

BAB II

DAKWAH VIRTUAL

A. Konsep Dakwah dalam Islam

1. Pengertian Dakwah

a. Dakwah Secara Etimologi

Dakwah, secara bahasa merupakan sebuah kata dari bahasa Arab dalam bentuk *masdar*. Kata dakwah berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Kata dakwah berarti juga memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik sesuatu kepada sesuatu, dan memohon atau berdo'a.¹ Dalam Al Qur'an telah dijelaskan tentang beberapa pengertian dakwah yaitu sebagai berikut:

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ
أَصَّبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya: "Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku. dan jika tidak Engkau hindarkan dari padaku tipu daya mereka, tentu aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah aku Termasuk orang-orang yang bodoh."²

¹ Enjang, AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung; Widya Padjadjaran., 2009), 3

² QS. Yusuf (12): 33

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa arab *da'a* yang berarti mengajak, menyeru menyiarkan sedangkan dalam arti luas dakwah merupakan proses menyeru pada kebaikan dan ketauhidan *amar makruf nahi munkar*.³

Menurut Hamka dalam KKBI Online dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi mungkar. Syaikh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah *fardlu* yang diwajibkan kepada setiap muslim⁴

b. Dakwah secara Terminologi

Dakwah bermakna menyebarkan dan menyampaikan, maka dakwah menjadi kata tersendiri yang mempunyai (tema), karakteristik dan (tujuan) tertentu. Dengan demikian, dakwah mencakup seluruh ilmu-ilmu Islam.⁵

Beberapa tokoh dakwah di bawah ini memberikan definisi tentang dakwah itu sendiri, yaitu:

Yusuf Al-Qaradhawi sebagaimana dikutip oleh Fathul Bahri menyimpulkan bahwa, dakwah adalah ajakan kepada agama Allah, mengikuti petunjukNya dalam beribadah, meminta pertolongan dengan ketaatan, melepaskan diri dari semua thagut yang ditaati selain Allah, membenarkan apa

³ *KBBI* [on-line], "Dakwah" <http://kbbi.web.id/dakwah> Diakses pada tanggal 23 November 2016.

⁴ *Ibid.*,

⁵ 32Lajnah `Ilmiyyah bi Ma'had al-Aimmah wa al-Khutaba. *Sirah Nabawiyah Dan Dakwah*, (Jakarta; WAMY, 2004). Cet. 1, h.64.

yang dibenarkan Allah, memandang bathil apa yang dipandang bathil oleh Allah, *amar ma'ruf nahi munkar* dan jihad di jalan Allah. Secara ringkas, dakwah adalah ajakan murni paripurna kepada Islam, tidak tercemar dan tidak pula terbagi.⁶

Jamaluddin Kafie berpendapat, bahwa dakwah adalah suatu sistem kegiatan seseorang, sekelompok, segolongan umat Islam sebagai aktualisasi *imaniah* yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, dan do'a yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem dan teknik tertentu, agar menyentuh qalbu dan fitrah seseorang, keluarga, kelompok, massa, dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁷

Menurut Hamzah dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan RasulNya. Dan menurut Team Proyek Penerangan Bimbingan Dakwah Departemen Agama RI adalah setiap usaha yang mengarahkan untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak sesuai dengan kehendak dan turunan kebenaran.⁸

Mohammad Natsir, pendiri dan penggagas utama berdirinya Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia sebagaimana dikutip oleh Ulil Amri Syafri kerap

⁶ Fathul Bahri An-Nabiry. *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*. (Jakarta; AMZAH, 2008), 20.

⁷ Ibid, 21.

⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya, Al Ikhlas, 1983), 17-20

mengungkapkan, bahwa dakwah adalah sebagai suatu upaya, proses menuju Islam *kaffah*, sebagai cara hidup total dalam satu bingkai *harakatud-da'awah* yang memiliki dimensi *bina'an* dan *difa'an*. Beliau juga mengungkapkan, bahwa momentum *khutbah wada'* adalah momentum serah terima Risalah dari Rasulullah kepada jama'ah kaum Muslimin: Risalah menintis, dakwah meneruskan.⁹

Sedangkan menurut Abu Bakar Zakaria yang dikutip oleh Achmat Mubarak mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia apa yang baik bagi mereka dalam kehidupan dunia dan akhirat menurut kemampuan mereka, adapun menurut Muhammad al Khaydar Husayn mengatakan dakwah adalah mengajak kepada kebaikan dan petunjuk, serta menyuruh kepada kebajikan (*ma'ruf*) dan melarang kepada kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁰

Disamping itu, dakwah juga merupakan usaha pergerakan pikiran dan perbuatan manusia untuk mengembangkan fungsi kerisalahan disamping kerahmatan, fungsi kerisahlahan berupa tugas menyampaikan *din al-islam* kepada manusia, sedangkan fungsi kerahmatan adalah upaya menjadikan Islam sebagai rahmat bagi alam semesta.¹¹

⁹ Ulil Amri Syafri, MA. Dkk. *Da'wah Mencermati Peluang dan Problematikanya* (Jakarta; STID Mohammad Natsir Press, 2007),. 3.

¹⁰ Achmat Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Prenada media, 2006), 5-6

¹¹ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), 10

Dari beberapa definisi dakwah di atas, kesemuanya bertemu pada satu titik, yakni, dakwah merupakan sebuah upaya dan kegiatan, baik dalam wujud ucapan maupun perbuatan, yang mengandung ajakan atau seruan kepada orang lain untuk mengetahui, menghayati, dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, untuk meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Dengan demikian, dakwah bukanlah terbatas pada apa penjelasan dan penyampaian semata, namun menyentuh aspek pembinaan dan *تكوين* (pembentukan) pribadi, keluarga, dan masyarakat Islam.

Islam adalah agama dakwah yang berisi tentang petunjuk-petunjuk agar manusia secara individual menjadi manusia yang beradab, berkualitas, dan selalu berbuat baik sehingga mampu membangun sebuah peradaban yang maju untuk menjadi sebuah tatanan kehidupan yang adil. Sebuah tatanan yang manusiawi dalam arti kehidupan yang adil, maju, bebas dari ancaman, penindasan, dan berbagai kekhawatiran.¹²

Istilah dakwah dalam agama Islam nampaknya tidak asing lagi, bahkan sudah dapat dikatakan populer sekali di kalangan masyarakat saat ini. Namun demikian yang sering kita jumpai sekarang bahwa istilah dakwah oleh kebanyakan orang diartikan hanya sebatas pengajian, ceramah, khutbah, atau mimbar seperti halnya yang dilakukan oleh para mubaligh, ustadz, atau khatib. Dakwah sering diartikan sebagai sekedar ceramah dalam arti sempit. Kesalahan

¹² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 1

ini sebenarnya sudah sering diungkapkan, akan tetapi di dalam pelaksanaannya tetap saja terjadi pengurangan makna.¹³

Meskipun berbeda pendapat tentang dakwah tersebut di atas dan juga berbeda dalam redaksinya, namun pada hakikatnya dakwah memiliki unsur-unsur pokok yang sama, yaitu: Pertama, dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam kepada umat manusia. Kedua, penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa mengajak manusia untuk beriman dan mengikuti jalan Allah serta *Amar ma'ruf nahi mungkar*, yakni mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran dengan meningkatkan pemahaman terkait ilmu agama serta dapat merealisasikannya dalam setiap lini kehidupan.

Dengan demikian, dakwah dapat dipahami sebagai bentuk ajakan, seruan atau panggilan yang merupakan bentuk aktifitas yang bertujuan untuk menyebarkan Islam kepada yang lain, menjadikan Islam sebagai jalan hidup bagi seluruh umat manusia serta bentuk seruan kepada manusia untuk kembali kepada aturan yang Allah tetapkan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari agar terciptanya hidup yang bahagia baik di dunia maupun di akhirat.

2. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah

¹³ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 68-69

dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.¹⁴

Ada beberapa pendapat tentang definisi metode dakwah dalam buku Moh. Ali Aziz¹⁵, di antaranya:

- a. Al-Bayayuni mengemukakan definisi metode dakwah yakni cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara yang menerapkan strategi dakwah.
- b. Said bin Ali al-Qathani membuat definisi metode dakwah sebagai berikut. *Uslub* (metode) dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.
- c. ‘Abd al-Karim Zaidan, metode dakwah adalah ilmu yang terkait dengan cara melangsungkan penyampaian pesan dakwah dan mengatasi kendala-kendalanya.

Metode dakwah juga merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategis dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah. Karena menjadi strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah. Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektifitas dakwah, melainkan pula bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. Setiap strategi memiliki

¹⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu dakwah*, (Jakarta: Raja Gafindo Persada, 20012), 243

¹⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 357.

keunggulan dan kelemahan. Metodenya berupaya menggerakkan keunggulan tersebut dan memperkecil kelemahannya.

