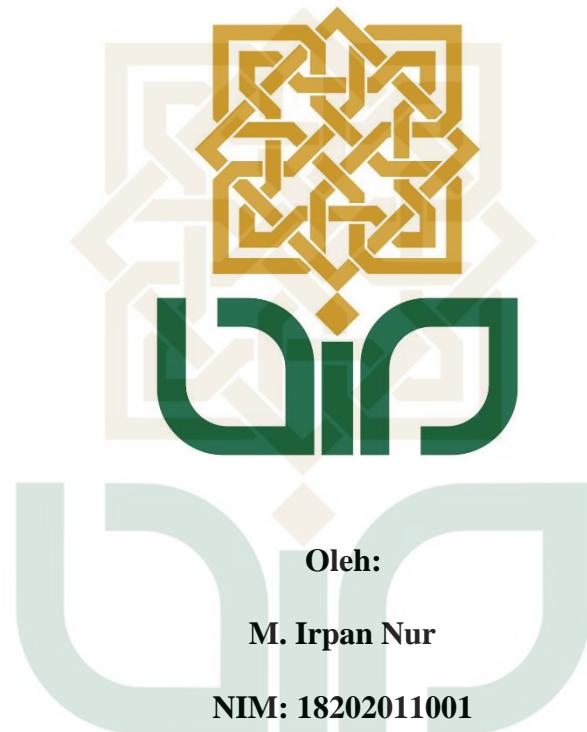


MEDIA SOSIAL DAN INTERAKSI KEAGAMAAN

Penggunaan Media Youtube Sebagai Interaksi dan Sumber Keagamaan

Mahasiswa IAIN Samarinda



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
TESIS
YOGYAKARTA

**Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial**

**YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Irpan Nur
NIM : 18202011001
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Samarinda, 7 Desember 2021

Saya yang menyatakan.



M. Irpan Nur
NIM. 18202011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Irpan Nur
NIM : 18202011001
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi, jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Samarinda, 7 Desember 2021

Saya yang menyatakan,



M. Irpan Nur

NIM. 18202011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-11/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : Media Sosial dan Interaksi Keagamaan Penggunaan Media Youtube sebagai Interaksi dan Sumber Keagamaan Mahasiswa IAIN Samarinda

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : M. IRPAN NUR, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 18202011001
Telah diujikan pada : Selasa, 21 Desember 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Pengaji I


Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61d3ae46900e2



Pengaji II

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 61c56010b5154



Pengaji III

Dr. H. Ahmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 61cc364333bcz



Yogyakarta, 21 Desember 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61d3ae46900ea

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum, warahmatullahi, wabarakatuh.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penelitian tesis yang berjudul: **Media Sosial dan Interaksi Keagamaan (Penggunaan Media YouTube Sebagai Interaksi dan Sumber Keagamaan Mahasiswa IAIN Samarinda).**

Oleh

Nama	:	M. Irpan Nur
NIM	:	18202011001
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum, wr. wb.

Yogyakarta, 7 November 2021

Prof. Dr. Hj. Ma'numah, M.Pd.
NIP. 19620312 199001 2 001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

Bapak dan Ibu saya, H. Dani (alm) & Normalili yang telah menjadikan saya sebagai seorang insan yang bermoral dan berintelektual dengan segenap do'a dan jerih payah yang dipersembahkan serta dipanjatkan.

Semua kaka-kaka saya, terimakasih telah memberikan dorongan moril dan ril dalam perjalanan pendidikan saya.

Teruntuk Istri saya Nadia Salisah Rahmah, terimakasih yang tak terhingga atas segala bentuk kasih sayang, dorongan dan semangatnya.

Dan kepada seluruh guru-guru, teman-teman magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri

Sunan Kaljaga Yogyakar

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTO

“Jalan pasti ada bagi siapa saja yang ingin berusaha. “

“Allah Dulu Allah Lagi Allah Terus”

“Memulai dengan Nama Allah, Kegiatan Berlangsung Tetap Mengingat Allah dan
Mengakhirinya dengan Nama Allah”

“Kesenangan Maupun Kebencian Yang Kita Rasakan Dari Allah Merupakan
Sebuah Misteri”



ABSTRAK

Youtub di era 4.0 menempati peringkat pertama sebagai media sosial yang paling banyak diakses di seluruh dunia, begitu pula pada mahasiswa IAIN Samarinda. Hal ini memberikan ruang media dan vasilitasnya menjadi sebagai ancaman maupun peluang bagi kegiatan dakwah. Bentuk transforamsi dakwah terlihat dari adanya vasilitas media sosial dan khususnya media YouTube yang memberikan fasilitas untuk penggiat dan konsumen dakwah dalam dunia virtual. Ditambah lagi dengan kondisi pandemi covid-19 yang membatasi gerak dan komunikasi secara langsung. Sehingga kegiatan dakwah konvensional banyak dibatasi dan bahkan dibatalkan, maka diberikan tawaran *alternatif* untuk menjawab keresahan tersebut dengan melalu vasiltas dengan dakwah dalam dunia virtual. Pengajian pada era modern tidak hanya dilakukan secara *face to face* namun juga bisa dilakukan dengan menggunakan prantara dunia digital. Segala kemudahan akses dan pemenuhan informasi agama yang ditawarkan media YouTube menjadikan media ini bisa diasumsikan sebagai “ustadz” ataupun “kitab” kontemporer. Mahasiswa IAIN Samarinda sebagai kaum milenial yang terdampak pandemi covid-19 banyak menghabiskan waktu sehari-hari dengan *gadget*, penuh dengan rasa ingin tahu dan masa penjajakan, menjadikan rentan terserang dan terdampak dari adanya kemajuan teknologi dan komunikasi. Padahal dalam dunia virtual nilai negatif dan postif berdampingan.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat fenomena dakwah dalam dunia digital yaitu pada Media YouTube. Penggunaan media Youtube sebagai interaksi dan sumber keagamaan Mahasiswa IAIN Samarinda memungkinkan adanya peran Mahasiswa sebagai konsumen maupun produsen dakwah dalam dunia virtual. Penelitian ini akan membahas seputar interaksi basis virtual dalam media YouTube dan ketersediaan informasi agama. Kemudian penelitian ini juga ingin mengungkapkan ketergantungan mahasiswa pada media YouTube. Hal lain lagi yaitu penelitian ini juga memaparkan kebudayaan dakwah virtual dalam pengalaman dan persepsi mahasiswa IAIN Samarinda.

Hasil penelitian ini memunculkan data bahwa Perkembangan pesat teknologi dan informasi membawa perubahan pada pola interaksi dan keberagamaan mahasiswa. Fenomena media YouTube sebagai sumber informasi tentang agama menjadi *trendsetter* sejak munculnya era digital yang membawa perubahan pada pola dan struktur dakwah. Aktivitas virtualpun mewarnai pola dakwah yang identik dengan *face to face*. Aktivitas tersebut merupakan bentuk tuntutan kebutuhan informasi agama di era modern menjadikan mahasiswa beradaptasi dengan melek akan teknologi. Interaksi dengan basis virtual yang melekat pada media YouTube dengan bebas nilainya serta tidak terbatas ruang maupun waktu, menjadikan penggunaan media YouTube sebagai sumber keagamaan sejalan di era informasi yang serba cepat. Dalam media YouTube interaksi memungkinkan untuk terjadi, karena disediakannya beberapa alternative untuk adanya interaksi antara konten *creator* dan audiens. Interaksi dalam lama komentar, *live streaming*, dan *direct message* diungkapkan dengan tujuan dan motif-motif tertentu. Seperti untuk memberikan dukungan, tanggapan, kritik, ide dan arah konten yang disarankan audiens, eksistensi audiens, dan komunikasi khusu atau secara personal. Dengan demikian kian menjadikan ruang dakwah berbasis virtual memberikan keuntungan bagi penggiat dan penikmat dakwah. Ketergantungan mahasiswa IAIN Samarinda pada media YouTube merupakan sebagai upaya pemenuh informasi maupun nilai agama yang mereka cari. Dengan kemudian didorong oleh faktor diskursus sosial sehingga kebutuhan akan agama berlanjut memerlukan media sebagai prantara. Dengan adanya media yang cenderung memberikan segala kebutuhannya akan informasi agama sehingga membuat mahasiswa memiliki ketergantungan kepada media tersebut yaitu YouTube. Hal ini dikuatkan dengan media YouTube yang menyediakan vasilitas berupa ruang dan waktu yang melahirkan krakteristik efektifitas, efesiensi, dan *accessible* serta bervariatif. Lahirnya dakwah virtual dari asimilasi dakwah merupakan perpaduan budaya media baru dan budaya ngaji konvensional. Perbedaan pengajian virtual dan konvensional terlihat dari adanya ruang dan waktu yang tak terbatas bagi virtual tetapi tidak bagi pengajian konvensional. Konvensioanl yang memiliki keunggulan berupa adanya hubungan emosional yang

terbangun dengan guru dan audiens namun tidak selalu terjadi pada proses virtual. Kemudian dari lahirnya kebudayaan baru dakwah memberikan beberapa pengalaman dan persepsi bagi mahasiswa IAIN Samarinda yaitu, pengalaman dalam menggunakan teknologi, pengalaman moralitas dan pengalaman sebagai penerima dan menyampaikan syiar Islam. Persepsi menerima dan terbuka dengan adanya teknologi (melek teknologi), menganggap adanya kebersinambungan dakwah dan teknologi serta bukan hanya menerima namun juga ikut andil atas kemajuan teknologi, dengan adanya teknologi dan kemajuannya merupakan kodrat yang harus dilalui, dikuti perkembangannya dan ikut andil serta bisa berperan aktif didalamnya.

Kata Kunci: Interaksi, Sumber Keagamaan, Dakwah Virtual, Media YouTube



ABSTRACT

Youtube in the 4.0 era was ranked first as the most accessed social media in the world, as well as the students of IAIN Samarinda. This gives the media space and its facilities a threat as well as an opportunity for da'wah activities. The form of da'wah transformation can be seen from the availability of social media and especially YouTube media which provides facilities for da'wah activists and consumers in the virtual world. Coupled with the Covid-19 pandemic, which limits movement and direct communication. So that many conventional da'wah activities are limited and even canceled, then an offer is given an alternative to answering these concerns by using facilities with da'wah in the virtual world. Recitation in the modern era is not only done face to face but can also be done using a digital world intermediary. All the ease of access and fulfillment of religious information offered by YouTube media makes this media can be assumed as a contemporary "ustadz" or "book". IAIN Samarinda students as millennials affected by the COVID-19 pandemic spend a lot of their daily time with gadgets, full of curiosity and a period of exploration, making them vulnerable to being attacked and affected by advances in technology and communication. Whereas in the virtual world negative and positive values coexist.

This research was conducted to see the phenomenon of da'wah in the digital world, namely on YouTube. The use of Youtube media as an interaction and religious source for IAIN Samarinda students allows for the role of students as consumers and producers of da'wah in the virtual world. This research will discuss about the interaction of virtual basis in YouTube media and the availability of religious information. Then this study also wants to reveal the dependence of students on YouTube media. Another thing is that this research also describes the virtual da'wah culture in the experiences and perceptions of IAIN Samarinda students.

The results of this study provide data that the rapid development of technology and information has brought changes to student interaction and religious patterns. The phenomenon of YouTube media as a source of information about

religion has become a trendsetter since the advent of the digital era which brought changes to the pattern and structure of da'wah. Virtual activities also color the pattern of da'wah which is identical to face to face. This activity is a form of demand for religious information needs in the modern era, making students adapt to technology literacy. Interaction with a virtual basis attached to YouTube media is value-free and is not limited by space or time, making the use of YouTube media as a religious source in line with the fast-paced information age. In YouTube media, interaction is possible, because it provides several alternatives for interaction between content creator and audience. Interactions in the length of comments, live streaming, and direct messages are expressed with certain goals and motives. Such as providing support, feedback, criticism, ideas and content directions suggested by the audience, the existence of the audience, and special or personal communication. Thus, making the virtual-based da'wah space more profitable for activists and connoisseurs of da'wah. The dependence of IAIN Samarinda students on YouTube is an effort to fulfill the information and religious values they seek. With then driven by social discourse factors so that the need for religion continues to require the media as an intermediary. The media tends to provide all their needs for religious information so that students have a dependence on the media, namely YouTube. This is strengthened by the YouTube media which provides facilities in the form of space and time that give birth to the characteristics of effectiveness, efficiency, and accessibility and are varied. The birth of virtual da'wah from the assimilation of da'wah is a combination of new media culture and conventional Koran culture. The difference between virtual and conventional recitation can be seen from the existence of unlimited space and time for virtual but not for conventional recitation. Conventional which has advantages in the form of an emotional connection that is built with the teacher and audience but does not always occur in a virtual process. Then from the birth of a new culture of da'wah, it provided several experiences and perceptions for IAIN Samarinda students, namely, experience in using technology, the experience of morality, and experience as recipients and transmitters of Islamic symbols. Perception of accepting and being open to technology (technology literacy), assuming that there is continuity of da'wah and technology and not only

accepting but also contributing to technological advances, with technology and its progress is a nature that must be passed, followed its development and contribute and can play an active role inside it.

Keywords: Interaction, Religious Resources, Virtual Da'wah, YouTube Media.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang digunakan dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	-
ت	Tā'	T	-
ث	Śā'	ś	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	-
ح	Hā'	ḥ	H (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Źal	Ź	Z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Sād	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	z (dengan titik dibawah)
ع	‘Ayn	... ‘...	koma terbalik
غ	Gayn	G	-
ف	Fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-

ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Waw	W	-
هـ	Hā'	H	-
ءـ	Hamzah	... ' ...	Apostrof (tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
يـ	Yā'	Y	-

2. Vokal

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin
—	fathah	A
—	Kasrah	I
—	Dammah	U

Contoh:

سـ - كـتـبـ - kataba يـذـهـبـ - yažhabu
سـ - سـعـلـ - su'ila ذـكـرـ - žukira

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
سـ	fathah ya	dan Ai	A dan i
سـ	fathah wau	dan Au	A dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Tanda Huruf latin



4. Ta' Marbūtah

Transliterasinya untuk ta' Marbūtah ada dua:

- a. Ta' Marbūṭah hidup

Ta' Marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, ḥammah, transliterasinya adalah /t/.

Contoh: مدينه المنوره – Madīnatul Munawwarah

- b. Ta' Marbūtah mati

Ta' Marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Contoh: طلحة - Talhah

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al" serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbūtah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh: روضة الجنة - raudah al-jannah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut

dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: رَبَّنَا - rabbanā نَعْمٌ – nu’imma

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ال”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الْرَّجُل – ar-rajul السَّيِّدَة – as-sayyidah

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلْمَنْ – al-qalamu الجَلَالُ – al-jalālu

Jika diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung (-)

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak diawal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: شَيْءٌ – syai' اُمْرٌ – umirtu

النَّوْءُ – an-nau'u تَخْدُونَ – ta'khudūn

8. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang hilang, maka dalam transliterasi ini penelitian kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُ خَيْرٌ الرَّازِقِينَ – *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn* atau

Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn

فَأُوفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ – *Fa'aufū al-kaila wa al-mīzāna* atau *Fa'aufūl-*

kaila wal-mīzāna

Catatan:

- 1) Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari dan permulaan kalimat. Bilamana dari itu didahului oleh kata sambung, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: *وَمَا مُحَمَّدُ إِلَّا رَسُولٌ* – *wa mā Muhammādūn illā rasūl*

أَفَلَا يَتَذَكَّرُ بِرَزْنِ الْقُرْآنِ – *afalā yataذabbarūna al-qur'ān*

- 2) Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: *نَصْرُ اللَّهِ وَفُتُحُ قَرِيبٍ* – *naṣrūm minallāhi wa fathūn qarīb*

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا – *lillāhi al-amru jamī'an*

اللَّهُ أَكْبَرُ – *allāh akbar*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dengan tulus dipersembahkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala. Dia-lah Tuhan yang menurunkan agama Islam melalui wahyu yang disampaikan kepada Rasull yang mulia Nabi Muhammad Sallaullahu alaihi wasalam, dan semoga sholawat serta salam selalu tercurah kepadabeliau.

Penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari mereka yang memiliki pengaruh besar dalam dunia penulis. Dengan demikian secara tulus dari hati yang terdalam mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Sekaligus Dosen Pembimbing Tesis, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. atas bimbinga, waktu yang diluangkan, kritikan dan masukan dalam proses penulisan Tugas Akhir penulis.
3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Hamdan Daulay, M.Si, M.A.
4. Sekretaris Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, serta penguji I Tugas Akhir penulis, Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum.
5. Sebagai dosen prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Penguji II, Dr. H. Akhmad Rifa'I, M.Phil.

6. Dekan FUAD IAIN Samarinda, Dr. Hj. Noorthaibah, M.Ag yang selalu memebrikan motivasi dan dorongan untuk kearah yang lebih baik serta bersedia menjadi narasumber dalam penelitian penulis
7. Staf program studi Magister, Bapak Khoirudin yang sering memberikan arahan kepada penulis.
8. Seluruh dosen Magister KPI, atas segala khazanah kelmuwan yang telah diberikan kepada penulis
9. Kedua orang tua penulis yang telah membeksarkan, membimbing dan selalu mendukung serta mendo'akan dan memberikan dorongan secara materi dan *nonmateri*.
10. Kepada kaka-kaka penulisa yang selalu memberikan dukungan berupa ril dan moril
11. Isteri penulis yang tercinta Nadia Salisah Rahmah yang memberikan segala curahan cinta dan motivasi serta bantuannya
12. Rekan penulis angkatan 2018 Magister KPI. Yang senantiasa mewarnai hari-hari penulis selama di kota pelajar, dan sahabat-sahabat masjid Nurul Islam, Kholis, Afif, Tarmizi, Rama serta Mbak Iis dan Vidi yang senantiasa menjadi teman diskusi dan teman cerita yang selalau rela direpotkan
13. Kepada seluruh informan dari mahasiswa IAIN Samarinda yang bersedia memberikan data yang penulis perlukan

Serta semua pihak yang tidak bisa disebut satu persatu. Semoga apa yang telah diberikan menjadi lading amal dan dibalas kebaikan di dunia maupun akhirat

oleh Allah SWT. Dan penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pribadi dan pembaca pada umumnya.

Samarinda, 7 Desember 2021

Penulis



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xiii
KATA PENGANTAR	xviii
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan dan Manfaat	14
D. Kajian Pustaka.....	15
E. Kerangka Teori.....	20
1. Teori Media Baru	21
2. <i>Dependency Theory</i>	27
3. <i>Technological Determinism Theory</i>	34

F. Metode Penelitian.....	37
G. Sistematik Pembahasan.....	46

BAB II

MAHASISWA IAIN SAMARINDA DAN MEDIA YOUTUBE48

A. Sejarah dan Profil IAIN Samarinda	48
B. Tujuan IAIN Samarinda.....	55
C. Visi IAIN Samarinda.....	56
D. Misi IAIN Samarinda.....	56
E. Mahasiswa IAIN Samarinda	56
F. Perkembangan Dakwah IAIN Samarinda	59
1. Media Sosial IAIN Samarinda	61
2. Blog dan Majalah IAIN Samarinda.....	62
3. Radio IAIN Samarinda.....	63
4. TV IAIN Samarinda.....	64
G. Media YouTube	65

BAB III

PENGGUNAAN MEDIA YOUTUBE SEBAGAI INTERAKSI DAN SUMBER KEAGAMAAN MAHASISWA IAIN SAMARINDA67

A. Media YouTube dan Ketersediaan Informasi Agama.....	67
1. Interaksi Basis Virtual dan Popularitas Media YouTube.....	68
2. Ketersediaan Informasi Agama.....	82
B. Ketergantungan Mahasiswa Pada Media YouTube	90
1. Diskursus Sosial	94

2.	Eksistensi Media YouTube.....	103
3.	Media YouTube dan Efek Pada Mahasiswa IAIN Samarinda	113
C.	Kebudayaan Dakwah Virtual	135
1.	Asimilasi Budaya Dakwah	139
2.	Pengalaman Seputar Dakwah Dalam Media Virtual	146
3.	Persepsi Mahasiswa Dalam Bermedia dan Dakwah Virtual	155
BAB IV		
PENUTUP		161
A.	Kesimpulan	161
B.	Saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA		167
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		176



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik Pengguna Internet Indonesia	2
Gambar 1. 2 Platforms Media Sosial Yang Paling Popular Diakses Menurut Hootsuite	4
Gambar 1. 3 Dampak Penggunaan Internet Indonesia Terhadap Sosial Budaya Masyarakat	7
Gambar 1. 4 Model Teori Depedency	31
Gambar 1. 5 Proses Analisis Data.....	45
Gambar 3. 1 Bentuk Komentar Audiens	73
Gambar 3. 2 Bentuk Komentar Langsung.....	75
Gambar 3. 3 Detik-Detik Gempa Tsunami Palu	96
Gambar 3. 4 Bentuk Tampilan Konten Agama Dalam Media Instagram.....	101
Gambar 3. 5 Video Berjudul Diam Dalam Media YouTube	102
Gambar 3. 6 Akun UAS di dalam media YouTube	110
Gambar 3. 7 ketergantungan Pada Media YouTube	113
Gambar 3. 8 Pengajian <i>on-line</i> media YouTube.....	157
Gambar 3. 9 Persepsi Mahasiswa Dalam Bermedia dan Dakwah Virtual	160

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kelahiran teknologi di era 4.0 ditandai dengan berbagai macam fasilitas yang menyertainya. Fasilitas tersebut dikemas dalam berbagai bentuk penawaran salah satunya seperti internet. Industri 4.0 menyajikan impact yang beragam,¹ dari bentuk positif maupun negatif. Selain itu internet juga menyuguhkan bentuk konektivitas sampai pada fasilitas seperti mesin dan data yang berwajah baru dengan basisi virtual. Internet merupakan benih dari perkembangan teknologi yang bersifat dinamis. Pergerakan yang massif dibuktikan dengan data yang dipaparkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penetrasi pengguna internet Indonesia yang mengalami kenaikan signifikan.

Melalui sekertaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono menjelaskan hasil dari survei pengguna Internet Indonesia yang bergerak naik dari angka 64,8% semenjak 2018 ke angka 73,7% pada tahun 2020.² Akses yang meningkat terhadap internet bukan hal yang bisa dipandang sekedar gejala biasa yang terjadi di masyarakat. Fenomena ini sedikit banyaknya dipengaruhi oleh

¹ Muhamad Ngafifi, “Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya,” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* 2, no. 1 (1 Juni 2014): 35, <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>.

² Irso, “Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital,” *KOMINFO*, 2020, https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker.diakses 30 Mei 2021

sosial *culture*³ yang mengalami perubahan aktivitas yang dulunya pada dunia nyata menjadi aktivitas yang berbasis virtual atau kegiatan yang berlangsung di dunia maya. Sebagai mana yang disampaikan McLuhan bahwa dunia maya mampu memengaruhi kehidupan masyarakat baik itu dari situs yang bersifat umum maupun khusus yang dikunjungi.⁴

Data dari bank dunia mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia 53,7 % tercatat sebagai pengguna internet aktif. Angka tersebut memperlihatkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia mengambil peran sebagai pengguna internet.



Gambar 1. 1 Statistik Pengguna Internet Indonesia⁵

³ Muhamad Ngafifi, "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya," 39.

⁴ Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 410.

⁵ Sumber gambar dari Bank Dunia, 53,7% dari jumlah penduduk (2020), [https://www.google.com/search?q=jumlah+pengguna+internet+indonesia&aqs=chrome..69i57j0i512l4j0i22i30l5.6236j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=jumlah+pengguna+internet+indonesia&rlz=1C1FHK_idID948ID948&oq=jumlah+pengguna+internet+indonesia&aqs=chrome..69i57j0i512l4j0i22i30l5.6236j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8), diakses pada 11 Oktober 2021.

Teknologi dengan basis internet telah membuka ruang baru dalam kehidupan masyarakat dalam upaya interaksi, ekspresi, pencarian informasi atupun hiburan.⁶ Sebagaimana keterangan dari Asosiasi Penyelenggaraan Internet Indonesia (APJII) mengatakan bahwa peran teknologi dalam tahun terakhir begitu penting sampai pada masuk kedalam beberapa sektor kehidupan, dari ekonomi, sosial dan politik.⁷ Ranah virtual melahirkan wajah yang beragam dari interaksi sosial, dengan demikian paradigma konvensional bukan satunya alternatif manusia dalam berinteraksi dan memperoleh informasi. Vasilitas berbasis internet menjadi alternative pada era 4.0 masyarakat untuk berinteraksi dan memperoleh informasi. Menjamurnya teknologi yang terlahir di era *new media* seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, WhatsApp merupakan beberapa contoh vasilitas interaksi berbasis virtual yang disebut media sosial. CNN Indonesia memaparkan data bahwa media-media di atas merupakan media populer yang digunakan oleh masyarakat Indonesia.⁸

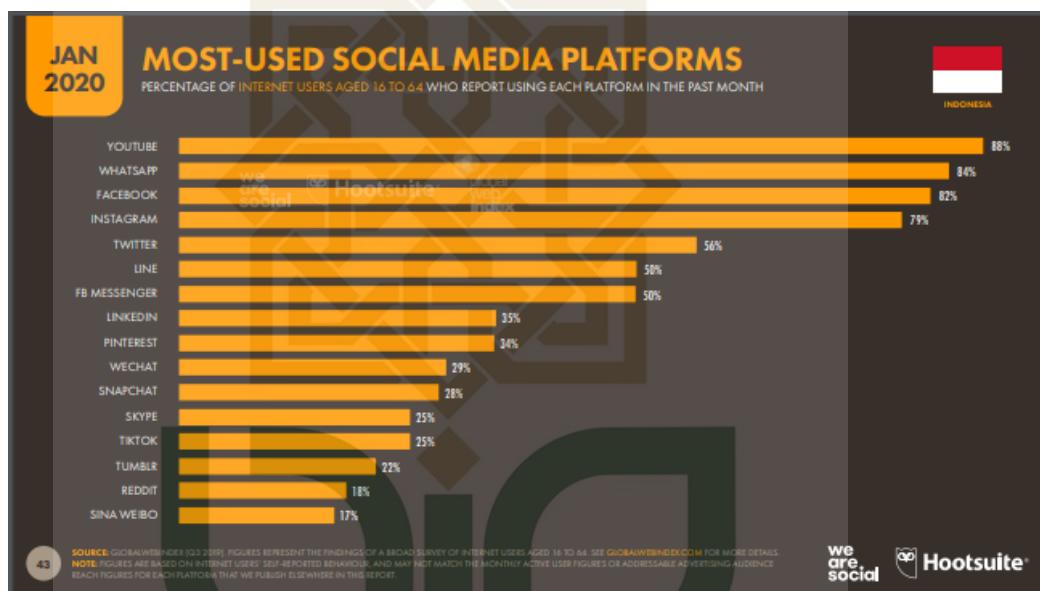
Media sosial merupakan media baru yang berbasis internet, dengan kata lain media baru merupakan wadah-wadah yang memfasilitasi seseorang untuk berselancar di dunia maya. Salah satu media sosial yang bergerak begitu massif adalah media YouTube. Terlihat dari surve yang dilakukan Global Web Index

⁶ Abdoel Gafar, "Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 8, no. 2 (2 Juli 2008): 36.

⁷ Buletin APJII Edisi 74, "Survei Pengguna INternet APJII 2019-Q2: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna INternet RI," APJII, November 2020, <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI74November2020.pdf>. diakses 2 Desember 2021.

⁸ Kustin Ayuwuragil, "Youtube Jadi Aplikasi Media Paling Populer di Indonesia," *CNN Indonesia* (blog), 6 April 2018, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180406202852-213-288967/youtube-jadi-aplikasi-media-paling-populer-di-indonesia>. diakses 3 November 2019.

(GWI) pada triwulan ketiga 2020 posisi media YouTube yang masih menjadi media sosial terpopuler di Indonesia dengan angka pengguna mencapai 94%, disusul WhatsApp diposisi kedua dan Instagram pada posisi ketiga serta Facebook diposisi keempat.⁹ Youtube bisa dikatakan sebagai media yang popular dengan konten video visualnya dan menjadi media dengan database vidio terbesar didunia internet ataupun virtual.



Gambar 1. 2 Platforms Media Sosial Yang Paling Popular Diakses Menurut Hootsuite¹⁰

Data di atas mengambarkan bahwa masyarakat Indonesia menjadikan media sosial youtube sebagai media yang paling utama sering diakses yaitu dengan nilai 88% dengan tujuan *sharing* maupun media untuk menumpahkan kreativitas. Data di atas juga diperkuat dengan pernyataan dari *Head of Large*

⁹ Yudo Dahono, "Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021," BERITSATU, 2021, <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>.diakses 30 Mei 2021

¹⁰ Sumber gambar lihat di, SIMON KEMP, "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020," 18 Februari 2020, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.

Customer Marketing, Google Indonesia, Muriel Makarim yang mengatakan “angka peningkatan naik sebesar lebih dari 10 juta pengguna sebagai mana yang tercata pada tahun sebelumnya”.¹¹

Data media sosial popular dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan Hariyanto tentang media sosial dan interaksi sosial mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, memaparkan data temuan bahwa durasi 68% mahasiswa dalam mengakses media sosial memiliki rentan waktu 30 menit sampai 1 jam perharinya.¹² APJII juga memaparkan bahwa sekitar lebih dari 8 jam, pengguna internet menghabiskan waktunya dalam satu hari.¹³ Kemudian kaum milennial dinyatakan mendominasi penggunaan internet di Indonesia, pernyataan ini dikutip dari manager komunikasi Tetra Park Indonesia, Gabrielle Angriani *Communications Manager* Tetra Park Indonesia.¹⁴ Hal ini menjadi pertanda kaum milenial merupakan salah satu pengguna internet massif dengan spesifik media sosial sebagai media yang digunakan dalam waktu sehari-hari. Kemudian peningkatan

¹¹ Tesalonica, “Jumlah pengguna unik YouTube di Indonesia capai 93 juta,” *tek.id* (blog), 15 September 2020, <https://www.tek.id/tek/jumlah-pengguna-unik-youtube-di-indonesia-capai-93-juta-b1ZT79iPE>.

