



Pesan Dakwah dalam Channel Youtube YtCrash Islam

Robby Agustian^{1*} & Ahmad Sarbini²

¹²Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : robbyags99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami bagaimana kategorisasi pesan dakwah informatif, persuasif, dan rekreatif yang terdapat di dalam konten-konten YtCrash Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data cara melakukan menonton dan mengamati, mencatat, mengolah data dengan coding, observasi, serta dokumentasi pada objek penelitian. Hasil temuan penelitian ini mengacu pada bagaimana bentuk pesan dakwah yang disampaikan dalam konten-konten YtCrash Islam. Dalam channel YtCrash Islam, ditemukan pesan dakwah sebanyak 42 pesan yang terdiri dari pesan dakwah informatif, persuasif, dan rekreatif. Pesan dakwah informatif berisi tentang sajian-sajian berita informasi ringan meliputi pesan aqidah, syari'ah, dan akhlak. Pesan dakwah persuasif berisi nilai ajakan untuk mengamalkan syariat Islam seperti ibadah, zakat, serta amalan lainnya. Pesan dakwah rekreatif yang berisi cerita dan kisah inspiratif.

Kata Kunci : Dakwah; Pesan Dakwah; Media Sosial; Youtube

ABSTRACT

This study aims to explore and understand how to categorize informative, persuasive, and recreational da'wah messages contained in YtCrash Islam's content. The research method used in this research is descriptive qualitative with data collection techniques how to watch and observe, record, process data by coding, observation, and documentation on the object of research. The results of this study refer to how the form of the da'wah message is conveyed in YtCrash Islam's contents. In the YtCrash Islam channel, 42 da'wah messages were found consisting of informative, persuasive, and recreational da'wah messages. Informative da'wah messages contain light information news offerings including messages of aqidah, shari'ah, and morals. Persuasive da'wah messages contain the value of an invitation to practice Islamic law such as worship, zakat, and other practices. Recreational da'wah messages that contain inspirational stories and stories.

Keywords : Da'wah; Message of Da'wah; Social Media; Youtube

PENDAHULUAN

Di zaman yang sudah serba digital seperti saat ini, kehidupan bermasyarakat cenderung sangat bergantung pada teknologi, dengan demikian kehidupan atau aktivitas masyarakat sudah tidak terlepas dari alat-alat dan media komunikasi seperti televisi, radio, komputer, bahkan gadget atau smartphone (Maulana, dkk., 2018: 260).

Salah satu contoh media komunikasi digital yaitu internet sangat menjadi perhatian untuk masyarakat mulai dari kalangan rendah, menengah, dan atas. Meskipun demikian, internet juga dapat memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan keterampilan (Fakhrurroji, 2017: 86-89). Selain itu, internet juga menjadi sarana pendorong masyarakat dalam melakukan konstruksi identitas seperti mencari pengalaman baru, mengikat dalam sebuah kontak dengan kebudayaan dan kelompok sosial.

Dakwah yang dapat ditemui saat ini sudah dapat beradaptasi dengan menggunakan teknologi komunikasi yang dapat dikemas kedalam berbagai macam bentuk seperti bentuk audio, artikel, bahkan ke dalam bentuk audio-visual, hal ini ditujukan untuk mempermudah penyampaian dakwah itu sendiri. Dengan mengikuti perkembangan zaman, kegiatan dakwah hari ini tidak hanya dilakukan di balik mimbar saja, melainkan dapat juga dilakukan dengan metode yang dinamis dan lebih bervariasi (Saleh, 2020: 295).

Youtube juga menjadi salah satu jejaring sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat serta memiliki fitur membagikan video. Disamping layanannya yang gratis dan fitur-fiturnya yang banyak, Youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak luas.

Pesan dakwah yang disampaikan dapat berupa pesan dakwah akhlak, aqidah dan syariah yang mana pesan-pesan tersebut tentu saja harus bersumber dari Alquran dan Hadis agar dapat dikatakan sebagai pesan dakwah yang baik. Pengemasan pesan dakwah dapat disesuaikan dengan kreativitas kreator agar pesan dakwah tersebut dapat menarik dan tidak terkesan monoton.

Saat ini banyak konten kreator Youtube yang berlomba-lomba membuat konten yang menarik untuk masyarakat, semakin menarik dan unik konten tersebut, maka semakin diminati pula oleh masyarakat sehingga mendatangkan subscriber untuk channel Youtube tersebut. Tak hanya itu sama halnya seperti televisi, semakin diminati konten tersebut maka akan semakin besar pula pengaruhnya kepada masyarakat. Banyak konten-konten Youtube yang bisa ditonton oleh masyarakat terutama yang bernuansa Islami. Mulai dari cerita kartun religi, sejarah, maupun ensiklopedi Islam, serta konten-konten Islami lainnya. Salah satu channel Youtube yang memuat konten Islami adalah YtCrash Islam

yang merupakan sub-channel dari YtCrash.

Akun Youtube YtCrash Islam pertama kali dibuat pada tanggal 22 November 2016, channel ini merupakan bagian dari channel YtCrash yang dikhususkan untuk membahas konten tentang dakwah keislaman yang dirangkum kedalam bentuk video ilustrasi berdurasi 5 sampai 13 menit. Dalam proses pembuatan konten video tersebut, kreator YtCrash Islam akan menggali data dan melakukan riset terlebih dahulu dapat memperkuat argumentasi yang ada dalam video tersebut.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Deni Wijaya (2019). *Pesan Dakwah dalam Program Televisi Muslim Travelers NET*. Penelitian dalam program Muslim Travelers pada stasiun televisi NET. Media bertujuan untuk mengetahui bagaimana kategorisasi pesan dakwah yang terkandung dalam setiap episode yang telah ditayangkan. Persamaan penelitian ini terdapat pada pengkajian kategorisasi pesan dakwah dengan menggunakan metode analisis isi. Perbedaannya adalah terdapat pada objek yang diteliti, pendahulu meneliti tentang pesan dakwah pada program televisi Muslim Travelers NET. sedangkan objek penelitian yang diteliti oleh peneliti sekarang adalah pesan dakwah pada channel YtCrash Islam.

Temuan lain dalam program televisi Muslim Travelers menyatakan bahwa dalam 3 sampel episode yang diteliti yakni episode di Korea Selatan, episode di Amerika, dan episode di Spanyol, ditemukan sekitar 31 kategori pesan dakwah, diantaranya adalah 15 pesan dakwah informatif, 13 pesan dakwah persuasif, serta 3 pesan dakwah hiburan.