Setiap metode memerlukan teknik dan implementasinya. Teknik adalah cara yang dilakukan seorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode. Teknik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi. Karena ilmu dakwah banyak berhubungan bahkan sangat memerlukan disiplin ilmu lain, seperti Ilmu komunikasi, Ilmu manajemen, Psikologi, dan Sosiologi, maka penjabaran metode dan teknik-tekniknya banyak meminjam dari beberapa ilmu di atas dengan beberapa modifikasi.¹⁶

Aktifitas dakwah dikatakan berjalan secara efektif bilamana apa yang menjadi tujuan benar-benar dapat dicapai. Strategi yang didukung dengan metode yang bagus dan pelaksanaan program yang akurat, akan menjadikan aktifitas dakwah menjadi matang dan berorientasi jelas dimana cita-cita dan tujuan telah jelas direncanakan. Karena tujuan dan cita-cita yang jelas dan realistis pasti akan mendorong dakwah untuk mengikuti arah yang telah terencana. Untuk itu perlu sebuah metode atau cara yang sistematis yang digunakan untuk menyampaikan materi atau pesan dakwah kepada *mad'u*.

Dalam aktifitas berdakwah untuk membentuk kondisi umat Islam yang baik, baik dalam wujud individu maupun wujudnya sebagai komunitas masyarakat, wajib menggunakan metode dalam berdakwah. Meskipun tugas seorang da'i hanya untuk menyampaikan, sedangkan masalah hasil akhir dari

¹⁶ Ibid.,

kegiatan dakwah tersebut diserahkan sepenuhnya kepada Allah SWT, akan tetapi sikap ini tidak menafikan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari kegiatan dakwah yang dilakukan.

Dakwah dalam Islam, sering terjadi bahwa disebabkan metode dakwah yang salah. Islam dianggap sebagai agama yang tidak simpatik, penghambat perkembangan, atau tidak masuk akal. Sesuatu yang biasa namun melalui sentuhan metode yang tepat menjadi sesuatu yang luar biasa. Dakwah memerlukan metode, agar mudah diterima oleh mitra dakwah. Metode yang dipilih harus benar, agar Islam dapat diterima dengan benar dan menghasilkan pencitraan yang benar pula.¹⁷ Seperti beberapa dasar metode berdakwah yang sudah dijelaskan dalam Al Quran.

1) Metode Dakwah *Bil Lisan*

Berdasarkan pada makna dan urgensi dakwah, serta kenyataan dakwah yang terjadi di lapangan, maka di dalam Al-Quran al-Karim telah meletakkan dasar-dasar metode dakwah dalam sebuah surat an-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُم بِآيَاتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang

¹⁷ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), 358

siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”¹⁸

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah meliputi: *hikmah*, *mau'idhah hasanah*, dan diskusi dengan cara yang baik. Menurut Imam al-Syaukani, hikmah adalah ucapan-ucapan yang tepat dan benar, atau menurut penafsiran hikmah adalah argumen-argumen yang kuat dan meyakinkan. Sedangkan mau'idhah hasanah adalah ucapan yang berisi nasihat-nasihat yang baik dimana ia dapat bermanfaat bagi orang yang mendengarkannya, atau menurut penafsiran, *mau'idhah hasanah* adalah argument-argumen yang memuaskan sehingga pihak yang mendengarkan dapat membenarkan apa yang disampaikan oleh pembawa argumen itu. Sedangkan diskusi dengan cara yang baik adalah berdiskusi dengan cara yang paling baik dari cara-cara berdiskusi yang ada.¹⁹

B. Konsep Dakwah Virtual

1. Pengertian Virtual

¹⁸ QS. An Nahl (16): 125

¹⁹ Ali Mustafa Yaqub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, (Pejaten Barat: Pustaka Firdaus, 2000), 121-122.

Virtual berasal dari kata visual, yang artinya adalah *proses perubahan suatu konsep dan pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar, tulisan, drafik dan lain-lain agar dapat dilihat dengan indra penglihatan (mata) untuk disajikan*.²⁰ Tubb dan Moss sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana mendefinisikan *Virtual* sebagai proses komunikasi tanpa wujud, namun secara luas merupakan wadah komunikasi ruang maya dalam internet.²¹ Sehingga dakwah virtual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seruan kebaikan dan ketauhidan dalam media sosial atau internet.

Komunikasi virtual tidak dapat lepas dari sebuah media internet yang menggunakannya sebagai alat komunikasi disini terlihat adanya peralihan gaya atau kebiasaan manusia dalam berkomunikasi menyampaikan informasi dengan sesamanya. Dikatakan begitu karena saat ini manusia tidak perlu lagi berkomunikasi pada waktu, tempat yang sama. Nampaknya melalui komunikasi virtual saat ini, hambatan-hambatan yang ada terdahulu seperti jarak, waktu, biaya serta kesulitan lainnya dapat teratasi. Hal ini dikarenakan internet sebagai media komunikasi virtual tidak terbatas ruangnya sehingga masyarakat luas dapat menyampaikan informasi kemanasaja dan ke siapa saja. Dalam komunikasi virtual, memungkinkan seseorang berinteraksi tetapi sebenarnya mereka tidak berada secara wujud di tempat itu.

²⁰ Tim Bahasa Departemen Pendidikan Nasional., *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta, Balai Pustaka, 2005), 821

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Satu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), 59.

Virtual sebenarnya adjective atau kaya sifat yang maknanya bahwa sesuatu yang diiringinya ini memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu fungsi yang nyata, tanpa mempunyai sesuatu bentuk yang nyata/dapat dilihat. Kalau simpelnya ada pengertian yang menyebutkan virtual itu suatu bentuk bayangan dari sesuatu yang nyata yang diaplikasikan dalam bentuk teknologi.²²

2. Dakwah Virtual

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. Keunggulan teknologi industri telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga mampu menghasilkan alat-alat informasi, komunikasi dan transportasi sedemikian mudahnya dan dalam waktu yang singkat. Tak mengherankan kalau dunia entertainment berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara live atau recorded, cetak atau elektronik. Oleh karena itu, tugas kita semakin berat, bukan saja siaran itu dapat membimbing umat Islam dalam pengamalan agama, tetapi juga memberikan motivasi kepada umat

²² Douglas E. Cowan, *Religion Online* (London: Routledge, 2004), 17.

dan berupaya menggerakkannya agar meningkatkan partisipasinya secara maksimal dalam mensukseskan program-program pembinaan keagamaan.²³

Dakwah virtual adalah kegiatan dakwah yang dilakukan melalui media digital atau media teknologi informasi berupa tv, radio, internet dan lainnya. Manfaatnya adalah para da'I akan menguasai teknologi sehingga dakwah akan menyebar dengan cepat dan pesat.²⁴

Dakwah virtual adalah dakwah lewat multimedia seperti internet maupun yang lainnya, dengan asumsi bagaimana menggunakan multimedia sebagai sarana dakwah kepada masyarakat. Manfaat yang bisa di ambil dari dakwah virtual ini adalah sangat banyak sekali. Lewat blog misalnya, kita bisa menyampaikan pesan dakwah dari satu tempat namun bisa di baca oleh seluruh mad'u di manapun berada. Blog juga menjadikan nuansa dakwah akan sedikit bervariasi dan menghindari kejenuhan mad'u mengingat dalam aplikasinya tampilan blog bisa di rubah-rubah sesuai dengan selera penggunanya. Begitu pula kalau menyampaikan misi dakwah lewat facebook, mad'u biasanya tanpa terasa telah memetik banyak

pelajaran padahal sebenarnya mad'u hanya ingin berbagi dengan teman maupun keluarganya lewat akun facebook.

3. Kelebihan Internet Sebagai Media Dakwah

²³ Zulkiple Abd. Ghani; *islam, komunikasi dan tekhnologi maklumat*, (Jakarta), 34-35

²⁴ Oemar Hamalik, *Media Pendidikan*, (Bandung : PT.Citra Aditya Bakti, 1989), 35

Dibandingkan media dakwah yang lain, Internet memiliki dua keunggulan :

- a. Karena sifatnya yang never turn-off (tidak pernah dimatikan) dan unlimited access (dapat diakses tanpa batas). Internet memberi keleluasaan kepada penggunanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun.
- b. Internet merupakan tempat yang tepat bagi mereka yang ingin berdiskusi tentang pengalaman spiritual yang mungkin tidak rasional dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurangi keterbukaannya.

Sebagian orang yang memiliki keterbatasan dalam komunikasi sering kali mendapat kesulitan guna mengatasi dahaga spiritual mereka. Padahal mereka ingin sekali berdiskusi dan mendapat bimbingan dari para ulama. Sementara itu ada sebagian orang yang ingin bertanya atau siap berdebat dengan para ulama untuk mencari kebenaran namun kondisi sering tidak memungkinkan. Internet hadir sebagai kawan (atau lawan) diskusi sekaligus pembimbing setia. Para ulama seharusnya dapat menggunakan internet sebagai media efektif untuk mencapai tujuan dakwahnya.²⁵

Perlu diingat bahwa keefektifan media ini juga sangat tergantung pada umat Islam itu sendiri. Artinya kecakapan dan keikhlasan mereka dalam berdakwah via internet, serta kesungguhan mereka dalam meredam segala bentuk perpecahan dan perselisihan intern dalam ummat Islam sangat berpengaruh dalam

²⁵ Ibid., 76

sukses tidaknya misi suci ini. Untuk itulah diantara kewajiban para pemimpin aliran-aliran dalam Islam agar berusaha semaksimal mungkin untuk dapat merukunkan dan meminimalisir titik perbedaan dan berusaha mengedepankan titik persamaan. jika di dalamnya terdapatnya unsur ajakan kepada yang hak dan memperingatkan akan yang bathil.

