

**DIGITALISASI DAKWAH BERBASIS KEARIFAN LOKAL MELALUI
KANAL YOUTUBE PANDARA MUSLIM**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos.) pada Program Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan
Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
(STAIN) Majene

Oleh

MURSYIDAH AUNI

NIM : 30356119057

JURUSAN USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

STAIN MAJENE

2023

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal Youtube Pandara Muslim” yang disusun oleh **Mursyidah Auni, NIM.30356119057**, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasah yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 30 Agustus 2023 M. bertepatan dengan 13 Safar 1445 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Majene, 30 Agustus 2023

13 Safar 1445 H


DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Abd. Fattah, M.Pd.	: (.....)
Sekretaris	: Abdul Gaffar Haris, S. Th.I.	: (.....)
Munaqisy I	: Dr. Muliadi, S.Ag., M.Sos.I.	: (.....)
Munaqisy II	: Muhtar, S.I.Kom., M.I.Kom.	: (.....)
Pemimbing I	: Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos.:	(.....)
Pemimbing II	: Muh. Aswad, S.Kom.I., M.Sos.	: (.....)

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan Ushuluddin, Adab, dan

Dakwah


Dr. Abd. Fattah, M.Pd.
NIP.19630817 1998031 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudari **Mursyidah Auni NIM: 30356119057**. Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Jurusan Ushuluddin, Adab dan Dakwah STAIN MAJENE, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul “Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

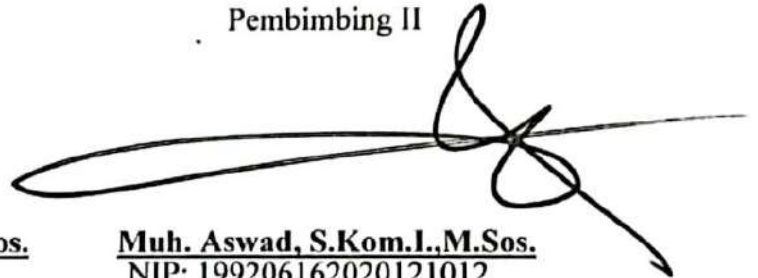
Majene, 26 Agustus 2023

Pembimbing I



Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos.
NIP: 199309122019031006

Pembimbing II



Muh. Aswad, S.Kom.I., M.Sos.
NIP: 199206162020121012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mursyidah Auni
NIM : 30356119057
Tempat, Tanggal Lahir : Polman, 19 Juni 2001
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Alamat : Desa Tobadak Kec. Tobadak Kab. Mamuju Tengah
Judul : Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal YouTube
Pandara Muslim

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Majene, 31 Agustus 2023

Penyusun



Mursyidah Auni
NIM: 30356119057

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan ilmu pengetahuan sehingga penulis telah dapat menyelesaikan karya atau skripsi ini. Selawat serta salam kita kirimkan kepada junjungan kita, baginda Nabi Muhammad saw., yang telah berhasil membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian studi maupun penyusunan skripsi ini tentunya tidak dapat penulis selesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, melalui prakata ini saya menyampaikan terima kasih, terutama kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Jufri, ibunda tercinta Ani, Bungaderi, S.Pd.I atas segala cinta dan doanya yang tak terkira dan tidak terbalaskan dengan apapun dan bagaimanapun. Begitu pula kepada saudara-saudara serta teman-teman tersayang yang senantiasa membersamai dan memberi semangat untuk penulis, terima kasih atas segala perhatiannya. Dengan takzim, kiranya penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Hj. Wasilah, ST., MT. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene. Wakil Ketua I: Dr. Muliadi, S.Ag., M.Sos.I. Wakil Ketua II: Dr. Suddin Bani, M.Ag. Wakil Ketua III: Dr. Anwar Sadat, S.Ag., M. Ag.
2. Dr. Abd. Fattah, M.Pd. selaku ketua jurusan Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
3. Fathiyah, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene.
4. Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos. dan Muhammad Aswad, S.Kom.I., M.Sos. sebagai pembimbing I dan pembimbing II, yang dengan tulus ikhlas

meluangkan waktunya dan tiada bosan-bosannya memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat dirampungkan sejak dari awal hingga selesai.

5. Dr. Muliadi, S.Ag., M.Sos.I. selaku penguji sidang Munaqisy I dan Muhtar, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku penguji sidang Munaqisy II. yang senantiasa memberikan kritik dan saran sehingga skripsi ini dapat rampung sesuai yang diharapkan.
6. Pembimbing Ujian Komprehensif oleh Dr. Muliadi, S.Ag., M.Sos.I. Nurul Islam, S.Sos., M.Si dan Muhammad Aswad, S.Kom.I., M.Sos.
7. Para dosen di lingkungan Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene yang telah berjasa mengajar dan mendidik penulis selama penulis menjadi mahasiswa di STAIN Majene.
8. Sahabat-sahabat penulis, Mahasiswa STAIN Majene angkatan 2019, terkhusus teman sesama Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan teman-teman seperjuangan di kos yang menjadi teman belajar, teman berdiskusi, dan pemberi motivasi hingga penulisan skripsi ini selesai.
9. Keluarga Besar Komunitas Penumbuhkembangan Tripotensi Mahasiswa (KOMPAK) Prodi KPI yang senantiasa menjadi tempat belajar dan berdiskusi serta telah menjadikan penulis sebagai orang yang bermanfaat.
10. Sahabat penulis Athirah Nurjannah, S.Sos. dan Arnilan, S.Sos. yang senantiasa menjadi tempat curhat penulis dan teman berjuang setiap saat.
11. Sahabat-sahabat tercinta penulis yang telah banyak memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi. Khususnya angkatan ke-III tahun 2019 kelas UK.2.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa karya sederhana ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran serta masukan yang bermaksud untuk lebih menyempurnakan isi skripsi ini sangat diharapkan. Semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi pembaca. Amin.

Majene, 31 Agustus 2023

Penulis

Mursvidah Auni
NIM: 30356119057

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL, MATRIKS DAN GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II TINJAUAN TEORETIS	13
A. Tinjauan tentang Dakwah	13
B. Determinisme Teknologi.....	20
C. Digitalisasi Dakwah	26
D. Kearifan Lokal	28
E. Kerangka Konseptual	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian	35
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Sumber Data.....	37
D. Metode Pengumpulan Data	38
E. Instrumen Penelitian.....	39
F. Teknik Pengolahan dan Analisi Data.....	40
G. Pengujian Keabsahan Data.....	42

BAB IV DIGITALISASI DAKWAH BERBASIS KEARIFAN	
LOKAL MELALUI KANAL YOUTUBE PANDARA MUSLIM.....	43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	43
B. Proses Digitalisasi Dakwah pada Kanal YouTube Pandara Muslim	49
C. Signifikansi Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan	
Lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim	62
D. Aspek Pendukung dan Penghambat Digitalisasi Dakwah Berbasis	
Kearifan Lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim	75
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89
RIWAYAT HIDUP.....	92

DAFTAR TABEL, MATRIKS DAN GAMBAR

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	8
Tabel 1.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu	10

DAFTAR MATRIKS

Matriks 2.1. Kerangka Konseptual.....	34
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Saluran YouTube Pandara Muslim.	43
Gambar 4.2. Akun Instagram Pandara Muslim.....	44
Gambar 4.3. Logo Pandara Muslim	46
Gambar 4.4. Pemberian <i>Tagline</i> , Deskripsi Video Dan Judul Konten pada Salah Satu Program Ceramah Mandar.....	55
Gambar 4.5. Pemberian <i>Tagline</i> , Deskripsi Video dan Judul Konten pada Salah Satu Program Pandara <i>Traveler</i>	55
Gambar 4.6. Tampilan Publikasi Video Ceramah Mandar	57
Gambar 4.7. Tampilan Publikasi Video Pandara <i>Traveler</i>	57
Gambar 4.8. Komentar Penonton Program Ceramah Mandar dan Pandara <i>Traveler</i>	58
Gambar 4.9. Komentar Penonton Pada Program Ceramah Mandar Mengenai Sayyed Fadlu Yang Berhasil Membawakan Ceramah dengan Kearifan Lokal.....	59
Gambar 4.10. Analisis Data Tingkatan Penonton Kanal Youtube Pandara Muslim	60
Gambar 4.11. Analisis Data Geografi Kanal Youtube Pandara Muslim	61

ABSTRAK

NAMA : Mursyidah Auni
NIM : 30356119057
JUDUL : Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui
Kanal YouTube Pandara Muslim

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah: digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim. Pokok masalah tersebut dirumuskan dalam tiga submasalah atau pertanyaan penelitian, yakni: 1) Bagaimana proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim? 2) Bagaimana signifikansi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim? 3) Apa aspek pendukung dan penghambat proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif (*qualitative research*) yang menghasilkan data deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim yaitu terdiri menjadi tiga tahapan; *Pertama*, tahap pra-produksi pada segmen Ceramah Mandar terdiri dari materi, sarana dan prasarana untuk menunjang proses dakwah sedangkan pada segmen Pandara *Traveler* menyiapkan konsep berupa tema, penulisan naskah, pemilihan tim produksi, pemilihan lokasi dan persiapan alat dan logistik; *Kedua*, tahap produksi melibatkan pengambilan gambar/syuting, *editing* dan publikasi; *Ketiga*, tahap pasca produksi melibatkan interaksi dengan audiens melalui komentar, pesan atau platform komunikasi lainnya yang bertujuan untuk membangun kuantitas dan kualitas melalui konten yang dihasilkan. 2) Signifikansi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim; melestarikan kearifan lokal Mandar di era digital, mengenalkan dan meningkatkan pemahaman tentang kearifan lokal Mandar dan menjangkau khalayak dakwah yang lebih luas. 3) Aspek pendukung dan penghambat proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim. *Pertama*, aspek pendukung terdiri dari; teknologi semakin canggih, SDM yang melek digital, SDM yang kreatif dan inovatif dan partisipasi *mad'u*. *Kedua*, kuantitas SDM minim, biaya operasional minim, kendala manajemen waktu dan kendala penerjemahan bahasa Mandar ke bahasa Indonesia.

Kata Kunci: Digitalisasi, Dakwah, Kearifan Lokal, YouTube, Pandara Muslim

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan kewajiban bagi seluruh umat Islam. Dakwah adalah perbuatan atau kegiatan yang berjalan terus menerus dan tidak akan berakhir selama kehidupan di dunia ini berlangsung, apapun situasi dan kondisinya. Salah satu dalil normatif terkait kewajiban berdakwah termaktub dalam Q.S. Ali-Imran/03:104.

Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah menjelaskan isi kandungan dalam QS. Ali-Imran ayat 104 yaitu, kalau tidak semua orang bisa melangsungkan fungsi dakwah, setidaknya ada di antara umat muslim yang beriman, yaitu segolongan umat yang cara berpikirkannya mengarah untuk bisa diteladani serta didengar pesannya dengan tujuan mengajak umat agar terus menerus tanpa lelah dan bosan untuk kebajikan, yaitu dari petunjuk Allah, menyeru umat untuk berbuat yang makruf yaitu nilai-nilai luhur dan tradisi yang diakui baik bagi masyarakat mereka, selama hal itu tidak bertentangan terhadap nilai-nilai ilahiah serta mampu mencegah dari perbuatan yang mungkar, yaitu yang dinilai tidak baik dan diingkari oleh akal sehat masyarakat. Bagi siapa yang mematuhi tuntunan ini serta yang sungguh tinggi lagi jauh martabat kedudukannya maka itulah manusia yang beruntung, mendapatkan apa yang mereka inginkan untuk kehidupan di dunia maupun di akhirat.¹ Kandungan dari ayat ini dapat dipahami sebagai fardu *kifayah* yaitu status hukum dari sebuah aktivitas dalam Islam yang wajib untuk dilaksanakan namun jika sudah dilaksanakan oleh salah satu seorang muslim yang lain maka kewajiban tersebut gugur.

¹M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 173

Dakwah adalah seruan atau panggilan yang mengajak kepada dinul-Islam. Sebagai umat Rasulullah saw. sudah menjadi tugas umat Islam untuk menyampaikan pesan dakwah dari masa ke masa dan harus terus dilanjutkan agar tidak terhenti, sehingga ajaran agama Islam dapat tersebar ke seluruh penjuru dunia. Oleh sebab itu, perjalanan dakwah Islam harus terus berkembang dari satu generasi ke generasi lainnya, dari satu masa menuju masa yang akan datang dengan merealisasikan metode dakwah melalui pendekatan budaya yang dapat di terima baik oleh seluruh umat.

Secara praktik, dakwah melalui pendekatan kultural (budaya) sebenarnya sudah dilakukan oleh Nabi Muhammad saw. baik pada periode Makkah (610-622 M.) ataupun pada masa periode Madinah (622-632 M.). Pada periode Makkah Muhammad telah diangkat menjadi Rasul dan telah melaksanakan tugas dakwahnya. Nabi Muhammad melakukan dakwah secara bertahap, mula-mula secara diam-diam kemudian dilakukan secara terang-terangan. Kedua fase ini dilakukan melalui pendekatan budaya menggunakan dakwah *fardiyah* baik dari keluarga maupun orang-orang terdekatnya.² Selanjutnya, aktivitas kegiatan berdakwah, dilanjutkan oleh para sahabat Rasulullah lalu kemudian dilanjutkan oleh dinasti-dinasti kerajaan dan sampai pada datangnya wali sanga di Indonesia, dengan misi menyebarkan syariat agama Islam. Wali sanga juga berhasil menyampaikan misi dakwahnya karena mereka mampu mengamalkan metode budaya yang ramah dan dapat diterima baik oleh penduduk pribumi.

²Abdullah, *Dakwah Kultural dan Struktural (Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir)*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012) h. 29

Hingga saat ini, keberadaan dakwah dengan metode budaya dan kearifan lokal³ semakin hari semakin menjadi populer dan terus berkembang. Indonesia berhasil memadukan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal sebagai sarana transmisi ajaran Islam. Tidak heran, jika beberapa di antara dai dalam menyampaikan dakwah selalu mengaitkannya dengan nilai-nilai kebudayaan.

Sosiokultural saat ini pun, memiliki dampak yang sangat berkembang dan terus dirasakan dengan cepat bagi pundi-pundi kehidupan umat manusia dan pada akhirnya akan berpengaruh juga pada aspek rohaniah manusia itu sendiri.⁴ Sosial budaya merupakan sesuatu yang tidak akan bisa dipisahkan dari aspek kehidupan manusia, baik dalam kehidupan bersosial maupun keagamaan.

Pendekatan dakwah melalui kearifan lokal dapat menjadi upaya dan gagasan besar dalam pengembangan dakwah melalui jalur informal, berupa pengembangan masyarakat budaya dan sosial untuk mewujudkan dakwah yang sesuai dengan tujuan masyarakat saat ini agar lebih mudah untuk diterima.⁵ Kearifan lokal saat ini memegang peran strategis untuk memelihara kerukunan beragama (*religious harmony*) inter maupun antar umat beragama.

Memasuki era 5.0, teknologi dan informasi juga ikut mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal demikian sejalan dengan kompleksnya fenomena-fenomena sosial keagamaan dan budaya yang terjadi di tengah masyarakat. Media sosial atau media baru saat ini hadir dan mampu menjawab

³Kearifan lokal dapat ditemui pada nyanyian-nyanyian, pepatah-pepatah, sesanti, petuah, semboyan, dan kitab-kitab kuno yang melekat dalam perilaku kehidupan sehari-hari. Biasanya, kearifan lokal tercermin dalam kebiasaan-kebiasaan hidup masyarakat yang telah berlangsung lama dan dalam perkembangannya berubah wujud menjadi tradisi-tradisi, meskipun prosesnya membutuhkan waktu yang sangat panjang. Lihat Rita Erlinda, dkk, "Kearifan Lokal dalam Wacana Dakwah: Strategi Kesantunan Untuk Mewujudkan Harmoni Sosial dalam Masyarakat Multikultural di Sorong dan Mentawai," (Penelitian: IAIN Batusangkar, 2018), h. 41

⁴Muzaki, Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal, Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 8 No. 1, 2017, h. 38

⁵Nur Ahmad & Umi Zakiatun Nafis, Dakwah Kultural Nilai-Nilai Kearifan Lokal: Ajaran Sunan Muria di Kampung Budaya Dawe Kudus, At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.8 No.1, 2021, h. 151

seluruh kebutuhan masyarakat. Maka dari itu, dai harus mampu membudayakan nilai-nilai dakwah berbau kearifan lokal dengan kebudayaan yang sesuai terhadap kebiasaan maupun tradisi masyarakat setempat melalui media perkembangan teknologi. Platform media digital mampu menjadi wadah media dakwah yang semakin hari memengaruhi kegiatan praktik berdakwah, dari yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini berubah arah menuju digital.

Dewasa ini, dakwah tidak hanya dilakukan dengan menggunakan media konvensional saja, melainkan juga dapat dilakukan dengan media digital seperti media sosial. Oleh karena itu, kemampuan menggunakan media sosial sebagai media dakwah merupakan hal penting bagi para dai. Disamping mengikuti perkembangan zaman, juga untuk mengoptimalkan dakwah itu sendiri.⁶

Dakwah melalui platform media digital sudah banyak digunakan dan ditemui secara *online*. Internet saat ini, menjadi kebutuhan penting bagi kehidupan manusia. Hadirnya internet sangat mempermudah aktivitas, di mana saja dan kapan saja.⁷ Media digital saat ini sangat banyak digunakan tidak hanya sebagai media komunikasi dan informasi tetapi juga sebagai media untuk melakukan dakwah digital baik secara struktural maupun secara kultural.