Dengan memanfaatkan *platform* Youtube, penyampaian dakwah dapat dikemas secara menarik dan kreatif. Hal ini mampu menjadi sebuah inovasi dalam mendukung penyebaran dakwah yang dianggap lebih efisien dan strategis dengan memanfaatkan media sosial.

Adapun metode penelitian yang dilakukan adalah metode analisis isi kualitatif yang menggambarkan dan menjelaskan hasil penelitian sesuai dengan data temuan yang diperoleh pada saat observasi. Dalam penelitian kualitatif, analisis digunakan untuk mendapatkan data dengan detail atau juga data yang memiliki arti makna. Selain itu, cara kerja penelitian analisis isi adalah dengan melakukan eksplorasi data yang akan diteliti, lalu menggunakan tahap koding, yaitu tahap pengkodean isi pesan untuk memperoleh fakta sebagai analisis data kualitatif dan menggunakan rumus reliabilitas untuk memperoleh kesimpulan dari data yang didapatkan.

LANDASAN TEORITIS

Teori yang mendukung pada penelitian ini adalah analisis isi yang digabungkan dengan teori dakwah dan teori pesan dakwah. Teori tentang dakwah dan pesan

dakwah bertujuan untuk memahami bagaimana sistematika dakwah itu sendiri secara tepat.

Dakwah merupakan sebuah perbuatan berupa ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan lain sebagainya, yang dilakukan dengan keadaan sadar dan terencana. Hal ini dilakukan untuk berusaha mempengaruhi orang lain, baik itu individu maupun kelompok untuk meyakini dan memberikan kesadaran terhadap pengajaran Islam yang disampaikan dengan tidak adanya paksaan (Arifin, 1997: 6). Adapun pengertian dakwah lainnya menurut Bachtiar, dakwah itu sendiri dapat dilihat dengan dua persepektif, yakni dakwah perspektif ilmu dan dakwah perspektif aktivitas (Bachtiar, 2013: 157). *Pertama*, dakwah dilihat sebagai ilmu merupakan sistematika pengetahuan yang tersusun dalam kesatuan dakwah itu sendiri yang saling berhubungan dan memiliki tujuan yang bersifat teoritis maupun praktis. *Kedua*, dakwah sebagai aktivitas adalah suatu perubahan Islam itu sendiri yang bertransformasi menjadi lebih baik.

Sebenarnya dakwah merupakan istilah besar dalam penyampaian ajaran Islam, karena dakwah memiliki bentuk turunannya itu sendiri, diantaranya adalah tabligh, irsyad, tadbir, dan tamkin/tathwir. Dakwah sesungguhnya memiliki sentra-sentra penting dalam sasarannya (Aripudin, dkk., 2014: 38-39), (1) Organisasi sosial keluarga yang merupakan fundamental perbaikan umat secara umum yang dimulai dari keluarga, pendidikan, dan pembinaan (2) Potensi sosial kebangsaan yang meliputi potensi historis, psikologis, biologis, serta geografis. Perbedaan potensi-potensi tersebutlah yang biasanya dapat menjadi permasalahan dalam mengelola masyarakat. padahal dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa perbedaan tersebut dianjurkan untuk menjadi potensi pengenalan dan pembelajaran (3) Gagasan persaudaraan dalam lingkup hukum dan egalitarianisme yang merupakan bagian dari garapan penting dalam menata segala bentuk perbedaan yang terjadi di dalam umat. Demikian dakwah dapat dikatakan sebagai kegiatan positif yang mengajak manusia ke dalam perubahan yang lebih baik.

Selanjutnya adalah pesan dakwah yang merupakan unsur dakwah yang paling fundamental, dengan demikian perlu penjelasan lebih mengenai pesan dakwah untuk lebih memahaminya. Pesan dakwah merupakan hasil dari rumusan ajaran yang disarikan dari Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah, serta sunnah para nabi sebelumnya. Pesan dakwah ini menjadi sebuah pedoman atau pegangan umat untuk menghadapi dunia nyata (Saefullah, 2018: 13-14).

Secara umum, materi atau pesan dakwah terbagi menjadi empat masalah pokok, yakni masalah akidah, masalah syariat, masalah muamalah, dan masalah akhlak. Dari keempat klasifikasi tersebut, pesan dakwah berupa ajaran Islam yang ada di dalam kitabullah, sunnah Rasulullah, dan ijtihadnya para ulama terhadap suatu permasalahan, serta dari sejarah peradaban Islam (Saputra, 2012: 8). Selain itu, pesan dakwah yang disampaikan juga haruslah dapat mengubah persepsi dan

pola pikir mad'u serta mendorongnya untuk diamalkan. Dengan begitu, pesan yang disampaikan akan menyentuh kesadaran mad'u sehingga mad'u akan bersikap dan berperilaku sebagaimana apa yang disampaikan dalam materi atau pesan dakwah (Fatoni, dkk., 2017: 210).

Tujuan pesan dalam istilah komunikasi diklasifikasikan menjadi tiga (Rakhmat, 2005: 23), (1) Memberitahukan atau informatif (to inform), yaitu untuk menambah pengetahuan dan wawasan, serta diharapkan akan memberikan penjelasan terhadap materi yang disampaikan (2) Mempengaruhi atau persuasif (to influence), yaitu meyakinkan terhadap objek sehingga akan terbakar semangat dan antusiasnya yang nantinya objek akan bersikap dan berperilaku sesuai materi yang disampaikan (3) Menghibur atau rekreatif (to entertain), yaitu agar reaksi objek yang diharapkan akan lebih perhatian, senang, dan terhibur.

Pada dasarnya, pesan apapun yang disampaikan selama tidak bertentangan dengan sumber utama yaitu Al-Qur'an dan Hadis serta bertujuan untuk mengubah keadaan manusia untuk menjadi lebih baik dapat dijadikan sebagai pesan dakwah. Maka dalam hal ini pesan dakwah dikategorikan menjadi dua, yakni pesan dakwah utama yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadis, lalu pesan dakwah penunjang yang merupakan pesan tambahan dan bukan berasal dari Al-Qur'an dan Hadis, (1) Al-Qur'an adalah salah satu kitab suci yang diturunkan Allah Swt. kepada nabi Muhammad Saw., selain menjadi pedoman hidup umat Islam, Al-Qur'an juga menjadi materi utama dalam berdakwah dan menjadi sumber yang paling utama pada materi atau pesan dakwah (2) Hadis adalah sumber materi dakwah kedua setelah Al-Qur'an. Hadis merupakan segala sesuatu yang diberitakan Nabi Saw. yang berupa perkataan, perbuatan, ketetapan, serta sifat-sifat dan hal ihwal Nabi. Untuk itu, sangat penting untuk memiliki penguasaan terhadap Hadis, karena sebagian pembahasan dalam Al-Qur'an dijelaskan juga oleh Hadis (Amin, 2013: 88-89).