Ada dua komponen penerapan dakwah lewat internet bisa digunakan, yakni lewat mailing list atau email dan penyaluran informasi melalui web-site. Namun saat ini yang paling optimal adalah melalui email. Karena kita tahu, email tidak terlalu membutuhkan teknologi tinggi. Dan dari segi statistik pun, populasi pengguna email sudah sangat banyak. Sedangkan bila kita menggunakan web-site atau situs-situs, kebalikannya dengan email, yakni membutuhkan proses yang lebih panjang dan rumit kendati dari segi tampilan mungkin menarik. Di samping itu, harus pula ada provider dan konektivitas lebih dulu.²⁶

4. Pemanfaatan Internet Untuk Berdakwah

Internet adalah media dan sumber informasi yang paling canggih saat ini sebab teknologi ini menawarkan berbagai kemudahan, kecepatan, ketepatan akses dan kemampuan menyediakan berbagai kebutuhan informasi setiap orang, kapan saja, dimana saja dan pada tingkat apa saja. Berbagai informasi yang dapat diperoleh melalui Internet antara lain lapangan pekerjaan, olahraga, seni, belanja, perjalanan, kesehatan, permainan, berita, komunikasi lewat email, mailing list, dan

²⁶ M. Syafa'at Habib, *Buku Pedoman Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1988), 180-181.

chatting, bahkan artikel-artikel ilmiah dalam berbagai disiplin ilmu, dan lain sebagainya. Hampir semua bidang tugas manusia, apapun jenisnya, dapat dicari melalui Internet. Internet sebagai sumber informasi memungkinkan semua orang untuk terus belajar seumur hidup, kapan dan dimanapun serta untuk keperluan apapun. Dan untuk kebutuhan belajar bagi setiap individu, Internet tidak hanya menyediakan fasilitas penelusuran informasi tetapi juga komunikasi.²⁷

Berdakwah merupakan kewajiban setiap manusia, setiap orang dalam berbagai profesi bisa melaksanakan da'wah. Sebab berda'wah dapat dilakukan dalam multidimensi kehidupan. Sebagaimana telah diketahui bahwa dakwah Islam tidak hanya bi al-lisan (dengan ungkapan/kata-kata), melainkan juga bi al-kitab (dengan tulis-menulis), bi at-tadbir (manajemen/pengorganisasian) dan bi al-hal (aksi sosial). Seorang dai atau muballigh yang baik tidak hanya menguasai materi dakwah, melainkan juga harus memahami budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Hal itu akan mempermudah dai dalam memilih kata dan menemukan metode apa yang harus digunakan. Rasulullah SAW bersabda yang artinya: "Berbicaralah kepada manusia menurut kadar kecerdasan mereka." (HR. Muslim).

Matthew DeBell dari The Education Statistics Services Institute (ESSI) mengatakan bahwa penggunaan komputer dan Internet dapat meningkatkan kualitas hidup orang setiap hari dan meningkatkan prospek pasar kerja mereka. Tingkat penggunaan komputer dan Internet dapat dianggap sebagai indikator

²⁷ M. Amin Rais, *Cakrawala Islam*, (Bandung : Mizan, 1987), 27.

standar hidup. Diantara berbagai tujuan orang memanfaatkan Internet antara lain: Berbagi data penelitian dan pekerjaan diantara rekan sejawat dan individu-individu dalam profesi yang sama. Berkomunikasi dengan orang lain dan mengirim file melalui e-mail. Meminta dan memberikan bantuan dengan mengajukan permasalahan dan pertanyaan. Memasarkan dan mempublikasikan produk dan jasa. Mengumpulkan umpan balik dan saran-saran dari para pelanggan dan rekan bisnis.²⁸

Menurut Buxbaum memahami informasi berkaitan dengan keahlian teknologi informasi, tetapi memberikan pengaruh yang lebih luas kepada individu, sistem pendidikan, dan masyarakat. Keahlian teknologi informasi membuat seseorang dapat menggunakan komputer, aplikasi perangkat lunak, database, dan teknologi lain untuk mencapai berbagai tujuan akademis, pribadi, dan tujuan yang berkaitan dengan pekerjaan. Individu yang memiliki kemampuan memahami informasi perlu mengembangkan beberapa keahlian teknologi.²⁹

Secara survey, sejauh ini memang belum ada penelitian mengenai efektivitas pemanfaatan internet bagi kepentingan dakwah Islam. Tapi yang pasti, di kalangan akademisi telah memanfaatkan sarana internet secara optimal bagi pengembangan syiar agama. Hal tersebut misalnya ditandai dengan banyak bermunculan situs baru bernuansakan Islam. Sebab itu, bisa dikatakan dakwah melalui internet ini sangat efektif karena didukung oleh sifat internet yang tidak

²⁸ R. Agus Toha Kuswata SKM, dan R. UU Kuswara Suryakusumah, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Arhika Media Cipta, 1986), 113.

²⁹ *Ibid.*, 117.

terbatas ruang dan waktu. Materi keislaman dan dakwah bisa disebar dengan cepat dan efisien. Dari segi biaya pun menjadi sangat murah. Informasi yang disebar lewat internet, dapat menjangkau siapapun dan di manapun asalkan yang bersangkutan mengakses internet. Umat Islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis islami, silaturahmi dan lain-lain.³⁰

Dengan adanya globalisasi kompetisi akan semakin berat, sehingga kita perlu berlomba lomba menguasai teknologi informasi serta mencari ilmu pengetahuan sebanyak-banyaknya, oleh karenanya penguasaan teknologi informasi mutlak diperlukan oleh umat Islam, karena hal itu merupakan salah satu cara paling efektif guna menyampaikan informasi yang sebenarnya mengenai.³¹

5. Strategi Berdakwah Melalui Internet

Strategi dakwah adalah merupakan metode, siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan sekali dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya dengan kemajuan peradaban manusia menjadikan globalisasi sebagai sebuah

³⁰ Elisabeth K. Nottingham, *Agama dan Masyarakat*, (Jakarta : Rajawali, t.th.), 28.

³¹ Ibid..., 54.

ideologi bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi.³²

Untuk dapat mencapai tujuan yang tepat dan mendapatkan keberhasilan, maka seorang da'i harus pandai dalam memilih media dakwah. Masyarakat masa kini adalah masyarakat plural yang berkembang dengan berbagai kebutuhan yang praktis, sehingga kecanggihan teknologi mau tidak mau akan menghadapi dan menjadi idaman dalam kehidupan masyarakat. Kecanggihan teknologi telah membuka sekat dan menghilangkan batas ruang dan waktu, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman. Dengan demikian, media dakwah merupakan wasilah bagi keberhasilan dakwah yang dilakukan. Pendakwah di zaman ini tidak lagi mapan dengan hanya kebolehan berpidato atau berceramah. Tetapi pendakwah zaman ini adalah penyelidik dan penggerak kepada penyelesaian masalah semasa secara praktis. Artinya dalam posisi ini mempunyai kesadaran dan telah menempatkan pada posisi startegis dengan menghadirkan dan mengikutsertakan teknologi informasi sebagai mitranya dalam dakwah amar ma'ruf nahi munkar.

Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, da'i, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda kita agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet.

³² Asmuni Syukir, *Dasar-dasar*, 173-174.

Sebuah langkah yang baik telah banyak dilakukan oleh ulama-ulama di timur tengah dan para cendekiawan Islam di Eropa dan Amerika yang menyambut media internet sebagai senjata dakwah. Langkah-langkah untuk berdakwah melalui internet dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam, diantaranya: cybermuslim atau cyberdakwah, Situs Dakwah Islam, YoutubeIslam atau IslamTube, Website, Blog dan Jaringan sosial seperti: Facebook dan twitter. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya.³³

6. Dakwah virtual juga bisa disebut cyber dakwah

Dakwah bukan hanya sekadar menginformasikan ajaran agama (Islam), namun juga bagaimana pemaknaan itu tercipta bagi objek sasaran dakwah. Bila dilihat dari studi komunikasi, maka realitas tersebut dapat pula disandarkan pada pemikiran John Fiske, di mana komunikasi dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna yang berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks itu berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna, dan ini berkenaan dengan peran teks dalam kebudayaan kita, yang disebut sebagai mazhab semiotika.³⁴ Dengan demikian dakwah dapat dipahami bukan hanya sebatas mentransfer informasi (pesan), namun juga pemaknaan akan pesan yang disampaikan dalam dakwah,

³³ Ibid..., 187

³⁴ John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, terj. Yosol Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 8-10.

sehingga aktualisasi yang dihasilkan adalah bentuk implikasi dari pemaknaan tersebut.