Laporan We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet.⁸ Pengguna Internet mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, pada Januari 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 205 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna

⁶Faridhatun Nikmah, Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial, Muâsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol. 2 No. 1, 2020, h. 47

⁷Aan Mohamad Burhanuddin, dkk. Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @Cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender, Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol, 10, No. 2 Desember 2019, h. 238

⁸Data Indonesia.id, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>, diakses pada 26 maret 2023

internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahun. Adapun, lonjakan pengguna internet di dalam negeri mulai terjadi pada tahun 2017.

We Are Sosial dan Meltwater juga menyatakan jika pengguna internet di Indonesia yang memiliki akun khusus media digital atau dikenal dengan media sosial aktif mencapai 167 juta orang atau sekitar 60,4 persen dari total populasi yang ada.⁹ Ratusan juta pengguna Indonesia tersebut menggunakan aplikasi media sosial populer yaitu; Tik-Tok, Instagram, Facebook, Messenger, YouTube, Twitter, LinkedIn, dan aplikasi serupa lainnya.

Berdasarkan data di atas disimpulkan bahwa, gencarnya dakwah melalui internet merupakan inovasi terkini dalam penyebaran Islam dan tentunya semakin memudahkan para mubaligh untuk melebarkan sayap dakwahnya. Menggunakan media *online* sebagai sarana dakwah merupakan peluang sekaligus tantangan untuk mengembangkan dan memperluas wawasan dakwah Islam.¹⁰ Kesempatan yang dimaksud adalah bagaimana para pelaku dakwah peduli untuk bisa memiliki kemampuan dalam memanfaatkan media internet menjadi sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Sementara mewujudkannya harus dengan penggunaan tenaga, pikiran dan sumber daya manusia yang mengerti akan dakwah dan internet itu sendiri.

Perkembangan dakwah itu harus selalu selaras dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan peradaban manusia sehingga dakwah Islam membentuk seluruh aspek kehidupan manusia. Era globalisasi saat ini, sudah menjadi keharusan bagi para mubaligh untuk memanfaatkan segala bentuk teknologi yang ada untuk mempermudah tercapainya tujuan dakwah. Tanpa menggunakan media dakwah yang ada, dakwah tidak akan berkembang.

⁹Kompas.com, <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all>, diakses pada 31 maret 2023

¹⁰Hamiruddin, Dakwah melalui Dunia Maya (Internet), *Al-Irsyad Al-Nafs*, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 7, No. 1 Mei 2020, h. 89

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat menyebabkan perubahan dalam berbagai bidang kehidupan manusia, baik dalam agama, politik, maupun dalam tradisi dan budaya masyarakat modern.¹¹ Beragam fenomena yang muncul secara maya di media sosial tersebut harus menjadi daya tarik bagi para dai untuk mendigitalisasi dakwah dalam berbagai format. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh para dai untuk mendigitalisasi dakwahnya adalah, dengan memanfaatkan konsep konten-konten dakwah berupa video yang ditayangkan melalui platform media digital YouTube.

YouTube merupakan salah satu media yang memiliki pengguna terbanyak setelah media sosial Facebook. We Are Social melaporkan, ada 2,51 miliar pengguna YouTube pada Januari 2023. Berdasarkan jumlah tersebut, 139 juta pengguna berada di Indonesia.¹² Media YouTube dapat menjadikan interaksi antar sesama dengan tujuan mempererat tali silaturahmi tanpa adanya batasan dunia. Tidak berpengaruh dari mana ia, dari kalangan apa dan tidak ada batasan mengenai ruang dan waktu. Sehingga pengguna dapat menikmati media digital YouTube sesuai dengan apa yang diminati, dimanapun dan kapan pun. Oleh karena itu penulis akan memilih media YouTube berbasis kearifan lokal sebagai objek penelitian.

Berdasarkan data di atas, penulis tertarik meneliti kanal YouTube Pandara Muslim, yang sejauh ini telah berusaha menjadi media yang tidak hanya memberikan informasi seputar kerifan lokal suku Mandar tetapi juga berusaha untuk memberikan nilai-nilai dan pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam kearifan lokal pada tayangan segmen Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler*. Bisa dilihat kanal ini menyajikan konten-konten yang beragam, inovatif dan

¹¹Istina Rakhmawati, Potret Dakwah di Tengah Era Globalisasi dan Perkembangan Zaman, At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol 1, No 1, 2013, h. 78

¹²DataIndonesia.id, <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-negara-pengguna-youtube-terbesar-awal-2023-ada-indonesia>, diakses pada 03 april 2023

kekinian dalam memahami dan menyiarkan Islam di wilayah Mandar, Sulawesi Barat. Video-video tersebut terdiri dari bermacam-macam segmen, diantaranya; Ceramah Mandar, Pandara *Traveler*, Film Pendek, Murottal, Cover Music, dan Berita Viral. Pandara Muslim mulai eksis di YouTube sejak 26 Maret 2020. Per tanggal 11 Agustus 2023 penonton kanal YouTube Pandara Muslim telah mencapai 305.480 kali tayangan dengan jumlah pelanggan sebanyak 3,25.000 dan telah mengunggah sebanyak 93 video.

Untuk melaksanakan dakwahnya, Pandara Muslim tentu melakukan proses digitalisasi untuk menarik minat penonton melalui kanal YouTube. Pandara Muslim menjadikan YouTube sebagai sebuah media atau sarana untuk proses digitalisasi untuk menyiarkan kearifan lokal suku Mandar yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Selain itu, memiliki tujuan sebagai salah satu media dalam melestarikan budaya melalui pendekatan agama Islam dan dakwah agar menjangkau masyarakat lebih jauh lagi. Dalam hal ini apa yang dilakukan Pandara Muslim melalui kanal YouTube dapat menjadi salah satu jawaban bagi keraguan yang timbul dalam benak masyarakat untuk tetap melestarikan dakwah berbasis kearifan lokal. Melalui video-video yang diberikan dalam kanal YouTube Pandara Muslim dapat memberikan beberapa pengetahuan yang berperan dalam memberikan pesan dakwah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji, mengamati dan melakukan penelitian secara khusus tentang “Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim”

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Berangkat dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, calon peneliti memusatkan penelitian pada fenomena digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal. Fokus penelitian tersebut dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus
Digitalisasi Dakwah	Penggunaan sistem atau media digital untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Media digital yang dimaksudkan dalam konteks penelitian ini yakni kanal YouTube Pandara Muslim.
Kearifan Lokal	Kearifan lokal adalah pengetahuan, nilai, tradisi, budaya, dan praktik yang berkembang di suatu wilayah atau komunitas tertentu. Kearifan lokal yang dimaksudkan dalam konteks penelitian ini yakni kearifan lokal suku Mandar yang disampaikan melalui kandungan nilai-nilai dan pesan-pesan dakwah pada kanal YouTube Pandara Muslim.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, calon peneliti merumuskan masalah penelitian ini dengan pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimana proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?
2. Bagaimana signifikansi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?
3. Apa aspek pendukung dan penghambat proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?

D. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yaitu berfungsi untuk membandingkan penelitian yang akan diteliti dengan yang telah diteliti sebelumnya. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk melihat perbedaan dan persamaan penelitian sebelumnya dengan

penelitian yang disusun. Berikut inilah hasil penelitian sebelumnya yang telah dibuat, yaitu:

1. Penelitian Adi Wibowo (2019) dengan judul "*Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital.*" Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskripsi kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana penggunaan media sosial sebagai media dakwah pada pendidikan Islam di era digital yang ada pada akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo sebagai media dakwah pada pendidikan Islam di era digital terhadap para santri, mahasiswa dan alumni mempunyai respon yang positif, serta menyampaikan pesan dakwah yang bisa diterima oleh semua khalayak umum baik anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua karena konten yang disajikan mengandung nilai-nilai pendidikan Islam yang berhaluan *ahlussunnah wal jama'ah* sehingga dapat dijadikan pedoman, motivasi serta informasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari.

2. Penelitian Fitria Mayasari (2018) dengan judul "*Digitalisasi dan Kebudayaan (Studi pada Pengembangan Kebudayaan Berbasis Kearifan Lokal Melalui Media Baru oleh Yayasan Sagang.*" Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan metode pendekatan studi kasus sebagai pisau analisis untuk memahami dan menganalisis pemanfaatan media baru sebagai media publikasi sastra dan informasi kebudayaan Melayu di Riau yang dilakukan oleh Yayasan Sagang. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat strategi pengembangan kebudayaan berbasis kearifan lokal melalui media baru yang dilakukan oleh yayasan Sagang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Yayasan Sagang membentuk platformnya di media baru dalam upaya untuk memperluas kerja kebudayaan yang mereka lakukan. Namun belum mampu menarik perhatian pengguna internet secara maksimal.

3. Penelitian Wahyu Budiantoro dan Khafidhoh Dwi Saputri (2021) dengan judul "*Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital.*" Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskripsi kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis untuk mengetahui pengembangan dakwah, hakikat dakwah, substansi dakwah multikultural pada ruang digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya masifikasi isu perdamaian, kemanusiaan, cita kasih dan perkembangan ilmu pengetahuan Islam yang didistribusikan melalui platform media digital.

Tabel 1.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Persamaan dan perbedaannya dengan penelitian ini
Adi Wibowo (2019)	Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital.	<u>Persamaan:</u> Kajian keduanya terkait tentang dakwah digital. <u>Perbedaan:</u> Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa media sosial sebagai media dakwah pada pendidikan Islam di era digital yang ada pada akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo.
Fitria Mayasari	Digitalisasi dan Kebudayaan (Studi pada Pengembangan	<u>Persamaan:</u> Kajiannya keduanya terkait tentang digitalisasi berbasis kearifan lokal

(2018)	Kebudayaan Berbasis Kearifan Lokal Melalui Media Baru oleh Yayasan Sagang.	<u>Perbedaan:</u> Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa strategi pengembangan kebudayaan berbasis kearifan lokal melalui media baru yang dilakukan oleh yayasan Sagang.
Wahyu Budiantoro dan Khafidhoh Dwi Saputri (2021)	Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital	<u>Persamaan:</u> Kajiannya keduanya terkait tentang Dakwah Multikultural di Era Digital <u>Perbedaan:</u> Meneliti pengembangan dakwah, hakikat dakwah, substansi dakwah multikultural pada ruang digital.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, penulis mengangkat tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?
2. Untuk mengetahui bagaimana signifikansi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?
3. Untuk mengetahui apa aspek pendukung dan penghambat proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?

Sedangkan untuk kegunaan penelitian ini berupa:

1. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait dakwah digital berbasis kearifan lokal, dapat memberikan manfaat serta memperkaya referensi peneliti selanjutnya dan menambah sumber bacaan mengenai penelitian tersebut.

2. Secara praktis, penelitian ini bisa memberikan kontribusi terhadap pemanfaatan dakwah digital di era sekarang maupun yang akan datang terhadap nilai-nilai dakwah berbasis kearifan lokal yang ada di Indonesia khususnya kearifan lokal yang ada di tanah Mandar.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Tinjauan tentang Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa arab yaitu *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti “mengajak, menyeru, serta memanggil”.¹³ Sedangkan secara terminologi, dakwah dapat diartikan sebagai seruan untuk mengajak menuju keselamatan dunia maupun akhirat.¹⁴

Adapun secara istilah, beberapa ulama mendefenisikannya sebagai berikut:

- a. Menurut Syekh Ali Makhfudh sebagaimana dikutip oleh Ali Aziz, dakwah adalah perbuatan yang mendorong manusia untuk berbuat baik dan mengikuti pedoman agama, serta ajakan untuk berbuat baik dan mencegah perbuatan buruk untuk menjamin keselamatan dunia dan akhirat.¹⁵
- b. Menurut Syekh Muhammad Khidr Husain, dakwah adalah upaya mendorong manusia untuk berbuat baik, mengikuti petunjuk dan menjalankan perintah baik dan buruk untuk kesuksesan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹⁶

2. Dasar Hukum Dakwah

- a. QS. Ali-Imran/03:104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.¹⁷

¹³Syabuddin Gade, *Pemikiran Pendidikan dan Dakwah*, (Banda Aceh: Ar-raniry Press, 2012), h. 76

¹⁴Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 4-5

¹⁵Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 4

¹⁶Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 68

¹⁷Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Depok:Adhwaul Bayan, 2012), h.63

Terjemahan Mandar:

*“Anna sitinayanna diang di antaramu mie’ sanggolongan umma’ iya mapperoa lao di apiangan, massio lao di anu macoa anna mappusara pole di adaeang, ise’iyamo di’o to sumaro”.*¹⁸

b. QS. Al-Qashas/28:87.

وَلَا يَصُدُّكَ عَنْ آيَاتِ اللَّهِ بَعْدَ إِذْ أُنزِلَتْ إِلَيْكَ وَادْعِ إِلَى رَبِّكَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Terjemahnya:

“Dan janganlah sekali-kali mereka dapat menghalangimu dari (menyampaikan) ayat-ayat Allah sesudah ayat-ayat diturunkan kepadamu, dan serulah mereka kepada (jalan) Tuhanmu, dan janganlah sekali-sekali kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Tuhan”.¹⁹

Terjemahan Mandar:

*“Anna da le’ba’i ise’iya na mappusarao pole (di na mappalambi’) aya’-aya’na Puang Allah Taala, dipuranamo aya’-aya’ di’o dipaturungano’o anna illongi (peroi) ise’iya lao di (tangalalangna) Puangmu, anna da le’ba’o mie’ mettama di to mappa’dua (Puang)”.*²⁰

3. Unsur-unsur Dakwah

Adapun unsur-unsur dakwah yaitu; dai (subjek dakwah), *mad’u* (objek dakwah), *maddah* (materi dakwah), *thoriqah* (metode dakwah), dan *wasilah* (media dakwah).²¹ Dari kelima unsur tersebut merupakan sesuatu hal yang tidak

¹⁸Muh Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar:Balitbang Agama, 2019), h. 100

¹⁹Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, h.396

²⁰Muh Idham Khalid Bodi, *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, h. 708

²¹Mustafirin, *Dakwah melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya: Melacak Aktivitas Dakwah Nabi Muhammad pada Masyarakat Madinah*, (Pekalongan-Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, Cet. I, 2022), h. 10

dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya. Masing-masing memiliki peran penting dalam menyempurnakan berlangsungnya kegiatan berdakwah.

a. Dai/Subjek Dakwah

Kata dai sering disebut sebagai mubaligh (orang yang mengajarkan ajaran Islam), namun istilah ini terlalu sempit karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai penyampai ajaran Islam secara lisan, seperti penceramah agama, khatib (orang yang berdakwah) dan sebagainya. Siapapun yang menjadi pengikut Nabi Muhammad berhak menjadi seorang pendakwah.²² Oleh karenanya, wajib bagi para dai untuk mengetahui semua kandungan dakwah baik itu dari segi akidah, syariah, maupun akhlak. Berkaitan dengan hal-hal yang memerlukan ilmu serta keterampilan khusus, maka kewajiban berdakwah dibebankan kepada orang-orang tertentu.

b. Objek Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u adalah *isim maf'ul* (objek) yang berasal dari kata *da'a*, *yad'u* yang kata objeknya adalah *Mad'u* (objek dakwah). Sedangkan secara istilah dakwah adalah orang yang berhak mendapatkan penyampaian dakwah. Mad'u ini pula dapat diartikan sebagai orang secara mutlak, baik maupun jauh, muslim maupun non muslim, laki-laki maupun perempuan dan berbagai karakter lainnya.²³

c. Materi Dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah atau yang sering disebut dengan pesan dakwah adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh sumber (dalam hal ini Dai) kepada penerima (*mad'u*). Dalam konteks komunikasi dakwah, istilah lain dari materi dakwah adalah pesan, isi atau informasi. Pada dasarnya tidak ada yang berubah

²²Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta:Kencana, 2006), h. 22

²³Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2021), h. 39

dari zaman Rasulullah saw. hingga saat ini, karena semuanya berkaitan dengan ajaran Islam.²⁴

d. Metode Dakwah (*Thoriqah*)

Metode berasal dari kata Yunani "*methodos*", yang merupakan gabungan dari kata "*meta*" dan "*hodos*". *Meta* berarti melalui, mengikuti, dan setelah, sedangkan *hodos* berarti jalan, arah, dan cara. Metode dengan demikian dapat diartikan sebagai jalur atau jalan yang dapat dipilih.²⁵ Berdasarkan pengertian di atas, maka metode dakwah adalah cara yang digunakan oleh dai untuk menyampaikan materi.

e. Media Dakwah (*Wasilah*)

Media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang dapat menghubungkan ide dengan manusia, elemen penting dan urat nadi dalam kehidupan berdakwah, yang keberadaannya sangat penting untuk menentukan perjalanan dakwah. Fleksibilitas media dakwah memungkinkan semua metode komunikasi digunakan sebagai media dakwah. Perkembangan teknologi komunikasi menuntut subjek dakwah dapat memanfaatkannya sebagai media dakwah seperti koran, televisi, radio, film, handphone dan lain-lain. Organisasi kelembagaan juga merupakan salah satu bentuk media dakwah. Peserta dakwah, baik perempuan maupun laki-laki, dapat menggunakan semua jenis media dakwah untuk menambahkan konten tentang relasi gender, isu khusus perempuan atau laki-laki, atau kesetaraan gender.²⁶

f. Efek Dakwah (*Atsar*)

Umumnya, para da'i sering kali mengabaikan atau kurang memperhatikan feedback atau umpan balik (*atsar*) dari proses dakwah. Banyak dari mereka

²⁴Fahrurrozi, dkk, *ilmu dakwah*, (Jakarta:Prenada Media, 2019), h. 85

²⁵I'natut Thoifah, dkk, *Ilmu Dakwah: Praktis Dakwah Milenial*, (Malang:UMM Press, 2020), h. 28

²⁶Fahrurrozi dkk, *ilmu dakwah*, h. 130-131

berpikir bahwa setelah dakwah disampaikan, maka dakwah dianggap selesai. Padahal, pentingnya atsar dalam menentukan langkah-langkah dakwah selanjutnya sangatlah besar. Tanpa menganalisis atsar dari dakwah yang telah dilakukan, kemungkinan terulangnya kesalahan strategi yang dapat merugikan pencapaian tujuan dakwah menjadi lebih besar. Sebaliknya, dengan melakukan analisis yang teliti dan tepat terhadap atsar dakwah, kesalahan strategis dakwah dapat segera terdeteksi sehingga langkah-langkah perbaikan (*corrective action*) dapat segera dilakukan. Hal ini juga berlaku untuk strategi dakwah lainnya, di mana unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan melalui analisis atsar dakwah yang cermat.²⁷

Evaluasi dan koreksi terhadap atsar dakwah perlu dilakukan secara menyeluruh dan komprehensif, tidak hanya dilakukan secara sebagian atau setengah-setengah. Semua komponen sistem dakwah harus dievaluasi secara komprehensif. Evaluasi tersebut sebaiknya dilakukan oleh beberapa da'i, tokoh masyarakat, dan ahli yang terlibat. Para da'i harus memiliki semangat inklusif untuk melakukan pembaruan dan perubahan, selain bekerja berdasarkan ilmu yang dimiliki. Setelah proses evaluasi menghasilkan kesimpulan dan keputusan, tindakan korektif (*corrective action*) harus segera dilakukan. Jika proses ini dilaksanakan dengan baik, maka akan terbentuk suatu mekanisme perjuangan dalam bidang dakwah. Dalam konteks agama, ini disebut sebagai ihtiar insani. Namun, selain itu, juga harus diiringi dengan doa memohon taufik dan hidayah Allah untuk kesuksesan dakwah.²⁸

²⁷Aminudin, *Dakwah Zaman Now*, Al-Munzir, Vol. 11 No.1, 2018.