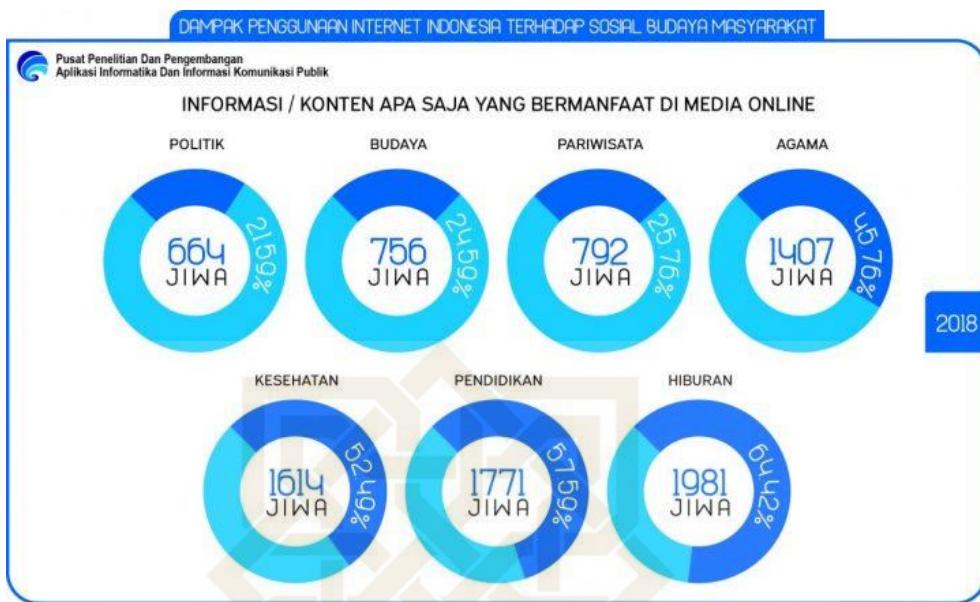
¹² Hariyanto, “Media Sosial Dan Interaksi Sosial (Studi Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)” (Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2018), 81, <http://digilib.uinsuka.ac.id/id/eprint/34040>.

¹³ Buletin APJII Edisi 74, “Survei Pengguna INternet APJII 2019-Q2: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna INternet RI.” Diakses 5 Desember 2021.

¹⁴ Yudhianto, “132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos,” *detikinet* (blog), 27 September 2017, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos>. Diakses 13 November 2019.

indeks penggunaan media sosial di Indonesia juga menjadi tanda bahwa masyarakat sudah “melek” akan adanya fenomena *new media* dalam era 4.0.

Penetrasi pengguna internet yang kian meningkat kemudian membuka peluang pelaku dakwah. Kegiatan dakwah yang mulanya berbasis konvensional kemudian bertransformasi menjadi virtual. Hal ini terlihat dari banyaknya penggiat dakwah bermunculan dalam media virtual terutama YouTube. Dimulai dari ceramah agama secara umum, motivasi agama, tafsir, ilmu tajwid, maupun filsafat kini telah banyak menghiasi halaman media YouTube. Dengan demikian konten agama tidak hanya berkutat pada pembahasan-pembahasan yang umum dan khusu saja, tapi dalam media YouTube, konten agama disuguhkan dengan berbagai bentuk dan bahasan yang bisa dikatakan sesuai dengan minat pengaksesnya. Seiring dengan adanya peningkatan tersebut maka bisa dikatakan bahwa masyarakat semakin bergantung pada fasilitas teknologi yang mampu memberikan kemudahan dalam upaya pencarian informasi agama. KOMINFO merilis data bahwa informasi atau konten apa saja yang bermanfaat di media *on-line*. Konten atau informasi tentang agama menjadi salah satu konten yang memiliki persentase cukup banyak diakses dalam media *on-line* yaitu dengan nilai 45,76% atau 1407 jiwa. Nilai tersebut bisa kita lihat dari gambar berikut:



Gambar 1. 3 Dampak Penggunaan Internet Indonesia Terhadap Sosial Budaya Masyarakat¹⁵

Media YouTube merupakan media sosial yang berbasis situs yang menyediakan video atau audio yang bisa diakses dengan prantara computer, laptop, ataupun *handphone* yang terkoneksi dengan jejaring internet.¹⁶ Dalam observasi awal pada kaum milenial, 9 dari 10 orang mengatakan YouTube menjadi pilihan utama dari sekian banyaknya media sosial dikarenakan memberikan tampilan yang komplit berupa audio dan video. Sejalan dengan persentase minat konsumsi khalayak, YouTube dengan sejuta kontennya tidak terlepas dari dampak positif dan negatif. Layaknya televisi yang mana dahulu

¹⁵ Sumber gambar lihat di, Leski Rizkinaswara, "Dampak Penggunaan Internet Indonesia Terhadap Sosial Budaya Masyarakat," KOMINFO, Agustus 2019, <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/dampak-penggunaan-internet-indonesia-terhadap-sosial-budaya-masyarakat/>.

¹⁶ Terry Flew, *New Media: An Introduction*, 3. ed., repr (South Melbourne, Vic.: Oxford Univ. Press, 2008), 2.

disebut sebagai media yang paling digemari,¹⁷ begitu pula dengan media YouTube tentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan prilaku masyarakat, bisa dikatakan YouTube pada era 4.0 sekarang ini memiliki peran yang sama bahkan bisa melampaui media massa.

Dalam laman web KOMINFO menampilkan dampak negatif dari penggunaan internet yang menyatakan tingkat kesopanan dalam tingkah laku, kejujuran dan gotong royong semakin menurun.¹⁸ Perubahan-perubahan tersebut banyak dijumpai dalam kehidupan di masyarakat sesuai dengan beberapa penelitian yang mengungkapkan dampak dari adanya internet seperti, individualisme,¹⁹ budaya *phubbing*²⁰ bahkan mengarah kepada kapitalis.²¹

Konten agama dalam YouTube dengan berbagai gayanya, menyajikan berbagai informasi yang mudah untuk diakses para kaum Muslim. Akses yang tidak terkendali kadang menjadi *boomerang*. Konten dari akun yang tidak jelas rimbanya bisa menjadi buah simalakama, karena penyaji atau ulama yang berperan dalam akun tersebut belum terbukti kredibilitasnya. Menjadi pertanyaan apakah seseorang tersebut kompeten dalam menginformasikan isu seputar agama. Konten agama tentu memiliki dampak yang beragam bagi

¹⁷ Aceng Abdullah dan Lilis Puspitasari, “Media Televisi di Era Internet,” *ProTVF* 2, no. 1 (25 Desember 2018): 101, <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>.

¹⁸ Leski Rizkinaswara, “Dampak Penggunaan Internet Indonesia Terhadap Sosial Budaya Masyarakat.”

¹⁹ Muzaini, “Perkembangan Teknologi Dan Perilaku Menyimpang Dalam Masyarakat Modern,” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* 2, no. 1 (1 Juni 2014): 54, <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2617>.

²⁰ Ita Musfiowati Hanika, “Fenomena Phubbing Di Era Milenia (Ketergantungan Seseorang Pada Smartphone Terhadap Lingkungannya),” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2 Januari 2015): 48, <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.42-51>.

²¹ Wasisto Raharjo Jati, “Memahami Globalisasi sebagai Evolusi Kapitalisme” 7, no. 2 (Desember 2013): 242, <http://journal.unair.ac.id/JGS@memahami-globalisasi-sebagai-evolusi-kapitalisme-article-6326-media-23-category-8.html>.

konsumennya. Dampak negatif merupakan dampak yang patut diwaspada. Radikalisme, ajaran, dan bahakan faham atau madzhab yang ekstrimis merupakan hal yang berbahaya untuk dikonsumsi generasi milenial.

YouTube pada era saat ini bisa dikatakan sebagai “ustadz” atau “kitab suci” kontemporer, karena mudahnya mendapatkan informasi keagamaan dalam bentuk yang bervariasi. Belajar agama saat ini tidak hanya terbatas dengan cara *face to face* saja tapi dalam dunia digital juga bisa dilakukan. Ketersediaan informasi agama dalam bentuk virtual merupakan hal yang lumrah pada era sekarang ini. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh sekelompok orang bahkan individu dalam memanfaatkan media tersebut untuk menyuarakan ideologinya. Ditambah lagi pada masa wabah pandemi covid-19 yang melanda dunia, sedikit banyaknya memaksa seluruh masyarakat untuk membatasi kegiatan secara langsung. Aktivitas-aktivitas semula yang berlangsung secara langsung mulai bergeser menjadi aktivitas yang bersifat virtual.

Sekilas akhir tahun 2019 negeri China dihebohkan dengan kemunculan wabah corona (covid-19) dengan varian baru yang banyak memakan korban.²² Tidak hanya di negara China, covid-19 mulai merangkak menyebar ke negara-negara tetangga sampai pada seluruh dunia. Sampai pada tahun 2021 penanggulangan covid belum juga teratas terhitung sejak 2020 wabah yang muncul pada 2019 tersebut telah tercatat sebanyak 136 juta kasus.²³ Indonesia

²² Mela Arnai, “Timeline Wabah Virus Corona, Terdeteksi pada Desember 2019 hingga Jadi Pandemi Global,” *Kompas.com* (blog), 12 Maret 2020, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/12/113008565/timeline-wabah-virus-corona-terdeteksi-pada-desember-2019-hingga-jadi?page=all>. Diakses 13 April 2021.

²³ Jawahir Gustav Rizal, “Update Corona Dunia 12 April: 10 Negara dengan Kasus Terbanyak | 136 Juta Kasus Covid-19,” *Kompas.com* (blog), 12 April 2021,

merupakan salah satu negara yang tekena dampak pandemi covid-19. Pada awal maret tahun 2020 Indonesia mulai menerapkan peraturan-peraturan yang bertujuan untuk membendung pandemi covid-19 agar tidak menyebar keseluruh daerah Indonesia. Adanya pandemi kemudian berdampak juga pada beberapa sector kehidupan seperti kesehatan, perekonomian, indeks kriminalitas yang meningkat, pendidikan, bahkan sampai pada keagamaan. Hal ini menjadikan covid-19 merupakan sebagai salah satu wabah terburuk sepanjang sejarah dunia maupun Indonesia.

Dampak pandemi yang semakin memburuk sehingga memaksa sektor pendidikan contohnya sejak bulan Maret 2020 diinteruksikan untuk belajar dari rumah.²⁴ Alternatif belajar dengan tatap muka diganti dengan sistem *daring* atau *on-line* melalui media sosial. Hal ini membuktikan bahwa peran media dalam era 4.0 kian semakin krusial. Begitu juga dengan sektor keagamaan yang juga merasakan dampaknya. Banyak aktifitas keagamaan sejak terdeteksinya virus corona melanda dunia dibatasi bahkan dibatalkan.²⁵

Kegiatan keagamaan di Indonesia memiliki persentase yang didominasi oleh pemeluk agama Islam, hal ini dikarenakan Indonesia memiliki masyarakat yang mayoritas pemeluk agama Islam. Virus corona memberikan dampak

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/04/12/112900465/update-corona-dunia-12-april-10-negara-dengan-kasus-terbanyak-136-juta?page=all>. Diakses 15 April 2021.

²⁴ Deti Mega Purnamasari, “Arahan Jokowi untuk Pemda: Liburkan Sekolah hingga Tingkatkan Layanan Pasien Covid-19,” *Kompas.com* (blog), 15 Maret 2020, <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/15/14452291/arahan-jokowi-untuk-pemda-liburkan-sekolah-hingga-tingkatkan-layanan-pasien>. Diakses 15 April 2021.

²⁵ Huminca Sinaga, “Paskah dan Berbagai Acara Keagamaan Dunia Dibatalkan Demi Cegah Corona,” *Pikiran Rakyat.com* (blog), 15 Maret 2020, <https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-01351582/paskah-dan-berbagai-acara-keagamaan-dunia-dibatalkan-demi-cegah-corona>. diakses 16 April 2021.

pembatasan setiap kegiatan yang sifatnya mengumpulkan massa atau membuat kerumunan manusia. Acara pengajian, tablig akbar, shalat jum'at dan lainnya pada tahun 2020 dibatalkan dan ditiadakan. Kegiatan tablig akbar di Sulawesi Selatan pada tahun 2020 yang diperkirakan akan dihadiri 8000 jama'ah dibatalkan oleh pemerintah.²⁶ Hal tersebut bertujuan untuk membendung virus corona agar tidak menyebar kepada jama'ah yang sedang berkumpul dalam acara agama tersebut.

Pembatasan dan pembatalan tersebut menjadikan banyak jadwal yang ditunda bahkan sampai pada pembatalan. Dibalik pembatasan tersebut kebutuhan akan penyegaran terhadap rohani semakin dibutuhkan di masa pandemi covid-19, hal ini sesuai dipaparkan oleh Ikatan Dai Indonesia (Ikadi) yang mengajak terus mendekatkan diri pada Allah swt.²⁷ Kebutuhan akan informasi agama terkorelasi dalam firman-Nya dalam surah al-Mujadilah ayat 11 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَلِسِ فَافْسُحُوا يَفْسِحَ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ انْشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ
دَرَجَاتٌ وَاللَّهُ عَمَّا يَعْمَلُونَ حَمِيرٌ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan padamu, 'berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,' maka lapangkanlah. Niscaya Allah akan memberikan kelapangan padamu. Dan apabila dikatakan, 'berdirilah kamu' maka berdirilah. Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan

²⁶ ABC, "Alasan Kerumunan, Termasuk Acara Keagamaan, Sebaiknya Dihindari Saat Wabah Corona," *Tempo.co* (blog), 19 Maret 2020, <https://www.tempo.co/abc/5409/alasan-kerumunan-termasuk-acara-keagamaan-sebaiknya-dihindari-saat-wabah-corona>. Diakses 16 April 2021.

²⁷ Fuji E Permana, "Ikadi: Terus Dekatkan Diri pada Allah Saat Pandemi," *Republika.co.id* (blog), 20 September 2020, <https://www.republika.co.id/berita/qh7ess335/ikadi-terus-dekatkan-diri-pada-allah-saat-pandemi>. Diakses 16 April 2021.

orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan (hanya) kepada Allah hendaknya orang-orang beriman.²⁸

Ayat tersebut telah memberikan gambaran yang relevan terhadap seseorang yang berusaha dalam upaya pembentukan dengan cara pencarian ilmu secara umum maupun agama secara *kontinue* dan di manapun akan memiliki kemuliaan didunia dan akhirat. Hal ini merupakan upaya mencari kebenaran, dan menjauhi serta meninggalkan yang batil. Bahkan secara tegas Allah telah memberikan derajat yang setinggi-tingginya bagi hamba-Nya yang menuntut ilmu. Tingginya derajat orang yang menuntut ilmu berada jauh di atas orang-orang yang tidak memiliki gairah dalam menuntut ilmu. Dengan demikian pengajian teteap dilakukan namun dengan cara yang berbeda dari biasanya. Semisal dengan mengaji secara on-line di media seperti YouTube dan lainnya. Hal ini merupakan solusi zaman yang semakin beragam, yang mana masyarakat mampu memperoleh pengetahuan melalui media.

Sejak adanya wabah yang melanda Indonesia menjadikan pembelajaran tatap muka terhambat. Pencarian informasi agama dan interaksi keagamaan juga terlihat tidak memungkinkan untuk dilakukan. Alternatif virtual akhirnya muncul dengan menawarkan banyak media yang bisa memfasilitasinya. Hal tersebut kemudian berdampak pada salah satu instansi pendidikan yaitu IAIN Samarinda dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan berbasis Islam. IAIN Samarinda merupakan Instansi pendidikan negeri berbasis agama pertama yang berdiri di wilayah Kalimantan Timur. IAIN Samarinda merupakan salah satu

²⁸ Kementerian Agama RI, *Bukhara (al-Qur'an Tajwid & Terjemah)* (Bandung: Syamil Qur'an, 2010), 543.

pencetak generasi yang memiliki karakteristik menyeimbangkan pengetahuan terhadap dunia maupun akhirat. Dengan demikian mahasiswa IAIN diharapkan mampu menjadi pelopor kemajuan dan kelangsungan peradapan yang ada di wilayah Kalimantan Timur khususnya. Namun pergerakan keilmuan dalam IAIN Samarinda sejak munculnya wabah dan menjadi fenoena pandemi di seluruh dunia sedikit banyaknya bergeser. Pergeseran dari proses pembelajaran maupun interaksi antara mahasiswa semakin terlihat karena adanya pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah. Mahasiswa dari sejak pertengahan tahun 2020 mengikuti pembelajaran daring yang dilakukan dengan menggunakan media-media tertentu.