Dakwah di zaman modern saat ini harus dibuat lebih dinamis, progresif dan penuh inovasi. Dimanapun, kapanpun dan dengan cara apapun masyarakat bisa mendapatkan pengetahuan tentang ajaran-ajaran Islam, masyarakat bisa memanfaatkan media seperti buku, majalah, internet (media sosial), radio dan televisi (Basit, 2013: 77-78). Setelah meledaknya perkembangan teknologi seperti saat ini, fenomena penggunaan media sosial kini semakin meningkat. Hal ini merupakan jalan terobosan yang dapat dilakukan untuk menjadikan kegiatan dakwah dapat mengikuti zaman.

Media sosial merupakan media komunikasi baru yang difokuskan untuk eksistensi pengguna serta dapat memfasilitasinya dalam ragam aktivitas dan kolaborasi. Dengan begitu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menjaga ketertautan antar pengguna dan sekaligus sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015: 37). Salah satu *platform* media sosial yang banyak diakses masyarakat adalah

Youtube, hal ini juga dapat dilihat sebagai bentuk peralihan media informasi yang digunakan masyarakat. Yang mana ini merupakan sebuah contoh bentuk peralihan tontonan masyarakat dari televisi ke Youtube.

Media sosial masih menjadi istilah umum dari media itu sendiri, sehingga media sosial dapat dikategorikan menjadi enam kategori besar untuk pembagian media sosial itu sendiri, (1) Media jejaring sosial (social networking), yaitu sarana yang biasa digunakan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lain sehingga dapat membentuk jaringan pertemanan. Contoh umum sarana ini yang banyak digunakan adalah Facebook dan LinkedIn (2) Media blog, yaitu sarana yang digunakan untuk mengunggah keseharian, berbagi informasi, tautan, dan sebagainya, sehingga pengguna akan saling berkomentar dan melengkapi satu sama lain (3) Micro-blogging, media ini tidak jauh berbeda dengan blog. Dalam micro-blogging ini memungkinkan pengguna untuk menulis dan membagikan aktivitas dan pendapatnya. Platform yang banyak digunakan dalam micro-blogging adalah Twitter (4) Media sharing, merupakan media yang digunakan untuk membagikan media seperti video, audio, gambar, serta media lainnya. Contoh umumnya adalah Youtube, Instagram, Spotify (5) Penanda sosial atau bookmark, yaitu media yang digunakan untuk mengelola, menyimpan, dan mencari berita tertentu secara daring. Contohnya adalah Reddit.com (6) Media konten bersama, yang merupakan hasil dari perpaduan pemikiran para penggunanya. Sehingga hal ini mirip dengan kamus atau ensiklopedi, didalam berisi pengertian, sejarah sampai rujukan buku yang sesuai dengan apa yang dicari (Setiadi, 2014: 6).

Kemunculan media sosial telah menguntungkan banyak orang, salah satunya dalam dunia dakwah Islam. Mengingat media sosial saat ini sudah menjadi trend modern dan sudah melekat kepada kehidupan banyak orang, maka hal ini dapat menjadi peluang untuk menjawab tantangan dakwah saat ini. Terdapat banyak platform media sosial yang berpotensi sebagai media dakwah, seperti contohnya da'i dapat membuat dakwah atau ceramahnya dibaca oleh semua orang dengan cara menulis di blog, da'i dapat membuat ceramahnya didengar semua orang dan menyebar luas dengan cara mempostingnya di podcast, dan juga da'i dapat membuat konten dakwah di YouTube agar pesan dakwah dan ekspresinya dilihat oleh semua orang (Sumadi, 2016: 173).

Adapun Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video yang sangat akrab di telinga para penggunanya. Pada situs ini, para pengguna dapat melihat dan berbagi video secara gratis sehingga Youtube menjadi platform media sharing khususnya video yang paling populer di seluruh dunia. Dengan demikian, Youtube adalah media yang tepat untuk melakukan kegiatan dakwah demi terjangkaunya *mad'u* yang lebih luas dan praktis.

Youtube itu sendiri didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen, Jawed Karim, dan Chad Hurley, mereka adalah mantan karyawan keuangan online

Paypal. Nama Youtube terinspirasi dari dari sebuah toko pizza dan restoran Jepang di California. Pada perkembangannya, Youtube mengalami pertumbuhan yang baik, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna yang menggunakan layanan ini, hingga pada tahun 2006 Google secara resmi mengakuisisi Youtube dan beralih menjadi bagian dari layanan Google itu sendiri (Faiqah, 2016: 359).

Youtube adalah salah satu bagian dari media sosial yang memahami kebutuhan penggunanya dalam mengembangkan fitur-fiturnya seperti mendorong para penggunanya untuk ikut berkontribusi memberikan ide dan gagasannya yang berupa konten untuk bisa dikonsumsi secara luas sehingga akan menghidupkan siklus informasi yang dibutuhkan (Chandra, 2017: 414).

Manfaat dari *platform* ini sangat banyak untuk para pengguna, khususnya dalam aspek informasi dan interaksi, (1) Mendapatkan informasi, mudahnya untuk mengakses layanan Youtube membuat penggunanya dapat menikmati informasi dan hiburan yang tersedia atau yang dibutuhkan. Dengan media yang dibagikan berupa video, para pengguna akan lebih mudah menyerap dan memahaminya (2) Berbagi ide dan gagasan. Selain menyerap informasi, Youtube juga digunakan untuk membagikan pengalaman dan informasi kepada pengguna lainnya (3) Memperkenalkan dan memasarkan produk. Youtube dapat dimanfaatkan sebagai media pengiklanan atau pemasaran produk. Karena pengguna Youtube sudah banyak, maka Youtube itu sendiri sudah efektif dan layak untuk mengiklankan sebuah produk baik itu dari individu maupun perusahaan (4) Mendukung terhadap industri hiburan. Dengan adanya Youtube, industri hiburan pun ikut berkembang, ini dibuktikan dengan banyaknya public figure atau artis yang awalnya berasal dari situs ini.