²⁸Aminudin, *Dakwah Zaman Now*, Al-Munzir, Vol. 11 No.1, 2018.

4. Dakwah Kultural

Menurut M. Mukhsin Jamil, dakwah kultural adalah upaya menghargai budaya yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan upaya mengislamisasikan serta memanfaatkan setiap budaya yang ada melalui pendekatan dakwah. Dalam kegiatan dakwah ini, mubaligh biasanya melakukannya sendiri atau bersama-sama melalui ormas Islam dan organisasi dakwah.²⁹

Sebelum kedatangan Islam, Arab memiliki budayanya sendiri. Islam memiliki tiga sikap terhadap budaya atau kebiasaan, yakni: penerimaan, koreksi dan penolakan. Dalam realitas kehidupan ada suatu hal antara dakwah dan budaya yang saling mempengaruhi. Dakwah kultural menitikberatkan pada upaya memantapkan ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat dan membawa perubahan pada kesadaran dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, dakwah kultural selalu melibatkan masyarakat umum, organisasi keagamaan, tokoh adat, tokoh informal dan media massa.³⁰

Sasaran dakwah yaitu orang-orang yang memiliki hati, perasaan, pilihan dan yang dipengaruhi oleh lingkungan. Oleh karena itu, dakwah tidak hanya bersifat dogmatis, tetapi juga harus terbuka terhadap perubahan dan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Perubahan adalah ketetapan Allah Swt yang terjadi dalam upaya manusia untuk menunaikan fungsi kekhalifahan.³¹

Dakwah kultural mensyaratkan dai mampu memotivasi kelompok sasaran dakwah untuk meyakini, memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam.

²⁹Abdullah, *Dakwah Kultural dan Struktural (Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir)*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012) h. 29

³⁰Abdullah, *Dakwah Kultural dan Struktural (Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir)*, h. 32

³¹Abdullah, *Dakwah Kultural dan Struktural (Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir)*, h. 32

Tindakan ini mengacu pada pikiran dan kehendak hati seseorang yang ingin sukses dalam hidup. Keberhasilan dakwah tidak hanya diukur dari bagaimana tujuan dakwah sesuai dengan pesan yang disampaikan, melainkan bagaimana penghayatan dan pengamalan nilai-nilai Islam terjadi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat tentang reformasi dan perubahan.³²

Dakwah kultural tidak menganggap kekuatan politik sebagai satu-satunya alat perjuangan dakwah. Dakwah kultural menjelaskan, bahwa dakwah itu sejatinya, adalah untuk membawa masyarakat agar mengenal kebaikan universal, kebaikan yang diakui oleh semua manusia tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Dakwah kultural hadir untuk mengukuhkan kearifan-kearifan lokal yang ada pada suatu pola budaya tertentu dengan cara memisahkannya dari unsur-unsur yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.³³

Dakwah kultural mempunyai peran penting untuk melanjutkan misi Islam di muka bumi ini. Sebuah peran penting yang tidak diwarisi oleh Islam politik maupun struktural yang hanya mementingkan kekuasaan yang instan. Maka dari itu, dakwah kultural harus tetap abadi hingga akhir zaman. Para dai yang bijak mampu mempunyai informasi yang lengkap dari masyarakat tertentu, sebagai modal dasar untuk mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah islamiyah. Seringkali akibat kurangnya serta tidak memudahinya sebuah informasi tentang penerima dakwah mengakibatkan kerja dakwah menjadi hal yang tidak memuaskan.³⁴

³²Abdullah, *Dakwah Kultural dan Struktural (Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir)*, h. 33

³³Nirwan Wahyudi AR & Asmawarni, *Dakwah Kultural melalui Tradisi Akkorontigi (Studi pada Masyarakat Kelurahan Limbung, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa)*, Al-Mutsla, Vol. 2, No. 1, 2020, h. 30

³⁴Nirwan Wahyudi AR & Asmawarni, *Dakwah Kultural melalui Tradisi Akkorontigi (Studi pada Masyarakat Kelurahan Limbung, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa)*, h. 30

B. Determinisme Teknologi

1. Pengertian Determinisme Teknologi

Determinisme adalah gagasan bahwa semua peristiwa di masa lalu memiliki efek di masa depan dan hal-hal ini sering terjadi atau memengaruhi orang tanpa mereka sadari (modifikasi determinisme). Padahal teknologi adalah segala sesuatu yang diciptakan manusia dengan maksud menghilangkan tekanan hidup dan membantu manusia hidup untuk dirinya sendiri. Teknologi dipengaruhi oleh orang yang membuatnya dengan nilai-nilai yang melekat pada teknologi yang diciptakan, sehingga determinisme teknologi dapat diartikan sebagai sesuatu yang akan terjadi di masa depan karena teknologi yang ada pada zaman dahulu berkembang. Pada zaman maju, perkembangan tersebut memengaruhi kehidupan masyarakat tanpa disadari bahwa mereka berpengaruh, baik pada cara berpikir, budaya maupun kehidupan masyarakat.³⁵

Beberapa perubahan penting dalam teori determinisme ini seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Setiap periode sama-sama memperluas emosi dan jiwa manusia. McLuhan membaginya menjadi empat periode. Perubahan atau transisi yang terkait dari satu era ke era lainnya membawa serta bentuk komunikasi baru yang menyebabkan perubahan yang berbeda dalam masyarakat. Adapun beberapa perubahannya sebagai berikut, yaitu:³⁶

a. Era Kesukuan atau a Tribal Age

Menurut McLuhan, pada zaman dahulu manusia hanya mengandalkan indera pendengaran untuk berkomunikasi. Komunikasi kemudian hanya didasarkan pada narasi, cerita, dongeng tuturan, dan sejenisnya. Jadi, telinga adalah “raja” ketika itu, “*hearing is believing*”, komunikasi sedikit bergantung

³⁵Siti Meisyaroh, Determinisme Teknologi Masyarakat dalam Media Sosial, Jurnal Komunikasi Dan Bisnis, Vol. 1, No. 1, 2013, h. 39-40

³⁶Siti Meisyaroh, Determinisme Teknologi Masyarakat dalam Media Sosial, h. 40-41

pada kemampuan visual manusia. Bagi orang-orang primitif pada zaman kesukuan, mendengar adalah hal yang paling penting. Peran otak sebagai daerah yang mengatur pendengaran menjadi sangat penting. Dengan diperkenalkannya huruf, masyarakat secara bertahap memasuki era penulisan. Pada usia ini, melihat sama pentingnya dengan mendengar.

b. Era Tulisan atau *The Age of Literacy*

Memasuki era tulisan membawa perubahan secara signifikan terhadap perasaan serta pikiran manusia untuk berkembang lebih jauh. McLuhan mengatakan bahwa perubahan yang datang dengan penggunaan tulisan sebagai alat komunikasi menjadi pendorong munculnya matematika, filsafat, dan ilmu lainnya.

c. Era Cetak atau *The Print Age*

Masih tentang era tulisan menggunakan alfabet, tetapi keuntungannya meningkat dengan ditemukannya mesin cetak.

d. Era Elektronik atau *The Electronic Age*

Era elektronik adalah teknologi komunikasi seperti telepon, radio, telegram, film, televisi, komputer, dan internet sehingga manusia seperti hidup dalam global *village*. Teknologi komunikasi yang digunakan dalam media massa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia atau menurut Em Griffin “tidak ada yang tidak tersentuh oleh teknologi komunikasi”.

Liliweri mengungkapkan bahwa teknologi adalah suatu akumulasi pengetahuan masyarakat tentang bagaimana mengubah lingkungan alam dengan bantuan mesin serta berdasarkan kearifan lokal dari suatu masyarakat. Dengan bahasa lain teknologi adalah aplikasi pengetahuan serta keterampilan yang digunakan manusia untuk mencapai suatu tujuan praktis, termasuk aplikasi

metode, cara-cara, alat-alat fisik seperti mesin agar dapat memecahkan masalah kemanusiaan, politik, dan aktivitas sosial lainnya.³⁷

Teknologi komunikasi adalah penerapan prinsip-prinsip keilmuan komunikasi untuk memproduksi suatu item material bagi efektivitas dan efisiensi proses komunikasi. Teknologi komunikasi juga dapat dipandang sebagai penerapan prinsip-prinsip keilmuan melalui penciptaan material (alat-alat teknis) agar meningkatkan kualitas dan kuantitas peranan unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, sasaran, dampak sesuai dengan konteks komunikasi. Dalam perspektif ilmu komunikasi, teknologi komunikasi merupakan suatu sistem makro yang di dalamnya meliputi teknologi telekomunikasi, teknologi elektronika, dan teknologi informasi.³⁸

2. Determinisme Teknologi dalam Media sosial

Keterkaitan determinisme teknologi dan media sosial menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi sejalan dengan perkembangan masyarakat yang melahirkan banyak aplikasi baru dalam dunia teknologi komunikasi, sehingga hal ini menyebabkan lahirnya aplikasi media sosial yang mendorong pada sebuah perubahan budaya maupun komunikasi masyarakat dalam dunia nyata menjadi dunia maya. Teknologi telah menangatur sistem komunikasi tidak seperti aturan biasanya yang banyak menggunakan tatap muka dalam berkomunikasi. Sistem teknologi telah menguasai jalan pikiran masyarakat untuk terus *online*, setiap perkembangan informasi yang disediakan oleh internet terkesan selalu ada dalam pikiran apabila tidak melakukan *online*.³⁹

Menurut Winarto bahwa pengaruh internet yang mendorong terjadinya migrasi virtual dan terbentuknya desa global. Jika dianalisis lebih dalam,

³⁷Allo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta:Kencana, 2011), h. 846-847

³⁸Allo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, h. 854

³⁹Siti Meisyaroh, *Determinisme Teknologi Masyarakat dalam Media Sosial*, h. 42

teknologi internet menawarkan komunikasi dan informasi yang lebih cepat jika dibandingkan dengan komunikasi yang konvensional. Sebab, komunikasi dilaksanakan secara virtual lewat internet sehingga jarak dan waktu tidak lagi menjadi sebuah masalah agar terciptanya fenomena desa global. Selanjutnya, kondisi tersebut pun akan mendorong terjadinya migrasi virtual, yaitu ketika masyarakat mulai menggunakan teknologi internet, berinteraksi serta bergaul secara maya dan virtual dengan pengguna internet lainnya dari berbagai penjuru dunia.⁴⁰

Media sosial bekerja dengan cara yang sangat mirip seperti yang dikaitkan oleh Mc Luhan dengan peran “angka, permainan, dan uang” selain media tradisional film, TV dan radio. Pengguna situs jejaring sosial menggunakan fitur yang sangat mirip dan melakukan tindakan yang hampir sama yang dapat mengubah mereka menjadi pengguna yang homogen. Demikian pula, profil aktivis media sosial meniru fitur serupa dan mayoritas pengguna menjelajahi platform media sosial untuk bersenang-senang. Media sosial untuk menyatukan orang-orang dari budaya, agama dan batasan yang berbeda dan memungkinkan mereka menikmati perasaan menjadi anggota satu komunitas. Platform media sosial tidak hanya mengubah dunia ini menjadi desa kecil tetapi juga membentuk setiap aspek kehidupan sosial manusia.⁴¹

3. Klasifikasi Media Sosial

Media sosial terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut⁴²:

- a. Alat bantu publikasi menggunakan Blog (*Typepad, Blogger*), Wiki (*Wikipedia, Wikia, Wetpaint*) dan *Portal Citizen Journalism (Digg*,

⁴⁰Siti Meisyaroh, *Determinisme Teknologi Masyarakat dalam Media Sosial*, h. 42

⁴¹Azam Jan, Shujat Ali Khan, dkk, *Marshal McLuhan's Technological Determinism Theory in The Arena of Social Media*, *Pakistan Journal of Social Sciences*, Vol. 18, No. 2, 2021, h. 32

⁴²Siti Meisyaroh, *Determinisme Teknologi Masyarakat dalam Media Sosial*, h. 37-38

Newsvine). Website yang mengizinkan usernya agar dapat mengubah, menambah, maupun meremove konten-konten yang ada di website ini maupun user lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah.

- b. Alat bantu berbagi untuk video (*YouTube*), gambar (*Flickr*), link (*del.icio.us*, *Ma.gnolia*), musik (*Last.fm*, *iLike*), slide presentasi (*Slideshare*), review produk (*Crowdstorm*, *Stylehive*) ataupun umpan balik produk (*Feedback 2.0*, *GetSatisfaction*).
- c. Alat bantu diskusi seperti forum (*PHPbb*, *vBulletin*, *Phorum*), forum video (*Sesmic*), instant mesagging (*Yahoo! Mesengger*, *Windows Live Mesengger*, *Meebo*) dan VoIP (*Skype*, *Google Talk*).
- d. Jaringan sosial (*Facebook*, *Myspace*, *Bebo*, *Hi5*, *Orkut*), jaringan sosial spesifik (*Linkedln*, *Boompa*), dan alat bantu untuk menciptakan jaringan sosial (*Ning*) dengan aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto.
- e. Alat bantu mikroblogging (*Twitter*, *Pownce*, *Jaiku*, *Plurk*, *Adocu*) dan layanan serupa (*twitxr*, *tweetpeek*).
- f. Alat bantu agregasi sosial seperti lifestream (*Friendfeed*, *Socializr*, *Socialthing!*, *lifestrea.ms*, *Profilactic*).
- g. Platform untuk hosting (*Justin.tv*, *Blogtv*, *Yahoo! Live*, *UStream*) dan ada layanan serupa untuk mobile (*Qik*, *Flixwagon*, *Kyte*, *LiveCastr*).
- h. Dunia virtual (*Second Life*, *Entropia*, *Universe*, *There*), 3D chats (*Habbo*, *IMVU*), dan dunia virtual khusus remaja (*Stardoll*, *Club Penguin*). Dunia virtual, di mana mengaplikasikan lingkungan 3D, di mana user bisa muncul

dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata.

- i. Platform game sosial (*ImInLikeWithYou, Doof*), portal game kasual (*Pogo, Cafe, Kongregate*) dan jaringan sosial yang dimungkinkan dengan game (*Three Rings, SGN*). Dunia virtual yang di mana penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan.
- j. *MMO, massively multiplayer online (Neopets, Gaia Online, Kart Rider, Drift City, Maple Story)* dan *MMORPG, massively multiplayer online role-playing game (World of Warcraft, Age of Conan)*.

