sebagai acuan arsip, karena video yang di *upload* memiliki arsip yang dapat ditonton kembali dimanapun dan kapanpun juga memiliki lisensi yang dapat di pertanggungjawabkan. Media *youtube* menjadi sarana dakwah yang paling efektif di era sekarang. Partisipasi televisi dan alat alternatif *set top box* mampu mendorong *youtube* untuk ikut turut membantu masyarakat ke arah digital. Dakwah di media *youtube* mampu menjadi opsi penjaga masyarakat untuk menuju masyarakat digital yang terarah karena cepat atau lambat masyarakat pasti akan beralih ke arah digital.

Penelitian ini masih memiliki banyak celah yang perlu disempurnakan, misalnya objek pembahasan penelitian ini yang luas, metode yang beragam, juga fenomena dakwah maupun perkembangan teknologi yang pesat. Rekomendasi yang dapat peneliti berikan untuk penelitian-penelitian yang akan datang adalah pastikan topik penelitian relevan dengan isu-isu terkini sehingga penelitian akan mampu menjawab keraguan maupun melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ali Aziz, M. (2004). *Ilmu dakwah* (Cetakan ke). Kencana 2016.
- Baoill, A., & Rheingold, H. (2008). Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. In *Social Science Computer Review* (Vol. 26, Issue 2). <https://doi.org/10.1177/0894439307306088>
- Devega, E. (2017). *TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos*. Kominfo.Go.Id.
- Dhela, G. R. (2020). *PEMANFAATAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu ' a Way Halim Bandar Lampung) SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu ' a Way Halim Bandar Lampung)*.
- Fuad, A. (2023). *Set Top Box yang Bisa Youtube Apa Saja? Ini Tipe yang Anda Cari!* Www.Patiupdate.Com.
- Haikal, S. M. S., Hutahaean, Y. O., & Nuryanto, M. K. (2020). Hubungan Durasi Rata-Rata Penggunaan Smartphone dengan Kejadian Tenosynovitis De Quervaina. *Husada Mahakam: Jurnal Kesehatan*, 10(1), 37. <https://doi.org/10.35963/hmjk.v10i1.204>
- Hanana, A., Anindya, A., & Elian, N. (2020). Transformasi Media Youtube Dan Televisi (Analisis Fungsi Dan Konsumsi Media Youtube Dan Televisi Di Kota Padang). *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.25077/rk.4.2.186-194.2020>
- Hartanti, L. E. P. (2015). Kebijakan Media Televisi di Era Media Baru. *Interact*, 4(1), 37–46.

- Isaura Putri, D., Salsabila Rahmatullah, R., & Hidayatullah, S. (2019). EFEKTIVITAS DAKWAH di MEDIA SOSIAL PADA AKUN YOUTUBE: OKI SETIANA DEWI. *Al-Ittishol*, 4(1), 98–109.
- Jalaluddin. (2019). Psikologi Agama. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 20–37.
- Japarudin. (2012). Media massa dan Dakwah. *Dakwah*, 13(1), 1–14.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old And New Media Collide*. New York University Press.
- Kamillah, Fitri, A. N., Asrof, A., & Kholis, M. N. (2023). *Strategi Komunikasi Ustadz Hanan Attaki dalam Berdakwah di Channel Youtube dengan Tema “ Muslim Gaul , Emang Ada ?”* 7, 1733–1740.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication* (edisi 9, 2). Selemba Humanika.
- Modesta Bupu Milo, M. (2002). *HUBUNGAN; MOTIVASI DAN KEPUASAN MENONTON VLOG NERROR NESSIE; JUDGE DI CHANNEL YOUTUBE (STUDI KORELASI SISWA/I; NEGERI 4 KOTA BEKASI JURUSAN TEKNIK PRODUKSI SIARA; PROGRAM TELEVISI KELAS 10*. Esaunggul.Ac.Id.
- Moshinsky, M. (1959). Transformation brackets for harmonic oscillator functions. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Qodriyah, S. L. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official). *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyahhan (JASIKA)*, 1(2), 151–161. <https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.14>
- Rachmaria, L., & Rafika Dewi, Y. (2018). STRATEGI DAN PRAKTIK KONVERGENSI MEDIA PADA SEGMENT MAKARENA DALAM PROGRAM SORE BARA HARYSA SEBAGAI UPAYA SURVIVAL RADIO DELTA FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN. *JIKE*, 1(2), 233–247.
- rezdianti, A. C. (2023). *Hubungan Media Sosial dan Media Arus Utama di Indonesia*. Www.Indonesiana.Id.

- Setiadi, D., & Zubaidi, M. (2023). Literasi Digital Pemuda dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat. *Society*, *11*(1), 1–13. <https://doi.org/10.33019/society.v11i1.491>
- Thanissaro, P. N., & Kulupana, S. (2015). Buddhist teen worldview: Some normative background for health professionals. *Contemporary Buddhism*, *16*(1), 28–42. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Tomi, H., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Komunikasi Media Sosial. *Al Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, *7*(1), 50–60.
- Wibowo, A. (2019). Kebebasan Berdakwah di Youtube: Suatu Analisis Pola Partisipasi Media. *Mawa'Izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, *9*(2), 224–238. <https://doi.org/10.32923/maw.v9i2.799>
- Zaini, A. (2020). DAKWAH MELALUI INTERNET. *At-Tabasyir*, 93–108.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, *1*(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>