Dengan demikian, Youtube dapat menjadi media komunikasi yang menunjang proses kegiatan dakwah agar lebih terlihat dinamis dan modern. Tak hanya itu, dakwah di media Youtube juga dapat menjangkau semua kalangan masyarakat dan dapat diakses dengan mudah kapan pun dan di mana pun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

YtCrash Islam merupakan salah satu channel yang aktif dari sekian banyak channel yang memberikan konten-konten edukasi di Indonesia. Berdasarkan deskripsinya di halaman web YouTube, channel ini mulai bergabung dan berkontribusi untuk platform YouTube pada tanggal 26 November 2016 dan YtCrash ini merupakan salah satu anak channel atau turunan dari channel YtCrash yang konten bahasannya lebih ke umum. Channel YtCrash Islam sampai saat ini sudah memiliki 4 juta lebih subscribers dan konten-kontennya sudah ditonton sebanyak lebih dari 124 juta kali sejak didirikannya.

Akun dengan nama YtCrash Islam ini muncul dengan konten-konten yang bertema religi. Isi pesannya mengandung pesan-pesan dakwah yang dapat

dijadikan sebagai sumber informasi keislaman oleh mad'u dan tentu saja pesan yang disampaikan berdasarkan riset data dari Al-Qur'an, Hadis, dan sumber-sumber terpercaya lainnya.

Dalam menjalankan akun YtCrash Islam ini, terdapat lima orang admin yang bertugas untuk riset data, mengolah (editing dan voice over), dan mempublikasikan konten kepada masyarakat. Adapun metode penyampaian pesan dakwah dalam kontennya terbilang unik, yaitu berupa tabligh yang menyampaikan secara langsung pesan dakwah kepada mad'u dengan menggunakan media YouTube sebagai alat penyampaiannya. Hal ini merupakan sebuah bentuk inovasi yang dilakukan dalam menghadapi kemajuan teknologi pada era saat ini (Fakhruroji, 2017: 86-89).

Pesan Dakwah Informatif

Pesan dakwah informatif merupakan isi pesan dakwah yang bersifat menginformasi, memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai ajaran Islam. Gerakan dakwah yang informatif merupakan kegiatan dakwah yang sifatnya memberikan pemahaman terhadap mad'u baik itu individu maupun kelompok (Wijaya, dkk., 2019: 104).

Ditemukan 13 pesan dakwah informatif yang terdapat pada konten Youtube YtCrash Islam yang dipublikasikan pada bulan November 2020. Dari pesan dakwah yang disampaikan, keseluruhan pesan informatif yang disampaikan mengandung unsur aqidah, syariah, dan akhlak.

Pertama pesan dakwah informatif yang membahas materi tentang aqidah terdapat pada konten dengan judul "Allahu Akbar! Ini yang Tidak Diketahui Bayi dalam Rahim (Sambungan Sebelum Manusia Dilahirkan)", pesan aqidah yaitu materi yang membahas tentang keimanan, tentang hari kiamat, tauhid, serta tentang memperbaiki iman. berikut contohnya:

"... ibadah ternyata nanti akan berguna di alam selanjutnya/ yaitu di alam akhirat// Apalagi ini jelas seperti yang diperintahkan oleh Allah/ dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku/ Quran Surat Az-Zariat ayat 56// Maka apakah kamu mengira/ bahwa sesungguhnya Kami menciptakan kamu secara main-main (saja) dan bahwa kamu tidak akan dikembalikan kepada Kami?/ Quran Surat Al-Mu'minin ayat 115// Jadi Allah tidak pernah main-main dalam menciptakan dan memerintahkan makhluk-Nya/ hanya kitanya saja yang tidak tahu apa maksud sebenarnya/ karena hanya Allah Swt yang maha benar// ... (2 November 2020, 02:02 - 04:11).

Dari kutipan kalimat tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Allah Swt. senantiasa menciptakan makhluknya untuk beribadah kepada-Nya. Sebagaimana

telah dijelaskan dalam Al-Quran Surat Az-Zariat ayat 56. Kalimat tersebut menyinggung tentang keberadaan Allah Swt dan makhluk-Nya, dengan demikian ini mengacu pada keimanan manusia terhadap Allah Swt.

Kedua pesan dakwah informatif yang mengandung unsur materi tentang syariah terdapat pada konten yang berjudul “Nabi Kok Ditawar! Kisah Fatimah Si Pencuri yang Dipotong Tangannya”, yang di dalamnya mengandung pesan yang meliputi ibadah thaharah, zakat, puasa, haji, muamalah, hukum perdata, dan pidana. Berikut contohnya:

“ . . . Ulama-ulama terdahulu memberikan penjelasan bagaimana hukuman itu bisa dilakukan/ yaitu bila ada dua orang saksi yang adil beragama Islam/ dan dia merdeka// Abdurrohman al-Jaziri mengatakan bahwa hukuman potong tangan ini telah dilakukan pada zaman jahiliyyah sebelum Islam// Setelah Islam datang/ Allah menetapkannya/ menambahnya dengan persyaratan yang telah diketahui// . . .” (26 November 2020, 06:44 - 07:07).

Berdasarkan kutipan tersebut admin menginformasikan kepada penonton bahwa hukuman potong tangan untuk seorang pencuri sudah ada sebelum Islam itu datang. Perbuatan pencurian adalah perbuatan yang dilarang oleh Allah Swt. maka dari itu, hukuman potong tangan bagi pencuri ini bahkan tidak dapat gugur meski telah mendapatkan maaf dari pemilik harta yang dicuri (Rahmi, 2019: 55).