4. Media Sosial YouTube

YouTube adalah platform yang digunakan untuk berbagi video, yang juga dikenal sebagai video sharing. Melalui situs ini, pengguna dapat mengunggah dan mengunduh video sesuai keinginan mereka, baik untuk kepentingan personal maupun kegiatan lainnya. Secara khusus, YouTube memberikan manfaat kepada pengguna dalam meningkatkan popularitas mereka di depan publik. Dengan biaya yang rendah atau bahkan tanpa biaya sama sekali. Mempromosikan seseorang yang sebelumnya tidak terkenal.⁴³

Seiring dengan perkembangan zaman dari tahun ke tahun, internet juga mengalami kemajuan yang signifikan. Kemunculan media baru saat ini telah membuat YouTube menjadi sorotan utama bagi masyarakat. Bahkan, sejak kehadiran YouTube sebagai media baru, banyak pengguna dan penonton televisi beralih ke platform ini. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan pribadi dari para pengguna YouTube. Salah satunya adalah karena YouTube sangat praktis untuk ditonton di mana saja dan kapan saja, hanya dengan menggunakan smartphone

⁴³Irti Sulastri, kkk, Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'i di Kota Padang, Al Munir, Vol. 11 No. 2, 2020, h. 126

kita dapat menonton melalui YouTube. Di era sekarang, YouTube memiliki banyak fitur yang memudahkan pengguna dalam mencari informasi, seperti adanya fitur pencarian berdasarkan kategori seperti musik, game, memasak, dan lain-lain. Selain itu, YouTube juga menyediakan fitur siaran langsung di mana pemilik akun dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung dengan penonton atau audiens, meskipun komunikasi tersebut tidak secara langsung tatap muka, melainkan melalui fitur chat. YouTube menawarkan berbagai jenis konten, mulai dari berita, pendidikan, musik, olahraga, tips dan trik, podcast, dan lain-lain. Semua ini tersedia di aplikasi YouTube. Kelebihan YouTube ini menjadi daya tarik bagi masyarakat. Selain sebagai sarana komunikasi massa, YouTube juga memberikan kesempatan untuk menghasilkan uang melalui fitur afiliasi. Hal ini menciptakan peluang kerja baru di bidang YouTube, seperti menjadi YouTuber atau konten kreator.⁴⁴

C. Digitalisasi Dakwah

1. Pengertian Digital

Media baru sering disebut sebagai media digital. Istilah digital mengacu pada jari tangan dan kaki, yang telah digunakan untuk menghitung dan mewakili data numerik selama ribuan tahun. Teknologi digital modern pada dasarnya hanyalah sistem menghitung dengan sangat cepat yang memproses semua jenis informasi sebagai nilai numerik. Hubungan media baru ini memberikan kata kunci untuk memahami konsep sederhana media baru atau media digital mengingat operasinya berdasarkan kode atau kode biner (*binary code*) yang menerjemahkan perintah pengguna. Seperti buku atau majalah yang dalam bentuk fisik kemudian dialihkan ke bentuk digital, yang dapat berupa file yang dapat diakses melalui

⁴⁴Adinda Vira Eka Reynata, Penerapan YouTube sebagai Media Baru dalam Komunikasi Massa, *Komunikologi* Vol. 19 No. 2, 2022, h. 99

perangkat lunak komputer, yang disebut *e-book* atau buku digital (*electronic book* atau *digital book*), atau *e-magazine* (majalah elektronik).⁴⁵

Semakin banyak teknologi baru yang diumumkan, beberapa teknologi sebelumnya secara otomatis ditinggalkan. Sehingga di era digital ada kemajuan teknis yang terus berlanjut. Berikut ini perkembangannya, sebagai berikut:⁴⁶

a. Bidang Komunikasi.

Bidang komunikasi berkembang paling cepat dalam hal digitalisasi. Dulu, kartu SIM harus menggunakan ponsel untuk berkomunikasi dengan orang lain di tempat yang berbeda.

b. Aplikasi untuk Bisnis

Perkembangan lain yang mulai berkembang adalah penggunaan aplikasi untuk perusahaan. Teknologi digital memudahkan perusahaan menjangkau konsumen. Berbeda dengan sebelumnya, sangat sulit untuk mempresentasikan produk mereka kepada konsumen. Akibatnya, pengusaha yang tidak siap dengan era digital otomatis akan ketinggalan zaman. Suka atau tidak suka, semua orang harus perlu beralih ke era digital.

c. Finansial Teknologi

Perkembangan di bidang keuangan juga terjadi dalam beberapa tahun terakhir, dimana jumlah penyedia dompet digital terus meningkat dan perkembangan ini terus dikaitkan dengan bisnis berbasis aplikasi. Lagipula, fintech juga sangat bergantung pada aplikasi saat memberikan layanan bagi penggunanya. Transaksi dilakukan hanya dengan menggunakan smartphone, tanpa meninggalkan rumah

d. *E-Commerce*

⁴⁵Andri Hendrawan, *Pemanfaatan Digitalisasi Dakwah (Studi Penelitian Media Dai Persatuan Islam)*, (Azka Pustaka), h.17-18

⁴⁶Abdul Syukur & Agus Hermanto, *Konten Dakwah Era Digital (Dakwah Moderat)*, (Malang:CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021), h. 125

Perkembangan lain yang sangat mendorong perekonomian adalah hadirnya perdagangan elektronik. Merupakan layanan yang menawarkan produk dan barang secara digital secara online melalui aplikasi atau website. Tidak lagi harus pergi ke mall untuk membeli barang, karena sekarang bisa berbelanja langsung melalui smartphone. Bahkan, ini juga membantu penjual untuk meningkatkan pembelian mereka.

2. Digitalisasi Dakwah

Digitalisasi dakwah adalah proses perubahan informasi dakwah dari format analog ke digital agar lebih mudah diproduksi, disimpan, dan didistribusikan kepada masyarakat. Digitalisasi dakwah sangat diperlukan didukung oleh teknologi yang semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya dakwah yang berteknologi tetap memberikan manfaat positif bagi masyarakat sehingga dapat terus bersatu, berdiskusi dan berinteraksi secara praktis dengan kyai, nyai atau ustaz dan ustazah. Manfaat digitalisasi dakwah sangat efektif dan mengesankan. Kegiatan dakwah lebih efektif karena tidak membutuhkan waktu dan tempat.

Digitalisasi dakwah lebih efektif daripada dakwah secara lisan dari mimbar. Kesempatan untuk bertemu langsung terbatas, dan dengan adanya media digital, dakwah bisa datang ke rumah orang dalam waktu dan tempat yang tidak terbatas. Dengan digital, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang beriman di wilayah geografis yang berbeda, dengan fleksibilitas sesuai dengan kebutuhan atau batasan waktu masing-masing komunitas.⁴⁷

D. Kearifan Lokal

1. Pengertian Kearifan Lokal

⁴⁷Muhammad Himmatur Riza & Vika Rachmania Hidayah, Digitalisasi Dakwah Sebagai Upaya Membangun Peradaban Baru Islam di Masa Pandemi Covid-19, *Fastabiq: Jurnal Studi Islam*, Vol. 2 No. 1, 2021, h. 49

Kearifan lokal adalah nilai-nilai atau perilaku masyarakat setempat dalam menyikapi lingkungan tempat tinggalnya secara arif, sehingga tidak sama pada tempat dan waktu yang berbeda di antara suku-suku yang berbeda. Perbedaan ini disebabkan oleh tantangan alam dan kebutuhan hidup yang berbeda. Dari pengalamannya dalam memenuhi kebutuhan hidup, muncul berbagai sistem pengetahuan yang terkait dengan lingkungan dan masyarakat.⁴⁸

Nuraini Asriati mengatakan bahwa bentuk kearifan lokal dalam masyarakat seperti budaya yang berisi tentang (nilai, norma, etika, kepercayaan, adat istiadat, hukum adat, dan aturan-aturan khusus). Nilai-nilai luhur terkait kearifan lokal yaitu sebagai berikut⁴⁹:

- a. Cinta kepada Tuhan, alam semesta beserta isinya
- b. Tanggung jawab, disiplin, dan mandiri
- c. Jujur
- d. Hormat dan santun
- e. Kasih sayang dan peduli
- f. Percaya diri, kreatif, kerja keras, dan pantang menyerah
- g. Keadilan dan kepemimpinan
- h. Baik dan rendah hati dan
- i. Toleransi, cinta damai, dan persatuan

Dalam masyarakat, kearifan lokal terdapat dalam lagu, peribahasa, dongeng, petuah, semboyan dan kitab-kitab kuno yang tertanam dalam perilaku sehari-hari. Menurut Nurma Ali Ridwan, bahwa kearifan lokal merupakan tradisi budaya, kearifan lokal tercermin dalam nilai-nilai yang berlaku pada kelompok masyarakat tertentu. Kearifan lokal diungkapkan dalam bentuk kata-kata bijak

⁴⁸Ahmad Jupri, *Kearifan Lokal Untuk Konservasi Mata Air (Studi Kasus di Lingsar Lombok Barat-NTB)*, (Mataram:LPPM Unram Press, 2019), h.9

⁴⁹Heronimus Delu Pingge, Kearifan Lokal dan Penerapannya di Sekolah, *Jurnal Edukasi Sumba* Vol. 01, No. 02, Edisi September 2017, h.130-131

(filsafat) berupa nasihat, peribahasa, pantun, puisi, cerita rakyat (cerita lisan), dan lain-lain; aturan, prinsip, norma, aturan sosial dan moral yang membentuk sistem sosial; ritual, seremonial atau adat dan ritual; serta kebiasaan yang tercermin dalam perilaku sehari-hari dalam interaksi sosial.⁵⁰

2. Fungsi Kearifan lokal

Kearifan lokal merupakan kebenaran yang menjadi tradisi atau kebiasaan di suatu daerah. Kearifan lokal sangat penting bagi nilai-nilai kehidupan dan harus lebih digali, dikembangkan dan dilestarikan sebagai kontras atau perubahan sosial budaya dan modernisasi. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang senantiasa diadaptasi untuk dijadikan pedoman hidup. Meski memiliki nilai lokal, namun nilai yang dikandungnya dianggap sangat universal. Kearifan lokal muncul sebagai manfaat budaya masyarakat setempat dan kondisi geografis dalam arti luas.

Kearifan lokal dinilai sangat berharga dan memiliki manfaat tersendiri dalam kehidupan masyarakat. Sistem ini muncul dari kebutuhan untuk hidup, mendukung, dan terus hidup selaras dengan situasi, keadaan, kemampuan, dan nilai-nilai masyarakat yang bersangkutan. Dengan kata lain, kearifan lokal ini kemudian menjadi bagian dari gaya hidup mereka untuk menyelesaikan segala persoalan hidup yang mereka hadapi. Berkat kearifan lokal, mereka dapat menjalani kehidupannya bahkan berkembang secara berkelanjutan.⁵¹

Adapun fungsi kearifan lokal terhadap masuknya budaya luar adalah sebagai berikut⁵²:

a. Sebagai filter serta penanganan kepada budaya luar

⁵⁰Heronimus Delu Pingge, *Kearifan Lokal dan Penerapannya di Sekolah*, h.130-131

⁵¹Rinitami Njatrijani, *Kearifan Lokal dalam Perspektif Budaya Kota Semarang*, Gema Keadilan, Edisi Jurnal, Vol. 5, Edisi 1, September 2018, h. 19

⁵²Rohaedi Ayat, *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*, (Jakarta: Pustaka Jaya, 1986), h. 40- 41

- b. Mengkoordinir unsur-unsur budaya luar
- c. Mengintegrasikan unsur budaya luar ke dalam budaya asli
- d. Memberi arah pada perkembangan budaya

3. Kearifan Lokal Budaya Mandar

Mengkaji masyarakat lokal dengan mayoritas Islam adalah sesuatu hal yang sangat menarik untuk pegiat kajian Islam terhadap lingkungan melalui pendekatan setiap daerah. kenyataan bahwa manusia mempunyai fitrah keagamaan yang pertama kali ditegaskan dalam ajaran Islam yaitu karena agama adalah suatu kebutuhan fitrah manusia. Sebelumnya, manusia belum mengenal kenyataan, namun pada akhir-akhir ini muncul manusia untuk menyerukan lalu mempopulerkannya. Fitrah keagamaan inilah yang ada pada diri manusia sehingga melatarbelakangi perlunya manusia pada agama oleh sebab itu, ketika datang wahyu Tuhan yang menyeru manusia agar beragama maka seruan tersebut memang sudah sejalan dengan fitrahnya.⁵³

Berikut merupakan kebudayaan suku Mandar yang dapat dilihat dari unsur-unsur budayanya sebagai berikut:

a. Agama

Suku Mandar pada umumnya adalah pemeluk agama Islam yang taat, namun dalam kehidupan sehari-hari mereka tidak terlepas dari kepercayaan seperti pantangan, larangan dan perbuatan magis seperti penggunaan jimat atau benda keramat dan sesaji. Di pedalaman, misalnya di daerah pegunungan *Pitu Ulunna Salu* sebelum masuknya Islam, agama budaya yang dikenal saat itu adalah *Mappurondo*, yang artinya mengikuti filosofi Pemali *Appa Randanna*.

Sementara itu, dalam Aliansi *Pitu Ba'bana Binanga*, religi kultural tercermin dalam warisan, seperti ritual dan upacara adat, yang seolah menjadi

⁵³Ahmad Rifa'i, dkk, *Pappasang* dalam Komunikasi Budaya Masyarakat Lokal Suku Mandar, Palita, Vol.7, No.2, 2022, h. 130

tolak ukur turunnya religi kultural dan kepercayaan terdahulu. Seperti ritual *mappasoro* (menghanyutkan sesaji di sungai) atau *mattula bala* (menyiapkan sesajen untuk menghindari bencana) dan sebagainya yang dapat dianggap bermanfaat bagi orang yang melakukannya. Dari sini menjadi jelas bagaimana simbol budaya ini berbeda dengan agama budaya, yang karenanya tidak diakui dalam Islam.⁵⁴

b. Mata Pencaharian

Sebagian besar penduduk Mandar bermata pencaharian sebagai nelayan. Bagi suku Mandar, melaut merupakan penghubung dengan laut. Menurut Cristian Pelras, dalam bukunya *Manusia Bugis* ia mengatakan bahwa memang nenek moyang orang Mandarlah yang ulung melaut dan bukan orang Bugis seperti yang banyak dikira. *Rumpon* atau *Roppong* dalam bahasa Mandar merupakan teknik mancing yang pertama kali ditemukan oleh nelayan Mandar, perahu *sandeq* merupakan perahu cadik tradisional tercepat dan paling ramah lingkungan di Austronesia. Ide pembuatannya berasal dari Aral yang ditemukan di laut oleh para pelaut Mandar. Pencarian kehidupan di laut bukanlah tugas sembarangan bagi orang Mandar. Mereka tahu betul bagaimana beradaptasi dengan perubahan di laut. Di desa Mandar, tidak semua alat tangkap dioperasikan dengan *sandeq*, ada yang menggunakan baaga, perahu Mandar tanpa cadik.⁵⁵

c. Sistem Kekerabatan

Orang Mandar pada umumnya mengikuti garis keturunan ayah dan ibu, yaitu bilateral. Orang Mandar biasanya terdiri dari bapa ibu-ibu dan anak-anak yang bersekolah di tempat lain. Keluarga besar di daerah Mandar dikenal dengan nama mesangana, keluarga besar, artinya keluarga dekat dan jauh namun tetap

⁵⁴Ratna & Nyoman Kutha, *Paradigma Sosiologi Sastra*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2003)

⁵⁵Muhammad Taufik, *Budaya Pappasang dalam Pembinaan Moral Masyarakat Balanipa Di Kabupaten Polewali Mandar*, (Skripsi:UIN Alauddin Makassar, 2022), h.21-22

berkerabat. Kedudukan suku Mandar berbeda dengan suku Bugis karena perempuan di daerah Bugis biasanya berperan dalam aturan rumah tangga. Sebagai kepala keluarga, laki-laki hanya memiliki tanggung jawab terhadap keluarganya dan tugas-tugas tertentu, yaitu mencari uang untuk menghidupi keluarga. Di sisi lain, perempuan Mandar tidak hanya mengurus rumah tangga, tetapi juga aktif bertanggung jawab atas penghidupan. Mereka memiliki satu prinsip hidup, *Sibaliparri*, yang berarti mereka menderita bersama.⁵⁶

d. Bahasa

Suku Mandar menggunakan bahasa yang dikenal dengan bahasa Mandar, hingga sampai saat ini masih mudah ditemui penggunaannya di beberapa wilayah di Mandar seperti Polewali, Mamasa, Majene, Mamuju, dan Pasangkayu. Meskipun demikian ada beberapa tempat atau wilayah di Mandar yang juga telah menggunakan bahasa lain seperti di daerah Polewali juga dapat dijumpai penggunaan bahasa Bugis begitu juga di Mamasa memakai bahasa Mamasa, sebagai bahasa mereka yang memang di dalamnya banyak ditemukan perbedaan dengan bahasa Mandar.⁵⁷

e. Sistem Kemasyarakatan

Pelapisan kemasyarakatan di daerah Mandar kelihatannya masih ada meskipun tidak menjadi hal yang mutlak dikedepankan lagi dalam pergaulan sehari-hari. Hal ini bisa ditemukan jika kita membaca sejarah Mandar. Kerajaan-kerajaan Mandar yang masih mempunyai kedaulatan pada saat berkuasanya raja-raja dahulu hakikatnya terbagi jadi dua stratifikasi, yaitu lapisan penguasa atau

⁵⁶Muhammad Taufik, *Budaya Pappasang dalam Pembinaan Moral Masyarakat Balanipa di Kabupaten Polewali Mandar*, h.22-23

⁵⁷Muhammad Taufik, *Budaya Pappasang dalam Pembinaan Moral Masyarakat Balanipa di Kabupaten Polewali Mandar*, h.23

lapisan yang dikuasai.⁵⁸ Ada beberapa hal yang menjadi kebiasaan orang Mandar yaitu:

- 1) Mengalah yaitu kalau menghadap raja, kaki dan tangan dilipat.
- 2) Meminta permissi kalau mau lewat di depan orang dan menyebut kalimat *tawe'*.
- 3) Kalau bertamu sudah lama mereka minta permissi yang disebut *massimang*.⁵⁹

E. Kerangka Konseptual



⁵⁸Muhammad Ridwan Alimuddin, *Orang Mandar Orang Laut*, (Jakarta:Kepustakaan Populer Gramedia, 2005)

⁵⁹http://www.tamanmini.com/budaya/busana_tradisional/busana_tradisional_mandar. diakses pada 10 mei 2023

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. *Jenis dan Lokasi Penelitian*

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang bersifat kualitatif, untuk menghasilkan penelitian melalui pendekatan deskriptif. Hal ini karena penelitian akan menghasilkan data deskriptif dengan mengumpulkan, mengolah, menganalisis data-data secara tertulis maupun lisan dari responden yang peneliti amati.⁶⁰ Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks dan makna yang terkandung dalam data yang dikumpulkan. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan gambaran yang komprehensif dan mendetail tentang topik yang diteliti.