Beralihnya masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern, menumbuhkan wacana-wacana modernitas dalam setiap lini kehidupan. Semua aspek berlomba-lomba untuk menjadi modern sebagai bentuk apresiasi “melek” teknologi, sehingga bisa menjadi seseorang atau kelompok adaptif dengan peradaban modern. Demikian pula dalam gerakan dakwah, seolah tergugah untuk turut memanfaatkan (bila tidak mau disebut dengan “demam”) media atau teknologi modern seperti internet sebagai salah satu media dakwah. Bila penggunaan internet sebagai ruang imajinasi atau dunia maya dikenal dengan istilah cyberspace, yang kemudian setelah merambah dalam wilayah ekonomi, sosial politik dan budaya dikenal istilah cyberculture, maka pemanfaatan internet dalam gerakan dakwah dapat pula disebut sebagai cyberdakwah.³⁵

Penggunaan istilah cyberdakwah memang tergolong dalam istilah baru dalam dunia dakwah. Bagi sebagian yang lain, cyberdakwah diistilahkan dengan dakwah digital, dakwah virtual, dakwah cyber, atau istilah sejenis lainnya. Apapun istilah yang dipergunakan, pada hakikatnya memiliki esensi yang sama, yaitu

³⁵ Ibid..., 16

memanfaatkan internet sebagai ruang untuk berkreasi, menuliskan imajinasi, gagasan, informasi, atau gerakan dakwah. Kehadiran cyberdakwah dalam ruang virtual tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah semangat untuk membangun dinamika dakwah. Bila dahulu kajian keislaman didapat dari ceramah-ceramah, atau even-even yang terbatas, maka melalui internet kajian keislaman dapat diakses dengan mudah kapanpun dan di manapun sepanjang tersedia akses internet.³⁶

Dakwah tidak hanya sekadar bersifat ceramah di masjid, namun disesuaikan dengan kebutuhan, situasi dan kesibukan masyarakat. Bentuk dan model dakwahpun terus berkembang mulai dari ceramah, diskusi, dialog, hingga dakwah yang bersifat hiburan seperti musik, sinetron, dan film. Dalam hal ini, muatan dan materi dakwah menjadi sangat plural, dan bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat. Artinya, materi dakwah sangat ditentukan oleh realitas dan kondisi masyarakat yang sedang berlangsung.³⁷ Isu populer yang sedang berkembang dalam masyarakat, akan menjadi pilihan menarik dalam menentukan materi dakwah, ketimbang berisi antara surga dan neraka saja. Bentuk dan model dakwahpun terus berkembang mulai dari ceramah, diskusi, dialog, hingga dakwah yang bersifat hiburan seperti musik, sinetron, dan film. Dalam hal ini, muatan dan materi dakwah menjadi sangat plural, dan bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat. Artinya, materi dakwah sangat ditentukan oleh realitas dan

³⁶ Ibid..., 56

³⁷ Ibid..., 87

kondisi masyarakat yang sedang berlangsung. Isu populer yang sedang berkembang dalam masyarakat, akan menjadi pilihan menarik dalam menentukan materi dakwah, ketimbang berisi antara surga dan neraka saja.

Dari pemaparan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan baik individu maupun kelompok agar terjadi perubahan yang lebih baik yang dilandasi atas dasar nilai-nilai agama (Islam). Perubahan tersebut menyangkut sikap hidup dan perilaku seseorang serta tatanan kehidupan masyarakat dalam semua aspek kehidupan. Media, model, dan pendekatan yang digunakan dapat sangat beragam dan terus berkembang sesuai dengan taraf kemajuan umat manusia.³⁸

Dakwah sebagai kegiatan komunikasi mencakup faktor-faktor tertentu, seperti isi, panyampai (komunikator), saluran, audience, dan tujuan-tujuan tertentu. Dalam konteks teknologi di atas, memungkinkan dakwah dipandang sebagai aktualisasi diri umat Islam dan sekaligus sebagai rivalitas terhadap ketersediaan informasi mengenai Islam dalam berbagai perspektif dan kepentingan-kepentingan.

Dengan demikian, penggunaan internet sebagai aktivitas komunikasi/dakwah dapat ditujukan antara lain: **Pertama**, mensosialisasikan ajaran Islam itu sendiri, **Kedua**, menyediakan kebutuhan informasi bagi umat

³⁸ ISLAMICA, Volume 7, Nomor 1, September 2012 “*cyber dakwah sebagai media alternative dakwah* “.diakses 25 April 2017

Islam dan **Ketiga**, sebagai *counter* (penyeimbang) terhadap informasi yang bersifat tendensius, stereotipe dan menyudutkan Islam.

Peran ini dikembangkan oleh para mujahid dakwah kontemporer, agar syiar dan muatan suci ajaran Islam tetap dapat diterima dan diaplikasikan oleh masyarakat muslim. Dengan perkembangan teknologi informasi yang dewasa ini, menyebabkan sejumlah informasi yang tidak hanya bersifat positif dan pemberdayaan umat, tetapi juga dapat menjadikan umat Islam bergeser dari pedoman hidup yang selama ini dipegangnya. Arus informasi yang dibawa oleh dinamika perkembangan teknologi tidak saja membawa pesan yang sifatnya informatif, tetapi juga dapat bersifat disiinformatif –menyesatkan- bahkan mungkin hanya sekedar menjadi *junk information* (informasi sampah). Akses dan pemahaman terhadap sumber-sumber teknologi yang ada perlu menjadi perhatian para da'i. Para komunikator Islam tidak hanya perlu menguasai ilmu agama, dan ilmu umum untuk mengkompilasi muatan Islam yang akan disampaikan, tetapi juga media yang merupakan sarana efektif dalam menunaikan tugas mulia dakwah. Salah satu teknologi yang menjadi trend masyarakat dewasa ini adalah internet. Sebagai media terkini, internet telah memiliki masyarakat sendiri yang semakin hari semakin meningkat populasinya.³⁹

Masyarakat pengguna internet telah menghabiskan sebagian besar waktu mereka di dunia maya (virtual). Berbagai informasi memenuhi ruang *virtual* yang

³⁹ R. Agus Toha Kuswata SKM, dan R. UU Kuswara Suryakusumah, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Arhika Media Cipta, 1986), 113.

mana informasi yang tersedia, tidak hanya informasi yang memberi kemaslahatan (kemanfaatan), tetapi juga mengarah pada kondisi *information overload* (banjir informasi) dan menyajikan junk informasi atau informasi yang kurang memberi manfaat kepada publik hingga menyebabkan kemudharatan (kondisi yang tidak diinginkan). Dalam dunia dakwah, internet digunakan untuk mengembangkan, memberi alternatif bahkan sampai pada perang informasi terhadap ideologi-ideologi yang berbeda. Teknologi informasi dan komunikasi memunculkan situasi dunia baru yang disebut sebagai masyarakat informasi (*Information society*) yang menempati sebuah tempat tertentu.

Al-Qur'an secara jelas menyebut dakwah sebagai *ahsan al qaula* (Fushshilat:33) yang berarti ucapan yang baik. Posisi umat Islam di antara umat-umat lain sebagai *khair al ummah* apabila aktif dalam menjalankan misi dakwah (Al Imran:110). Pertolongan Allah terhadap umat Islam dikaitkan kepada mereka yang menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* (al Hajj: 40-41). Sebaliknya, azab akan ditimpakan kepada orang-orang yang melalaikan kegiatan dakwah ini (al Maaidah:79). Bahkan dalam salah satu hadits Rasulullah Saw menyatakan bahwa doa umat Islam tidak akan dikabulkan bila tidak menghiraukan kegiatan dakwah ini (H.R. Imam Muslim). Dengan teknologi, para da'i (sender) tidak lagi disibukkan menghadapi mad'u (receiver) dakwah yang riil, tetapi selaiknya siap melayani dan membentengi umat melalui penggunaan teknologi internet.⁴⁰

⁴⁰ Ibid..., 122

Problematika dakwah pun kemudian semakin kompleks dan komplit terkait dengan penguasaan teknologi dan strategi dakwah yang membutuhkan tingkat penguasaan teknologi, pemeliharaan dan pengelolaan yang khusus yang berbeda dengan media-media lama yang ada. Internet memberikan kesempatan bagi editor, pemimpin redaksi, jurnalis menciptakan artikel yang secara substansial melalui pencarian sumber yang disediakan oleh internet. Ia juga mengalami integrasi dengan teknologi komunikasi yang lain. Seperti Delphi Internet Service, Inc., diintegrasikan dengan *NewsCorps* yang dimiliki oleh Murdoch, America Online (AOL) juga memberikan pelayanan versi online untuk *Time*, *Disney Adnvetures*, *Chicago Tribune*. Washington Post juga menggunakan layanan online dan kemudian diambil alih oleh AT&T. Layanan *real time* juga diberikan melalui internet seperti *Bloomberg Bussiness News*.⁴¹

Ini digunakan untuk memprediksikan pergerakan saham-saham dunia dan pergerakan mata uang dunia. Lycos Eropa dalam perkembangannya melakukan *joint venture* dengan *Bertelsmaan* dan *Viacom* dua dari lima besar perusahaan media dunia selain *Time Warner*, *Disney* dan Murdoch dengan News Corps. Jadi, teridentifikasi bahwa keberadaan internet telah menjadi kepedulian semua pihak yang digunakan untuk berbagai kepentingan.⁴²

John S. Makulowich mengatakan bahwa teknologi internet menjadikan kita dapat menggunakan sumber-sumber lebih baik, dan menggunakan lebih banyak

⁴¹ Ibid..., 137

⁴² Ibid..., 159

sumber-sumber serta menggunakan waktu seseorang lebih sedikit untuk menghasilkan sebuah karya tertentu. Ini berarti keberadaan teknologi komunikasi internet tersebut memberi peluang dan kesempatan secara lebih baik dalam memberikan sumber-sumber informasi yang dibutuhkan.

