

BAB II

TINJAUAN UMUM TEORI

Tinjauan umum teori merupakan pendekatan teori yang digunakan peneliti untuk menjelaskan persoalan penelitian. Dengan menggunakan teori uses and gratifications peneliti akan menjelaskan tentang penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan terhadap media sosial YouTube. Dengan demikian penjelasan tersebut akan mempermudah untuk melihat pesan yang disampaikan oleh konten dalam akun YouTube PPTQ Quantum Qolbu.

A. YouTube Sebagai Media Dakwah

YouTube adalah platform terbuka untuk semua orang, dan hampir semua orang di dunia memiliki kemampuan untuk mengakses internet. Ini berarti bahwa para pendakwah dan ulama Islam dapat menyebarkan pesan-pesan mereka kepada khalayak yang tersebar di seluruh dunia. Hal ini memungkinkan umat Islam dari berbagai latar belakang budaya, bahasa, dan geografis untuk mengakses konten dakwah. YouTube memiliki berbagai jenis konten, termasuk ceramah, kajian, tafsir Al-Quran, nasyid, kisah-kisah inspiratif, dan banyak lagi. Pendakwah dapat memilih pendekatan yang sesuai dengan audiensnya, sehingga pesan-pesan Islam lebih mudah dipahami oleh berbagai kelompok.³⁸

³⁸ ErwanEffendy, dkk, Media Youtube Sebagai Dakwah Pemersatu Umat Islam (Analisis Channel YouTube Ustadz Abdul Somad,Lc., MA, Ph.D.), Volume 3 Nomor 5, INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research , 2023, h. 2

Indonesia adalah negara dengan ratusan suku bangsa dan adat istiadatnya yang beragam pula. Dengan kolaborasi antara adat dan agama menjadikan banyaknya metode dakwah yang digunakan para dai untuk memberikan pemahaman kepada mad'unya yang beragam. Termasuk melalui media sosial juga sudah banyak kegiatan dakwah yang disajikan dengan berbagai program dan dibuat seasic mungkin supaya dakwah tidak terkesan membosankan. Hal itu juga dilakukan oleh berbagai channel YouTube dakwah untuk membuat video dakwah semakin ramai ditonton.

YouTube sebagai media massa juga memiliki banyak kelebihan dibandingkan media massa lainnya, hal ini juga yang menjadikan YouTube sebagai platform yang paling banyak digunakan didunia. Konten dalam YouTube yang sangat beragam dan dapat dicari sesuai kebutuhan penonton, cara mengakses yang mudah, selain itu YouTube juga bisa untuk berinteraksi dengan penonton. Kualitas video juga bisa disesuaikan jika kebetulan sinyal sedang tidak baik, ataupun menonton YouTube juga tidak perlu menggunakan akses internet karena video dalam YouTube bisa di download terlebih dahulu.

Fitur-fitur dalam YouTube

a. Beranda

Halaman beranda merupakan halaman utama yang menampilkan foto atau video terbaru (timeline) dari pengguna lain yang Anda ikuti. Anda dapat melihat foto dengan menggeser layar ke atas seperti Anda meng gulir

mouse di komputer. Anda kemudian akan melihat postingan dan konten yang diunggah oleh pengguna.

b. Unggah video

Fungsi utama YouTube adalah memungkinkan pengguna mengunggah atau mengupload video. Harap dicatat bahwa Anda harus masuk ke YouTube terlebih dahulu untuk menggunakan fitur ini. Namun, mendaftarnya mudah karena Anda hanya perlu menggunakan akun Gmail Anda.

c. Pencarian video

Fitur lain dari YouTube adalah pencarian video. Untuk menggunakan fitur ini, cukup masukkan kata kunci Anda ke dalam kotak pencarian di website YouTube atau aplikasi smartphone. Saat Anda memasukkan istilah pencarian, algoritme YouTube menggunakan beberapa kriteria untuk memproses kueri Anda dan memberi Anda hasil yang paling relevan.

d. Kanal YouTube

Saluran atau saluran YouTube adalah halaman yang menampilkan semua unggahan Anda. Fitur ini kurang lebih mirip dengan halaman profil di platform media sosial seperti Instagram atau Facebook. Klik Berlangganan di saluran untuk mengikuti saluran pembuat konten favorit Anda dan menerima pemberitahuan tentang konten terbaru mereka. Jika Anda memiliki saluran, YouTuber lain dapat mengikuti Anda

e. Rekomendasi konten

Selain pencarian, Anda juga dapat menemukan video untuk ditonton dari rekomendasi YouTube. Rekomendasi YouTube dapat ditemukan di bagian kanan beranda YouTube dan halaman pemutar video.

f. Monetisaasi kanal

Fitur selanjutnya di YouTube adalah program monetisasi. Artinya, Anda dapat mengubah saluran YouTube Anda menjadi sumber penghasilan.