Pada penelitian yang berjudul Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal Youtube Pandara Muslim, penulis mengadakan riset terhadap proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal yang dilakukan di kanal YouTube Pandara Muslim tersebut.

2. Lokasi penelitian

Penelitian dilaksanakan di kanal YouTube Pandara Muslim dengan tautan URL www.youtube.com/PandaraMuslim. Lokasi tautan URL ini menjadi pilihan peneliti sebagai lokasi penelitian karena tautan tersebut melakukan proses digitalisasi dakwah khususnya dakwah melalui pendekatan kearifan lokal. \

⁶⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), h. 26.

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang penulis gunakan dalam proposal penelitian ini, ada dua yaitu:

1. Pendekatan Metodologis

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode deskripsi kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis pendekatan yang bertujuan agar mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial berdasarkan perspektif partisipan menggunakan data-data yang bersifat deskriptif.

Peneliti menguraikan fakta-fakta yang terjadi secara alamiah dengan menggambarkannya secara keseluruhan melalui pendekatan lapangan dimana usaha pengumpulan data dan informasi secara intensif disertai dengan analisis dan pengujian kembali terhadap apa yang telah dikumpulkan.⁶¹

Pada jenis penelitian deskriptif, data yang dikumpul berupa kata-kata, gambar dan angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan diberikan kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.⁶²

2. Pendekatan Keilmuan

Penulis menggunakan konsep-konsep tentang teori ilmu dakwah dan ilmu komunikasi sebagai sudut pandang untuk memperoleh pengetahuan yang tepat, penulis dapat mengaplikasikan teori-teori yang relevan dalam menganalisis dan menginterpretasi data yang diperoleh dari responden. Dengan demikian, penulis

⁶¹Gorsy Kerap, *Komposisi, Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*, (NTT: Nusa Indah, 1989), h. 162

⁶²Burhan Bunga, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:Pt Rajagrafindo Persada, 2003), h. 39

dapat menghasilkan temuan penelitian yang kredibel dan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam bidang dakwah dan komunikasi.

C. Sumber Data

Data adalah sebuah hasil pencatatan baik yang berisi fakta, angka, serta kata yang dijadikan bahan untuk menyusun sebuah informasi. Berdasarkan dari pengertian tersebut, subjek dari penelitian ini akan diambil datanya dan kemudian akan disimpulkan, atau beberapa subjek yang diteliti dalam sebuah penelitian. Peneliti akan menggunakan beberapa sumber data yang ada dalam penelitian ini, adapun sumber data yang digunakan terdiri atas dua yaitu:

1. Data Primer

Sumber data ini adalah sumber data yang berasal dari data langsung yang memberikan data kepada peneliti. Artinya adalah data yang didapatkan berasal dari sumber utamanya.⁶³ Dalam penelitian ini, maka sumber data primer diperoleh langsung dari pendiri sekaligus pengelola serta pengisi konten kanal YouTube Pandara Muslim.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penunjang yang berkaitan dengan apa yang ada di dalam buku-buku yang menjadi tulisan dan hasil penelitian orang lain, dokumen-dokumen itu adalah hasil penelitian serta hasil laporan. Sumber data sekunder akan menunjang penulis untuk mengungkap data yang akan diperlukan dalam sebuah penelitian, sehingga menunjang kelengkapan dari sumber data primer dengan lengkap. Data sekunder yang digunakan berasal dari perpustakaan, gambar, dokumen, serta sumber-sumber lain yang tentunya akan sangat mempermudah terkumpulnya sebuah data.

⁶³Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, Cet 12, 2011), h. 224

Dalam penelitian ini adapun yang menjadi sumber data sekunder adalah bacaan terkait referensi yang sesuai dengan penelitian seperti jurnal, buku dan artikel serta dokumen berupa foto dan rekaman saat melangsungkan penelitian secara langsung di lapangan.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menetapkan dan melengkapi pembuktian masalah, maka dalam penelitian ini peneliti juga akan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara kepada informan sebagai sumber data serta informasi dilakukan dengan tujuan untuk menggali informasi tentang fokus penelitian. Menurut Bongdan dan Biglen ia mengatakan bahwa wawancara adalah sebuah percakapan yang bertujuan, yang biasanya dilakukan antara dua orang atau lebih, yang diarahkan untuk memperoleh sebuah keterangan.⁶⁴

Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, di mana wawancara dilaksanakan sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan terlebih dahulu oleh peneliti agar pertanyaan yang diberikan lebih terarah dan terstruktur dan diharapkan data yang dibutuhkan bisa diperoleh secara langsung sehingga kebenarannya tidak diragukan lagi. Responden yang penulis wawancara adalah dengan bertanya langsung kepada pihak yang mengelola konten YouTube Pandara Muslim yaitu saudara Abni Ganina selaku pendiri, Sayyed Fadhlul Al-Mahdaly salah satu ustad yang mengisi konten pada kanal YouTube tersebut.

⁶⁴Salim & Syahru, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2012), h. 119

2. Observasi

Metode observasi merupakan hasil pengamatan dari instrumen penelitian. Pengamat harus jeli dalam mengamati sebuah kejadian, gerak dan proses. Mengamati bukanlah pekerjaan yang mudah karena manusia banyak dipengaruhi oleh minat dan kecenderungan-kecenderungan yang ada padanya.⁶⁵

Teknik observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi partisipatif yang di mana sebuah pengamatan yang dilakukan mengharuskan seorang peneliti mengadakan pengamatan langsung dalam aktivitas sebuah penelitian tersebut. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan pada aktivitas YouTube Pandara Muslim terutama yang berkaitan dengan dakwah berbasis kearifan lokal.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) baik berupa dokumen tertulis maupun dokumen yang terekam. Adapun dokumen tertulis adalah berupa arsip, catatan harian, autobiografi, memorial, kumpulan surat pribadi, kliping dan lain sebagainya, sedangkan dokumen terekam yaitu berupa film, kaset rekaman, mikrofilm, foto dan lain sebagainya.⁶⁶ Teknik dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini adalah catatan hasil observasi, pedoman wawancara, foto dokumentasi dan rekaman suara.

E. Instrumen Penelitian

Menyusun instrumen pada dasarnya adalah menyusun alat evaluasi, karena mengevaluasi adalah memperoleh data tentang sesuatu yang diteliti, dan hasil yang diperoleh dapat diukur dengan menggunakan standar yang telah ditentukan

⁶⁵Sandu Siyoto & M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 77

⁶⁶Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), h. 85

sebelumnya oleh peneliti. Adapun alat evaluasi yang dapat dikembangkan yaitu, bentuk instrumen interview yang bersifat terstruktur, pewawancara akan berpedoman pada pertanyaan lengkap dan terperinci, layaknya sebuah kuesioner, instrumen observasi berupa alat indera, tes kuesioner, serta catatan observasi dan instrumen dokumentasi berupa alat perekam gambar atau alat perekam suara.⁶⁷

1. Telepon Genggam

Telepon genggam dipakai peneliti untuk mendokumentasikan atau menyimpan data informasi segala aktivitas yang dilakukan. Baik itu wawancara dengan informan serta suatu hal penting yang ditemukan saat di lokasi penelitian.

2. Alat Perekam

Alat rekaman merupakan salah satu alat yang dipakai peneliti untuk membantu menyimpan atau mendokumentasikan hasil wawancara dengan informan.

3. Pedoman Wawancara dan *Notebook*

Pedoman wawancara merupakan panduan agar melaksanakan wawancara dan berisi masalah-masalah yang ingin diteliti, guna untuk mendapatkan informasi yang telah ditentukan. Sedangkan *notebook* digunakan sebagai alat untuk mencatat setiap informasi yang didapat dari informan.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, langkah berikutnya yang akan diambil oleh peneliti adalah mengolah data tersebut melalui analisis. Analisis data melibatkan proses mencari dan mengorganisir data yang diperoleh dari wawancara, rekaman, pengambilan gambar, serta catatan atau data pendukung lainnya untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Proses analisis data meliputi pengorganisasian data, menjelaskan

⁶⁷Sandu Siyoto & M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, h. 78-83

kondisi unit-unit yang diamati, melakukan sintesis, mengidentifikasi pola, memilih informasi yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan yang dapat disampaikan kepada orang lain

Menurut Miles dan Huberman ada tiga macam analisis data yang alurnya berjalan secara bersamaan. Tiga analisis tersebut yaitu⁶⁸:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah hasil yang ditemukan dalam sebuah proses pemilihan, pemusatan, perhatian dalam penyederhanaan, pengabstrakan, serta transformasi data yang berasal dari hasil data-data yang ditemukan dilapangan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah sekumpulan tentang sebuah informasi tersusun yang akan memberi kepastian adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan sebuah tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data akan mempermudah untuk membuat uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcard* maupun sejenisnya. Data yang didisplaykan, akan mempermudah untuk memahami apa yang akan terjadi, merencanakan kerja selanjutnya sesuai dengan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Penarikan simpulan dan verifikasi adalah sebuah simpulan awal yang telah dikemukakan yang sifatnya sementara, dan akan berubah jika tidak bisa menemukan bukti-bukti yang kuat serta mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, apabila simpulan yang digambarkan pada tahap awal bisa mendukung bukti-bukti yang valid serta konsisten saat peneliti kembali untuk mengumpulkan data ke lapangan, maka simpulan yang telah digambarkan sifatnya akan kredibel.

⁶⁸Hardani, dkk, *Metode Penelitian:Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta:Penerbit CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), h.163-171

G. Pengujian Keabsahan Data

Penelitian yang kredibel memerlukan penjaminan keabsahan data agar data yang ada dipertanggungjawabkan demi menjaga keaslian dan keabsahan data dalam penelitian ini. Maka, untuk menjamin hal tersebut penulis menggunakan triangulasi yaitu untuk mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dari berbagai sumber.⁶⁹ Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada, serta dapat digunakan sebagai penguji kredibilitas data.

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik yaitu teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Teknik yang digunakan antara lain observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi.

⁶⁹Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h. 245

BAB IV

DIGITALISASI DAKWAH BERBASIS KEARIFAN LOKAL MELALUI KANAL YOUTUBE PANDARA MUSLIM

A. Gambaran Umum Kanal YouTube Pandara Muslim

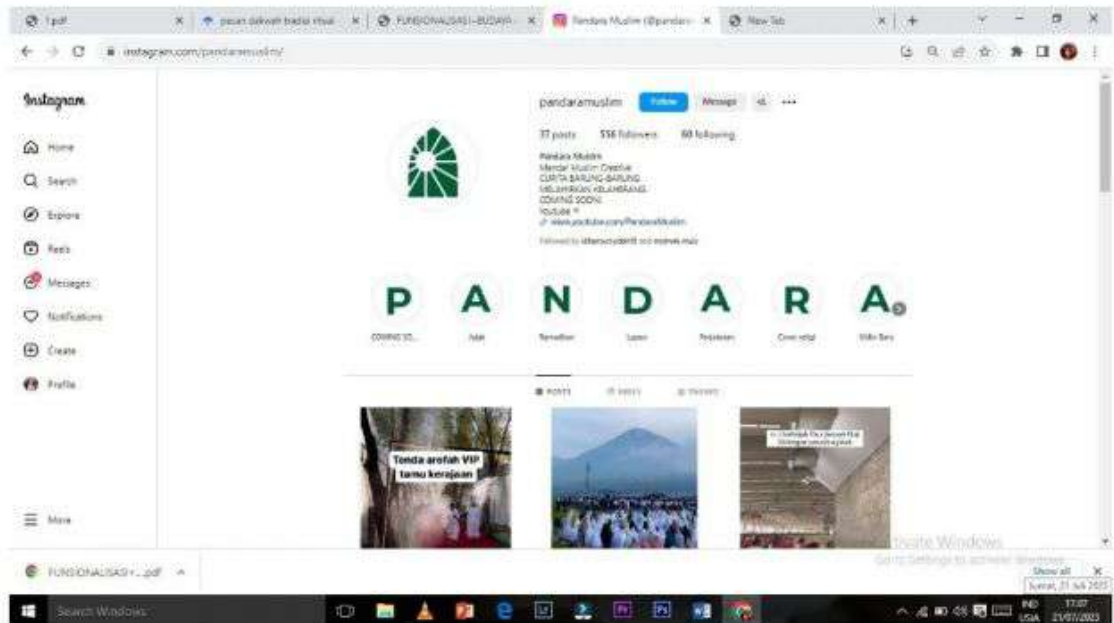
1. Historitas Kanal YouTube Pandara Muslim

Pandara Muslim merupakan sebuah portal media daring YouTube yang menyajikan kultur dan kisah religi dari tanah Mandar. Pandara Muslim mulai eksis di YouTube pada 26 Maret 2020 dengan tautan URL www.youtube.com/PandaraMuslim. Per tanggal 11 Agustus 2023 penonton kanal YouTube Pandara Muslim telah mencapai 305.480 kali tayangan dengan jumlah pelanggan sebanyak 3,25.000 dan telah mengunggah 93 video.



Gambar 4.1. Saluran YouTube Pandara Muslim

Pandara Muslim pula dapat ditemukan melalui platform media daring Instagram dengan tautan URL <https://ln.run/YkkUv> atau nama pengguna @pandaramuslim. Per tanggal 10 Agustus 2023 akun instagram @pandaramuslim sudah diikuti oleh 556 pengikut dengan jumlah 37 postingan.



Gambar 4.2. Akun Instagram Pandara Muslim

Eksistensi kanal YouTube Pandara Muslim, berawal dari inisiatif Abni Ganina saat pandemi covid-19 menyerang Indonesia tahun 2020. Abni saat itu masih berstatus mahasiswa di Universitas Fajar Makassar dan sedang magang di Jakarta. Saat pandemi Covid-19 selama masa *work from home*, Abni menghabiskan waktunya untuk *searching* konten-konten dakwah dari Sayyed Fadlu Al-Mahdaly diberbagai platform media sosial. Setelah mendengarkan ceramah-ceramah dari Sayyed Fadlu Al-Mahdaly, Abni tertarik menyampaikan dakwah melalui kearifan lokal yang dekat dengan orang-orang Mandar.

Langkah awal yang dilakukan pada proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim dilakukan oleh Abni dengan mengunduh video-video dakwah Sayyed Fadlu Al-Mahdaly yang beredar di Facebook, mencari kemudian diedit sedemikian rupa untuk ditambahkan efek suara, backsound dan multi teks. Tidak hanya mencari di platform media sosial, Abni juga biasa hadir saat Sayyed Fadlu Al-Mahdaly membawakan kajian hingga ia merekam ceramah yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu Al-Mahdaly. Sebelum mengupload video di YouTube Pandara Muslim, Abni terlebih dahulu telah

meminta izin kepada pihak Sayyed Fadlu Al-Mahdaly. Selain mempublikasikan ceramah Sayyed Fadlu Al-Mahdaly yang dikenal kental dengan dakwah kearifan lokal Mandarnya, saat ini kanal YouTube Pandara Muslim telah memiliki beberapa segmen video, diantaranya; segmen *Pandara Traveler*, *Murottal*, film pendek, berita viral dan cover lagu.

Tujuan dari Pandara Muslim adalah menjadi wadah informasi yang berupaya melakukan dakwah digital khususnya mengembangkan dakwah digital berbasis kearifan lokal di tanah Mandar. Pandara Muslim berupaya untuk menyampaikan pesan-pesan Islami yang bermanfaat dan menginspirasi kepada masyarakat luas. Dalam konteks ini, Pandara Muslim memahami pentingnya mengedukasi dan mempromosikan kearifan lokal yang ada di tanah Mandar. Kearifan lokal tersebut mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti adat istiadat, budaya, tradisi dan nilai-nilai secara turun-temurun yang menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas masyarakat Mandar. Pandara Muslim menyadari bahwa kearifan lokal ini memiliki nilai yang tinggi dan harus dilestarikan agar tetap hidup dan berkembang di tengah zaman yang terus berubah. Perubahan itu, harus sesuai dengan pendekatan nilai-nilai agama Islam.

Kanal YouTube Pandara Muslim ini, memiliki visi untuk menjadi pusat informasi mengenai dakwah agama dan kearifan lokal suku Mandar. Untuk mewujudkan visi tersebut maka pengelola kanal YouTube ini mencanangkan misi sebagai berikut; 1) bersinergi untuk melestarikan dakwah Islam melalui video dan konten berbasis kearifan lokal suku Mandar, 2) menyajikan konten yang inspiratif dan informatif melalui tulisan, gambar, audio dan video. 3) menyampaikan kultur dan kisah dari tanah Mandar yang dikemas secara inovatif dan kreatif.⁷⁰

⁷⁰Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.