Pavlik merinci kemanfaatan ini dalam tiga keunggulan pokok, yaitu: *faster, better and cheaper*. Pertanyaannya kemudian, bagaimana hal ini terjadi di Indonesia, bagi dunia Islam secara keseluruhan, dan aplikasinya bagi umat Islam di Indonesia? Di Indonesia terdapat website yang khusus menyajikan berita seperti Detikcom, Republika.com, Tempointeraktif.com, Kompas.com dan sejumlah situs lainnya. Biasanya situs ini terkait dengan surat kabar yang terbit secara konvensional (kecuali Detikcom). Situs mereka lebih dapat disebut sebagai koran on-line. Sedangkan yang terkait dengan umat Islam atau hal-hal yang berkaitan dengan ke-Islaman telah ada berbagai situs seperti eramuslim.com, Islamlib.com, swaramuslim.com, MyQuran.com, Ukhuwah.or.id, Isnet.com, pesantrenvirtual.com, Islam.or.id, hizbut-tahrir.or.id, dan sebagainya.⁴³

7. Macam-macam Media virtual

Media Virtual bermacam-macam yaitu radio, tv, internet dan semacamnya. Dakwah yang digunakan oleh Film Maker Muslim adalah melalui video online atau film yang ada di internet. Perkembangan teknologi pada media massa merupakan salah satu pokok bahasan yang saling berkaitan. Media massa - yang

⁴³ Amar Ahmad, "Dinamika Komunikasi Islami di Media Online", 2

terdiri atas media cetak (surat kabar, majalah) maupun elektronik (radio, televisi, film, dan internet) - merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau sejumlah besar orang. Media massa diidentifikasi sebagai suatu agen sosialisasi yang berpengaruh pula terhadap perilaku khalayaknya. Peningkatan teknologi yang memungkinkan peningkatan kualitas pesan serta peningkatan frekuensi penerpaan masyarakat pun memberi peluang bagi media massa untuk berperan sebagai agen sosialisasi yang semakin penting.⁴⁴

Televisi tidak pernah menjadi media yang statis. Televisi mengubah kehidupan orang, walaupun hanya mengarah pada penataan rumah mereka. Seperti yang dikemukakan oleh Lynn Spigel yang memberikan contoh dalam sebuah majalah wanita tahun 1950 di Amerika membahas cara menata kembali perabotan rumah untuk menyimpan televisi sebagai pengganti perapian dan piano tradisional. Majalah ini juga mencatat bahwa televisi dapat memberikan sebuah pengaruh yang menyatukan kehidupan keluarga. Pada periode selanjutnya televisi sering ditempatkan di mana mereka dapat menontonnya sambil makan. Sekarang beberapa rumah tangga mempunyai lebih dari satu pesawat televisi, dan anggota keluarga mereka dapat menonton sendiri-sendiri. Perubahan televisi tidak hanya seputar rumah, tetapi juga berita, politik dan informasi. Beberapa kalangan mengatakan bahwa televisi mengubah seluruh masyarakat.⁴⁵

⁴⁴ Kumanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2004), 26

⁴⁵ Atwar Bajari dan Shala Tua Saragih, *Komunikasi Kontekstual Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Rosda, 2011), 483

8. Peranan Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.⁴⁶

Media sosial digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu:⁴⁷

- a. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll)
- b. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, dll)
- c. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll)
- d. Publish, (wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dll)
- e. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dll)
- f. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll)
- g. Virtual worlds (habbo, imvu, starday, dll)

⁴⁶ Ibid, 485

⁴⁷ Ibid

- h. Livecast (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dll)
- i. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings!, dll)
- j. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll)

Media sosial dapat membuat manusia berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Saat ini media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan di zaman modern. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial. Banyak sekali manfaat yang akan didapat dengan memanfaatkan media sosial. Baik sebagai media pemasaran, bisnis, mencari koneksi, memperluas pertemanan, ataupun berdakwah.

Ustaz Yusuf Mansur misalnya yang menggunakan media sosial *facebook* dalam dakwahnya. Ustaz Yusuf Mansur biasanya hanya sekedar men-*share* kata-kata mutiara Islam, hadits dan kutipan ayat-ayat dalam Al-Quran kepada setiap orang yang men-*like* akun *facebook* miliknya.⁴⁸ Proses dakwah yang sedikit sederhana ini ternyata dirasakan efektif dan efisien.

Media sosial memberikan banyak sekali manfaat baik dan bisa memberikan dampak buruk. Baik bila digunakan untuk pembelajaran informasi dan buruk bila digunakan untuk hal yang negatif. Pada akhirnya nilai positif atau negatif produk teknologi akan ditentukan oleh niat dan motivasi yang akan menjadi penentu apakah suatu sarana akan menjadi bermanfaat atau *mudharat*.

⁴⁸ Anwar Sani, *Belajar dari Ustadz Yusuf mansur*. (Yogyakarta : Gramedia 2014), 33

Media sosial ini memungkinkan penggunanya di seluruh dunia untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi dengan cara saling mengirimkan email, menghubungkan komputer satu ke ke komputer yang lain, mengirim dan menerima file dalam bentuk text, audio, video, membahas topik tertentu pada newsgroup, website social networking dan lain-lain.

Pemanfaatan media sosial sebagai media berdakwah sangatlah efektif, karena didukung oleh sifatnya yang tidak terbatas ruang dan waktu. Materi keislaman dan dakwah bisa disebarkan dengan cepat dan efisien. Dari segi biaya pun menjadi sangat murah. Informasi yang disebarkan lewat media sosial dapat menjangkau siapapun dan dimanapun asalkan yng bersangkutan mengakses internet. Umat Islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis Islami, *silaturahmi* dan lain-lain. Oleh sebab itu, umat Islam harus mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi.

Pada hakekatnya metode dan sarana untuk berdakwah sangat banyak dan luas atau bahkan mungkin tidak akan ada batasnya. Sebab semua yang bisa dikerjakan oleh manusia dan apa yang ada di muka bumi ini selagi tidak berbenturan dengan doktrin Islam, maka hal itu boleh dijadikan sebagai metode dan sarana untuk berdakwah. Akan tetapi, ada kekurangan bila berdakwah melalui media sosial diantaranya sasarannya hanya terbatas pada para pengguna internet semata. Namun demikian berdakwah melalui media sosial memiliki cakupan yang sangat luas hingga pada tahapan international bukan lagi nasional.

C. Konsep Meme dan Vlog

1. Konsep Meme

Kata *meme* pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins pada 1976 melalui bukunya *The Selfish Gene*. Dawkins, yang merupakan seorang ahli Biologi, membutuhkan nama untuk replikator barunya, dalam bukunya, Dawkins berkata:

We need a name for the new replicator, a noun that conveys the idea of a unit of *imitation*. „Mimeme“ comes from a suitable Greek root, but I want a monosyllable that sounds a bit like „gene“. I hope my classicist friends will forgive me if I abbreviate mimeme to *meme*. Examples of memes are tunes, ideas, catch-phrases, clothes fashions, ways of making pots or of building arches. Just as genes propagate themselves in the gene pool by leaping from body to body via sperms or eggs, so memes propagate themselves in the meme pool by leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation.⁴⁹

Ide diatas menjelaskan bagaimana Dawkins menggunakan kata *meme*, yang mulanya berasal dari bahasa Yunani “mimeme”, sebagai sebutan bagi satuan terkecil dari sebuah budaya yang mirip seperti gen. Unit ini mampu berkembang-biak, layaknya gen yang berkembang dengan memperbanyak diri dari satu tubuh ke tubuh lainnya melalui sperma atau telur, *meme* berkembang-biak dari satu pikiran kepada pikiran yang lain melalui proses imitasi.

Salah satu contoh dari *meme* menurut Dawkins ialah ide, lagu, gaya berpakaian, atau cara untuk melakukan sesuatu. N. K. Humphrey bahkan

⁴⁹ Richard Dawkins, *The Selfish Gene*, (New York: Oxford University Press, 1976), 192.

menuliskan bahwa seharusnya *meme* dianggap sebagai struktur yang hidup, tidak hanya secara metafora, namun juga secara teknis.⁵⁰

Saintis lainnya, Dan Sperber, lebih memahami *meme* sebagai replikator kebudayaan (*cultural replicator*), dan mengistilahkannya kedalam kata *representation*. Ia menjelaskan bahwa replikator ialah simbol dan asosiasi didalam pikiran manusia. Lebih jauh mengenai itu, Sperber menjelaskan bahwa ada dua jenis utama *representation*, yakni *mental representation* yang pengaruhnya bersifat internal dan tidak kasat mata, seperti keyakinan dan agama. Kemudian ada *public representation* yang pengaruhnya bersifat eksternal (kasat mata), seperti lukisan atau gaya berpakaian. Sperber menambahkan dengan adanya *cultural representation* sebagai percampuran dari dua jenis sebelumnya.⁵¹

Secara garis besar, pemahaman terhadap *meme* (atau *representation*) antara Sperber dan Dawkins sama. Namun pada satu sisi, Sperber membawa *representation* kepada level baru yang lebih tinggi. Jika Dawkins menganggap *meme* lebih kepada virus yang menyebar didalam satu populasi pada satu masa generasi (seperti epidemi), maka Sperber berpandangan bahwa *representation* (sebutan Sperber terhadap *meme*) punya dua cara untuk berkembang-biak. Cara yang pertama yakni berkembang secara vertikal, menular dari satu generasi ke generasi selanjutnya, seperti yang gen lakukan. Cara kedua yakni berkembang

⁵⁰ Ibid..