Terbatasnya kegiatan *face to face* menjadikan sedikit banyaknya mahasiswa terdampak dengan tidak bisa berinteraksi dengan guru, dosen, ustaz, maupun kiyai. Interaksi mengenai informasi keagamaan kemudain kian terhambat. Dalam observasi awal terungkap bahwa mahasiswa dalam hal ini mencari alternatif pembelajaran dengan memanfaatkan internet dan khusunya media YouTube sebagai pemenuh kebutuhannya akan agama. Dampak lainnya yaitu berada lebih lama dalam rumah menjadikan mahasiswa lebih dekat dengan *handphone* sehingga kesempatan terpapar begitu banyaknya. Hal ini pulalah yang mendasari kelanjutan penelitian ini.

Agama yang berwarna dalam dunia virtual melahirkan konstruksi yang beragam. Arah pemikiran, ideologi, merupakan gambaran kecil dari dampak agama yang tersaji dalam konten YouTube. Berangkat dari berbagai faktor di atas maka secara sadar maupun tidak sedikit banyaknya pola sosial *culture*

lambat laun mulai menunjukan pergeseran yang signifikan sampai pada bentuk komunikasi dan interaksi keagamaan dalam masyarakat. Berangkat dari hal tersebut maka peneliti ingin melihat Penggunaan Media YouTube Sebagai Interaksi dan Sumber keagamaan Mahasiswa IAIN Samarinda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Mahasiswa IAIN Samarinda memanfaatkan penggunaan media YouTube sebagai interaksi dan sumber keagamaan?

C. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, penelitian ini memiliki sejumlah tujuan dan kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana Mahasiswa IAIN Samarinda memanfaatkan penggunaan media YouTube sebagai interaksi dan sumber keagamaan.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan seputar penggunaan media YouTube sebagai interaksi dan sumber mahasiswa dalam memahami dan mencari informasi seputar keagamaan dalam kehidupan di era kontemporer. Selain itu model penggunaan media YouTube sebagai interaksi dan sumber keagamaan dalam penelitian ini diharapkan menjadi refrensi dan refleksi bagi kalangan akademisi maupun

non-akademisi dalam kehidupan sosial dan virtual. Penulis berharap penelitian ini bisa menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya khususnya penelitian dengan tema seputar media YouTube dan sumber keagamaan. Tujuan terpenting dari penelitian ini, yaitu bisa menambah Khazana bagi studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam hal ini ditulis sebagai rujukan dan pembeda fokus dalam penelitian yang akan penulis lakukan. Tentu saja penelitian-penelitian yang akan dilampirkan merupakan penelitian yang relevan dengan penelitian penulis. Hasil penelitian M. Hatta yang berjudul “Media Sosial, Sumber Keberagamaan Alternatif Remaja: Fenomena *Cyberreligion* Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat.”²⁹ Penelitian ini membahas maraknya praktik keagamaan dalam dunia maya yang notabene dilakukan oleh siswa Muslim terutama di Indonesia. Tausiyah yang didengarkan dari ustaz idola mereka, dengan materi berlimpah yang digemari, media sosial menjadi rujukan yang paling tepat dalam menjawab dan memberikan informasi kepada mereka. M. Hata melakukan penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya fenomena *Cyberreligion* pada mahasiswa SMA Negeri 6 Depok, Jawa Barat. Hasil dari penelitiannya memaparkan bahwa siswa dalam satu hari menghabiskan waktu

²⁹ M Hatta, “Media Sosial, Sumber keberagamaan Alternatif Anak Milenial Fenomena *Cyberreligion* Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat,” *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2 Oktober 2019): 1–30, <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>.

minimal 4 jam lebih untuk berselancar di media sosial. Kekaguman yang cenderung pada arah mengkultuskan diungkapkan dalam penelitian ini.

Penelitian dengan judul “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”) yang ditulis oleh Alfin Khosyatillah³⁰ memaparkan penelitian yang berfokus pada bagaimana dampak adanya media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. Media sosial merupakan media yang banyak digemari oleh mahasiswa dengan waktu dan tempat akses kapan pun dan dimanapun. Penelitian yang dilakukan Alfin bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa Studi Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Uin Sunan Ampel Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan ada 3 bentuk operasional dari perilaku, yaitu pengetahuan, sikap, serta tindakan prilaku dari *impact* penggunaan media sosial. Dampak negatif dan positif merupakan *polemik* yang selalu menghiasi setiap terpaan media. Dua orang mahasiswa sebagai informan mengungkapkan bahwa media sosial memiliki efek candu dan mengaku terkena terpaan kurang bisanya membatasi diri dalam penggunaan media sosial. Sedangkan di sisi lain media sosial bisa memberikan efek positif berupa memotivasi mahasiswa untuk melakukan tindakan keagamaan.

³⁰ Alfin Khosyatillah, “Dampak media sosial terhadap perilaku keagamaan: studi kasus 7 mahasiswa jurusan studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya” (Surabaya, UIN Sunan Ampel, 2018), http://digilib.uinsby.ac.id/25022/1/Alfin%20Khosyatillah_E82214032.pdf.

Pada Penelitian Yang Berjudul “Media Sosial dan Interaksi Sosial (Studi Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”), yang ditulis Hariyanto.³¹ Penelitian ini merupakan tesis dari mahasiswa magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ia memaparkan komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia. Tanpa dibatasi ruang dan waktu kebutuhan individu dan kelompok akan komunikasi sedikit banyaknya terjawab dengan adanya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Adanya distorsi dari penggunaan media sosial merupakan efek yang mengarah pada pasifnya interaksi sosial dari dua orang atau lebih. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan motivasi penggunaan media sosial dan mengidentifikasi penggunaan media sosial dalam interaksi sosial. Hasil temuan penelitian berdasarkan atas lima motivasi dengan dominan pilihan dari penggunaan media sosial yakni pertama berdasarkan motivasi informasi sebesar 83% yang mengarah pada dominasi pilihan untuk mengetahui kondisi masyarakat umum yang mencapai 91%, kedua 60% berdasarkan motivasi dakwah untuk mencari dan mendapatkan konten ke-Islaman mencapai 71%, ketiga didasari motivasi hubungan personal sebesar 54% dengan spesifik dominan terhadap aspek berkomunikasi dengan teman yang dikenal di dunia nyata dengan persentase 85%, keempat 46% berdasarkan motivasi hiburan dan 75% dari aspek untuk menghilangkan (stress), dan

³¹ Hariyanto, “Media Sosial Dan Interaksi Sosial (Studi Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).”

motivasi terakhir sebesar 22% berdasarkan motivasi identitas personal yang kemudian dari aspek untuk berbagi pengalaman mencapai persentase 40%.

Temuan selanjutnya memaparkan dari penggunaan media sosial dalam interaksi sosial mengakibatkan empat hal; pertama, 61% terjadi pengisolan. Kedua, 54% gagal menyampaikan pesan atau berkomunikasi. Ketiga, 45% memperlemah interaksi. Keempat, 31% menghambat interaksi. Hasil temua dari penelitian ini dikatakan menjadi rambu dan pertimbangan para Mahasiswa agar mampu mengontrol diri ketika Bersama temannya untuk tidak mengakses media sosial.

Artikel jurnal yang ditulis Eddy Saputra berjudul “Dampak Sosial Media Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja dan Solusinya Melalui Pendidikan Agama Islam.”³² Pengaruh sosial media memiliki dampak yang sangat berpengaruh bagi kehidupan dan sikap keberagamaan remaja. Remaja yang memiliki *background* pendidikan agama Islam dikatakan memiliki kesadaran terhadap nilai-nilai agama, sehingga tidak begitu menghawatirkan untuk menyimpang terlalu jauh. Namun penyimpangan remaja tetap saja terjadi dengan sebatas berbohong dan kuran bertanggung jawab terhadap kewajibannya. Perbuatan yang mengarah kepada tindak kriminalitas dipaparkan merupakan remaja yang tidak memiliki *background* pendidikan agama. Nilai-nilai agama dan sosial seiring perkembangan teknologi mulai mengalami

³² Eddy Saputra, “Dampak Sosial Media Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja dan Solusinya Melalui Pendidikan Agama Islam,” *Sosio e-Kons* 8, no. 2 (29 Oktober 2016), <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v8i2.922>.

pergeseran dan terkikis maknanya. Meningkatnya kasus kriminalitas menjadikan media sosial memiliki kesan negatif dalam pandangan masyarakat.

Penelitian selanjutnya yang diteliti oleh Erna Dusra,³³ dengan judul penelitian “Pengaruh Media Internet terhadap Perilaku Menyimpang Remaja di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Maros.” Hasil yang didapat memaparkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara menonton film maupun video porno di media internet dengan perilaku menyimpang (seksual). Perilaku menyimpang dipersentasekan sebesar 68,8% yang berarti melebihi batas tengah berujung pada terbuktiannya teori Kultivasi yang digagas oleh George Gerbner yang berdampak pada mereka yang tergolong memiliki kebiasaan menonton pornografi membenarkan bahwa pacarana dan berpelukan dengan pasangan adalah hal yang sah-sah saja. Merupakan peringatan yang harus disadari oleh semua remaja orang tua, serta guru agar senantiasa mengarah kepada penggunaan internet untuk kegiatan positif. Penanaman nilai agama kepada remaja merupakan salah satu cara menanggulangi kerusakan moral remaja.

Kelima penelitian di atas memamparkan bahwa media sosial dan internet dengan berbagai macam problematikanya memberikan dampak yang beragam dari positif sampai pada pengaruh negatif yang berujung pada tindakan kriminal. Penelitian yang dilakukan oleh M. Hatta dan Alfin Khosyatillah memperlihatkan temuan kecenderungan siswa dalam menggunakan media dengan durasi waktu tertentu. Efek negatif dipaparkan oleh M. Hatta berupa

³³ Erna Dusra, “Pengaruh Media Internet terhadap Perilaku Menyimpang Remaja di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Maros” (diploma, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017), <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5610/1/ERNA%20DUSRA.pdf>.

penggunaan yang berlebihan dan sikap yang mengarah kepada upaya pengkultusan.

Hariyanto melakukan penelitian dengan fokus melihat motivasi mahasiswa untuk menggunakan sosial media. Penggunaan media sosial dipaparkan memiliki dampak berupa berpengaruhnya interaksi sosial mahasiswa. Penelitian lain seperti Eddy Saputra lebih mengkaji efek dari latar belakang pendidikan seseorang terhadap tindakan kriminal. Tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dipaparkan di atas, Erna Dusra memaparkan penelitian dengan fokus pembahasan efek media internet yang memungkinkan seseorang memperoleh tontonan berupa pornografi yang berimbang pada penyimpangan perilaku seksual sampai pada pemberian prilaku anmoral.

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu, maka fokus dalam penelitian yang penulis lakukan adalah lebih fokus dalam mengkaji Penggunaan Media YouTube Sebagai Interaksi dan Sumber Keagamaan Mahasiswa IAIN Samarinda.

E. Kerangka Teori

Pada bagian kerangka teori akan dijabarkan dan dijelaskan beberapa teori yang memiliki relevansi dan korelasi dengan penelitian ini, sehingga dengan teori-teori yang dijabarkan bisa membantu peneliti dalam melakukan penelitian yang erat kaitannya dengan berargumentasi dan menganalisis masalah penelitian, maka teori-teori tersebut yaitu:

1. Teori Media Baru

Kemunculan media baru muncul bukan merupakan fenomena yang secara nyata sebagai momok yang menakutkan bagi kelangsungan hidup sosial, namun media baru muncul memberikan warna baru bagi kehidupan sosial masyarakat. Terlepas dari polemik yang terdapat di dalamnya. Media baru merupakan bentuk interaksi dan komunikasi yang bisa terbilang baru. Namun kemunculannya tidak lepas dari sejarah dan fenomena media-media sebelumnya yang juga mampu memberikan warna bagi kehidupan masyarakat dalam upaya pencarian dan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh Littlejohn, bahwa dalam tradisi sosiokultural produksi media merupakan bentuk produk dari adaptasi dan respon terhadap perkembangan sosial budaya, yang pada akhirnya juga mampu berperan untuk memberikan pengaruh kepadanya.³⁴

Pada era modern dimana perkembangan agama juga menunjukkan pergerakannya yang semakin massif. Posis berpengaruhpun diduduki dan agama acap kali terlihat sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Maka melihat hal tersebut, tidak diragukan lagi bahwa perkembangan agama mampu membuat media merespon fenomena tersebut. Islam salah satu agama yang tersorot dari banyaknya agama-agama di dunia. Dengan demikian tidak dipungkiri bahwa perkembangan agama kemudian dipengaruhi oleh media.

³⁴ Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, 410.

Marshal McLuhan memperkenalkan *first media age* dalam teori media klasiknya kemudian diikuti oleh Mark Poster dalam teori media baru yang membahas tentang perkembangan media yang disebutnya dengan istilah *second media age* atau era media kedua. Sejarahnya, media baru digunakan sebagai alat komunikasi yang berbasis teknologi yang mengalami perkembangan pesat sejak tahun 1960. Kemunculan teknologi komunikasi dan informasi kemudian semakin menonjol pada abad ke-20. Dengan berbagai produknya seperti computer dan *handphone*. Media baru identik dengan teknologi berbasis sistem digitalisasi, yang mampu terkoneksi dengan prantara jaringan internet.³⁵ Fakta seputar digitalisasi merupakan proses di mana semua bentuk teks dapat tereduksi menjadi kode biner dengan produksi dan distribusi yang sama dengan aslinya. Bentuk digitalisasi intervensi pada media baru memungkinkan untuk lembaga media menjadi lebih evolusioner.³⁶ Bentuk perubahan dan perkembangan media kemudian sedikit banyaknya memengaruhi berbagai bentuk tentang kehidupan sosial termasuk tentang keagamaan.

Berbicara mengenai agama, media baru dengan segala kelebihannya dan memiliki pergerakan yang evolusioner mampu memberikan dampak kepada segmentasi agama terutama seputar dakwah. Dengan adanya media yang memiliki karakteristik bebas ruang dan waktu menjadikan masyarakat sedikit banyaknya terbantu untuk memperoleh inforamasi agama. Kegiatan

³⁵ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail, McQuails's Mass Communication Theory* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 42.

³⁶ Denis McQuail, 150.

agama yang identik dengan dakwah atau pengajian dalam media baru bertaransformasi dengan bentuk virtual. Mengaji tanpa menempuh jarak dan bisa diwaktu-waktu yang diinginkan untuk bertemu dan mendengar tausiah penceramah merupakan vasilitas yang diberikan media baru.