Gambar 4.3. Logo Pandara Muslim

2. Klasifikasi Konten Video dalam Kanal YouTube Pandara Muslim

Berdasarkan hasil penelitian, kanal YouTube Pandara Muslim memiliki beberapa segmen yang menyajikan berbagai informasi dakwah kearifan lokal dan konten-konten religi lainnya. Adapun klasifikasi program-program yang ditampilkan oleh Pandara Muslim sebagai berikut.

a. Ceramah Mandar

Pada program ceramah Mandar, Pandara Muslim menyajikan video-video tausiyah dari Sayyed Fadlu Al-Mahdaly, seorang ulama terkemuka yang memiliki keahlian dalam memberikan pencerahan dan inspirasi kepada para pendengarnya. Melalui video-video tersebut, Pandara Muslim berharap masyarakat dapat merasakan manfaat spiritual dan peningkatan pemahaman agama yang mendalam dengan bahasa Mandar.

b. Pandara *Traveler*

Pada program *traveler* yang dipandu oleh Pandara Muslim, pengetahuan-pengetahuan islami disajikan dengan cara yang unik dan menarik. Pandara Muslim melakukan perjalanan ke berbagai tempat religi yang terletak di Mandar, Sulawesi Barat, untuk menggali dan mengungkapkan kekayaan budaya dan

spiritualitas Islam di daerah tersebut. Dengan cara yang unik dan menarik, program traveler Pandara Muslim menjadi sarana yang efektif untuk memperluas khazanah pengetahuan Islam untuk masyarakat Mandar Sulawesi Barat.

c. Film Pendek

Program ini merupakan film pendek yang dikemas secara menarik dan sangat mendalam. Setiap film pendek, Pandara Muslim memilih topik-topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan mengemasnya dengan cara yang mudah dipahami. Film pendek tersebut dirancang dengan cermat dan berhasil menggambarkan inti dari setiap pesan yang ingin disampaikan.

d. *Murottal*

Program ini tidak hanya berfokus pada aspek teknik membaca al-qur'an, tetapi juga pada penghayatan dan pemahaman yang mendalam terhadap ayat-ayat suci. Para tokoh yang tampil dalam *Murottal* tidak hanya membaca al-qur'an dengan indah, tetapi juga mampu menyampaikan pesan-pesan yang terkandung dalam ayat-ayat tersebut dengan cara yang memikat hati dan menginspirasi.

e. Cover Music

Cover music merupakan program yang berisi video cover-cover lagu. Melalui video-video cover yang disajikan, penonton dapat menikmati variasi dan kekayaan musik dari genre shalawat dan religi yang dikemas dengan sentuhan modern.

f. Berita Viral

Program ini menampilkan video-video viral yang dikemas secara menarik, sebuah inovasi yang hadir dengan makna yang sangat mendalam pada videonya. Setiap video yang disajikan dalam program ini, penonton akan disuguhkan dengan cerita-cerita yang sedang menjadi perbincangan hangat di media sosial atau internet. Pandara Muslim dengan cermat memilih video viral yang memiliki nilai-

nilai positif, inspiratif, atau mengandung pelajaran berharga bagi kehidupan sehari-hari.

Banyaknya program pada kanal YouTube Pandara Muslim, peneliti memfokuskan penelitiannya hanya pada segmen Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler*. Program ini dipilih karena dari sekian banyaknya program, program Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler* menyampaikan pesan dakwah yang didominasi dengan kearifan lokal suku Mandar.

Abni mengatakan Program Ceramah Mandar hadir dengan tujuan utama untuk menyebarkan nilai-nilai Islami dan pesan-pesan kebaikan kepada masyarakat. Setiap ceramahnya, seorang dai tidak hanya menyampaikan ajaran agama Islam yang universal, tetapi juga mengaitkannya dengan kearifan lokal suku Mandar. Hal tersebut menjadi keunikan dalam penyampaian pesan dakwah yang dapat lebih diterima dan dipahami oleh masyarakat Mandar itu sendiri. Dengan demikian, program Ceramah Mandar mampu membangun kedekatan emosional dan spiritual antara penceramah dengan para penontonnya. Setiap episodenya, penceramah berusaha menjalin koneksi dengan penonton melalui cerita-cerita inspiratif, pengalaman nyata, dan pesan-pesan positif yang terkandung dalam setiap kegiatan yang dilakukan. Mereka mengajak penonton untuk merenung, memahami, dan mengaplikasikan nilai-nilai kebaikan yang terkandung dalam setiap ceramah yang mereka saksikan.⁷¹

Sedangkan pada segmen Pandara *Traveler* merupakan inisiatif yang dijalankan oleh tim Pandara Muslim dengan tujuan untuk mengajak dan menginspirasi para muslim lainnya agar menjelajahi daerah Mandar dengan cara yang Islami. Program ini menghadirkan berbagai konten menarik yang berkaitan dengan destinasi wisata lokal berbau Islami, serta pengalaman dan kisah inspiratif.

⁷¹Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

Melalui program *Pandara Traveler*, tim Pandara Muslim ingin memberikan panduan dan inspirasi kepada para muslim yang ingin mengunjungi destinasi wisata yang menyenangkan. Pandara Muslim menyajikan informasi mengenai tempat-tempat yang ramah terhadap praktik agama, seperti masjid dan aktivitas-aktivitas budaya yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁷²

B. Proses Digitalisasi Dakwah pada Kanal YouTube Pandara Muslim

Pandara Muslim hadir di media saat ini bukan sekedar untuk menyampaikan kearifan lokal semata tetapi bagaimana kanal ini hadir sebagai media dakwah berbasis kearifan lokal. Tujuan utama Pandara Muslim juga bukan hanya terletak pada materi dan uang. Pandara Muslim hadir untuk memberikan dan menyampaikan manfaat serta pengaruh terhadap dakwah kearifan lokal kepada penggemarnya terlebih di era *modern* seperti saat ini. Dakwah merupakan sebuah proses penyampaian serta ajakan tentang nilai-nilai keislaman yang bukan hanya dilaksanakan di mimbar dengan metode ceramah. Dakwah bisa dilaksanakan melalui berbagai hal lainnya, salah satunya seperti yang dilakukan oleh Pandara Muslim.

Pandara Muslim dalam dakwahnya, melakukan proses digitalisasi dengan menempatkan sumber daya manusia terbaiknya sesuai dengan bidang-bidang kemampuannya. Selain itu, mengenai sumber daya manusia Pandara Muslim juga membuka peluang bagi para volunter yang ingin bergabung dan belajar di Pandara Muslim.

Untuk terus bertahan di sosial media, Pandara Muslim merancang proses yang telah dirumuskannya agar bisa menarik perhatian penontonnya. Ciri khas yang dimiliki Pandara Muslim tersebut menjadi salah satu daya tarik yang

⁷²Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

diharapkan bisa menarik minat pengguna media sosial agar tetap menerima pengetahuan keislaman melalui cara berdakwah Pandara Muslim.

Berdasarkan hasil wawancara kepada para informan dan penelitian yang dilakukan, proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal pada program Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler*, secara umum dibagi menjadi 3 proses tahapan. Adapun proses tahapan yang dilaksanakan oleh kanal YouTube Pandara Muslim, sebagai berikut:

1. Tahap Pra-Produksi

Terkait proses pelaksanaan digitalisasi dakwah, terlebih dahulu seorang pendakwah memiliki persiapan sebelum memproduksi konten dakwahnya, baik dari segi materi, konsep dan peralatan untuk menunjang proses dakwah. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan dari dakwah dapat tercapai. Sama halnya dengan dakwah yang dilakukan oleh kanal YouTube memerlukan persiapan yang sesuai sebelum memproduksi konten-konten dakwahnya.

Proses dakwah yang dilakukan oleh pengelola kanal YouTube Pandara Muslim dalam membuat konten program Ceramah Mandar pun memiliki persiapan sebelum memproduksi konten dakwahnya, Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Sebelum memproduksi konten terlebih dahulu kami menyiapkan materinya. Adapun materi pada Ceramah Mandar yang ingin kami digitalisasi adalah materi yang bersumber dari mengikuti tausiyah dan ceramah yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu Al-Mahdaly.⁷³

Selain itu, berdakwah melalui media sosial YouTube bukan hanya memerlukan materi perlengkapan dan persiapan. Sebelum pembuatan dan

⁷³Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

produksi video penting bagi dai untuk mengetahui target penontonnya terlebih dahulu, memperhatikan apa yang menjadi minat masyarakat dengan kata lain harus sesuai dengan kebutuhan penonton. Pandara Muslim mampu melihat fenomena tersebut dengan menghadirkan seorang tokoh terkenal dan sangat berpengaruh di tanah Mandar untuk menyampaikan dakwah kultural di media sosial.

Hal tersebut, mengacu pula dengan apa yang dikatakan oleh Hamdan dan Mahmuddin terkait pentingnya melihat minat *mad'u* dalam menyiarkan dakwah, pada penelitiannya yang berjudul *YouTube sebagai Media Dakwah* yaitu bahwa dakwah harus selalu disesuaikan dengan masyarakat yang tengah dihadapinya karena pesan dakwah tidak akan sampai kepada masyarakat jika media serta metodenya tidak bersinergi terhadap keadaan masyarakat atau *mad'u*. Oleh sebab itu, para juru dakwah harus bisa menyesuaikan materi dakwah terhadap kondisi *mad'u*. Sebagai *problem solving*, dakwah harus mampu menampilkan diri sebagai suatu hal yang menyenangkan.⁷⁴

Selanjutnya, persiapan terkait legalitas perizinan untuk menayangkan konten Sayyed Fadlu, Pandara Muslim sebelumnya pun telah meminta izin kepada Sayyed Fadlu secara langsung. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Kala itu, saya silaturahmi ke rumahnya beliau untuk memberitahukan kalau saya sangat tertarik dengan ceramahnya, saya tertarik untuk menyebarluaskan di media sosial lainnya dan dianggapi dengan baik karena selama ini banyak yang upload ulang tapi tidak pernah minta izin. Namun ada beberapa saran dari sayye' juga yaitu ketika selesai di edit agar terlebih dahulu diperlihatkan kembali sebelum di upload di YouTube.⁷⁵

⁷⁴Hamdan & Mahmuddin, *YouTube sebagai Media Dakwah*, Palita, Vol. 6, No.1, 2021, h.71

⁷⁵Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

Sedangkan tahap pra-produksi pada program *Pandara Traveler*, pengelola memiliki beberapa tahapan yaitu; *pertama*, penentuan konsep, tahap ini melibatkan pemilihan konsep program *Pandara Traveler*, yaitu tema atau fokus utama dari program tersebut. Konsepnya berupa eksplorasi destinasi wisata, kegiatan sosial, atau pengalaman spiritual. Konsep juga mencakup elemen-elemen seperti tujuan, target audiens, dan format program. *kedua*, penulisan naskah, Setelah konsep ditentukan, langkah selanjutnya adalah menulis naskah program. Naskah harus mencakup alur cerita, skenario, dialog, dan elemen-elemen lain yang akan ditampilkan dalam program *Pandara Traveler*. Naskah juga mencakup rencana perjalanan, kegiatan yang akan dilakukan, dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. *ketiga*, pemilihan tim produksi, Tahap ini melibatkan pemilihan tim produksi yang akan bekerja dalam produksi program *Pandara Traveler*. Tim produksi terdiri dari sutradara, produser, kru kamera, pemeran, dan staf produksi lainnya. Penting untuk memilih tim yang memiliki pengalaman dan keterampilan yang sesuai dengan konsep dan tujuan program. *Keempat*, pemilihan lokasi, pra-produksi juga melibatkan pemilihan lokasi yang akan dikunjungi dan kegiatan yang akan dilakukan dalam program *Pandara Traveler*. *Kelima*, persiapan peralatan dan logistik, tahap ini melibatkan persiapan peralatan dan logistik yang akan digunakan dalam produksi program *Pandara Traveler*. Hal ini mencakup persiapan seperti kamera, mikrofon, pencahayaan, alat transportasi, dan perlengkapan lainnya yang diperlukan selama syuting.⁷⁶

Berdasarkan hasil temuan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa sebelum membuat konten dakwah terlebih dahulu para pendakwah mempersiapkan dan menyediakan materi, aktor, sarana dan prasarana untuk menunjang dakwah ke tahap selanjutnya, yaitu tahap produksi.

⁷⁶Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube *Pandara Muslim*, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

2. Tahap Produksi

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh tim Pandara Muslim adalah bagaimana mengelola informasi-informasi dengan positif serta berpengaruh kepada masyarakat dari materi yang telah diduplikasinya. Berikut beberapa tahapan yang dilakukan pengelola kanal YouTube Pandara Muslim dalam memproses produksi program Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler*, diantaranya sebagai berikut:

a. Pengambilan Vidio/Syuting

Untuk tahap produksi yang pertama, pada program Ceramah Mandar pengelola melakukan perekaman video dari ceramah Sayyed Fadlu Al-Mahdaly saat mengisi ceramah, takziah atau pengajian. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Kami video beliau secara langsung ketika sedang mengisi takziah, kami juga mengambil dari siaran langsung beliau saat membawakan pengajian Ratibul Haddad yang tiap minggu beliau laksanakan. Dokumentasi siaran langsung yang ada di Facebooknya, kita ambil beberapa bagian lalu kami digitalisasi dalam bentuk gambar lalu dibuatkan narasi.⁷⁷

Namun bukan hanya melakukan pengambilan video, Pandara Muslim juga menyambungkan akun Facebook Sayyed Fadlu ketika melakukan siaran langsung. Sehingga, ceramah Sayyed Fadlu juga kembali disiarkan secara *live streaming* pada akun YouTube Pandara Muslim melalui aplikasi OBS. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Kami juga menayangkan secara langsung video aslinya, kadang kami siarkan secara *live streaming* pada kanal YouTube Pandara Muslim menggunakan aplikasi OBS.⁷⁸

⁷⁷Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

⁷⁸Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

Sedangkan, tahap produksi pada program *Pandara Traveler*, tahap ini melibatkan pengambilan gambar atau syuting di lokasi yang telah ditentukan. Tim produksi akan mengunjungi destinasi wisata, mengikuti kegiatan, dan merekam momen-momen menarik yang akan ditampilkan dalam program. Syuting melibatkan pengaturan kamera, pencahayaan, dan pengambilan suara yang baik untuk mendapatkan hasil yang berkualitas. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube *Pandara Muslim*, Abni Ganina sebagai berikut.

Produksi kami lakukan sesuai dengan naskah yang kami buat, kami melakukan pekerjaan sesuai dengan tugas kami masing-masing. Misalnya ada yang berperan jadi pembawa acara atau aktornya, kameramen, sutradara dan produsernya.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti memberi kesimpulan bahwa dalam tahap produksi kanal YouTube *Pandara Muslim*, tim bekerja sesuai dengan arahan dan rencana yang telah dibuat. Setiap anggota tim memiliki peran yang ditentukan, seperti pembawa acara, aktor/aktris, kameramen, sutradara, dan produser. Setelah membagi tugas sesuai dengan peran masing-masing, mereka dapat menjalankan produksi dengan efisien dan efektif. Hal ini menggambarkan pentingnya kolaborasi dan koordinasi antara anggota tim dalam menciptakan hasil produksi yang berkualitas.

b. Editing

Setelah pengambilan gambar selesai, selanjutnya melakukan tahap editing dilakukan. Ini melibatkan pengolahan dan penyuntingan video menggunakan perangkat lunak editing video. Pada tahap ini, video disusun, adegan dipotong, efek visual ditambahkan, musik dan suara diedit, dan elemen lainnya yang diperlukan untuk menciptakan video yang sesuai dengan konsep yang diinginkan.

⁷⁹Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube *Pandara Muslim*, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

Adapun proses editing melalui aplikasi editing seperti aplikasi Adobe Primer, CapCut dan lain sebagainya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Peralatan untuk editing ada laptop, untuk editing video di YouTube kami gunakan aplikasi adobe primer dan aplikasi semacamnya, dan aplikasi CapCut untuk konten-konten yang ada di Instagram.⁸⁰

Kami juga memperhatikan untuk pemberian *tagline* dan fitur-fitur yang sangat mendukung sehingga menarik perhatian para penonton.⁸¹



Gambar 4.4. Pemberian *tagline*, deskripsi video dan judul konten pada Salah Satu program Ceramah Mandar



Gambar 4.5. Pemberian *tagline*, deskripsi video dan judul konten pada Salah Satu program Pandara Traveler

Dani Sahrul Hadi, dkk dalam Thompson yang menyebutkan bahwa, proses editing merupakan proses mengatur, melakukan review, memilih dan

⁸⁰ Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

⁸¹ Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

menggabungkan “*footage*” gambar dan suara hasil rekaman produksi. Hasil dari proses editing tersebut harus sesuai dengan cerita dan tujuan awal pembuatan film yaitu untuk menghibur, memberi informasi, mendidik dan lain-lain.⁸²

Mengacu dari temuan di atas, peneliti memberi kesimpulan bahwa tahap editing adalah proses mengolah dan mengatur kembali materi yang sudah direkam atau diambil dalam produksi video, audio, atau gambar. Pandara Muslim pada tahap ini melibatkan pemilihan, pemotongan, penyesuaian, dan penyusunan ulang elemen-elemen visual atau audio untuk menciptakan hasil akhir yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan produksi.

c. Publikasi Video

Tahap akhir dalam proses digitalisasi adalah mempublikasikannya di akun YouTube. Adapun tahap ini yaitu dengan menambahkan judul, deskripsi, dan tag video yang tepat ditambahkan untuk membantu dalam promosi dan pencarian video oleh audiens. Video juga dapat dipromosikan melalui media sosial, blog, atau saluran komunikasi lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan video.

Pada publikasi konten YouTube Pandara Muslim, pengelola memastikan video yang akan dipublikasi dapat memberikan nilai tambah, informasi yang akurat, dan menginspirasi audiens Muslim. Konten yang berkualitas dan relevan akan membantu membangun kepercayaan dan mendapatkan dukungan dari audiens yang lebih luas. Berikut adalah hasil publikasi video yang ada pada segmen Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler* sebagai berikut.

⁸²Dani Sahrul Hadi, dkk, Membangun Kesan Realitas Melalui Dimensi Editing dalam Film Bergaya Mockumentary “Sepenggal Kisah Bunga,” Jurnal Calaccitra, Vol.01, No.2, 2021, h. 11



Gambar 4.6. Tampilan Publikasi Video Ceramah Mandar.