⁵¹ Dan Sperber melalui Carlos Muricio Castano Diaz, *Defining & Characterizing the Concept of Internet Meme*, (Copenhagen: University of Copenhagen, 2013), 85.

secara horizontal, menular dari satu pikiran kepada pikiran yang lain pada satu masa generasi, seperti yang dilakukan oleh virus.

Jika ditarik satu garis besar tentang apa itu *meme*, dapat dipahami bahwa penjelasan tentang *meme* itu sendiri ialah:

- a. Meme ialah satuan terkecil dari budaya yang mampu berkembang-biak dengan cara mengkopi dirinya melalui satu pikiran kepada pikiran yang lain (*imitation*).
- b. Berdasarkan bentuknya, meme mempunyai 2 bentuk utama dan satu bentuk tambahan sebagai konsekuensi kombinasi antara dua bentuk utama. Masing-masing ialah *mental representation*, *public representation*, dan yang ketiga ialah *cultural representation*.
- c. Meme dapat berkembang-biak melalui dua kanal. kanal vertikal (*parental transmission*), yakni dengan berkembang dari satu generasi kepada generasi selanjutnya seperti gen. Alur horizontal (*procelytic transmission*), yakni berkembang dalam satu populasi pada satu masa generasi, seperti virus.⁵²

Bentuk wacana *meme* dapat berupa video, gambar, maupun teks bergambar. *Meme* yang berbentuk teks bergambar biasanya terdiri dari foto makro yang mempunyai teks berukuran besar yang bertemakan hal yang sama.

Orang dapat membuat *meme* berupa teks bergambar menggunakan aplikasi pembuat *meme* yang dikenal sebagai generator *meme* yang terdapat di

⁵² Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi*, 164.

banyak situs di dunia maya. Siapa saja dapat membuat *meme* menggunakan foto yang sudah ada dan tentunya mengikuti aturan yang berlaku untuk *meme* tersebut. Aturan tersebut misalnya dalam bahasa apa *meme* tersebut ditulis, foto apa yang digunakan, dan bagaimana struktur *meme* tersebut. Gambar ini kemudian diunggah ke media sosial. Ketika *meme* tersebut sudah tersebar di dunia maya, siapapun dapat mengunggah ulang.⁵³

Menurut Shukla, terdapat sejumlah kriteria untuk menciptakan daya tarik dari *meme*, yaitu:

- a. Ketelitian (*high copying fidelity*)
- b. Keberhasilan mencapai sasaram (*increased reach*)
- c. Memiliki daya tarik (*prolific audience*)
- d. Permanen (*permanence*)
- e. Meyakinkan (*trust*)
- f. Menjadi bahan pembicaraan (*conversation*)⁵⁴

2. Perkembangan Meme di Indonesia

Internet menjadi sebuah media baru untuk persebaran wacana. Salah satu bentuk wacana yang baru tersebar melalui internet adalah *meme*. *Meme* adalah

⁵³ Nurcholis Madjid, *Dakwah Lewat Internet: Wajah Dakwah Masa Depan*, (Jakarta: Republik, 1995), 8.

⁵⁴ Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo, Persada, 1998), 23.

sebuah fenomena baru dalam dunia maya yang berbentuk ide yang tertuang dalam bentuk wacana dan tersebar di dunia maya melalui sosial media.⁵⁵

Perkembangan teknologi komunikasi internet menggeser cara dan kebiasaan masyarakat dalam berinteraksi. Yang mulanya lebih suka berkumpul dan bercengkerama di dunia nyata, kini menjadi lebih gemar berkumpul di dalam komunitas di dunia maya, sehingga proses komunikasi pun tidak berjalan sama lagi ketika internet belum berkembang. Bagi *meme*, komunikasi merupakan jalan untuk mengembang-biakkan dirinya menuju pikiran yang lain. Kondisi yang seperti ini akhirnya memberikan jalan bagi *meme* untuk berkembang kepada level yang lebih modern, bergeser dari cara komunikasi konvensional menuju cara yang lebih maju dengan memperbarui dirinya menjadi *Internet Meme*.⁵⁶

Internet Meme (yang selanjutnya akan disingkat kedalam IM), menurut Knobel & Lankshear seperti dikutip oleh Buchel, adalah istilah terkenal untuk menyebut ide tertentu yang dengan cepat terkenal dan menyebar, biasa diwujudkan dalam bentuk teks, gambar, pergeseran gaya bahasa, atau beberapa unsur kebudayaan yang lain.⁵⁷ Sedangkan Bauckhage mendeskripsikan IM sebagai, "*phenomena that rapidly gain popularity or notoriety on internet*", atau dapat diartikan sebagai suatu fenomena yang mendapat popularitas dengan cepat didalam internet.

⁵⁵ Nurmaini Dalhimunthe, "Pemanfaatan Internet Sebagai Media Dakwah", Jurnal Penelitian, dalam <http://www.uinsuka.2015.info>. Diakses 23 Mei 2017

⁵⁶ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 9.

⁵⁷ Branislav Buchel, *Internet Memes as Means of Communication*, (Brno: Masaryk University, 2012), 29.

Pengertian yang disajikan diatas sedikit dapat memberikan gambaran tentang apa itu IM.⁵⁸ Pertama, IM berkembang-biak didalam media elektronik berbasis Internet. Dapat melalui E-mail, media sosial, blog, atau *platform* lainnya. Kedua, IM dapat berupa video, gambar, teks, dan rekaman suara. Namun selain itu, ia juga bisa melampaui batas-batas sosial dan kebudayaan, keberhasilan persebarannya selalu tidak terduga dan diluar perkiraan, dan salah satu bentuk yang menjadi wujud persebarannya adalah berupa humor atau lelucon.

Indonesia dengan kepadatan penduduknya, serta gaya hidup yang konsumtif menjadikannya sebagai negara dengan jumlah pengguna internet yang masif. Facebook, yang pada bulan Agustus 2015 tercatat sebagai halaman media sosial yang paling banyak digunakan diseluruh dunia, saat ini juga menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan/diakses Indonesia.

Kementerian Komunikasi dan Informasi mencatat sekitar 65% penduduk Indonesia menggunakan media sosial Facebook. Jumlah ini menjadikan indonesia masuk kedalam ranking 4 negara dengan jumlah pengguna Facebook terbanyak USA, Brazil, dan India.

Adapun *meme-meme* yang populer diluar negeri sangatlah banyak ragam dan jumlahnya, sebut saja *Good Guy Greg meme*, *The Success Baby meme*, *Bad Luck Bryan*, *Philosoraptor meme*, dan sebagainya. Tidak jarang juga diantaranya yang diadopsi dan dipakai di Indonesia. Berikut beberapa penjelasan mengenai karakter

⁵⁸ Astrid Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek* (Bandung: Bina Cipta,1997), 7.

meme yang dihimpun dari halaman situs database meme online knowyourmeme.com.⁵⁹

a. Success Kid

Gambar aslinya diambil seorang fotografer bernama Laney Griner pada anaknya yang berumur 11 bulan, Sammy, pada 26 Agustus 2007. Digunakan sebagai *meme* dengan nama *The Success Kid*, namun terkadang juga dikenal sebagai *I Hate Sandcastle*. Foto yang menunjukkan bayi yang memakai kaos berwarna hijau-putih dengan ekspresi wajah puas, namun juga seperti menunjukkan raut wajah frustrasi terhadap sesuatu. Kondisi ini juga berpengaruh pada penggunaannya sebagai *meme*, yang terkadang digunakan untuk mengekspresikan rasa puas terhadap hasil yang diluar perkiraan, atau frustrasi karena suatu hal.

b. Philosoraptor

Meme Philosoraptor berasal dari dua kata, *philosoper* (filsuf) dan *Velociraptor* (salah satu spesies dinosaurus). Digambarkan dengan hanya memperlihatkan wajah Velociraptor dengan satu jari dibawah dagu, menyimbolkan bahwa ia sedang berfikir akan sesuatu, atau mempertanyakan sesuatu. Pada dasarnya, ide Philosoraptor diciptakan untuk desain kaos oleh Sam Smith pada 2008. Philosoraptor direpresentasikan sebagai dinosaurus yang suka menanyakan segala

⁵⁹ Aep Kusnawan et al., *Komunikasi Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2004), 4.

sesuatu tentang alam semesta. Biasanya diikuti dengan teka-teki, isu-isu filosofis, atau parodi antara keduanya.⁶⁰

c. Yo Dawg Heard You

Meme Yo Dawg ialah foto seseorang yang pernah membawakan acara televisi Pimp My Ride bernama Xzibit. Digambarkan Xzibit memakai kaos hitam dengan kalung, ia sedang tertawa karena sesuatu yang aneh atau lucu. Foto tersebut bersumber dari studio foto yang sebenarnya digunakan untuk mempromosikan drama olahraga bernama *Gridiron Gang*, yangmana didalamnya Xzibit berperan sebagai Malcolm Moore. Dalam penggunaannya sebagai meme, ada formula template frasa yang diulang-ulang. Formula tersebut pada dasarnya memang sering diucapkan oleh Xzibit, namun dibuat parodinya sebagai bahan humor dalam *meme*. Frasa tersebut normalnya akan tersusun seperti, "*{yo, sup} dawg, i herd you like X, so i put X in your Y, so you can VERB while you VERB*". Namun akan mengalami perubahan struktur seperti, "*{yo, sup} dawg, i herd you like X, so i put X in your X, so you can X while you X*". Perubahan struktur tersebut disesuaikan dengan konteks humor yang ingin disajikan. Contohnya, "*yo dawg, i herd you like car, so i put car i your car, so you can drive while you drive*".