g. YouTube live

Selain menyediakan fungsi berbagi video, fitur YouTube lainnya adalah live streaming. Siarkan konten langsung dan berinteraksi langsung dengan audiens Anda. Contoh konten langsung yang umum mencakup permainan, Tanya Jawab, dan tutorial. Streaming langsung di YouTube sangatlah mudah karena Anda dapat melakukannya dari situs web YouTube atau aplikasi ponsel pintar.

h. YouTube short

YouTube short adalah fitur baru dari YouTube yang digunakan untuk mengunggah video yang berdurasi 15-60 detik.

i. Interaksi antar pengguna

YouTube tidak hanya memberikan kemudahan untuk berbagi video, tetapi juga memiliki beberapa fitur yang memungkinkan Anda berinteraksi dengan pengguna lain. Misalnya, Anda bisa memberi komentar pada video yang diunggah orang lain dan sebaliknya. Selain itu, Anda dan pengguna

lain dapat saling membalas komentar. Oleh karena itu, kolom komentar pada video YouTube bisa menjadi ajang diskusi dan bercanda gurau antara penonton dan pengunggah konten.

➤ Ruang Lingkup Media Dakwah

Ruang lingkup media dakwah mencakup berbagai bentuk dan saluran komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Beberapa aspek ruang lingkup media dakwah melibatkan:

Media tradisional

- Ceramah dan khutbah
- Buku dan literatur keagamaan
- Majalah dan surat kabar keagamaan

Media audio

- Rekaman ceramah dan kajian
- Podcast dakwah
- Nasyid dan music religi

Media video

- Program televisi keagamaan
- Video ceramah dan tausiyah
- Animasi dakwah

Media sosial

- Penggunaan platform seperti facebook, twitter, Instagram, dan YouTube untuk menyebarkan pesan dakwah
- Live streaming ceramah dan diskusi keagamaan

Teknologi digital

- Aplikasi mobile atau web untuk membantu pengguna memahami ajaran agama.
- Penggunaan teknologi augmented reality (AR) atau virtual reality (VR) dalam menyajikan pesan keagamaan.

Interaksi langsung

- Diskusi kelompok kecil atau online
- Konseling dan pendampingan rohaniah

Analisis data

- Penggunaan data dan analisis untuk memahami respon audiens dan meningkatkan efektivitas pesan dakwah.³⁹

➤ Manfaat Media Dakwah

Dalam penggunaan media dakwah tentu media memiliki manfaat. Manfaat penggunaan media massa sebagai media dakwah

³⁹ Ibid, hal 24

yaitu meningkatkan kecepatan dan jangkauan khalayak. Media massa adalah alat yang baik untuk mempopulerkan, meningkatkan, mengajarkan, dan mengingatkan segala sesuatu dalam dakwah. Keuntungan yang lain yaitu media massa sangat efektif untuk media dakwah dengan khalayak yang sangat banyak karena dengan kecanggihannya pesan/informasi lebih cepat tersampaikan.

Pada era sekarang program dakwah sudah dikemas jauh lebih beragam dan menarik selain untuk menarik minat penonton, hal itu juga bertujuan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan penonton. Banyaknya fitur-fitur baru dalam perkembangan media sosial juga menjadikan para creator video menggunakan kreativitasnya untuk mengisi dan membuat tampilan video yang baik, rapih, menarik. Umat muslim di Indonesia memiliki berbagai macam kegiatan dakwah. Di daerah-daerah tertentu dan untuk menjangkau masyarakat yang masih awam media seringkali menggunakan ceramah, diskusi atau melalui pendekatan khusus. Kegiatan daerah seperti seni juga sudah menjadi tempat yang dapat digunakan untuk menyebarkan agama islam, bahkan sekarang nilai-nilai islam sudah bisa bersatu dengan adat istiadat sehingga masyarakat daerah lebih mudah menyerap dan memahami ilmu-ilmu agama serta melestarikannya. Video dakwah dalam YouTube juga memiliki berbagai jenis format tampilan diantaranya:

- 1) Format dakwah monologis

Format ini dikemas dalam bentuk ceramah oleh seorang dai yang didalam ceramahnya diambilkan sebuah sumber yakni dari alQur'an dan hadits, dengan memberikan tema yang sesuai sentral keagamaan.

2) Format dakwah dialogis

Pola siaran ini yakni dengan mengundang pembicara atau dai yang dipandu oleh moderator yang membahas tentang keislaman, dengan model dialog langsung kepada narasumber.

3) Format dakwah dialog interaktif

Format seperti ini disajikan dengan cara mendatangkan pembicara yang memberikan materi dakwah dan mengikutkan pendengar melalui telepon, sms untuk menanyakan suatu permasalahan yang dibahas kemudian seorang dai atau penceramah menjawabnya dari pertanyaan yang diajukan itu.