Ketiga pesan dakwah informatif yang mengandung pesan tentang akhlak terdapat pada konten Youtube YtCrash Islam dengan judul “Penonton Video Ini Kebanyakan Tidak Yakin Wajahnya Ganteng”, yang meliputi akhlak terhadap Allah Swt., akhlak terhadap sesama, serta akhlak terhadap hewan dan tumbuhan. berikut contohnya:

“ . . . alasan dibalik perbedaan derajat kemuliaan/ keutamaan/ kegantengan/ dan perbedaan pada anak cucu Adam// Disinilah awal mula terjadinya ketidaksamaan antar satu sama lainnya/ karena itu Allah menjawab pertanyaan Adam dengan kalimat// Wahai Adam sesungguhnya Aku sangat senang jika Aku disyukuri// Itu artinya/ syukur kita kepada Allah Swt/ bisa menjadi pembeda kedudukan kita di sisi-Nya/ ini akan terlihat dengan cara bagaimana dia memanfaatkannya/ merawatnya/ dan mensyukurinya// Allah Swt. maha kuasa/ apapun dapat Allah lakukan sebagai Tuhan semesta alam ini/ alasan mengapa Allah tak menciptakan manusia menjadi seragam adalah karena hal itu merupakan keinginan Allah itu sendiri/ manusia tidak bisa mengelaknya// Hal ini ditegaskan dalam surat Hud ayat 118 yang berbunyi/ jikalau Tuhanmu menghendaki/ tentu Dia menjadikan manusia umat yang satu/ tetapi mereka senantiasa berselisih pendapat/ Quran Surat Hud ayat 118// Umat manusia memiliki orang tua yang sama/ yaitu Nabi Adam dan Hawa/ hal itu juga didukung dengan studi ilmiah yang

membuktikan bahwa aspek kesamaan manusia lebih banyak dibanding aspek perbedaannya/ itu artinya terdapat kesamaan diantara manusia baik yang hidup di masa lalu maupun di masa sekarang// Namun demikian/ Allah Swt. menjadikan manusia berbeda baik secara suku/ bahasa/ bangsa/ warna kulit/ postur tubuh dan sebagainya// ...” (13 November 2020, 01:53 - 03.15).

Dari narasi tersebut dapat diketahui bahwa ketika manusia diciptakan untuk beribadah kepada Allah, sebagai bentuk akhlak manusia kepada Tuhannya, mereka juga harus berusaha untuk bersyukur atas segala apa yang diberikan oleh Allah dan hidup dalam harmoni serta keselarasan dengan ciptaan lain-Nya.

Manusia umumnya seringkali menyibukkan dirinya dalam mengumpulkan kebutuhan materialnya, maka wajar apabila manusia itu sendiri lupa akan mengingat Tuhan. Maka dari itu, segala bentuk pemujaan dan ibadah serta hukum-hukumnya diadakan adalah untuk membantu menyadarkannya kembali (Harjono, dkk., 2016: 4).

Ketiga pesan dakwah di atas termasuk ke dalam pesan dakwah informatif karena selain menambah wawasan tentang Islam, pesan-pesan tersebut dapat menjadi objek *tadabbur*, yaitu memperhatikan secara mendalam tentang sesuatu dan akibat yang akan ditimbulkannya. Selain itu, Pentingnya pesan dakwah informatif di atas adalah untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang Islam serta menumbuhkan rasa syukur kepada Allah Swt.

Pesan Dakwah Persuasif

Pesan dakwah persuasif merupakan pesan dakwah yang memberikan pengaruh kepada mad'u untuk berubah lebih baik dan menerima ajaran Islam. Sedangkan pesan persuasif itu sendiri adalah pesan yang dapat memberikan pengaruh terhadap tindakan atau penilaian khalayak, sehingga pesan persuasif bertujuan untuk mengubah persepsi dan pola pikir komunikan. Sehingga komunikasi persuasif dalam dakwah bertujuan untuk menyentuh sisi psikologi dan meningkatkan kesadaran mad'u untuk menerima dan mengamalkan ajaran Islam (Atabik, 2014: 128).

Dalam konten YtCrash Islam, terdapat pesan dakwah yang mengandung unsur persuasif berjumlah 4 buah dari 11 judul yang diteliti. Pesan persuasif tersebut meliputi ajakan dan motivasi untuk menegakan syariat Islam, beribadah dan berdakwah.

Pertama adalah contoh pesan dakwah persuasif terdapat pada konten dengan judul “Serius Dicari! Teman yang Bisa dan Mau Menyalatkan Saya Ketika Wafat” yang membahas tentang pertemanan antar umat manusia. Berikut contohnya:

“... Boleh saja kita berteman dengan orang yang berlainan iman/ tetapi jangan lupa untuk mencari teman seiman yang kelak dia mau/ yang kelak dia mampu/ dan yang kelak dia ikhlas menyolatkan kita ketika kita meninggal dunia/ serta yang senantiasa mengingat kita ketika mereka sudah ada di dalam surga// Jika tanah kuburan bisa dibeli/ memandikan dan mengurus jenazah bisa menyewa jasa/ tetapi menyolatkan jenazah walaupun bisa membayar orang/ tetapi keikhlasannya masih patut kita pertanyakan// ...” (14 November 2020, 08:53 - 09:23).

Berdasarkan kutipan tersebut, umat Islam dianjurkan untuk memiliki teman yang baik dan memiliki pasangan yang baik, boleh saja ketika seorang muslim berteman dengan orang yang berlainan iman, namun perlu diketahui seorang muslim juga harus memiliki teman muslim yang baik, serta pasangan yang baik, yang nantinya akan senantiasa mengurusnya ketika wafat. Pertemanan merupakan orang-orang yang memiliki ikatan yang kuat, tidak memiliki motif dan niat tertentu, serta bersikap jujur dan benar dalam interaksinya (Itsaini, 2017: 36-37).

Dengan begitu, pesan dakwah persuasif dalam konten yang berjudul “Serius Dicari! Teman yang Bisa dan Mau Menyalatkan Saya Ketika Wafat” tersebut secara tersirat memerintahkan agar umat muslim tidak pilih-pilih dalam urusan berteman meskipun dengan orang yang berbeda kepercayaan, asalkan pertemanan itu baik dan tidak mempengaruhi iman seperti yang telah disampaikan dalam Al-Quran Surat Al-Kaafirun Ayat 6.

Kedua pesan dakwah persuasif juga terdapat dalam konten dengan judul “Sering shalat di Pojok, Tsauban Menyesal dan 3 Pertanyaan Membingungkan Saat Sakaratul Maut #Part 2” yang menjelaskan tentang kegiatan berinfaq dalam agama Islam. Berikut contohnya:

“... Mereka bertanya kepadamu Muhammad/ apa yang harus diinfaqkan?/ Qul/ katakan// *maa anfaqtu min khoir*/ apapun yang mau diinfaqkan/ carilah yang terbaik/ yang bagus-bagus// Bahkan nanti disindir oleh Allah/ di ayat 267 sampai 269// Jangan sampai ada orang infaq/ mengambil yang paling jelek/ dia sendiri yang tidak suka/ lalu dikasihkan dengan orang lain// ...” (22 November 2020, 09:31 - 09:57).