Secara nampak media baru dan media lama memiliki karakteristik tersendiri. Hal ini sebagaimana ditegaskan oleh Poster sebagai berikut:

Era Media Pertama	Era Media Kedua
Sentralisasi produk	Desentralisasi
Komunikasi satu arah	Komunikasi dua arah
Kendali situs	Di luar kendali situs
Reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media	Demokratisasi
Audiens massa terpecah	Mengangkat kesadaran individu
Pembentukan kesadaran sosial	Orientasi individualitas

Tabel 1. 1 Perbedaan Era Media Lama dan Baru³⁷

Dengan melihat table di atas maka perbedaan media baru maupun media lama terlihat dari adanya kebudayaan yang terbangun dengan spesifik individu dan terkikisnya kegiatan sosial yang terjadi dalam ruang lingkup masyarakat berbudaya. Selanjutnya penegasan bahwa media juga tidak hanya menyampaikan informasi namun juga memperlihatkan adanya hubungan sosial dan karakter teknologi baru. Pada dasaranya media massa

³⁷ Sumber table lihat di, Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, 405.

konsisten dengan sifatnya yang dinamis di setiap waktu. Diawali dengan adanya era media lama yang bersifat satu arah, yang terus menerus mendeterminasi dan menjadikan audiens sebagai sasaran dari media lama. Media baru secara massif menghapus sifat media massa yang satu arah dan kaku. McQuail memaparkan bahwa bentuk media yang bertransformasi menjadi media baru memberikan perubahan yang jauh dari sifat dan ciri dari lembaga media massa. Perubahan tersebut diantaranya adalah:³⁸

- a. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media
- b. Interaksi dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat
- c. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
- d. Adaptasi terhadap peran publikasi dan khalayak
- e. Munculnya beragam bentuk pintu media
- f. Pemisah dan pengaburan dari lembaga media

Era digitalisasi lahir dari munculnya teknologi informasi computer maupun kemunculan internet. Ciri-ciri yang dimiliki oleh media baru kian menguat dengan adanya data yang bisa dimanipulasi dengan vasilitas jaringan yang memadai. Kemudian adanya kebudayaan yang bergeser dari sebuah penyampaian informasi yang ditandai dengan gerakan migrasi dari media massa yang terlibat menggunakan fasilitas internet. Cepat dan mudahnya menerima informasi, bebasnya menggunakan dan berbagai cara bisa didapatkan dalam mengaksesnya serta bisa dinikmati oleh masyarakat heterogen.³⁹

³⁸ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail, McQuails's Mass Communication Theory*, 153.

³⁹ Wawan Setiawan, *PROSIDING Seminar Nasional Pendidikan 2017* (Sukabumi: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sukabumi, 2017), 1.

Media baru dengan katagorinya merupakan segala bentuk alat maupun aplikasi yang berbasis internet dan memerlukan jaringan. Alat yang popular terdiri dari *Handphone*, computer, laptop, dan lain sebagainya yang mampu terhubung dengan jaringan internet. Kemudian jenis aplikasinya yang juga harus terhubung dengan jejaring internet yaitu, Google, Blog, Website, Email, serta Media Sosial di antaranya Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Twitter, Facebook dan lain sebagainya.⁴⁰ Kemudian media baru juga memiliki ciri yang memungkinkan komunikator dan audiens berperan ganda dalam komunikasi yang bersifat interaktif dan erbuka serta *accessible*.⁴¹

Media baru pada nyatanya memiliki semua aspek tentang kebaharuan dan transformative, yang mana mampu menyajikan kebaharuan informasi dan fungsi alat yang mampu menjalankan dan menyajikan dengan multi fungsi untuk informasi. Fenomena media baru merupakan tanda adanya kebudayaan baru yang lahir dengan spesifik penyajian teknologi tinggi yang memungkinkan adanya aktivitas komunikasi interaktif.⁴²

Melihat spesifik dan karakteristik media baru yang begitu berbeda dengan media lama, maka media baru kemudian memiliki fungsi yang beragam.fungsi tersebut terdiri dari beberapa hal yang berhubungan dengan

⁴⁰ Flew, *New Media*, 2.

⁴¹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, *McQuails's Mass Communication Theory*, 42.

⁴² Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru, Teori dan Aktifisme Dakwah di Internet* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017), 56.

kehidupan dan kebutuhan manusia sebagai makhluk yang berfikir. Media baru sebagai media hiburan, memperoleh informasi, dan bahkan belajar.⁴³

Media baru yang memiliki bebas nilai sedikit banyaknya mampu mengubah pola kehidupan masyarakat dan cara berfikirnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Straubhaar tentang beberapa sifat yang dimiliki manusia dari media baru yaitu:

- a) Digital yaitu bentuk modernisasi atau sebuah pembaharuan dari penggunaan teknologi yang sering dikaitkan dan ditandai dengan adanya kehadiran Internet dan komputer.
- b) Interaktif yaitu sebagai kegiatan komunikasi umpan balik dari pengirim dan penerima pesan.
- c) Ketidakserempakan yaitu pesan yang tersimpan dapat dilihat kembali meskipun pada waktu yang berbeda dan setiap individu bisa menerima pesan yang disesuaikan dengan kebutuhannya.
- d) Audien spesifik yaitu audien juga berperan aktif dalam keterlibatan untuk membantu Media Baru melalui gaya hidup yang dilakukan pada kelompok tertentu.
- e) Format multimedia yaitu pesan yang disajikan sangat bervariasi.⁴⁴

Melihat pergerakan media baru yang memiliki karakteristik yang jauh berbeda dengan media lama memberikan beberapa pandangan baru dari Levy di dalam bukunya *cyberculture*, dia menegaskan bahwa dunia dalam internet merupakan sebuah bentuk karya yang memungkinkan masyarakat demokratis dalam dunianya dan membentuk masyarakat yang lebih

⁴³ Rayudaswati Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Makassar: KRETAKUPA, 2010), 26–36.

⁴⁴ Morissan, “Media Sosial dan Partisipasi Sosial di Kalangan Generasi Muda,” *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 1 (Mei 2014): 60.

interaktif.⁴⁵ Dengan demikian adanya bentuk komunikasi dalam media baru memungkinkan terjadinya interaksi tanpa *face to face*.

Lahirnya media baru bukan hanya sebagai wadah penyampaian informasi namun juga sebagai wadah masyarakat untuk membangun dan menciptakan masyarakat. Sebagaimana yang disampaikan oleh Poster bahwa media bukan sekedar instrumen informasi namun juga sebagai penyatu dan membentuk masyarakat yang saling memebrikan rasa memiliki atau kesamaan rasa.

Teori ini akan digunakan sebagai teori yang akan menganalisis fenomena interaksi dalam media baru dan ketersediaan informasi agama, dengan melihat pergerakan media YouTube sebagai media yang dijadikan mahasiswa IAIN Samarinda sebagai sumber penggunaan agama.

2. *Dependency Theory*

Dependency Theory merupakan teori yang membahas tentang kehidupan masyarakat kontemporer atau modern yang telah mengalami kebergantungan terhadap media dalam memahami keadaan sekitarnya. Kebergantungan tersebut tergambar dari peran medaia massa yang dahulu samapai sekarang mampu memenuhi pelbagai macam kebutuhan. Hiburan, informasi, dan ilmu pengetahuan umum maupun khusus seperti agama merupakan beberapa contoh kebutuhan yang bisa dipenuhi oleh media massa. *Dependency theory* merupakan teori yang pertama kali dipopulerkan

⁴⁵ Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, 413.

dan dicetuskan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Lawrence DeFleur pada tahun 1976.⁴⁶

Melvin Lawrence DeFleur merupakan seorang profesor komunikasi yang lahir pada 27 April 1923 di negara Portland. Sedangkan Sandra Ball-Rokeach adalah Profesor dan Dekan Asosiasi untuk urusan fakultas di Sekolah Komunikasi Annenberg di University of California Selatan, dan Direktur Teknologi Komunikasi dan Program Masyarakat. Teori *dependency* merupakan penggabungan dari berbagai disiplin komunikasi dengan mengintegrasikan berbagai perspektif. Pertama, menggabungkan perspektif dari psikologi dengan bahan dari teori kategori sosial. Kedua, hal tersebut terintegrasi dalam perspektif sistem dengan unsur-unsur dari pendekatan kausal. Ketiga, memadukan unsur-unsur penelitian penggunaan dan gratifikasi dengan orang-orang dari tradisi efek media.⁴⁷

Asumsi umum *dependency theory* menyatakan bahwa semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh media maka semakin penting posisi media dalam kehidupan seseorang tersebut. Dengan asumsi tersebut, pengaruh media massa bervariasi berdasarkan pada seberapa besar individu dalam menggunakan media tersebut.⁴⁸ Asumsi tersebut bisa diartikan pengaruh media akan signifikan jika

⁴⁶ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi: Theoris of Human Communication*, 9 ed. (Jakarta: Selemba Humanika, 2012), 428.

⁴⁷ Mohd Rafiq, “Dependency theory : Melvin L. Defleur dan Sandra Ball Rokeach,” *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam VI*, no. 1 (Januari 2012): 5, <http://repo.iain-padangsidimpuan.ac.id/id/eprint/199>.

⁴⁸ Craig E. Carroll, *The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation* (SAGE Publications, 2016), 429.

ketergantungan seseorang terhadap media dengan korelasi semakin seseorang menggantungkan kebutuhnya untuk dipenuhi oleh media, maka semakin penting peran media terhadap orang tersebut.⁴⁹

Internet dengan penampakan wajah barunya telah banyak melahirkan media baru. Media YouTube merupakan salah satu media sosial dampak dari kemajuan zaman. Memberikan tampilan yang unik dengan kriteria video-video seputar pengetahuan, hiburan, maupun informasi lainnya telah menjadi wajah baru dari transformasi media massa ke media sosial. Konten-konten yang tersaji memungkinkan seseorang tertarik dan dengan kemudahan akses yang menyesuaikan permintaan pengguna. Konten agama merupakan contoh dari sekian banyaknya konten yang ada dalam media YouTube. Bahkan YouTube pada era sekarang bisa dikatakan menjelma menjadi “ulama” maupun “ustadz” dalam bentuk media.

Model dalam teori dependensi menyatakan bahwa masyarakat modern cenderung tergantung pada sumber-sumber informasi seperti media massa untuk memperoleh pengetahuan tentang dan berorientasi kepada apa saja yang terjadi di masyarakat dan lingkunga sekitarnya. Pengetahuan pada era 4.0 seperti sekarang ini tidak hanya dapat diperoleh dalam media massa akan tetapi juga bisa diperoleh dalam internet maupun media sosial.⁵⁰

⁴⁹ M. Hatta, “Media sosial, sumber keberagamaan alternatif remaja (fenomena cyberreligion siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat),” 30 November 2018, 43, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44400>.

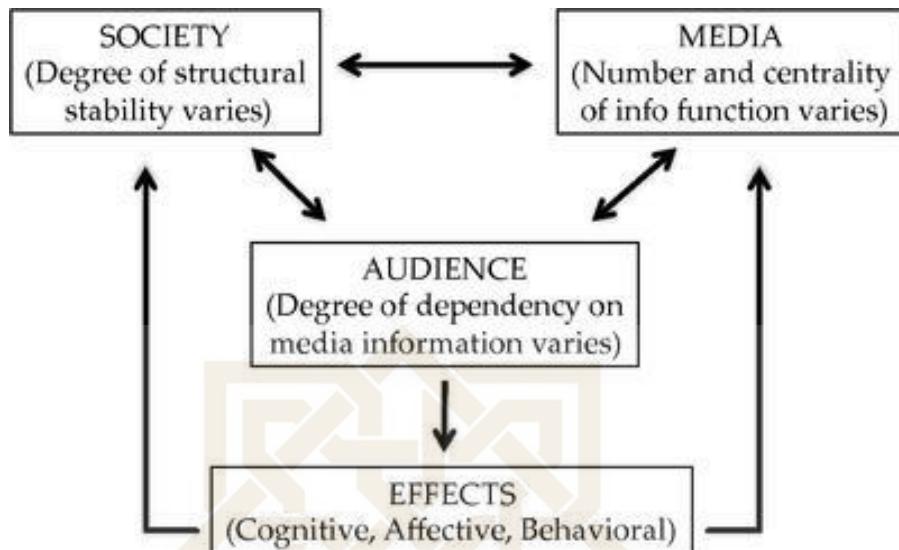
⁵⁰ Ferdi Arifin, “MUBALIG YOUTUBE DAN KOMODIFIKASI KONTEN DAKWAH,” *al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 1 (30 Juni 2019): 93, <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.

YouTube yang dikatakan sejak awal merupakan salah satu media baru yang bisa dikatakan memiliki pengaruh dan pergerakan yang sangat massif dalam memberikan pengetahuan⁵¹ dan hiburan untuk semua kalangan individu dalam pertanyaannya terhadap peristiwa terjadi disekitarnya.

Kebutuhan terhadap pengetahuan seputar umum maupun khusus seperti agama menjadikan khalayak memiliki kecenderungan untuk memenuhi hal tersebut dengan beberapa alternatif. Kondisi covid merupakan salah satu faktor yang membuat khalayak memilih media sosial sebagai solusi dari kebutuhannya. Internet dan media YouTube menjadi jawaban yang paling relevan dalam kondisi beberapa tahun terakhir. Ketika kebutuhan terpenuhi oleh media YouTube dengan demikian khalayak akan menaruh ketergantungan kepada media tersebut. Ketergantungan terhadap media ditentukan oleh dua faktor yaitu sistem sosial dan sistem media.⁵² Teori ketergantungan yang memaparkan khalayak atau aduiens dengan media dan sistem sosial memiliki hubungan yang integral, hal ini sesuai dengan struktur yang tergambar pada teori depedensi oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Lawrence DeFleur sebagai berikut:

⁵¹ Alia Azmi, Erik Fahron Setiadi, dan Junaidi Indrawadi, “Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial,” *Journal of Civic Education* 2 No. 4 2019 (2019): 318.

⁵² Mohd Rafiq, “Dependency theory : Melvin L. Defleur dan Sandra Ball Rokeach,” 6.



Gambar 1. 4 Model Teori Depedency⁵³

Terlihat dari struktur model gambar tersebut terdapat dua faktor yang paling memengaruhi seseorang tergantung terhadap media. Asusmsi pertama mengatakan seseorang akan menjadi lebih tergantung pada media yang memenuhi sekian banyak kebutuhan audiens dari pada media yang hanya menyediakan sebahagian kecil kebutuhannya. Kebutuhan dalam hal ini bervariasi tergantung dari apa yang seseorang itu minati. Kebutuhan seputar agama contohnya, media YouTube telah menjadi media baru yang mampu menyediakan kebutuhan tersebut. Konten agamapun setiap harinya semakin bervariasi, hal ini tentu bertujuan untuk menjadikan audiens semakin tertarik dan selalu mengakses konten pada media YouTube. Selain itu media baru menjajikan berbagai kemudahan pengguna dalam pencarinya. Berbeda dengan media massa yang tidak muncul dengan apa

⁵³ Sumber; Ball-Rokeach & DeFleur 1976.

yang dibutuhkan tapi muncul secara terprogram dan tidak bisa dipilih. Contoh yang paling nyata adalah konten apa yang ingin dan dipikirkan oleh pengguna maka secara otomatis media YouTube memunculkan konten tersebut. Perbedaan ini semakin menjadikan seseorang tergantung pada media YouTube. Dari hal tersebut media akan menjadi penting selama kebutuhan bisa terpenuhi oleh media tersebut.