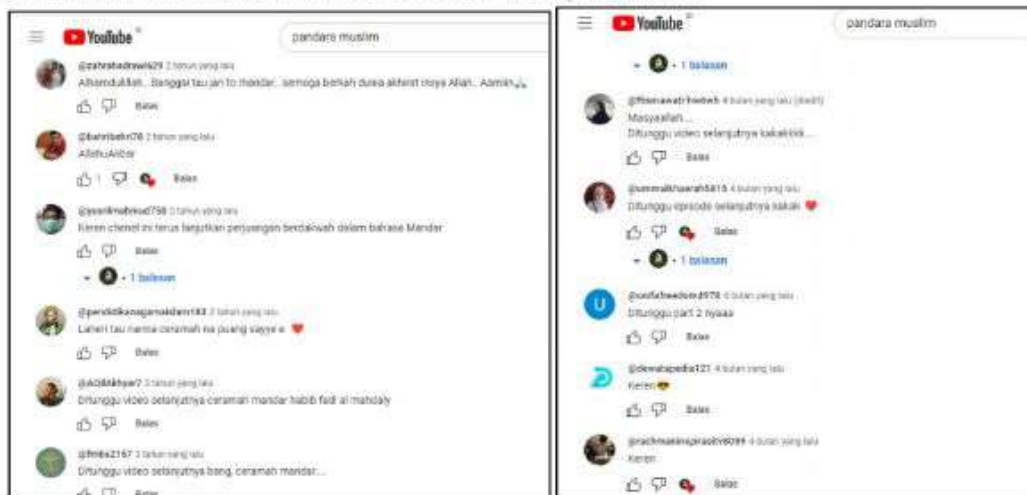
Gambar 4.7. Tampilan Publikasi Video Pandara Traveler.

Berdasarkan data di atas, peneliti memberikan kesimpulan bahwa publikasi ini adalah untuk memperkuat identitas Muslim dalam konteks lokal, mempromosikan kerukunan antarumat beragama, dan memberikan inspirasi serta pemahaman yang lebih dalam tentang Islam dengan memanfaatkan kekayaan budaya yang ada. Menggabungkan dakwah dan kearifan lokal dalam video-video yang dipublikasikan, Pandara Muslim dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dalam memahami agama dan budaya Mandar secara seimbang.

3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah melihat interaksi dengan audiens melalui komentar, pesan, atau platform komunikasi lainnya. Pembuat konten dapat berinteraksi dengan audiens, menjawab pertanyaan, memberikan tanggapan, dan membangun komunitas yang terlibat dengan konten yang dihasilkan. Dengan

melakukan proses digitalisasi ini dengan baik maka kanal YouTube Pandara Muslim dapat menghasilkan konten yang berkualitas, menarik, dan bermanfaat bagi audiens Muslim. Berikut adalah hasil komentar yang ada pada segmen Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler* sebagai berikut.



Gambar 4.8 Komentar Penonton Program Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler*

YouTube membutuhkan penonton secara kuantitas dan kualitas. Semakin banyak pengunjung yang berkunjung ke YouTube maka semakin baik pula untuk kreator YouTube. Penonton setia biasanya dapat diperoleh dari video yang diunggah. Peluang tersebut dapat digunakan oleh pendakwah apabila dikelola secara kreatif.⁸³ Sayyed Fadlu Al-Mahdly sendiri merupakan salah satu ustad terkenal yang ada di tanah Mandar, Sulawesi Barat. Sayyed Fadlu mampu membawakan ceramah melalui pendekatan dakwah kultural yang ramah dan humoris. Terbukti ceramah-ceramah Sayyed Fadlu yang ditayangkan pada kanal YouTube Pandara Muslim mempunyai penonton dengan jumlah yang paling banyak. Berikut adalah hasil komentar dari penggemar Sayyed Fadlu yang ada pada segmen Ceramah Mandar sebagai berikut.

⁸³I Makna A'raaf K, Penggunaan Aplikasi YouTube sebagai Media Dakwah di Era Pandemi Covid-19, *Aplikasia*, Vol.21, No. 2, 2021, h. 178



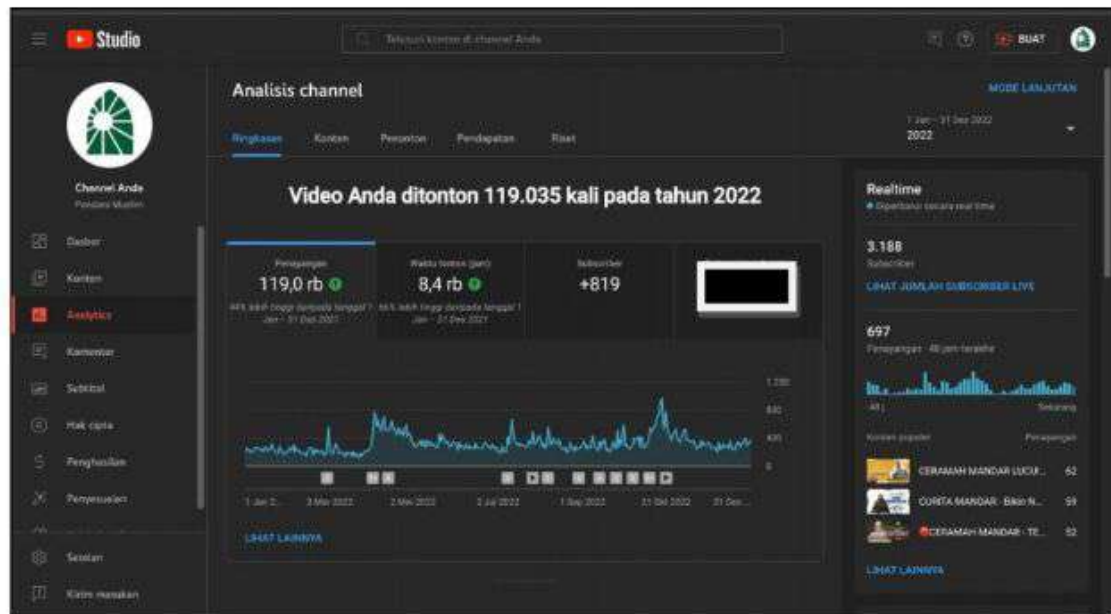
Gambar 4.9. Komentar Penonton pada Program Ceramah Mandar mengenai Sayyed Fadlu yang Berhasil Membawakan Ceramah dengan Pendekatan Kearifan Lokal Mandar.

Mengacu dari komentar-komentar yang ada, menurut Irta Sulastri, dkk dengan melihat antusiasme masyarakat yang tinggi, seorang da'i harus meningkatkan kemampuannya dalam menggunakan media sosial untuk berdakwah. Tujuannya adalah agar dakwah dapat berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi. Selain itu, seorang da'i juga harus memahami perkembangan umat agar tidak tertinggal informasi dan dapat memahami permasalahan yang sedang terjadi. Seorang da'i harus cerdas dalam mencari solusi untuk berbagai masalah yang dihadapi oleh umat.⁸⁴

Berdasarkan hasil temuan, peneliti memberi kesimpulan bahwa pengelola kanal YouTube Pandara Muslim dalam menarik minat penonton berhasil melihat peluang dan situasi seperti apa yang cocok untuk diberikan kepada masyarakat hari ini khususnya masyarakat Mandar. Pandara Muslim memilih tokoh agama yang sangat terkenal serta memiliki keilmuan yang mumpuni dalam menyalurkan Islam kearifan lokal di Mandar serta membuat konten dengan memperkenalkan destinasi Islam dan tempat-tempat bersejarah. Melihat Mandar merupakan daerah yang masih sangat kental dengan kearifan lokalnya, kental akan adat istiadat dan masih banyak lagi mengenai tentang kearifan lokal yang sangat disayangkan jika tidak disampaikan melalui platform YouTube hari ini. Berikut data analisis

⁸⁴Irta Sulastri, dkk, *Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'i di Kota Padang*, Al Munir, h. 126

statistik peningkatan jumlah penonton yang ada di kanal YouTube Pandara Muslim pada program Ceramah Mandar:



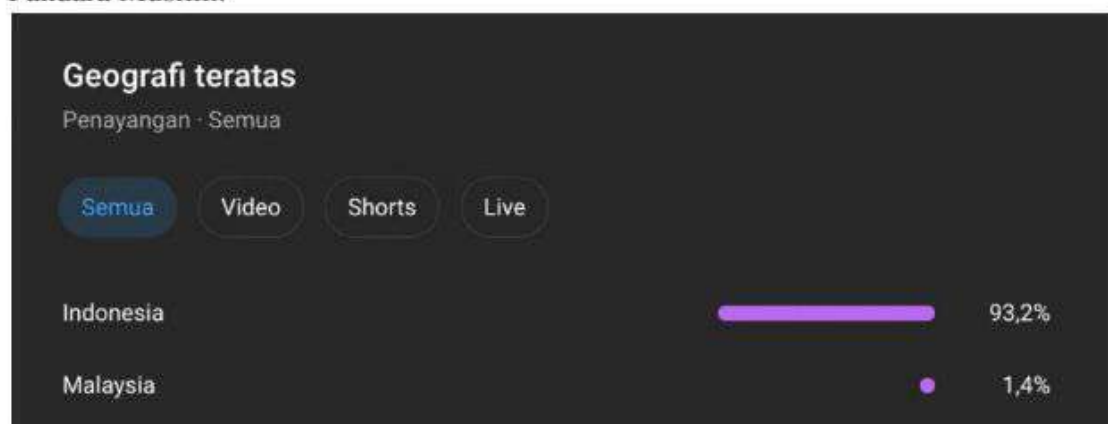
Gambar 4.10. Analisis Data Tingkatan Penonton Kanal YouTube Pandara Muslim

Berasarkan data di atas, menunjukkan bahwa konten dakwah pada kanal YouTube Pandara Muslim merupakan program yang terus mengalami peningkatan kuantitas. Hal tersebut membuktikan bahwa kanal ini berhasil dalam memberikan konten yang berkualitas agar menarik minat penonton, konten berkualitas dapat dilihat bagaimana keberhasilan proses digitalisasi kanal YouTube Pandara Muslim memberikan konten. Jika hal tersebut terpenuhi secara terus menerus, maka secara tidak langsung akan menambah kuantitas penonton di kanal YouTube Pandara Muslim semakin luas. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Dalam membuat program ada yang dimaksud dengan target penonton serta durasinya bagaimana. Target penonton kita itu secara langsung memang adalah orang-orang Mandar yang ada di dalam dan luar daerah, statistik yang saya lihat di YouTube konten kami penontonnya ternyata bisa sampai ke negara Malaysia. Mereka menyukai konten-konten program kami

sehingga setiap hari menambah penonton di kanal YouTube Pandara Muslim.⁸⁵

Berikut ini data analisis statistik secara geografis oleh penonton kanal YouTube Pandara Muslim:



Gambar 4.11. Analisis Data Geografi Kanal YouTube Pandara Muslim

Berdasarkan data di atas, penayangan konten yang ada pada kanal YouTube tersebut menunjukkan jika Pandara Muslim juga mampu menarik minat penontonnya bukan hanya di Indonesia saja tetapi sampai ke negara luar yaitu, Malaysia. Peneliti dalam temuannya menemukan bahwa kanal YouTube Pandara Muslim cukup eksis untuk menyampaikan dakwah melalui pendekatan kearifan lokal yaitu melalui ceramah Mandar yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu Al-Mahdly.

Mengacu pada temuan di atas, peneliti memberi kesimpulan bahwa ditahap akhir ini, Pandara Muslim telah berhasil mempublikasikan video dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube dengan baik. Dengan menggabungkan pesan-pesan Islam yang orisinil melalui pendekatan nilai-nilai dan budaya lokal, Pandara Muslim telah menciptakan konten-konten yang relevan dan bermanfaat bagi masyarakat. Langkah-langkah yang teliti, menghasilkan video-video dengan kualitas yang baik dan menarik bagi penonton. Pesan dakwah yang disampaikan dalam video-video tersebut dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai budaya Islam Mandar.

⁸⁵Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

C. Signifikansi Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim

Adapun signifikansi pada proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam konteks keberlanjutan dan pengembangan dakwah di era digital ini. Berikut beberapa penjabaran signifikansi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim yaitu:

1. Melestarikan Dakwah Berbasis Kearifan Lokal di Era Digital

Kanal YouTube Pandara Muslim melakukan digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal yang dengan mudah dapat diakses oleh masyarakat secara luas. Selain misi untuk mengemban misi ajaran dakwah, hal ini pula bertujuan untuk membantu pelestarian kearifan lokal. Kearifan lokal adalah sesuatu hal yang tidak dapat terpisahkan pada identitas budaya suatu masyarakat. Menyebarkan pesan-pesan dakwah yang berakar pada nilai-nilai lokal, digitalisasi dakwah berkontribusi dalam menjaga kearifan lokal agar tetap hidup dan berkembang di tengah arus modernisasi dan globalisasi yang terus berlangsung. Sebagaimana yang diungkapkan oleh tokoh utama pada program Ceramah Mandar di Kanal YouTube Pandara Muslim, Sayyed Fadlu Al-Mahdaly sebagai berikut.

Identitas sebuah masyarakat bisa diidentifikasi lewat keunikan masing-masing dari masyarakat karena adanya kearifan lokal. Jadi kearifan lokal adalah bukan sebuah sesuatu apakah anda setuju atau tidak setuju tetapi sebuah kesepakatan nilai yang berlaku pada lokalitas masing-masing daerah dan masing-masing orang harus siap menerima dan melestarikan budaya yang telah disepakati oleh masing-masing kelompok.⁸⁶

Aktivitas dakwah berbasis kearifan lokal di era digital, dituntut untuk bisa melakukan upaya-upaya dan pendekatan-pendekatan dakwah yang bisa merangkul dan mempertimbangkan budaya masyarakat tertentu dengan berpijak terhadap

⁸⁶Sayyed Fadlu Al-Mahdaly (50 tahun), Wawancara, Polewali, 8 Juli 2023

nilai-nilai universal kemanusiaan. Dakwah berbasis kearifan lokal adalah suatu proses maka seharusnya sebuah proses harus dilaksanakan dengan cara-cara dan strategi yang lebih terencana, konseptual serta terus menerus seraya meningkatkan pendekatan-pendekatan yang lebih ramah tanpa mengubah maksud dan tujuan dakwah. Salah satu strategi yang saat ini harus digunakan seorang dai yaitu dengan mengemas video dan konten dakwahnya melalui media digital.

Era modern ini, teknologi informasi sudah berkembang biak. Oleh sebab itu, dapat melahirkan pola komunikasi yang baru yaitu dengan menggunakan media sosial. Di era digitalisasi media mengambil peran penting dalam menciptakan kesan. Apa yang dilihat pada media, baik pada media cetak maupun visual bisa diterima masyarakat luas sebagai sebuah kebenaran. Meskipun masih ada beberapa pembaca serta pengamat yang bijak dan kritis dalam menilai apa yang dilihat pada media sosial. Namun, ada beberapa pembaca dan pengamat yang tidak bijak dan kritis dalam memakai media sosial. Bahkan, memakai media sosial dengan sesuka hati serta tidak mengikuti etika penggunaannya yang telah dijelaskan dalam Al-qur'an.⁸⁷ Islam memberi perhatian yang besar untuk etika penggunaan media sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan diaturnya etika penggunaan media sosial dalam Al-qur'an yang terdapat pada QS. Al-Ahzab ayat 70 yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar."

Dakwah melalui kearifan lokal adalah sebuah usaha untuk mengembangkan nilai-nilai ajaran Islam melalui akomodasi faktor budaya yang berkembang di masyarakat. Dalam Islam, budaya adalah sebuah bagian terpenting bagi kehidupan sehari-hari yang dapat menjadi sebuah media dakwah yang sangat efektif. Dakwah melalui kearifan lokal berfungsi untuk menyatukan ajaran Islam

⁸⁷Husnah, Etika Penggunaan Media Sosial dalam Al-Qur'an sebagai Alat Komunikasi di Era Digitalisasi, Al-Mutsla, Vol. 2, No. 1, 2020, h. 31

sesuai dengan budaya setempat sehingga pesan-pesan dakwah bisa disampaikan secara lebih mudah untuk dipahami atau diterima di masyarakat.⁸⁸ Dakwah kultural hadir disebabkan orang-orang dahulu mampu mendekatkan budaya dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, sudah menjadi keharusan bagi dai-dai masa kini untuk tetap melestarikannya dengan teknologi yang kian hari semakin canggih. Sebagaimana diungkapkan oleh tokoh utama pada program Ceramah Mandar di Kanal YouTube Pandara Muslim, Sayyed Fadlu Al-Mahdaly sebagai berikut.

Soal kearifan lokal akan selalu menetap pada posisinya, secara teknis mungkin berbeda. Berdakwah melalui kearifan lokal hadir karena kehebatan orang-orang terdahulu yang luar biasa dalam merealisasikan ajaran Islam melalui adaptasi dan pendekatan budaya yang ada di masyarakat.⁸⁹

Hadirnya teknologi saat ini membuat revolusi media digital ikut mempengaruhi nalar serta perilaku manusia modern. Oleh karena itu, pada perspektif kultural, media digital hadir untuk menjalankan peran yang sangat penting pada sistem tata kelola kehidupan manusia. Media digital untuk masyarakat modern tidak lagi diposisikan sebagai sesuatu yang mentransmisikan pesan. Namun, menjadi representasi identitas yang vital.⁹⁰ Substansi dakwah yang dilakukan kanal YouTube Pandara Muslim hari ini terbilang berhasil. Dahulu kala, penyampaian dakwah dilakukan secara konvensional yaitu, dari mimbar ke mimbar. Namun di era sekarang ini, bagaimana seorang dai harus melekat pada pemanfaatan teknologi, jika tidak digencarkan secepat mungkin maka dakwah berbasis kearifan lokal dengan mudah ditinggalkan begitu saja. Seperti halnya

⁸⁸Nirwan Wahyudi, dkk, *Fungsionalisasi Budaya Lokal sebagai Alternatif Sarana Dakwah di Era Digital*, Shoutika, Vol. 3, No. 1, 2023, h. 7

⁸⁹Sayyed Fadlu Al-Mahdaly (50 tahun), Wawancara, Polewali, 8 Juli 2023.