Infaq merupakan kegiatan mengeluarkan harta dengan suka rela. Allah Swt. memberikan kebebasan kepada orang yang berinfaq untuk menentukan jenis dan jumlah infaq yang dikeluarkan. Dengan adanya infaq dan shodaqoh dapat menumbuhkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatnya kepedulian sosial (Utami, dkk., 2017: 114).

Pada kutipan tersebut juga dijelaskan bahwa seseorang yang mengeluarkan infaq, apapun yang diinfaqkan haruslah memilih yang terbaik agar dapat dimanfaatkan oleh penerima infaq. Dalam infaq, tidak ada paksaan bagi orang yang mengeluarkannya, maka dari itu infaq haruslah murni dari kemauan hati.

Seperti dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah (2): 267:

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji” (Hanafi, 2019: 60).

Dalam konsep Agama Islam mengajarkan bahwa seluruh alam semesta termasuk yang menjadi hak milik manusia itu sendiri merupakan milik Allah Swt. Dalam harta yang dimiliki seseorang, terdapat juga hak orang lain. Untuk itu Islam sangat menganjurkan agar manusia bersedekah, berqurban, berwakaf, berinfaq, aqiqah, menghormati tamu, dan menghormati tetangga, serta mengeluarkan hartanya untuk merealisasikan kemaslahatan umum (Hastuti, 2016: 42).

Dengan demikian, pesan dakwah persuasif yang terdapat dalam konten video YtCrash Islam yang berjudul “Sering shalat di Pojok, Tsauban Menyesal dan 3 Pertanyaan Membingungkan Saat Sakaratul Maut #Part 2” ini mengajak dan mempengaruhi penonton untuk senantiasa mengeluarkan infaq jika dirasa mampu, karena dengan infaq itu sendiri, selain mendatangkan pahala dari Allah Swt., juga harta yang dimiliki seseorang tersebut akan berkah dan bermanfaat bagi sesama manusia.

Ketiga pesan dakwah persuasif juga terdapat pada konten dengan judul “Hari Ini Kematianmu, Maka Besok Sudah Kiamat, Tapi...”. Dalam konten dengan judul tersebut, admin menjelaskan tentang alam yang ada setelah manusia hidup di dunia, alam yang akan menjadi tujuan akhir dari umat manusia. Ia juga menjelaskan bahwa sebagai umat Islam yang percaya akan adanya hari kiamat dan alam akhirat, sudah sepatutnya mempersiapkan perbekalan yang banyak untuk menghadapinya kelak. Berikut contohnya:

“Kematian adalah benar adanya dan akan datang pada waktunya/ begitu pula dengan kehidupan setelah kematian// Kehidupan akhirat inilah yang seharusnya kita tuju/ kampung akhiratlah tempat kembali kita// Maka persiapkanlah bekal untuk menempuh jauhnya perjalanan/ Allah Ta’ala berfirman:/ Dan tiadalah kehidupan di dunia ini/ selain dari main-main dan senda gurau belaka// Dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa// Maka tidak kah kamu memahaminya?// Quran Surat Al-An’am ayat 32//” (24 November 2020, 00.22 - 00.42).

Kehidupan akhirat merupakan kelanjutan dari kehidupan di dunia, maksudnya adalah dalam kehidupan akhirat ini manusia dituntut untuk mempertanggungjawabkan amal yang dilakukannya semasa hidup di dunia. Allah

Swt. kelak akan melakukan perhitungan atas amal baik dan buruk manusia dengan adil dan cermat (Mujahidin, 2021: 140). Seperti dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-An'am (6) ayat 32:

“Dan kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan senda gurau. Sedangkan negeri akhirat itu, sungguh lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti?” (Hanafi, 2019: 177).

Pesan-pesan dakwah persuasif dalam konten YtCrash Islam di atas memotivasi untuk menegakkan syariat Islam salah satunya adalah mencari teman yang baik dan tidak pilih-pilih dalam mencari pertemanan, karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada orang lain. Selain itu, pesan dakwah persuasif ini juga memotivasi untuk selalu menyisihkan harta benda dengan cara berinfaq dan bersedekah agar senantiasa rezeki yang didapatkan akan berguna untuknya, orang lain, dan selalu diberkahi Allah Swt. Serta memotivasi untuk selalu giat beribadah yang merupakan kewajiban bagi seorang muslim yang taat pada perintah Tuhan nya.

Pesan Dakwah Rekreatif

Pesan rekreatif atau dalam istilah dakwahnya disebut *tablighul busyru'* merupakan pesan yang bertujuan untuk menghibur dan memenuhi kepuasan khalayak. Adapun penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat komunikasi bahagia dalam istilah komunikasi disebut komunikasi fatik (Pembayun, 2012: 36).

Dari sekian banyak konten Youtube yang beredar di internet, salah satu konten yang paling diminati dan menjadi alasan masyarakat untuk mencarinya di Youtube adalah konten-konten hiburan, maka tidak salah jika pesan dakwah disampaikan lewat konten Youtube tersebut, bahkan alangkah baiknya jika hiburan bersumber dari nilai dan materi keagamaan agar tidak membuat orang jauh dari agama (El Ishaq, 2014: 127).

Dari semua kategori pesan dakwah yang diteliti, pesan dakwah rekreatif merupakan yang paling banyak muncul dalam konten YtCrash Islam. Pesan dakwah yang bersifat rekreatif berjumlah 19 dari total 11 judul konten yang diteliti. Pertama pesan dakwah rekreatif terdapat pada konten dengan judul “Allahu Akbar! Ini yang Tidak Diketahui Bayi dalam Rahim (Sambungan Sebelum Manusia Dilahirkan)”. Berikut contohnya:

“... Sama halnya dengan seorang janin yang ada di dalam rahim ibu// haha.. Seorang janin/ dia tidak tahu apa fungsi tangan/ apa fungsi kaki/ mata/ telinga/ usus buntu/ pankreas/ dan sebagainya itu/ Dalam rahim dia tidak butuh semua itu/ yang dibutuhkan hanya tali pusar agar bisa makan/ tapi kenapa Allah menciptakan tubuh lengkap di alam rahim?// Kalo janin bisa ngomong/ paling dalam hatinya protes: Ini ngapain sih Allah bikin

ginian?// Nyempit-nyempitin aja/ iya gak?// Tapi Allah Swt. maha tahu/ kita akan membutuhkannya ketika kita sudah lahir ke alam selanjutnya/ yaitu alam dunia// Untung kemarin pas di rahim enggak minta dihilangin aja ya?/ Karena kalo dihilangin kita akan kesulitan ketika sudah di alam selanjutnya ini// . . .” (2 November 2020, 01:00 - 01:43).