Asumsi kedua mengatakan ketergantungan muncul dikarenakan faktor stabilitas sosial.⁵⁴ Stabilitas sosial yang berubah dan konflik yang penting menjadikan seseorang untuk membuat pilihan baru. Stabilitas sosial bahkan memiliki peran vital terhadap seseorang. Carut marut kondisi sosial yang muncul diberbagai kontruksi sosial, seperti perkumpulan, komunikasi atau berita dari mulut ke mulut, grup media atau pada media sosial lainnya juga menjadikan seseorang bertanya-tanya akan hal yang lagi ramai diperbincangkan. Sehingga memunculkan tindakan untuk menggali informasi tersebut pada media. Media yang paling memuaskanlah yang akan menjadi pilihan audiens tersebut. Ketergantungan pada media dalam saat tersebut untuk mendapat informasi meningkat dengan drastis. Begitupun sebaliknya ketergantungan terhadap media akan menurun ketika posisi stabilitas sosial membaik.

Ketergantungan audiens terhadap media akan menimbulkan efek tertentu sesuai dipaparkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L.

⁵⁴ Mohd Rafiq, “Dependency theory : Melvin L. Defleur dan Sandra Ball Rokeach,” 6.

DeFleur.⁵⁵ Efek tersebut terbagi menjadi tiga yaitu kognitif, afektif dan konotatif. Efek kognitif yaitu menciptakan atau menghilangkan ambiguitas, pembentukan sikap, agenda *setting*, perluasan sistem keyakinan masyarakat dan penegasan nilai-nilai. Efek afektif memiliki tingkat yang lebih tinggi pengaruhnya dibandingkan kognitif. Media pada posisi ini tidak hanya memberikan pengetahuan namun lebih pada memberikan efek seperti perasaan iba, terharu, gembira, sedih, marah maupun lainnya. Hal ini menggambarkan efek afektif menyerang pada sisi emosional dan moral seseorang dengan konten yang dilihat pada media tersebut.

Efek Behavioral atau konotatif yaitu dengan mengaktifkan atau menggerakkan atau meredakan, pembentukan isu tertentu atau penyelesaiannya, menjangkau atau menyediakan strategi suatu aktifitas dan menyebabkan perilaku dermawan (partisipasi masyarakat terhadap konflik sosial).⁵⁶ Efek ini timbul setelah afektif yang tidak berakhir pada emosional tapi lanjut pada tindakan dari diri khalayak dalam bentuk prilaku maupun kegiatan.⁵⁷ Informasi dan pesan yang disampaikan media secara *continue* sedikit banyaknya membentuk prilaku audiens. Konten dalam media YouTube merupakan agenda setting dari setiap istansi maupun personal. Maka dengan demikian YouTube bisa dikatakan tidak bebas nilai karena adanya kekangan dari pembuat konten demi memuluskan niat dan tujuan.

⁵⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Bandung: Rajawali Pers, 2007), 43.

⁵⁶ Nurudin, 165.

⁵⁷ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa; Sebuah Analisa Media Televisi* (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 100.

Isu seputar agama kemudian semakin sotar disurakan karena dalam media YouTube tidak terbatas seperti media massa yang hanya bisa tayang apabila sudah lulus sesnsor dari KPI (komisi penyiaran Indonesia).

Sejak terlahirnya media sosial kasus seputar radikalisme agama maupun teroris kian mencuat. Kasus demi kasus kemudian menghiasi media massa maupun media sosial. Efek-efek negatif inilah yang sedang menjadi pekerjaan rumah dan diskusi untuk menjaga NKRI tetap utuh. Kaum milenial menjadi mangsa yang empuk para pembuat konten untuk mengarahkan mereka pada ideology dan tujuan mereka. Karena pada umunya kaum milenial memiliki kperibadian yang labil dan mudah dipengaruhi oleh lingkungan maupun informasi baru.

Peneliti melihat *dependency theory* menjadi relevan untuk menjelaskan ketergantungan mahasiswa IAIN Samarinda pada media YouTube sebagai pemenuh kebutuhan akan agamanya. Sebagaimana media yang tidak bebas nilai maka teori *dependency* juga akan digunakan sebagai teori yang akan menganalisis efek yang ditimbulkn oleh media pada komunikanya atau dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Samarinda.

3. *Technological Determinism Theory*

Technological Determinism Theory yang dicetuskan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962.⁵⁸ Fokus dari teorinya pada teknologi

⁵⁸ Deify Timbowo, “Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi),” *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 5, no. 2 (2016), <https://ejurnal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/11719>.

komunikasi massa, dengan melihat bagaimana teknologi menentukan sifat seseorang dengan peranya dalam kehidupan bermasyarakat.⁵⁹ Perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan mengarah pada terbentuknya pola keberadaan seseorang. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain.⁶⁰

Kebudayaan secara tidak disadari bergeser dengan adanya teknologi komunikasi, hal ini dikutip dari pernyataan dari Marshall McLuhan bahwa budaya terbentuk dari bagaimana cara masyarakat berkomunikasi. Pertama ditemukannya teknologi komunikasi mengarah pada perubahan budaya, kedua perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi pada akhirnya membentuk kehidupan manusia, dan ketiga terbentuknya peralatan komunikasi dari penemuan manusia akhirnya membentuk atau memengaruhi kehidupan masyarakat sendiri.⁶¹ Seperti kecanduan *gadget* pada anak-anak, budaya *pubbing*, merupakan salah dua dari contoh terbentuknya peralatan komunikasi memengaruhi kehidupan manusia.

Melihat fenomena saat ini tidak ada satu segi kehidupan manusia pun yang tidak bersinggungan dengan teknologi, atau kata lain selalu berhubungan dengan teknologi. Media sosial contohnya, mulai kehidupan

⁵⁹ Pieter Jacobus Fourie, *Media Studies: Media History, Media and Society* (Juta and Company Ltd, 2007), 151.

⁶⁰ Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extension of Man* (London: The MIT Press, 1994), 108.

⁶¹ Timbowo, “Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi).”

rumah tangga, pendidikan, makanan, pertemanan, bahkan agama, hamper bisa dikatakan semuanya berkaitan dengan namnya media sosial. Status ini kemudian diperkuat dengan munculnya wabah covid-19 yang memaksa masyarakat dunia untuk berjauhan dan tidak kontak secara langsung. Teknologi hadir dan menjawab permasalahan tersebut dengan berbagai inovasinya seperti terlahirnya media sosial. Unsur-unsur yang dibutuhkan seperti, pendidikan, hiburan, informasi, bahkan agama ada dalam teknologi abad 21 sekarang ini yang bisa diakses dengan mudah dan efisien.

Berbicara teknologi komunikasi, media YouTube merupakan salah satu media yang lahir dari dampak perkembangan teknologi. Prilaku manusia terbentuk dari pesan yang tersampaikan melalui teknologi. Misalnya media radio menyediakan kepada manusia lewat indera pendengaran (audio), media fotografi menyediakan pesan kepada manusia melalui gambar (visual), sementara televisi menyediakan tidak hanya pendengaran, tetapi juga penglihatan (audiovisual).⁶² Pada era *new media* hal tersebut berevolusi tentunya dengan adanya media sosial yang bisa dikatakan melebihi media massa pada zamannya. Media YouTube contohnya menyediakan pesan berbentuk video visual yang bisa diakses dengan cepat dan sesuai kemauan pengguna. Hal ini kemudian bahwa bergesernya kebudayaan dilihat dari teori merupakan faktor dari teknologi, sehingga manusia memiliki sifat adaptasi menjadikan mereka terpengaruh

⁶² Sigit Surahman, “Determinisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia,” *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, dan Animasi* 12, no. 1 (21 November 2016): 33, <https://doi.org/10.24821/rekam.v12i1.1385>.

pada teknologi, dan semakin tidak bisa melepaskan diri pada teknologi tersebut.

Teknologi kemudian melalui media-medainya, membentuk bagaimana cara berpikir, berprilaku dalam kehidupan masyarakat. Sehingga berpengaruh dalam berkomunikasi dan berinteraksi pada era 4.0. Nilai negatif dari hal tersebut bisa terlihat dari punahnya kebudayaan-kebudayaan, bahsa-bahasa daerah yang tidak lagi dikenal karena menghindari bersosialisasi, *pubbing*, dan lainnya. Positif dari kemunculan teknologi yaitu, akurat informasi, *update*, tidak terbatas waktu dan tempat, dan bersifat virtual atau maya.

Technological determinism theory memaparkan bahwa alat komunikasi sedikit banyaknya memiliki beragam *impact* terutama pada kehidupan sosial masyarakat. Teori ini akan digunakan sebagai teori yang akan menganalisis pergerakan teknologi yang mampu memengaruhi seseorang dalam fenomena-fenomena tertentu, dengan melihat perubahan atau bergesernya kebudayaan interaksi keagamaan dalam kehidupan konvensional dan kontemporer maupun virtual.

F. Metode Penelitian

Penelitian dalam karya tulisan ini yang berjudul “Penggunaan Media YouTube Sebagai Interaksi dan Sumber kegamaan Mahasiswa IAIN Samarinda”, menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam peneliti media YouTube dan sumber keagamaan berjenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif digunakan dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.⁶³ Riset dengan menggunakan metode kualitatif berbeda dengan jenis penelitian kuantitatif yang mana lebih mementingkan atau mengutamakan populasi dan sempel dengan jumlah yang besar, tetapi lebih menekankan pada persoalan kedalaman atau kualitas data yang didapat dari lapangan. Terkumpulnya data dengan pendalam tertentu dengan prinsip telah mampu menjelaskan fenomena yang diteliti merupakan tujuan dari pendekatan kualitatif untuk menjawab pertanyaan seputar mengapa dan bagaimana.

Secara umum penelitian dengan metode kualitatif sering dikenal dengan penelitian bersifat subjektif. Hal ini dikarenakan banyaknya proses penelitian dalam pengumpulan data mengedepankan asumsi berupa *statement*.⁶⁴ Sehingga memunculkan hasil dari proses penalaran yang berusaha untuk menyelesaikan masalah dengan mengekstraksi atau memperluas teoritis dari kasus tertentu, sehingga menerapkan aturan pada kasus baru tetapi bukan berarti digeneralisasikan.

Dalam penelitian ini peneliti berupaya mendeskripsikan tentang bagaimana mahasiswa IAIN Samarinda menjadikan media YouTube

⁶³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis: riset komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2010), 56.

⁶⁴ Kriyantono, 51.

sebagai interaksi dan sumber keagamaan dalam dunia virtual yang sedang terjadi di era 4.0 dikalangan milenial, dan perbedaan dari kegiatan agama di dalam konteks konvensional maupun virtual, yang didalamnya terdapat bagaimana pengalaman dan persepsi tentang agama dalam media YouTube dengan menggunakan pendekatan bersifat deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) populasi yang sedang diteliti.⁶⁵

Selain menggunakan pendekatan deskriptif peneliti juga menggunakan pendekatan eksplanatif. Pendekatan ini digunakan karena memiliki pengertian untuk mengetahui situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu.⁶⁶ Dengan demikian penelitian akan berusaha untuk menjelaskan mengapa media YouTube menjadi sumber utama dalam proses memahami agama.

Melalui pendekatan deskriptif dan eksplanatif peneliti menganalisis mengapa media YouTube dipilih mahasiswa IAIN Samarinda sebagai wasilah dalam menggali atau menjawab pertanyaan tentang agama dalam kehidupan sehari-harinya, dan bagaiman fenomena interaksi virtual seputar agama, serta melihat bagaiman perbedaan signifikan dari pengajian konvensional maupun virtual.

⁶⁵ Kriyantono, 59.

⁶⁶ Kriyantono, 60.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data dibutuhkan guna memperoleh informasi maupun data yang relevan dalam menganalisis penelitian yang dilakukan. Proposive sampling merupakan cara yang dipilih peneliti dalam menentukan sumber data yang dibutuhkan. Cara ini dipilih karena pertimbangan pemilihan informan berdasarkan kesesuaian data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dengan kata lain peneliti akan menentukan sendiri informan berdasarkan berbagai observasi pra-penelitian yang telah dilakukan. Mengarah pada hal tersebut informan dipilih berdasarkan pada pemenuhan kriteria sebagai mahasiswa IAIN Samarinda. Mahasiswa tersebut kemudian dipilih berdasarkan angkatan dalam studinya, terutama angkatan yang terdampak pandemi covid-19 dan mahasiswa yang masih menjalani transisi dari sekolah menuju kuliah. Teknik *maximum variation sampling* kemudian digunakan sebagai upaya mendapatkan informan dalam jumlah yang banyak. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan validasi data dari informan yang beragam pada setiap aspeknya. Adapun sumber data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data utama yang diperoleh dari lapangan secara langsung yang biasa disebut sebagai infoman. Data diperoleh melalui wawancara kepada orang-orang yang terlibat dalam penggunaan media YouTube sebagai interaksi dan

sumber keagamaan. Kegitan observasi dilakukan peneliti untuk mendapatkan berbagai data selama pra-penelitian. Sedangkan data dokumentasi digunakan untuk memberikan bukti bahwa terjadi pergerakan massif dalam perkembangan teknologi yang salah satunya berdampak unsur keagamaan mahasiswa dan kaum milenial.

b. Data Sekunder

Data tambahan atau disebut data sekunder digunakan peneliti sebagai data pendukung dalam analisis data, serta sebagai bukti adanya perkembangan kegiatan agama dalam dunia virtual. Data sekunder diperoleh dalam proses secara tidak langsung dari lapangan, melainkan diperoleh dari sumber penelitian sebelumnya, sebagai contohnya yaitu dokumen dan buku. Data penunjang diperoleh dari berbagai macam referensi yang relevan seperti buku-buku, jurnal, majalah dan internet serta lainnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data.⁶⁷ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menitik beratkan pada cara-cara bagaimana penelitia berupaya untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode pokok yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dalam penelitian dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

⁶⁷ Kriyantono, 95.

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.⁶⁸

Dalam wawancara informasi digali dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada sumber (mahasiswa IAIN Samarinda) seputar media sosial YouTube dan sumber keagamaan dalam konteks virtual maupun konvensional. Teknik ini merupakan perangkat untuk memproduksi pemahaman situasional atau *situated understanding*.⁶⁹ Dengan demikian data yang telah didapatkan melalui wawancara kemudian dianalisis berdasarkan teori yang digunakan peneliti sebagai pisau analisis.

Wawancara dengan sumber dilakukan dengan metode *In depth Interview* (wawancara mendalam), hal ini dikarenakan wawancara menjadi alat utama pada penelitian ini. Peneliti melakukan interview secara *on-line* melalui media WhatsApp dengan cara *voice call* antara peneliti dan narasumber penelitian, untuk memberikan keterangan sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Interview secara *on-line* dilakukan karena adanya pandemi covid-19 yang membatasi

⁶⁸ Kriyantono, 100.

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 134.

untuk tidak bertemu secara langsung. Penelitian ini dimulai pada tanggal 17 Mei 2021 sampai dengan 25 Agustus 2021.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dari lapangan yang digunakan peneliti untuk memperoleh kumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data yang dimaksud dalam bentuk interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diriset.⁷⁰ Dengan kata lain dalam observasi yang diamati mencakup perilaku verbal dan *nonverbal* subjek. Selain interaksi dan percakapan, benda, media dan keadaan sekitar subjek juga merupakan data yang akan dilihat oleh peneliti.

Data dari lapangan diperoleh dengan mengidentifikasi tempat atau istansi yaitu IAIN Samarinda, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Memperoleh data seputar tempat dalam hal ini dilakukan secara *off-line* dengan mengunjungi Kampus IAIN Samarinda, media sosial, media YouTube serta melihat dan mempelajari pengajian secara virtual maupun *non-virtual* dengan mengunjungi beberapa portal media virtual yang digunakan mahasiswa IAIN Samarinda dalam proses pencarian informasi agamanya.