4) Format dakwah pengajian akbar

Tujuan dari format ini adalah selain sebagai pendidikan khususnya dalam bidang spiritual, juga mengembangkan dan menanamkan rasa sosial kepada masyarakat.

5) Format dakwah musik islam

Yakni memutarkan lagu-lagu yang bernuansakan nafas islami (qasidah, nasyid atau lagu yang isinya tentang syair-syair keislaman).

6) Format dakwah dalam bentuk motivasi

Yaitu mengemas acara khusus dengan cara menyisipkan/ memberikan “kata mutiara hikmah”. Ini mendapat nilai tambah dalam spiritual atau kerohanian jiwa, yang mengambil dari hadits, kisah teladan para nabi.⁴⁰

Berbagai jenis program siaran dakwah menjadi pelengkap kehidupan masyarakat Islam. Masyarakat bisa menyesuaikan dengan kebutuhan mereka dalam mengakses video-video dakwah islam di YouTube. Ketika mereka sibuk dengan kegiatan sehari-hari mereka juga tetap bisa memutar video yang mengandung pesan dakwah seperti lagu-lagu Islami atau ceramah yang cukup didengarkan audionya. Dalam channel YouTube PPTQ Quantum Qolbu video dakwah dalam bentuk format dakwah monologis berupa ceramah dengan para da'i yang merupakan santri dan pengasuh pondok dan format dakwah dialogis dengan talkshow kepada khotimat. Selain itu disajikan pula video kegiatan santri dengan berbagai penampilan yang tetap mengandung pesan dakwah islam.

Macam-Macam Metode Ceramah

Adapun macam-macam metode ceramah. Ada metode ceramah impromptu, hafalan, membaca catatan dan ekstemporan. Nah, untuk mengetahui lebih lengkapnya, bisa dilihat sebagai berikut.

1. Impromptu

⁴⁰ <http://digilib.uinsa.ac.id/3145/7/Bab%202.pdf>

Impromptu merupakan ceramah yang dilakukan tanpa persiapan. Bagi pemula, metode ini tidak disarankan. Metode ini sering dilakukan oleh mereka yang sudah memiliki jam terbang tinggi.

2. Hafalan

Sementara yang dimaksud dengan hafalan adalah ceramah yang dilakukan dengan mempersiapkan materi sebelumnya, kemudian dihafalkan. Jika penceramah tidak dikolaborasikan dengan cara yang menarik, metode hafalan ini juga cenderung kaku. Karena tidak ada improvisasi dengan peserta didik.

3. Membaca Catatan

Ada juga metode ini yang caranya dengan membaca naskah. Ini juga terkesan membosankan, karena metode ini sama halnya seperti membaca teks. Umumnya banyak yang masih keku. Kecuali bagi penceramah yang sudah memiliki jam terbang tinggi. Meski membaca naskah, tetapi masih ada improvisasi dan masih ada daya tariknya.

4. Ekstemporan

Sementara yang dimaksud dengan ekstemporan adalah ceramah yang hanya menuliskan pokok-pokok pikiran atau hanya mencatat poin-poin pentingnya saja. Tujuannya hanya sebatas sebagai pengingat.⁴¹

⁴¹ Yusuf abdhul azis, metode ceramah: pengertian, kelebihan, dan jenisnya. https://deepublishstore.com/blog/metodeceramah/?srsltid=AfmBOorguqu9WS5PhoLtYmor_mtBT8M7H1qR91C3sPu1NZxbJ3aayLix diakses pada tanggal 12 september 2024

B. Difusi inovasi

Teori difusi inovasi merupakan teori yang membahas tentang bagaimana ide atau gagasan baru dan teknologi tersebar dalam suatu kebudayaan. Teori difusi inovasi merupakan perpaduan dari kata difusi dan inovasi. *Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia* kata difusi memiliki arti berupa penyebaran atau perembesan sesuatu berupa kebudayaan, teknologi, atau ide dari suatu pihak ke pihak lain, sedangkan inovasi memiliki arti sebagai pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, yakni sebuah pembaruan.

Teori difusi inovasi dipopulerkan pada tahun 1964 oleh Everett Rogers. Dalam buku ciptaannya yang berjudul “Diffusion of Innovations” ia menjelaskan bahwa difusi merupakan proses ketika sebuah inovasi dikomunikasikan melalui beberapa saluran dengan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial.

Teori yang dikemukakan Rogers tersebut yakin bahwa inovasi yang terdifusi ke seluruh masyarakat dengan pola yang dapat diprediksi. Rogers juga mendefinisikan difusi inovasi sebagai sebuah proses yang mengkomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Makna inovasi demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial.