⁶⁰ Ibid..., 318-319.

Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya menggunakan Facebook sebagai media sosialnya, banyak terinspirasi dari website luar dan telah melakukan banyak adaptasi. Diantaranya dari segi bahasa, penyesuaian karakter, serta penyesuaian humor yang pas dengan selera masyarakat Indonesia. Beberapa *meme* yang sempat ramai dan terkenal di dunia *meme* Indonesia diantaranya yakni Haji Lulung, Sudah Kuduga, Mad Dog, dan lain-lain. Berikut beberapa diantaranya yang berhasil dihimpun peneliti, lengkap dengan penjelasan dan penggunaannya.⁶¹

a. Amin Richman

Hingga saat ini belum dapat dijumpai sumber yang mampu mendeskripsikan darimana asal dan siapa identitas asli dari Amin Richman ini. Namun yang jelas, ia digambarkan sebagai sosok orang kaya baru (OKB) yang selalu menyombongkan diri melalui hartanya. Direpresentasikan sebagai seorang pria bertubuh bongor dengan kedua tangan didadanya, mengenakan penutup kepala dari kain, mengenakan headset, serta wajahnya menunjukkan ekspresi „sok“.

b. Sudah Kuduga

Dion Cecep Supriadi mendadak terkenal karena fotonya yang bergaya “manis” banyak beredar didunia maya. Foto yang diambil ketika Dion menjadi mahasiswa pada 2005 tersebut digunakan para penggiat *meme* dengan kata-kata dugaan, kemudian diikuti kalimat „hmm.. sudah kuduga“

⁶¹ Munir, *Manajemen Dakwah*, 26-27.

secara konsisten. Kombinasi lelucon dengan ekspresi wajah pria yang kini menjadi pegawai di salah satu perusahaan otomotif tersebut menjadi pembicaraan netizen di Indonesia. Berikut beberapa contoh penerapan meme Sudah Kuduga.

c. Meme Haji Lulung

Nama aslinya ialah Abraham Lunggana, sebagai Wakil Ketua DPRD Jakarta, haji Lulung harusnya ialah sosok orang yang disegani. Namun apa yang terjadi ketika rapat mediasi antara DPRD dan Gubernur Jakarta malah menunjukkan tidak demikian, berulang kali haji Lulung salah menyebutkan UPS (*Uninterruptible Power Supply*) sebagai USB (*Universal Serial Bus*). Inilah yang kemudian membuat haji Lulung ramai disindir diberbagai media, termasuk media sosial. Selain membahas tentang kesalahan penyebutan UPS, didalam *meme*, haji Lulung kerap digambarkan sebagai sosok yang „terlalu“ berkuasa.

3. Pengertian Vlog

Vlog berasal dari dua kata yakni ‘video’ dan ‘blog’. Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Blog adalah catatan pribadi secara online yang sering diperbarui dan didistribusikan ke masyarakat umum. Vlog adalah catatan pribadi dalam bentuk video yang diperbarui dan didistribusikan secara umum. Lebih lengkapnya,

Vlog ini termasuk suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas sumber media utamanya yakni penggunaan teks atau audio.⁶²

Video-Blogging, atau bisa disingkat *vlogging* (diucapkan Vlogging, bukan V-logging), atau *vidblogging*, merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama. Berbagai perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas video blogging.

Video blogging masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. Video blogging biasanya ada juga yang dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar foto, serta untuk beberapa video blogging, menyantumkan metadata lainnya.

Video blogging sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Dengan perangkat lunak yang tersedia, seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio, serta menggabungkan beberapa rekaman ke dalam satu gambar, sehingga menjadi suatu rekaman video blogging yang padu.

Video blogging juga memanfaatkan keunggulan dari *web syndication*, ia dapat mendistribusikan dirinya di internet dengan menggunakan format

⁶²Peter Van Dijk's, Guide to Ease 7 Things You Should Know About "Videoblogging History" <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7005.pdf>, diakses tanggal 17 mei 2017

penyesuaian (sindikasi), baik dengan RSS maupun Atom, untuk pemutaran ulang dan agregasi otomatis pada perangkat mobile dan *Personal Computer*.⁶³

Vlog muncul setelah kemunculan kamera dan kemunculan internet. Tapi kemudian aktivitas Vlog itu baru muncul pada tahun 2000. Dikutip Wikipedia, pertama kali aktivitas Vlog muncul setelah Adam Kontras memposting video dengan entriBlognya. Kemudian setelah itu banyak yang meniru dan pada tahun 2005, anggota yang melakukan Vlog mulai bertambah banyak. Bahkan di tahun tersebut muncul situs YouTube yang kemudian menjadikan banyak orang bebas untuk upload video apa saja dalam situs tersebut termasuk Vlogging.

Video blogging merupakan suatu format video dari aktivitas blogging, ia mulai menunjukkan eksistensi yang signifikan pada tahun 2004 dan baru menunjukkan popularitasnya yang meningkat pada awal tahun 2005. Hal tersebut ditunjukkan dengan meningkatnya keanggotaan grup video blogging *Yahoo!* Secara dramatis pada tahun 2005.

Situs berbagi-video yang paling populer saat ini, YouTube, dibentuk pada Februari 2005. Ia termasuk dari sekian banyak situs dengan *content management system* yang dapat mengelola masukan video, dan mempersilahkan para penggunanya untuk memiliki serta mengelola halaman video milik mereka sendiri. Selain berbagi video pada umumnya, video blogging juga merupakan kategori berbagi yang populer di situs YouTube.

⁶³ Jones, S., Kovac, R., & Groom F. M. (2009). *Introduction to Communication Technologies: A Guide for Non-Engineers*. (Boca Raton, FL: CRC Press. 2013), 34

Video blogging menawarkan pengalaman situs yang lebih kaya dibandingkan dengan blogging dalam bentuk teks, karena ia mengkombinasikan video, suara, gambar, dan teks, meningkatkan kandungan informasi, serta emosi, yang dibagi dengan para pengguna internet lainnya.

Media seperti itu membuat para penggunanya menjadi lebih bisa mengeksplorasi berbagai cara baru dalam berkomunikasi, di mana kebanyakan pengguna yakin bahwa video akan menghasilkan ekspresi yang lebih alami daripada tulisan.

Lebih jauh lagi, konvergensi dari ponsel dengan fitur kamera digital mempermudah pengunggahan video blogging yang dapat dilakukan segera setelah video direkam dari perangkat tersebut.

Perkembangan Vlog sampai sekarang memang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Sejak kemunculan YouTube, perkembangan Vlogger ini memang cukup populer di banyak negara. Namun untuk Indonesia, perkembangan Vlog belum begitu lama. Belum banyak Vlogger yang aktif sebelum tahun 2012. Baru setelah 2012, banyak muncul chanel-chanel populer di YouTube yang dibuat oleh orang Indonesia. Kemudian setelah tahun 2014, mulailah muncul Vlogger-vlogger Indonesia yang mampu menyediakan beragam konten-konten viral yang mengguncang dunia.⁶⁴

Sebetulnya sebelum tahun 2012-2013, aktivitas blog di Indonesia lebih didominasi oleh blogging dalam situs blog. Blogger konten tulisan sangat banyak

⁶⁴ Ibid., 55

dan populer di Indonesia bahkan beberapa diantaranya sangat terkenal di dunia internet. Kenapa Vlogging masih kurang waktu itu? Mungkin salah satunya karena media dan alat untuk vlogging seperti kamera dan lainnya masih mahal dan sulit untuk di jangkau. Kini semua peralatan tersebut bisa dengan mudah sekali didapatkan bahkan dengan harga yang murah.

Di Indonesia, penggunaan video blogging mulai disadari ketika pada tahun 2009 muncul sebuah video rekaman pribadi seorang aktris dan penyanyi muda terkenal bernama Marshanda , yang tersebar luas di YouTube dan menjadi topik yang segera hangat dibicarakan saat itu, karena video tersebut berisikan ungkapan perasaan pribadi sang artis.