⁷⁰ Kriyantono, *Teknik Praktis*, 110.

Pengumpulan data dengan observasi identik dengan dua jenis metode atau teknik yaitu dengan partisipan maupun *non-partisipan*.⁷¹

Dalam penelitian ini kedua teknik tersebut dipakai dengan tujuan agar data lebih bersifat valid dan relevan. Teknik pasrtisipatif dilakukan dengan peneliti menjadi *insider*. Artinya peneliti mencoba bergabung langsung dan melihat ke dalam dakwah virtual di media YouTube, dengan kata lain menjadi jamaah virtual. Selain itu teknik partisipatif juga dilakukan peneliti secara *non-virtual* dengan ikut serta dalam pengajian secara konvensional. Teknik *non-pastisipatif* dilakukan dengan mengobservasi kegiatan keagamaan di media baru seperti media sosial; aplikasi YouTube, Instagram dan Facebook serta portal website. Observasi ini dilakukan pra-penelitian dan ketika penelitian berlangsung.

c. Dokumentasi

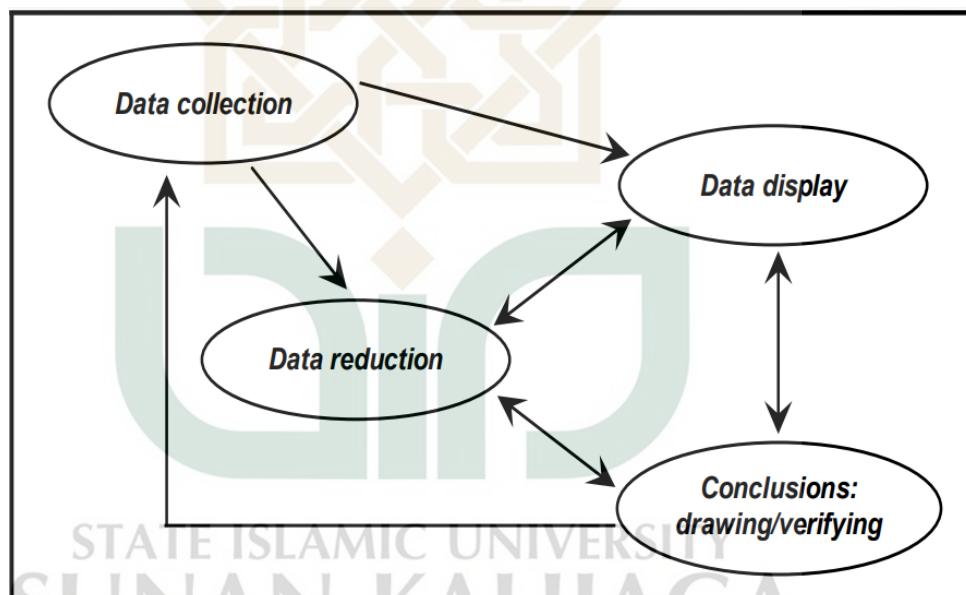
Dokumentasi secara umum digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data dalam *riset*.⁷² Bentuk dokumentasi beragam dari berbentuk tulisan, gambar, audio rekaman maupun lainnya yang bersifat resmi maupun pribadi. Data tersebut diambil dengan pertimbangan relevansi terhadap tema peneliti ini. Data dalam hal ini merupakan data yang terkait dengan mahasiswa IAIN Samarinda serta arsip-arsip ataupun file dengan refrensi kepustakaan yang relevan dengan tema penelitian.

⁷¹ Kriyantono, 111.

⁷² Kriyantono, 120.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan instrumen yang penting dalam sebuah penelitian yang mana selalu berdampingan dan tidak bisa dipisahkan dengan kegiatan pengumpulan data. Keduanya berlangsung secara stimulan, prosesnya berbentuk siklus dan interaktif, bukan linier.⁷³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman. Teknik analisis data model Miles dan Huberman menggambarkan proses analisis data dalam tiga tahapan yaitu;



Gambar 1. 5 Proses Analisis Data⁷⁴

Gambar tersebut memperlihatkan sifat interaktif pengumpulan data dengan analisis data, pengumpulan data merupakan bagian integral dari

⁷³ Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif,” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2 Januari 2019): 82, <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

⁷⁴ Mattew B Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru* (Jakarta: Universitas Indonesia (UI-PRESS), 1992), 20.

kegiatan analisis data.⁷⁵ Sesuai yang terlihat dari gambar, proses pertama yaitu *reduction* data merupakan proses pemilihan dan pengelompokan serta penyederhanaan data-data yang telah terkumpul dilapangan dari wawancara, observasi, maupun dokumentasi yang relevan dengan penelitian.

Tahap kedua dari analisi data yaitu *display* data merupakan kegiatan penyususan informasi yang telah didapat, sehingga memberi kemungkinan untuk melakukan penarikan kesimpulan. Data dalam tahap ini difokuskan pada ringkasan terstruktur dan *synopsis* dengan deskripsi singkat, diagram, bagan atau tabel. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pemaparan dan penegasan kesimpulan. Tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan peneliti dalam proses interpretasi, penetapan makna dari data yang telah tersaji, dengan mengkritisi dan menindaklanjuti setiap temuan dan cek silang dengan *informan*.

G. Sistematik Pembahasan

BAB I Pendahuluan, membahas tentang gambaran penelitian yang akan dilakukan serta pokok permasalahannya, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II, dalam bab ini menjelaskan Istansi perguruan tinggi Islam IAIN Samarinda dan mahasiswa serta media YouTube yang saling berkaitan dengan

⁷⁵ Rijali, "Analisis Data Kualitatif," 83.

fenomena agama dalam dunia virtual. Beberapa hal menjadi pembahasan dalam hal ini adalah bagaimana sejarah dan profil dari IAIN Samarinda tersebut.

BAB III menguraikan Penggunaan Media YouTube Sebagai Interaksi dan Sumber Keagamaan Mahasiswa IAIN Samarinda. Aspek yang dijabarkan dan dianalisis ada tiga bagian di antaranya yaitu Interaksi Basis Virtual dalam Media YouTube dan Ketersediaan Informasi Agama, Ketergantungan Mahasiswa Pada Media YouTube, dan Kebudayaan Dakwah Virtual.

BAB IV Penutup yaitu penjabaran yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas mengenai penggunaan media YouTube sebagai interaksi dan sumber keagamaan mahasiswa IAIN Samarinda. Maka dapat ditarik kesimpulannya bahwa:

1. Perkembangan pesat teknologi dan informasi membawa perubahan pada pola keberagamaan mahasiswa. Fenomena media YouTube sebagai sumber informasi tentang agama menjadi *trendsetter* sejak munculnya era digital yang membawa perubahan pada pola dan struktur dakwah. Hal ini kemudian meunculkan fenomena baru seputar aktivitas dakwah dalam dunia virtual. Kemunculannya merupakan bentuk dari adanya masyarakat yang melek teknologi, dan juga tuntutan serta kebutuhan umum maupun khusus seperti agama sehingga menjadikan masyarakat melakukan adaptasi pada kebudayaan dan kemajuan teknologi. Dengan adanya basis virtual dari media YouTube menjadikannya sebagai media berkarakter bebas nilai dan tidak bisa diintervensi dari segmen ruang maupun waktu. YouTube kemudian memungkinkan adanya aktivitas Interaksi antara konten *creator* dan audiens dengan basis virtual. Interaksi dalam laman komentar, *live streaming*, dan *direct message* merupakan bentuk interaksi yang terjadi. Interaksi tersebut memiliki beberapa motif, seperti ingin memberikan dukungan, masukan seputar konten yang diinginkan audiens, kritikan,

mengajukan pertanyaan, eksistensi diri, dan interaksi secara personal.

Ketersediaan pengetahuan seputar agama dalam media YouTube merupakan bentuk dari adanya pembaharuan dalam dunia dakwah. Media YouTube dan ketersediaan informasi agama merupakan dua bentuk kebudayaan yang bisa saling melengkapi. Dengan adanya ruang dakwah berbasis virtual memberikan keuntungan bagi penggiat dan penikmat dakwah. Adanya dakwah secara virtual memungkinkan terbentuknya pencarian agama dengan dua cara. Pertama dengan melibatkan bantuan guru maupun ustaz dan kedua melakukannya secara mandiri.

2. Media YouTube tergolong pada media sosial yang popular dalam dunia milenial atau lebih khususnya pada mahasiswa IAIN Samarinda. Ketergantungan mahasiswa IAIN Samarinda pada media YouTube dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, diskursus sosial, eksistensi media. Dua faktor tersebut kemudian kian mengarahkan mahasiswa pada media YouTube untuk melakukan penggalian sumber agama. Ditambah lagi media YouTube yang berkarakteristik sebagai media virtual memiliki beberapa fasilitas unggul. Pertama fasilitas efektifitas yang disuguhkan media YouTube memudahkan mahasiswa untuk mencari informasi seputar agama dengan *output* yang jelas. *Output* disini diartikan sebagai konten seputar agama yang mereka cari bisa beragam dan sesuai dengan yang diinginkan. Kedua adanya efisiensi dalam ruang dan waktu ketika menggunakan media YouTube sebagai akses informasi seputar agama. Adanya fasilitas teknologi yang maju menjadikan mahasiswa tidak perlu menghabiskan waktu lama

dan bertele-tele untuk mendapatkan informasi tentang agama yang diinginkan dalam media YouTube. Ketiga adanya *accessible*, hal ini memudahkan mahasiswa untuk melakukan akses konten agama pada media YouTube dengan kapan dan dimanapun, terlebih di era pandemi covid-19. Dan terakhir adalah adanya vasilitas media YouTube yang menyuguhkan konten bervariatif seputar agama dengan spesifik umum maupun khusus, dengan guru, ustaz, tokoh agama, maupun kiayi yang memiliki tempat dalam media YouTube sehingga mahasiswa bisa memilih sesuai dengan keinginannya.

3. Dakwah dalam dunia virtual merupakan bentuk asimilasi dari dua kebudayaan yang saling berkolaborasi. Pengetahuan dan informasi seputar agama yang biasa diakses secara *face to face* oleh mahasiswa IAIN Samarinda kini bertransformasi kedalam bentuk digital. Selain itu asimilasi dakwah konvensional kepada virtual terjadi dengan adanya fasilitas yang memadai. Mahasiswa IAIN Samarinda memaparkan bahwa pengajian virtual dan konvensional memiliki keunggulan dan kekurangn masing-masing. Pengajian virtual mampu mempermudah audiens untuk menembus ruang dan waktu yang tak terbatas namun terkendala tidak bisa jika jaringan atau internet mati. Pengajian dengan konsep konvensional memiliki keunggulan berupa adanya hubungan emosional yang terbangun dengan guru dan audiens, namun memiliki ruang dan waktu yang terbatas. Dengan demikian penggunaan media YouTube di masa pandemi oleh mahasiswa IAIN Samarinda di latar belakangi oleh kebutuhan tertentu yang berbeda-

beda dari satu dengan yang lainnya. Media YouTube akhirnya mampu memengaruhi tatanan sosial kehidupan, bahkan sampai pada membentuk kebudayaan baru di era *new media*. Kemudian terdapat pengalaman mahasiswa IAIN Samarinda atas kemajuan teknologi dan komunikasi. Pengalaman pertama yaitu, mahasiswa secara garis besar menganggap media YouTube dan pengetahuan agama sebagai vasilitas dari fenomena kemajuan teknologi, yang mampu berjalan beriringan atau dengan kata lain berpadu. Sehingga mahasiswa memperoleh pengalaman dari fenomena keagamaan dalam dunia virtual dan pengalaman dalam menggunakan teknologi. Kedua, dengan menerima serta menjadikannya sebagai pengalaman dari semua bentuk kemajuan dari perkembangan dakwah dan teknologi, maka pemanfaatan media YouTube sebagai sumber keagamaan memberikan pengalaman moralitas sebagai mana menyikapai media virtual yang tidak hanya memiliki sisi postif namun juga negatif. Ketiga, menjadikan fenomena dakwah virtual sebagai kemajuan yang melahirkan pengalaman dengan ikut serata dan berperan bukan hanya sebagai penerima namun sebagai penyampai. Hal ini bernilai postif karena media virtual dan vasilitasnya merupakan peluang yang berharga dan harus dimanfaatkan untuk syiar. Dengan pengalaman yang terbentuk dari fenomena dakwah virtual, maka terdapat juga perkembangan persepsi mahasiswa IAIN Samarinda atas kemajuan teknologi dan komunikasi. Pertama adanya fenomena media YouTube sebagai sumber dan interaksi keagamaan, melahirkan persepsi tentang pengetahuan berupa menerima nilai dan

informasi agama sekaligus menjadikan melek teknologi. Kedua dengan adanya karakteristik efesien dan efektif, menjadikan terbentuknya saling kebersinambungan antara dakwah dan teknologi, yang melahirkan nilai positif bagi perkembangan syiar Islam dalam bentuk menerima dan ikut andil di dalamnya. Terakhir, bahwa teknologi dan kemajuannya merupakan kodrat yang harus dilalui, dikuti perkembangannya dan ikut andil serta bisa berperan aktif didalamnya.

B. Saran

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa mahasiswa IAIN Samarinda menjadikan media YouTube sebagai prantara mengambil dan membagikan hikmah dalam dunia nyata maupun virtual. Dengan terciptanya fenomena dan ruang baru dakwah di era modern menjadikan terbentuknya kebudayaan baru seputar dakwah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Dakwah secara virtual menyajikan kemudahan-kemudahan yang bersifat fleksibelitas bagi penggunanya. Memberikan ruang gerak yang tidak terbatas bahkan bebas nilai dalam konten yang terdapat di dalamnya. Dengan demikian seharusnya mahasiswa sadar dengan adanya niali-nilai tersebut. Sehingga setiap saat harus dibekali dengan tuntutan pada diri agar tidak terlena pada fasilitas yang ada, sehingga jatuh pada nilai-nilai negatif yang bisa terjadi diruang virtual.
2. Dengan adanya dakwah dalam dunia virtual memiliki sisi postif untuk menjadikan audiens bisa memilih konten agama berjenis umum maupun

khusus dengan ustadz atau tokoh agama yang disukai. Hal ini terlihat sebagai keuntungan bagi Islam untuk menjadikan audiens mudah dalam belajar dan menggali informasi agama. Namun audiens atau mahasiswa harus juga memperhatikan konten dan distributor (ustadz, guru, tokoh agama) yang diakses, melihat dengan jelas *credible* atau tidak hal yang berhubungan dengan konten yang diaksesnya. Sehingga ketakutan akan Islam yang disusipi unsur kekerasan, mengkafirkan, menyudutkan, bahkan pada arah radikalisme dan *extremis* tidak terjadi.