Elemen Difusi Inovasi

Rogers sang ilmuwan mengungkapkan bahwa dalam proses difusi inovasi terdapat empat elemen pokok. Berikut adalah keempat elemen pokok yang akan melengkapi teori difusi inovasi.

1. Inovasi

Inovasi diartikan sebagai sebuah gagasan, ide, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam difusi inovasi, sebuah inovasi dapat diartikan sebagai suatu hal baru atas dasar bagaimana pandangan orang terhadap suatu gagasan merupakan hal yang baru. Sejalan dengan hal tersebut, kebaruan inovasi dapat dikatakan sebagai sebuah hal yang diukur secara subjektif menurut masing-masing individu yang menerimanya.

2. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi dalam difusi inovasi dapat dikatakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Suatu inovasi dapat diadopsi oleh seseorang jika inovasi yang diterimanya tersebut telah dikomunikasikan kepada orang lain. Saluran komunikasi di sini harus disesuaikan dengan siapa yang dituju. jika ditujukan kepada masyarakat luas, maka saluran yang digunakan ialah komunikasi massa, sebaliknya, jika yang dituju adalah seorang individu makan yang digunakan adalah komunikasi personal.

3. Jangka Waktu

Jangka waktu dalam difusi inovasi ini merupakan sebuah proses keputusan dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau pun menolaknya. Jangka waktu merupakan hal yang paling berkaitan terhadap proses pengambilan keputusan. Keinovatifan seseorang dapat relative lebih awal atau lebih lambat ketika menerima inovasi, begitu juga ketika mengadopsi sebuah inovasi dalam sistem sosial.

4. Sistem Sosial

Sistem sosial merupakan tata tingkah laku yang menyangkut hak dan kewajiban yang ditentukan oleh masyarakat bagi seseorang yang menduduki posisi tertentu dalam lingkungan masyarakat. Sistem sosial merupakan hal yang sangat penting ketika kita memiliki maksud memecahkan masalah demi mencapai tujuan bersama. Sistem sosial ini juga menjadi sasaran bagi sebuah inovasi, mereka dapat menerima maupun menolak suatu inovasi tersebut.

Kategori Adopter dalam Teori Difusi Inovasi

Berikut merupakan kelima kategori adopter yang terdapat dalam teori difusi inovasi.

1. *Innovators*

Inovator merupakan orang yang memperkenalkan inovasi, gagasan, ide, atau metode yang baru. Seorang inovator biasanya memiliki ciri utama sebagai individu yang menyukai tantangan dan berani mengambil resiko. Mereka juga tentunya memiliki kemampuan ekonomi yang dapat mendukungnya menjadi seorang inovator. Terhitung hanya ada 2,5% individu yang berani menjadi seorang innovator.

2. *Early Adopters* (Perintis/Pelopor)

Perintis atau pelopor diartikan sebagai seseorang yang memulai untuk mengerjakan sesuatu. Perintis atau pelopor ini akan bersedia saat memulai inovasi dalam sebuah kelompok. Biasanya mereka memiliki ciri utama sebagai seseorang yang terpandang dan memiliki pengikut dalam suatu lingkungan sosial. Ada sekitar 13,5% orang yang termasuk ke dalam kategori *early adopters*.

3. *Early Majority* (Pengikut Dini)

Pengikut dini merupakan mereka yang bersama-sama menjadi pengikut awal dalam suatu inovasi. Seseorang yang merupakan pengikut dini memiliki ciri khas berupa pertimbangan yang matang sebelum mengambil sebuah keputusan. Ada sekitar 34% orang dalam suatu kelompok sosial yang termasuk ke dalam *early majority*.

4. *Late Majority* (Pengikut Akhir)

Pengikut akhir merupakan mereka yang secara bersama-sama menjadi pengikut terakhir dalam suatu inovasi. Ciri khas dari pengikut akhir ini ialah mereka merupakan kelompok yang memiliki pertimbangan pragmatis terhadap kebenaran dan kebermanfaat suatu inovasi yang hendak mereka adopsi. Jumlah kategori orang yang termasuk *late majority* ialah sekitar 34% dalam suatu kelompok sosial.

5. *Leggards* (Kelompok Kolot/ =Tradisional)

Leggards atau kelompok kolot merupakan kelompok terakhir yang paling sulit dalam menerima sebuah inovasi baru. Kelompok ini jumlahnya sekitar 16% dalam suatu kelompok sosial. Mereka memiliki ciri utama berupa sangat sulit dalam melihat dan menerima suatu perubahan. Jumlahnya ada sekitar 16% dalam suatu kelompok sosial.⁴²

⁴² Aris, Teori Difusi Inovasi: Pengertian, Jenis, Elemen, Tahapan, <https://www.gramedia.com/literasi/teori-difusi-inovasi/> diakses pada tanggal 13 september 2024