Dari kutipan di atas, selain mengingatkan terhadap rasa syukur kepada Allah Swt. dan memberikan informasi. Mad'u juga dihibur dengan lelucon yang tetap selaras dengan konteks judul, sehingga pesan dakwah yang disampaikan tidak monoton dan mengandung hiburan yang membuat mad'u merasa puas dan senang.

Kedua pesan dakwah rekreatif juga muncul dalam bentuk cerita atau kisah yang terjadi semasa zaman Rasulullah Saw. Pesan dakwah rekreatif bukan hanya berbentuk gurauan, candaan, serta komedi. Melainkan juga bisa dalam bentuk kisah inspiratif yang dapat memenuhi kepuasan khalayak. Pada konten Youtube YtCrash Islam yang berjudul “Penonton Video Ini Kebanyakan Tidak Yakin Wajahnya Ganteng” juga terdapat pesan dakwah rekreatif dalam bentuk kisah atau cerita. Berikut contohnya:

“. . . Maka Rasulullah Saw. mendatangi rumah sahabat anshor ini dan mengatakan akan melamar putrinya/ Mendengar lamaran Rasulullah Saw. sahabat ini tanpa berpikir panjang langsung menerima tawaran Rasulullah Saw./ karena ini merupakan suatu kesempatan yang sangat berharga dan suatu kebanggaan yang tak ternilai ketika terjalin hubungan dengan Rasulullah Saw.// Akan tetapi Rasulullah Saw. menjelaskan pinangan ini bukan untuk dirinya/ melainkan untuk Juliaibib r.a.// Dengan penuh kebingungan sahabat itu menunda jawabannya dan meminta kepada Rasulullah Saw. untuk bermusyawarah terlebih dahulu dengan istrinya// Kemudian sahabat ini menemui istrinya/ terlintas di benaknya apa kata orang jika putriku menikah dengan Juliaibib/ dia juga memikirkan bagaimana martabat keluarganya// Setelah bertemu dengan istrinya/ ia pun menceritakan pinangan Rasulullah Saw./ dengan senang hati istrinya langsung mengiyakan.// Tetapi/ setelah suaminya berkata kalau pinangan itu untuk Juliaibib/ istrinya langsung tidak setuju// Mereka enggan untuk memiliki menantu seperti Juliaibib r.a yang tidak memiliki apa-apa/ berwajah jelek/ tidak bernasab/ tidak berkabilah/ tidak berpangkat/ dan tidak berharta// Begitulah keadaan sebagian orang tua yang memilih mengutamakan dunia seseorang daripada agamanya/ Namun percakapan itu rupanya terdengar oleh putrinya// Tak disangka/ ketika bapaknya hendak pergi untuk menolak pinangan Rasulullah Saw. terdengarlah suara dari dalam kamar dan langsung bertanya siapa yang telah melamarnya/ sang

ibu pun kemudian menceritakan bahwa yang meminang adalah Rasulullah Saw./ akan tetapi pinangan itu bukan untuk dirinya/ tetapi untuk Juliaibib// Ternyata puterinya menjawab dengan tegas:/ Apakah kalian menolak permintaan Rasulullah Saw.?.// Tidak kah kalian mendengar firman Allah: Dan tidaklah patut bagi laki-laki yang mukmin dan tidak (pula) bagi perempuan yang mukmin apabila Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan suatu ketetapan/ akan ada bagi mereka pilihan (yang lain) tentang urusan mereka// . . .” (13 November 2020, 04:31 - 08:34).

Dibalik kisah tersebut, dapat diambil makna bahwa sebagai umat Islam yang taat kepada Allah, segala sesuatu yang terjadi kepada individu harus dijalani dengan rasa syukur dan menyerahkan segala urusan kepada Allah. Jika seseorang memiliki keinginan dan ambisi, namun takdir yang berkata lain, bukan berarti Allah tidak sayang kepada hamba-Nya itu. Melainkan bisa saja Allah memberinya takdir yang lebih baik, karena memang Allah Swt. itu Maha mengetahui segala sesuatu.

Adapun bentuk rasa syukur dapat dilakukan dengan hati, lisan, maupun perbuatan. Bentuk rasa syukur dengan hati mengantarkan seseorang untuk menerima dan mengakui bahwa segala sesuatu yang diterima dan dirasakan adalah atas pemberian Allah Swt. Lalu bentuk syukur dengan lisan adalah dengan melakukan pujian serta berdzikir. Dan bentuk rasa syukur dengan perbuatan yaitu dengan diwujudkan dalam bentuk perbuatan ibadah (Rachmadi, dkk., 2019: 120).

Ketiga pesan dakwah rekreatif juga terdapat dalam konten yang berjudul “Serius Dicari! Teman yang Bisa dan Mau Menyalatkan Saya Ketika Wafat”. Admin menjelaskan bahwa terdapat salah satu postingan di sosial media, dalam postingan tersebut tertulis “Dicari! Orang yang mau menyalatkan saya ketika wafat”. Lalu, admin menceritakan sepenggal kisah seseorang yang serupa dengan apa yang ada di sosial media tersebut. Berikut contohnya:

“ . . . Ada sebuah postingan media sosial tentang shalat jenazah yang berbunyi:/ Dicari teman yang bisa dan mau menyalatkan saya ketika wafat// Dalam postingannya ini tertulis bahwa/ ada seseorang yang dikenal sebagai seorang yang diberikan kedudukan yang tinggi di dunia ini di hadapan manusia/ yang beberapa waktu lalu beliau wafat// Selang satu jam tersiar berita duka/ semua tetangga pun bergerak/ tamu besar dan relasi bisnisnya berdatangan ke rumah megahnya// Tidak sampai tiga jam/ jalan raya di sekitar rumah duka penuh dengan karangan bunga yang tersurat dari rupa-rupa orang besar di negeri ini/ jalanan pun ditutup untuk umum dan dijaga oleh polisi militer// Patroli pengawal disiapkan/ panitia pengurusan jenazah didatangkan secara khusus karena keluarga tidak mau merepotkan pengurusan jenazah oleh jemaah masjid// Hingga selesailah jenazah dikafani dan siap dishalatkan/ diluar rumah sudah terlihat ratusan orang berjejalan hadir/ maka diputuskan jenazah akan dishalatkan di masjid//

Karena ditakutkan orang yang akan menyalatkannya ada ratusan pelayat// Masjid pun disiapkan dan jenazah sudah ada di hadapan imam/ tetapi yang berbaris di belakang imam hanya enam orang// . . .” (14 November 2020, 04:37 - 06:33).