Selain itu, fenomena video blogging yang terjadi pada tahun 2010 di Indonesia juga ditunjukkan dengan hadirnya dua orang gadis muda asal Jawa Barat bernama Sinta dan Jojo yang merekam diri mereka sedang menari dan menyanyikan lagu-lagu secara Lipsync, salah satunya yang paling membuat mereka tenar ialah lagu "Keong Racun". Popularitas video blogging Sinta dan Jojo yang menyanyikan lagu dengan lipsync ditunjukkan dengan pemberitaan di media massa, serta animo masyarakat yang meniru gaya menari mereka berdua, bahkan ada yang menjadikannya sebagai suatu kompetisi oleh masyarakat lokal di Indonesia.

Popularitas video blogging di Indonesia, terutama yang hadir di situs YouTube juga disusul dengan video blogging oleh Gamaliel dan Audrey, sepasang kakak-beradik yang membagi rekaman-rekaman video mereka berdua sedang

menyanyikan lagu-lagu milik penyanyi populer. Aktivitas yang dilakukan Gamaliel dan Audrey ini dikenal juga dengan istilah cover atau cover version, yaitu menyanyikan kembali lagu-lagu dari penyanyi yang sudah ada atau sudah populer, di mana aktivitas ini banyak dilakukan oleh para video blogger di YouTube.

4. Tujuan Vlog

Tujuan dari Vlog sama dengan blogging teks di situs blog yakni menceritakan pendapat dan catatan pribadi kepada orang lain agar diketahui oleh banyak orang. Biasanya memang bisa mewakili kepribadian pembuat vlog atau dengan tujuan dari pembuat tersebut. Artinya konten dalam vlog itu bisa memang yang sesuai dengan kepribadian dan passion vlogger, atau memang memutuskan tema tertentu yang dia inginkan untuk diketahui dan disebarakan kepada banyak orang dalam bentuk video. Berbicara tujuan, sebetulnya bisa berbeda-beda, ada yang bertujuan untuk sekedar sharing, berbagi informasi, dan bahkan *getting revenue* atau mendapatkan penghasilan dengan menjadikannya sebagai ladang bisnis atau pekerjaan.

Ada beberapa fenomena yang terjadi dan bahkan ada banyak hasil yang telah didapatkan oleh banyak orang yang memutuskan untuk menjadi Vlogger. Ada seorang Vlogger yang mendapatkan penghargaan dengan mencetak rekor muri dunia the *Guinness World Record* yakni *Charles Trippy*.⁶⁵ Dia dapat rekor

⁶⁵ Ibid., 67

muri tersebut karena berhasil memposting 2200 video setiap hari secara konsisten. Sebetulnya sebelum mencari kesempatan bermimpi meraih rekor dunia, kita bisa mendapatkan penghasilan yang lumayan dari Vlogging ini. Dari mana saja peluang keuntungan finansial yang bisa didapatkan dari Vlogging? Berikut diantaranya:

- a. Pasang Google Adsense
- b. Endorsement
- c. Promosi
- d. Pemasangan Iklan
- e. Kerjasama dengan Pihak ketiga
- f. Dll

Diatas adalah keuntungan dari segi finansial. Selain itu ada keuntungan lain juga yang bisa didapatkan misalnya lebih menarik dan seru untuk dilakukan dibanding dengan blogging dalam bentuk tulisan saja. Bahkan lebih jauh lagi ini bisa menjadikan kita populer karena sering muncul di internet dan banyak dikenal sehingga bagus juga untuk karir kedepannya.

5. Cara menggunakan Vlog

Untuk membuat video blogging, biasanya dibutuhkan perangkat dengan fitur perekam video seperti kamera digital, webcam, ponsel berfitur video, hingga kamera video (handycam) itu sendiri. Walaupun sebenarnya sah-sah saja membuat video blogging yang hanya berupa file mentah dari rekaman video yang dibuat, namun kebanyakan orang kini memilih untuk menyuntingnya dan

mengkombinasikannya dengan suara dan musik, sehingga ia bisa juga menjadi sarana kreativitas dalam membuat sebuah rangkaian cerita dalam video.⁶⁶

Selain itu, biasanya durasi waktu yang dicapai dalam membuat video blogging adalah sekitar 1-3 menit. Ini dikarenakan jumlah bandwidth yang terbatas, termasuk salah satunya di Indonesia. Semakin panjang suatu durasi dalam video blogging, maka semakin besar pula penggunaan bandwidthnya, dan untuk tempat-tempat yang tidak bisa mengikuti besarnya bandwidth tersebut, maka akan berakibat pada proses pengunduhan yang lama.

Video yang sudah jadi kemudian dikompresi dan ditempatkan di sebuah web server. Konten dari video blogging kemudian juga dimasukkan ke dalam RSS Feed, serta tautan untuk membagi tampilan video blogging tersebut kepada komunitas-komunitas terkait.

Setelah dipublikasikan di situs yang tersedia, orang-orang yang menontonnya biasanya akan memberikan respon berupa komentar di tempat yang tersedia secara langsung, maupun respon dengan cara membuat video blogging balasan, biasanya dengan menggunakan format Re: (judul video blogging yang direspon).⁶⁷

⁶⁶ *Every times Things You Should Know About Video blogging and development teknologi virtual basic*
<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7005.pdf>, diakses 18 April 2017

⁶⁷ Ibid...

D. Alur Berfikir

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka teori “ekologi media” yang dikenalkan oleh Marshall McLuhan (1977). Ekologi media atau *media ecology* merupakan salah satu kajian interdisipliner dari teori media yang di dalamnya melibatkan kajian tentang lingkungan dan industri media. Berdasarkan pada asosiasi ekologi media, ekologi media dapat didefinisikan sebagai kajian industri lingkungan media, idenya bahwa teknologi dan teknik-teknik, model-model komunikasi dan kode-kode komunikasi memainkan sejumlah peranan penting dalam kehidupan manusia.⁶⁸

McLuhan mengatakan bahwa ekologi media berarti menyusun beberapa media yang beragam guna membantu sesama sehingga mereka tidak mau untuk keluar dari rangkaian tersebut atau tatanan yang telah terbentuk tersebut, karena pada hakikatnya mereka saling menunjang satu sama lainnya. Misalnya, radio mungkin memiliki peranan yang lebih besar daripada televisi dalam membantu anda dalam hal yang berhubungan dengan kemampuan literasi, akan tetapi televisi mungkin juga memberikan bantuan yang sangat besar dalam mengajarkan kita tentang masalah kebahasaan.⁶⁹

Menurut Marshall McLuhan, media elektronik terutama media virtual telah mengubah masyarakat secara radikal. Masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa ketertiban sosial suatu

⁶⁸ Richard West dan Lynn H. Turner, *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi....*, 137-153.

⁶⁹ Ibid. 121

masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Media Virtual sekarang ini membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya. Ini yang disebut Teori Ekologi Media. Teori ini memusatkan pada banyak jenis media dan memandang media sebagai sebuah lingkungan. Menurut Lance Strate, ekologi media adalah kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode (cara penyampaian), informasi, dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia.⁷⁰

Harold Innis menyebut kekuatan membentuk yang dimiliki oleh teknologi terhadap masyarakat sebagai bias komunikasi. Orang menggunakan media untuk memperoleh kekuasaan politik dan ekonomi dan karenanya mengubah susunan sosial dari sebuah masyarakat. Media komunikasi memiliki bias yang terdapat di dalam diri mereka untuk mengendalikan aliran ide di dalam sebuah masyarakat.⁷¹

Teori ekologi media memiliki asumsi berikut:

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat. Bahkan McLuhan menyebut angka, permainan, dan uang sebagai mediasi. Pada saat bersamaan, media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi”.

⁷⁰ Ibid, 133.

⁷¹ Straubhaar, Joseph & LaRose, Robert Azizia (2004). *Media Now : Communications Media in the Information Age*. (Belmont, CA: Wadsworth), 413.

2. Media memperbaiki persepsi masyarakat dan mengorganisasikan pengalaman mereka. Masyarakat secara langsung dipengaruhi oleh media.⁷²
3. Media menyatukan seluruh dunia. Media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Manusia tidak lagi dapat hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Media elektronik memiliki kemampuan untuk menjembatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini.⁷³

Implikasi dari teori tersebut adalah bahwa medium mampu mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita. Akan tetapi McLuhan tidak mengesampingkan pentingnya isi. McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari kita dibandingkan dengan yang didapat medium. Walaupun sebuah pesan mempengaruhi keadaan sadar kita, medium lebih besar mempengaruhi keadaan bawah sadar kita.

Teori McLuhan ini memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini dimana medium (*Training Emas Berkarakter, Vlog dan One Day One Good Status*) dianggap sebagai sesuatu yang dapat mengubah seseorang dalam berpikir mengenai orang lain, masyarakat itu sendiri, dan dunia di

⁷²Morten T. Højsgaard dan Margit Warburg, *Religion and Cyberspace* (London: Routledge, 2005), 61.

⁷³ Ibid.

sekeliling mereka. Dalam medium tersebut memang terdapat pesan, namun ketertarikan terhadap medianya lebih menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka. Pesan (dakwah) bisa didapat dimana saja dan dari siapa saja, tetapi seseorang atau masyarakat modern yang kekinian lebih tertarik untuk memperoleh pesan dakwah dari media sosial.