3. Dakwah dalam media sosial maupun media YouTube menjadi fenomena baru dalam era pesatnya perkembangan teknologi saat ini. Menjadikan berbagai informasi umum maupun khusus seperti agama bisa didapatkan di dalamnya. Seperti halnya mahasiswa IAIN Samarinda yang kebanyakan menjadikan media YouTube sebagai media sosial pertama untuk diajukan sumber dalam menggali informasi umum maupun keagamaan. Melihat hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi para dosen-dosen IAIN Samarinda untuk lebih turut berperan aktif dalam media sosial sebagai bentuk *survive* dan memanfaatkan fasilitas yang telah ada. Sehingga mahasiswa IAIN Samarinda merujuk dengan tanpa ada keraguan pada nilai *credibleitas* tokoh yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel

- Abdoel Gafar. "Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 8, no. 2 (2 Juli 2008).
- Abdul Rauf Ridzuan. *Islamisasi Media*. Medina, 2014.
<https://id.scribd.com/document/328178556/Dakwah-Melalui-Media-Sosial>.
- Aceng Abdullah dan Lilis Puspitasari. "Media Televisi di Era Internet." *ProTVF* 2, no. 1 (25 Desember 2018): 101. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>.
- Al Bukhari. *al-Jami'ah al-Shahih al-Mukhtashar*. I, t.t.
- Alfin Khosyatillah. "Dampak media sosial terhadap perilaku keagamaan: studi kasus 7 mahasiswa jurusan studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya." UIN Sunan Ampel, 2018.
http://digilib.uinsby.ac.id/25022/1/Alfin%20Khosyatillah_E82214032.pdf.
- Alia Azmi, Erik Fahron Setiadi, dan Junaidi Indrawadi. "Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial." *Journal of Civic Education* 2 No. 4 2019 (2019).
- Amelia Virginia. "Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru: Studi Kasus Penggunaan Facebook oleh Digital Natives." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 1, no. 2 (2012).
- Arifin, Ferdi. "MUBALIG YOUTUBE DAN KOMODIFIKASI KONTEN DAKWAH." *al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 1 (30 Juni 2019): 91. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.
- Buletin APJII Edisi 74. "Survei Pengguna INternet APJII 2019-Q2: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna INternet RI." *APJII*, November 2020.
<https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI74November2020.pdf>.
- Carroll, Craig E. *The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation*. SAGE Publications, 2016.
- Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa McQuail, McQuails's Mass Communication Theory*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.

- Dusra, Erna. "Pengaruh Media Internet terhadap Perilaku Menyimpang Remaja di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Maros." Diploma, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5610/1/ERNA%20DUSRA.pdf>.
- Eddy Saputra. "Dampak Sosila Media Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja dan Solusinya Melalui Pendidikan Islam." *SOSIO-E-KONS* 8, no. 2 (Agustus 2016). <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v8i2.922>.
- Flew, Terry. *New Media: An Introduction*. 3. ed., Repr. South Melbourne, Vic.: Oxford Univ. Press, 2008.
- Fourie, Pieter Jacobus. *Media Studies: Media History, Media and Society*. Juta and Company Ltd, 2007.
- Hanika, Ita Musfirowati. "Fenomena Phubbing Di Era Milenia (Ketergantungan Seseorang Pada Smartphone Terhadap Lingkungannya)." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2 Januari 2015): 42–51. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.42-51>.
- Hariyanto. "Media Sosial Dan Interaksi Sosial (Studi Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)." UIN Sunan Kalijaga, 2018. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/34040>.
- Hatta, M. "Media sosial, sumber keberagamaan alternatif remaja (fenomena cyberreligion siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat)," 30 November 2018. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44400>.
- Jalaluddin Rahmat. *Psikologi Komunikasi [Edisi Revisi]*. Bandung: Remaja Eosdakarya, 2007.
- Jati, Wasisto Raharjo. "Memahami Globalisasi sebagai Evolusi Kapitalisme" 7, no. 2 (Desember 2013). <http://journal.unair.ac.id/JGS@memahami-globalisasi-sebagai-evolusi-kapitalisme-article-6326-media-23-category-8.html>.
- Jeff Zaleski. *Spiritualitas Cyber Space, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia*. Bandung: Mizan Pustaka, 1999.
- Jhon Palfrey dan Urs Gasser. *Born Digital: Understanding The First Generation of Digital natives*. New York: Basic Book, 2008.
- Kementerian Agama RI. *Bukhara (al-Qur'an Tajwid & Terjemah)*. Bandung: Syamil Qur'an, 2010.

- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis: riset komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss. *Teori Komunikasi: Theoris of Human Communication*. 9 ed. Jakarta: Selemba Humanika, 2012.
- Lukman. “Tafsir Ayat Rahmatan Lil ‘Alamin Menurut Penafsir Ahlu Sunnah, Muktazilah, Syiah, Dan Wahabi.” *Millah* 15, no. 2 (Februari 2016): 227–48. <https://doi.org/10.20885/millah.vol15.iss2.art3>.
- M Hatta. “Media Sosial, Sumber keberagamaan Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat.” *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2 Oktober 2019): 1–30. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>.
- Marshall McLuhan. *Understanding Media: The Extension of Man*. London: The MIT Press, 1994.
- Matthew B Miles dan A. Michael Huberman. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-PRESS), 1992.
- Mishell Natalya Latuheru dan Irwansyah Irwansyah. “Aplikasi Traveloka Sebagai Bentuk Konstruksi Sosial Teknologi Media Baru.” *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 2, no. 2 (Oktober 2017): 46–57. <http://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v2i2.768>.
- Moch. Fakhruroji. *Dakwah di Era Media Baru, Teori dan Aktifisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017.
- Mohd Rafiq. “Dependency theory : Melvin L. Defleur dan Sandra Ball Rokeach.” *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam* VI, no. 1 (Januari 2012). <http://repo.iain-padangsidimpuan.ac.id/id/eprint/199>.
- Morissan. “Media Sosial dan Partisipasi Sosial di Kalangan Generasi Muda.” *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 1 (Mei 2014).
- Muhamad Ngafifi. “Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya.” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* 2, no. 1 (1 Juni 2014). <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>.
- Muzaini. “Perkembangan Teknologi Dan Perilaku Menyimpang Dalam Masyarakat Modern.” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* 2, no. 1 (1 Juni 2014). <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2617>.

- Nurdin. "Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars." *Jurnal Komunikasi Islam* 03, no. 01 (1 Juni 2013). <https://123dok.com/document/q752v9nz-spiritualising-media-social-media-purposes-indonesian-muslim-scholars.html>.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Bandung: Rajawali Pers, 2007.
- Rayudaswati Budi,. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar: KRETAKUPA, 2010.
- Rijali, Ahmad. "ANALISIS DATA KUALITATIF." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2 Januari 2019). <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Rob Shields dan Hera Oktaviani. *Virtual: sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Rohman, Dudung Abdul. "KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL." *Tatar Pasundan : Jurnal Diklat Keagamaan* 13, no. 2 (25 Februari 2020). <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>.
- Rudy Setiawan. "KEKUATAN NEW MEDIA DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER DI INDONESIA (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)." *Jurnal Komunikasi* 1, no. 2 (2013). [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Jurnal%20Rudi%20Ganjil%20\(06-01-13-04-50-33\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Jurnal%20Rudi%20Ganjil%20(06-01-13-04-50-33).pdf).
- Saputra, Eddy. "Dampak Sosial Media Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja dan Solusinya Melalui Pendidikan Agama Islam." *Sosio e-Kons* 8, no. 2 (29 Oktober 2016). <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v8i2.922>.
- Schramm, Wilbur, dan Donald F. Roberts. *The process and effects of mass communication*. Rev. ed. Urbana: University of Illinois Press, 1971.
- SIMON KEMP. "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020," 18 Februari 2020. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- Stephen W. Littlejohn. *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Surahman, Sigit. "Determinisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia." *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, dan Animasi* 12, no. 1 (21 November 2016): 31. <https://doi.org/10.24821/rekam.v12i1.1385>.

Timbowo, Deify. "MANFAAT PENGGUNAAN SMARTPHONE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi)." *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 5, no. 2 (2016). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/1719>.

Wawan Kuswandi. *Komunikasi Massa; Sebuah Analisa Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.

Wawan Setiawan. *PROSIDING Seminar Nasional Pendidikan 2017*. Sukabumi: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sukabumi, 2017.

Zainuddin Sarda. *Tantangan Dunia Islam Abad 21: Menjangkau Informasi*. Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1989.

Sumber Elektronik (Internet)

ABC. "Alasan Kerumunan, Termasuk Acara Keagamaan, Sebaiknya Dihindari Saat Wabah Corona." *Tempo.co* (blog), 19 Maret 2020. <https://www.tempo.co/abc/5409/alasan-kerumunan-termasuk-acara-keagamaan-sebaiknya-dihindari-saat-wabah-corona>.

Abdurrozaq Al-Badr. "Belajar Agama Dari Rekaman Dan Internet ? - Syaikh Prof. Dr. Abdurrozaq Al-Badr." Youtube. ShahihFiqh, Mei 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=6hHF32cR7V0&t=90s>.

Adi Hidayat. "Bincang Aqso Bersama Ustadz Felix Siauw." Media YouTube. *Adi Hidayat Official* (blog), Mei 2021. <https://youtu.be/fGG88Zsw4R4>.

———. "Mengaji Melalui Youtube Apakah Diperbolehkan?" Youtube. *Dakwah Hikmah* (blog), 24 April 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=9DShOMVB-80>.

Buya Yahya. "Mengamalkan Ilmu dari Ustadz Youtuber, Apakah Mendapatkan Pahala? | Buya Yahya Menjawab." Youtube. Al-Bahjah TV, Oktober 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=GfWEOdP3Z9E>.

Dahono, Yudo. "Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021." *BERITSATU*, 2021. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>.

Deti Mega Purnamasari. "Arahan Jokowi untuk Pemda: Liburkan Sekolah hingga Tingkatkan Layanan Pasien Covid-19." *Kompas.com* (blog), 15 Maret 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/15/14452291/arahan-jokowi-untuk-pemda-liburkan-sekolah-hingga-tingkatkan-layanan-pasien>.

Ebta Setiawan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa), 2020. <https://kbbi.web.id/ketergantungan>.

Fachrul Khairuddin. "Dua Hal yang Membuat Islam Eksis Sampai Ribuan Tahun." *Kompasiana.com*, Oktober 2017. https://www.kompasiana.com/fachrulkhairuddin/59e22e8563ea712b126c_ec2/dua-hal-yang-membuat-islam-eksis-sampai-ribuan-tahun.

Fatimah Kartini Bohang. "YouTube Bakal Bisa 'Pin' dan 'Love' Komentar." *Kompas.com* (blog), 6 November 2016. <https://tekno.kompas.com/read/2016/11/06/19040037/youtuber.bakal.bisa.pin.dan.love.komentar>.

Fuji E Permana. "Ikadi: Terus Dekatkan Diri pada Allah Saat Pandemi." *Republika.co.id* (blog), 20 September 2020. <https://www.republika.co.id/berita/qh7ess335/ikadi-terus-dekatkan-diri-pada-allah-saat-pandemi>.

Gus Baha. "Gus Baha Sujud." *Youtube. Ngaji Ben Aji official* (blog), Desember 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=IV3bWhapUvA>.

Hera F. Haryn. "Candu Media Sosial." *Youtube. CNN Indonesia*, 2017. https://www.youtube.com/watch?v=PEZ_SSmotvc.

HUMAS. "Senat IAIN Samarinda Sambut Mahasiswa Baru 2018." *IAIN Samarinda*. Agustus 2018. <https://www.iain-samarinda.ac.id/2018/08/13/senat-iain-samarinda-sambut-mahasiswa-baru-2018/>.

Huminca Sinaga. "Paskah dan Berbagai Acara Keagamaan Dunia Dibatalkan Demi Cegah Corona." *Pikiran Rakyat.com* (blog), 15 Maret 2020. <https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-01351582/paskah-dan-berbagai-acara-keagamaan-dunia-dibatalkan-demi-cegah-corona>.

- IAIN Samarinda. "Sejarah Singkat IAIN Samarinda," t.t. <https://www.iain-samarinda.ac.id/sejarah-singkat-iain-samarinda/>.
- _____. "Visi Misi IAIN Samarinda." *IAIN Samarinda*. t.t. <https://www.iain-samarinda.ac.id/visi-misi/>.
- Irso. "Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital." *KOMINFO*. 2020. https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker.
- Jawahir Gustav Rizal. "Update Corona Dunia 12 April: 10 Negara dengan Kasus Terbanyak | 136 Juta Kasus Covid-19." *Kompas.com* (blog), 12 April 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/04/12/112900465/update-corona-dunia-12-april-10-negara-dengan-kasus-terbanyak-136-juta?page=all>.
- Kustin Ayuwuragil. "Youtube Jadi Aplikasi Media Paling Populer di Indonesia." *CNN Indonesia* (blog), 6 April 2018. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180406202852-213-288967/youtube-jadi-aplikasi-media-paling-populer-di-indonesia>.
- Leski Rizkinaswara. "Dampak Penggunaan Internet Indonesia Terhadap Sosial Budaya Masyarakat." *KOMINFO*. Agustus 2019. <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/dampak-penggunaan-internet-indonesia-terhadap-sosial-budaya-masyarakat/>.
- Mela Arnai. "Timeline Wabah Virus Corona, Terdeteksi pada Desember 2019 hingga Jadi Pandemi Global." *Kompas.com* (blog), 12 Maret 2020. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/12/113008565/timeline-wabah-virus-corona-terdeteksi-pada-desember-2019-hingga-jadi?page=all>.
- Riga Iman. "Ini Tantangan Dakwah di Era Teknologi Informasi." *Republika.co.id*, 15 Januari 2015. <https://www.republika.co.id/berita/ni8985/ini-tantangan-dakwah-di-era-teknologi-informasi>.
- Tesalonica. "Jumlah pengguna unik YouTube di Indonesia capai 93 juta." *tek.id* (blog), 15 September 2020. <https://www.tek.id/tek/jumlah-pengguna-unik-youtube-di-indonesia-capai-93-juta-b1ZT79iPE>.
- Ustadz Abdul Somad. "Live - Tanya Jawab Pengajian Akbar Masjid Ar-Rahman - Batam." *Ustadz Abdul Somad Official* (blog), 19 September 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=KiHjF8WXPD8>.

- VIVA. “Detik-detik Gempa Tsunami Palu 7,7 SR.” Media YouTube. *VIVA.CO.ID* (blog), 28 September 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=q2YZ-FAEzeU>.
- Wikipedia. “AdSense.” *Wikipedia* (blog), 12 Januari 2021. <https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense>.
- . “Dai.” *Wikipedia* (blog), Mei 2020. <https://id.wikipedia.org/wiki/Dai>.
- . “Sapeh.” *Wikipedia* (blog), Mei 2021. <https://id.wikipedia.org/wiki/Sapeh>.
- Yudhianto. “132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos.” *detikinet* (blog), 27 September 2017. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos>.

Wawancara

Nur Thaiyah. “Wawancara Bersama Dekan FUAD IAIN Samarinda,” pada, 8 Agustus 2021.

AA, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 6 Agustus 2021.

AD, Wancara AAMahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

AF, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

AI, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

AL, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

AN, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

BB, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

BI, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 7 agustus 2021.

BL, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 6 Juni 2021.

CK, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 9 Agustus 2021.

DD, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

DK, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

DN, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 3 agustus 2021.

DS, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

FF, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 2 Agustus 2021.

FS, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 20 Agustus 2021.

GF, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 20 Agustus 2021.

HD, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 7 agustus 2021.

HK, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 12 Agustus 2021.

IS, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 5 Agustus 2021.

KK, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 15 Agustus 2021.

MM, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

PP, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 2 agustus 2021.

PR, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 29 Juli 2021.

RZ, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 29 Juli 2021.

SA, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

SF, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 5 Agustus 2021.

SK, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 20 Agustus 2021.

SL, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 15 Agustus 2021.

SR, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 15 Agustus 2021.

SS, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

ST, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 7 Agustus 2021.

TI, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 7 Agustus 2021.

YG, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 6 Agustus 2021.

YT, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

ZZ, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 10 Agustus 2021.

ZZ, Wancara Mahasiswa IAIN Samarinda, pada 15 Agustus 2021.