Kesimpulannya adalah pesan rekreatif ternyata lebih lebih mendapat perhatian khalayak dibandingkan dengan perkataan atau tulisan berat. Meskipun demikian, untuk menyampaikan pesan rekreatif dalam dakwah pun harus memiliki kaidah dan tidak keluar dari kontrol. Artinya, semua pesan dakwah yang disampaikan dengan rekreatif untuk menyenangkan khalayak tetap harus merujuk kepada rambu-rambu Al-Qur'an dan Hadis, sehingga candaan dan guyonan yang disampaikan bukan sekedar membuat khalayak tertawa, melainkan dapat memuat wawasan juga (Hidayatullah, 2015: 22-23).

PENUTUP

Setelah melakukan penelitian analisis isi pesan dakwah pada konten YtCrash Islam yang dipublikasikan pada bulan November 2020 dan berdasarkan fokus penelitian, tujuan penelitian, serta analisis isi pesan dakwah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Isi pesan dakwah pada channel YouTube YtCrash Islam terdiri dari tiga kategori isi pesan dakwah, diantaranya yaitu pesan dakwah informatif, persuasif, dan rekreatif. Ditemukan 42 pesan dakwah dalam 11 video yang dipilih. Adapun pesan dakwah informatif yang terdapat pada konten YtCrash Islam banyak menjelaskan tentang informasi-informasi ringan yang diambil dari Al-Qur'an dan Hadis. Informasi yang disampaikan dapat menambah wawasan baru seputar ajaran Islam.

Pesan dakwah persuasif dalam konten YtCrash Islam yang dipublikasi pada November 2020 berisi tentang ajakan untuk mengamalkan dan menerapkan syariat dan ajaran-ajaran Islam pada kehidupan sehari-hari. Contohnya seperti ajakan untuk melaksanakan shalat berjamaah, menunaikan infaq dan sedekah, serta mengamalkan syariat Islam.

Pesan dakwah rekreatif yang dapat ditemukan dalam konten dakwah YtCrash Islam ialah tayangan yang menampilkan tentang cerita-cerita Islami seperti kisah para sahabat Nabi Muhammad Saw. dan cerita tentang asal-usul kota Mekkah. YtCrash Islam menyajikan konten dakwahnya yang dikemas dalam bentuk audio-visual dapat menarik perhatian dan minat penonton karena sifatnya yang menghibur.

Dengan demikian, dari ketiga kategori pesan dakwah yang terdapat dalam channel YtCrash Islam, kategori pesan yang paling mendominasi adalah pesan dakwah rekreatif atau hiburan, hal ini sesuai dengan tujuan sebagian pengguna

YouTube yang senantiasa mencari konten hiburan dalam platform tersebut. Adapun sebagai saran yang membangun akan terbagi ke dalam tiga hal. *Pertama* untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan objek yang dapat diteliti sebaiknya dalam penelitian penyajian seperti teknik editing, respon masyarakat, atau mengkaji lebih dalam mengenai kategori pesan dakwahnya, seperti contohnya pesan dakwah aqidah, syariah, muamalah, dan akhlak.

Kedua untuk tim kreatif YtCrash Islam yaitu agar mempertahankan kualitas dan terus konsisten dalam memproduksi kontennya agar penonton dapat mendapatkan wawasan yang sangat bermanfaat, selain itu konten yang dipublikasikan merupakan sebuah bentuk kegiatan dakwah Islam yang sangat dianjurkan dalam Al-Qur'an.

Ketiga untuk penonton agar senantiasa menyimak pembahasan yang disampaikan oleh YtCrash Islam supaya dapat memperoleh banyak informasi, pelajaran dan hiburan. Dengan menyimak secara teliti, penonton juga akan terhindar dari kesalahpahaman yang mungkin akan terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Aisyah, A., Fachruddin, T., & Aripudin, A. (2019). Dakwah Terhadap Kaum Milenial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(3), 323-343.
- Aliyudin. (2010). Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran. *Jurnal Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*. 5(16), 181-196.
- Anjani, A. T. (2019). Belajar Pantang Menyerah dari Pendiri Channel YouTube YtCrash, diakses pada tanggal 15 Juli 2021, dari <https://www.carasimplecantik.com/2019/08/belajar-pantang-menyerah-dar-i-pendiri.html>.
- El Ishaq, R. (2016). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: Madani.
- Eriyanto. (2013). *Analisis Isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana.
- Faiqah, F., Amir, A. S., & Nadjib, M. (2016). YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makasar Vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259-272.
- Fakhrurroji, M. (2017). *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hanafi, M. M. (2019). *Alquran dan Terjemahannya*. Jakarta: LPMQ.
- Ismail, N., Abidin, Z., & Fatoni, U. (2017). Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram Nurashia. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 22-45.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Rahmat, J. (2005). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rahmi, Nailul. (2019). Hukuman Potong Tangan Perspektif Al-Qur`an dan Hadis. *Jurnal Ulunnuha*. 7(2), 53-70.
- Ramdani, L., Sumijati, S., & Nuraeni, H. G. (2017). Pesan Dakwah dalam Buku Humor Karya Mustofa Bisri Lukman. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2), 46-67.
- Saefullah, Chatib. (2018). *Kompilasi Hadis Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukayat, T. (2009). *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu Dakwah: Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tajiri, H. (2019). *Etika dan Estetika Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wijaya, Deni, M., Sumijaty, S., & Fatoni, U. (2019). Pesan Dakwah dalam Program Televisi Muslim Travelers NET. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 97-114.
- YtCrash Islam. (2016). *Deskripsi Channel*, diakses 15 Juli 2021, dari <https://www.youtube.com/c/YtCrashIslam/about>.