⁹⁰Wahyu Budiantoro & Khafidhoh Dwi Saputri, *Pengembangan Dakwah Multikultural Di Era Digital*, Icodev, Vol. 2, No. 1, 2021, h. 15

dengan apa yang tengah dilakukan oleh kanal YouTube Pandara Muslim. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Orang-orang terdahulu dengan orang-orang di masa sekarang cara menyampaikan dakwahnya itu sudah sangat berbeda namun substansinya masih tetap sama, orang terdahulu melakukan kegiatan dakwah dari mimbar ke mimbar saja sedangkan pada masa sekarang di era digital dai harus bisa mengikuti perkembangan zaman dengan berdakwah melalui berbagai platform media yang sudah ada. Dan hal tersebut yang sedang kami usahakan untuk menyampaikan dakwah kearifan lokal melalui media baru yang sudah hadir saat ini.⁹¹

Mengacu dari awaban informan di atas, bahwa menyampaikan risalah keagamaan tidak semestinya harus dengan membentuk sekelompok orang saja namun harus pula mengkomunikasikan dakwah dalam bentuk kecanggihan media teknologi yang berkembang. Seperti pada suatu pengajian yang dilaksanakan seharusnya diliput lalu disebarakan menggunakan media, dapat melalui Facebook, TV, WhatsApp, YouTube agar pesan serta materi dakwah yang akan disampaikan terhadap pendengar itu lebih banyak atau lebih luas lagi. Bentuk dakwah kultural yakni melalui pendekatan kearifan lokal harus terus direalisasikan tetapi harus juga dikemas dalam bentuk zaman millennial. Unsur-unsur kedaerahan tidak ditinggalkan tetapi tetap dikemas dalam bentuk yang lebih menarik di era digital ini.⁹²

Sama halnya dengan apa yang telah dilakukan oleh segenap pengelola kanal YouTube Pandara Muslim, karena kecintaannya akan kearifan lokal sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu sebagai seorang dai kondang di tanah Mandar, maka hal tersebut membuat pengelola kanal YouTube ini semangat

⁹¹Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

⁹²Deni Irawan & Suriadi, Komunikasi Dakwah Kultural di Era Millennial, Alhadharah, Vol. 18, No. 1, 2019, h. 95-96

mengemban serta mendigitalisasi kembali dakwah Sayyed Fadlu melalui platform media sosial yang tengah eksis hari ini yaitu, YouTube. Sebagaimana diungkapkan oleh tokoh utama pada program Ceramah Mandar di Kanal YouTube Pandara Muslim, Sayyed Fadlu Al-Mahdaly sebagai berikut.

Kearifan lokal harus tetap dilestarikan karena sudah menjadi bagian dari komponen peradaban ini. Kalaupun nantinya kearifan lokal pelan-pelan akan ditinggalkan mungkin pola hidup persepsi masyarakat yang hidup di masa depan nanti pasti akan berbeda dengan cara hidup orang-orang terdahulu. Namun bagi saya, kearifan lokal itu masih sangat di butuhkan hingga saat ini. Khususnya di era modern ini. Dan saya rasa platform digital apapun yang telah tercipta hari ini dapat menadi jawaban dan media yang akan terus melestarikan kearifan lokal khususnya kearifan lokal melalui pendekatan Islam.⁹³

Kearifan lokal tetap memiliki eksistensi yang penting di era digital, termasuk di kanal YouTube Pandara Muslim. Ditengah kemajuan teknologi dan globalisasi, kearifan lokal memegang peran penting dalam mempertahankan identitas budaya dan nilai-nilai yang khas. Pada kanal YouTube Pandara Muslim, eksistensi kearifan lokal dapat tercermin dalam konten dakwah yang disajikan. Konten dakwah dengan kearifan lokal dapat mengangkat isu-isu yang relevan dengan masyarakat setempat, memperkenalkan nilai-nilai budaya dan tradisi, serta memberikan perspektif keagamaan yang berlandaskan pada kearifan lokal. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Dalam era digital, penting untuk tetap memperhatikan kearifan lokal dan memastikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan di kanal YouTube Pandara Muslim tetap relevan dan bermanfaat bagi audiens. Dengan memadukan teknologi digital dengan kearifan lokal, kanal YouTube Pandara Muslim dapat menjadi sarana yang efektif untuk menjaga dan mempromosikan keberagaman budaya serta nilai-nilai kearifan lokal di tengah arus globalisasi yang semakin kuat.⁹⁴

⁹³Sayyed Fadlu Al-Mahdaly (50 tahun), Wawancara, Polewali, 8 Juli 2023

⁹⁴Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

Dalam kesimpulannya, eksistensi dakwah berbasis kearifan lokal di era digital memiliki potensi yang besar dalam melestarikan, memperkenalkan, dan mempromosikan kearifan lokal kepada khalayak yang lebih luas. Dengan menggunakan platform digital, dakwah dapat menjadi lebih terjangkau, relevan, dan kolaboratif, serta mendorong pemberdayaan lokal secara holistik.

Melalui kanal YouTube Pandara Muslim, dapat melestarikan kearifan lokal menjadi sesuatu yang lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama bagi generasi muda. Menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan bermanfaat, Pandara Muslim dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran dan kecintaan masyarakat terhadap kearifan lokal serta menginspirasi mereka untuk melestarikannya.

2. Mengenalkan dan Meningkatkan Pemahaman tentang Kearifan Lokal Mandar.

Melalui digitalisasi yang dilakukan oleh kanal YouTube Pandara Muslim, pesan-pesan dakwah berbasis kearifan lokal dapat diungkapkan secara rinci dan mendalam baik itu adat istiadat, tradisi, budaya, hikayat atau nilai-nilai yang menjadi ciri khas suatu daerah. Hal ini membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kearifan lokal yang seringkali terabaikan atau terlupakan. Salah satu pengenalan dan peningkatan pemahaman tentang kearifan lokal pada kanal YouTube Pandara Muslim, yaitu dengan menyajikan video tentang hikayat Mandar yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu Al-Mahdly pada segmen ceramah Mandar sebagai bentuk sarana dalam mengenalkan dan memberikan pemahaman tentang kearifan lokal yang mengandung pesan-pesan dakwah untuk dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari.

Hikayat merupakan cerita yang dapat diketahui memberikan pelajaran atau nasihat bagi para pembaca ataupun pendengarnya. Hikayat mempunyai ciri-ciri

tersendiri yang memiliki perbedaan terhadap sastra lainnya.⁹⁵ Seperti yang ada di tanah Mandar, sebagian masyarakat mempercayai bahwa hikayat-hikayat yang disampaikan oleh orang tua terdahulu bagi para anak cucunya merupakan pegangan dan nasehat, sehingga tidak heran jika saat ini beberapa para dai kembali menyalurkan itu melalui cerita yang dapat diambil pesan dakwahnya dengan mengembangkan dakwah secara kreatif melalui teknologi. Salah satu tokoh dai yang mengembangkannya adalah Sayyed Fadlu Al-Mahdaly lalu kemudian dikembangkan kembali secara luas melalui media YouTube oleh kanal YouTube Pandara Muslim. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Cerita hikayat yang selalu di angkat Sayyed Fadlu sangat sesuai dengan apa yang dialami oleh masyarakat hari ini. Penyampaian dakwahnya pun selalu identik dengan dialek khas orang Mandar.⁹⁶

Itu juga yang menjadi alasan kami untuk menyebarluaskan ceramahnya kembali melalui kanal YouTube Pandara Muslim, agar masyarakat Mandar mengenal dan memahami produk lokal yang satu ini, yaitu hikayat Mandar.⁹⁷

Metode dakwah melalui hikayat di tanah Mandar merupakan sarana dakwah yang sangat efektif. Sayyed Fadlu hadir sebagai dai dengan ciri khas yang menarik, bukan hanya itu bahasa Mandar yang digunakannya pun sangat kental dan mengandung makna yang sangat mendalam sehingga dekat di hati pendengarnya. Terkait materi dakwah Sayyed Fadlu mengenai kearifan lokal hikayat Mandar diambil dari cerita-cerita sufi atau orang-orang tua terdahulu di Mandar. Sebagaimana diungkapkan oleh tokoh utama pada program Ceramah

⁹⁵Ichsan Maulana, Pesan Dakwah dalam Buku Hikayat Prang Sabi Menjiwai Perang Aceh Melawan Belanda Karya Ali Hasjmy, UIN Ar-Raniry 2018, h. 41

⁹⁶Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

⁹⁷Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

Mandar di Kanal YouTube Pandara Muslim, Sayyed Fadlu Al-Mahdaly sebagai berikut.

Hikayat yang kami sampaikan merupakan cerita yang disampaikan dari mulut ke mulut, dari penuturan orang-orang tua terdahulu. Ada beberapa cerita sesuai dengan fakta yang terjadi di masyarakat kemudian di tarik sebuah kesimpulan sehingga ada sebuah hikmah dan pesan dakwah yang dapat diambil. Dimana cerita tersebut bisa menghadirkan inspirasi bagi orang lain, sesederhana apapun bentuk cerita itu.⁹⁸

Konten dakwah yang saya lakukan itu, tidak hanya sebatas cerita di masa lalu tetapi bagaimana saya juga mencari titik inspirasi yang terjadi hari ini untuk saya sampaikan kepada orang lain.⁹⁹

Sedangkan pada Program Pandara *Traveler*, program ini juga memberikan kesempatan bagi para *traveler* muslim untuk mengenal dan memahami kearifan lokal di destinasi wisata Islami serta tempat bersejarah yang ada di tanah Mandar. Tim Pandara Muslim percaya bahwa menjelajahi destinasi wisata yang memiliki nilai-nilai Islami dan sejarah yang kaya dapat memberikan pengalaman yang lebih berarti dan mendalam bagi para *traveler* muslim. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Dalam program ini, para *traveler* muslim diajak untuk mengunjungi tempat-tempat yang memiliki nilai religius dan sejarah yang signifikan. Mereka akan diberikan penjelasan dan pemahaman tentang latar belakang sejarah tempat tersebut, termasuk cerita-cerita yang terkait dengan perjalanan Islam di daerah tersebut. Para *traveler* muslim juga akan diajak untuk mengunjungi masjid-masjid bersejarah, situs-situs bersejarah, dan tempat-tempat yang memiliki nilai religius yang tinggi.¹⁰⁰

Selama mengunjungi destinasi wisata Islami dan tempat bersejarah di tanah Mandar, para *traveler* muslim juga akan diperkenalkan dengan kearifan lokal yang ada di daerah tersebut. Mereka akan belajar tentang adat istiadat, seni

⁹⁸Sayyed Fadlu Al-Mahdaly (50 tahun), Wawancara, Polewali, 8 Juli 2023

⁹⁹Sayyed Fadlu Al-Mahdaly (50 tahun), Wawancara, Polewali, 8 Juli 2023

¹⁰⁰Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

dan budaya, serta makanan khas yang menjadi bagian dari identitas masyarakat Mandar. Para *traveler* muslim akan memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan penduduk lokal, mengikuti kegiatan budaya, dan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang kehidupan sehari-hari di tanah Mandar.

Dari media dakwah yang dikelola melalui platform kanal YouTube Pandara Muslim, memiliki kesamaan dengan media dakwah yang juga pernah dilaksanakan dan pernah dicontohkan oleh para Nabi-nabi terdahulu serta para ulama saat ini. Yaitu melalui media tulisan, cerita, nasihat dan lain sebagainya. Salah satu contoh dakwah melalui media tulisan, yaitu dakwah yang disampaikan oleh Nabi Sulaiman. Saat itu Nabi Sulaiman mendakwahi salah satu ratu yang ada di negeri Saba'. Nabi Sulaiman menulis surat kepadanya yang berisi seruan agar memeluk Islam melalui burung Hud-hud. Kisah tersebut diabadikan di dalam QS. An-Naml ayat 28-31 yang artinya: "Pergilah dengan membawa suratku ini lalu jatuhkan kepada mereka, kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan.(28) Berkata ia Balqis: "Hai pembesar-pembesar sesungguhnya telah dijatuhkan kepadaku sebuah surat yang mulia.(29) Sesungguhnya surat itu, dari Sulaiman dan sesungguhnya isinya dengan menyebut nama Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang.(30) Bahwa janganlah kamu sekalian berlaku sombong terhadapku dan datanglah kepadaku sebagai orang-orang yang berserah diri.

Ayat diatas merupakan dalil bahwa berdakwah tidak harus melalui media lisan saja. Begitupun yang dilakukan Nabi Muhammad saw. Yang pernah melaksanakan cara ini ketika berdakwah dan mengajak para raja (Persia, Romawi, Kisra, Habasyah) untuk masuk Islam melalui surat yang Nabi Muhammad tulis yang dikirim para delegasi kepada mereka. Hal ini menunjukkan cara berdakwah

dengan tulisan bukanlah hal yang baru dalam agama Islam ini, melainkan cara yang disyariatkan dalam Islam.¹⁰¹

Dari pernyataan di atas, memberikan gambaran yang cukup signifikan bahwa media dari zaman ke zaman dapat mempengaruhi cara berdakwah, yang bermula melalui media tulisan tangan menjadi tulisan cetak hingga tulisan secara virtual melalui media canggih di masa modern ini. Oleh karena itu, banyak tulisan-tulisan yang ditulis oleh para ulama terdahulu sampai saat ini karya tulisnya dicetak menjadi jenis buku yang tertulis rapi, artinya berdakwah dengan buku merupakan turunan dari cara berdakwah dengan tulisan.

Begitupula dengan adanya perkembangan teknologi seperti keberadaan platform media YouTube saat ini, digunakan sebagai media dakwah baik secara lisan ataupun tulisan. Bahkan berdakwah melalui media YouTube saat ini sudah mewakili cara berdakwah dengan lisan, tulisan dan gambar dan hal tersebut justru akan sangat memudahkan seorang dai untuk berdakwah dan memudahkan seorang *mad'u* untuk memahami walaupun tidak hadir dalam kajian tertentu.

3. Menjangkau Khalayak Dakwah yang Lebih Luas.

Digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal membuka peluang akses yang lebih luas bagi pesan-pesan dakwah. Melalui media sosial atau platform *online*, pesan-pesan dakwah dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Hal ini memperluas jangkauan dakwah dan memungkinkan pesan-pesan tersebut sampai ke masyarakat yang mungkin sebelumnya sulit dijangkau oleh dakwah tradisional. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan konten dakwah untuk diubah menjadi format yang dapat diakses oleh banyak orang secara bersamaan, sehingga dapat mencapai audiens yang lebih besar secara simultan.

¹⁰¹Hasan Basri, Syaeful Rokim dan Aceng Zakaria, Konsep Dakwah Media Sosial dalam Al-Qur'an (Studi Tafsir Surat An-Nahl:125), h. 31

Aksesibilitas yang baik dan jangkauan luas yang ditingkatkan oleh kanal YouTube Pandara Muslim dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, mempercepat penyebaran pesan-pesan agama, dan memperkuat pemahaman dan pengamalan ajaran agama berbasis kearifan lokal Mandar di kalangan masyarakat. Dakwah yang sebelumnya hanya terbatas oleh keterbatasan fisik dan geografis, kini dapat diakses oleh siapa saja di berbagai belahan dunia dengan cepat dan efisien. Hal tersebut, membuka peluang baru dalam menyebarkan pesan-pesan Islam secara global. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Orang-orang terdahulu dengan orang-orang di masa sekarang cara menyampaikan dakwahnya itu sudah sangat berbeda namun substansinya masih tetap sama, orang terdahulu melakukan kegiatan dakwah dari mimbar ke mimbar saja sedangkan pada masa sekarang di era digital dai harus bisa mengikuti perkembangan zaman dengan berdakwah melalui berbagai platform media yang sudah ada. Dan hal tersebut yang sedang kami usahakan untuk menyampaikan dakwah kearifan lokal melalui media baru yang sudah hadir saat ini¹⁰²

Digitalisasi telah memungkinkan aksesibilitas yang lebih baik terhadap konten dakwah. Melalui platform online dan media sosial, pesan-pesan dakwah dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat di seluruh dunia. Tidak ada lagi batasan geografis atau waktu yang menghalangi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan pengajaran agama. Masyarakat dapat mengakses konten dakwah kapan saja dan di mana saja, dengan menggunakan perangkat *mobile* atau komputer. Digitalisasi juga meningkatkan skalabilitas dalam dakwah. Dulu, dakwah terbatas oleh keterbatasan fisik, misalnya jumlah orang yang dapat dijangkau dalam sebuah ceramah atau pertemuan. Namun, dengan digitalisasi, dakwah dapat dengan mudah diperluas dan mencapai audiens yang lebih besar.

¹⁰² Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

Melalui platform *online*, satu konten dakwah dapat diakses oleh ribuan, bahkan jutaan orang di seluruh dunia. Ini memungkinkan dai atau pembuat konten dakwah untuk mencapai pengaruh yang lebih luas dan memperluas jangkauan dakwah mereka tanpa memerlukan upaya atau biaya yang cukup besar.

Namun berdakwah dengan mempertimbangkan kearifan lokal di era digital melalui kanal YouTube Pandara Muslim juga mengalami beberapa tantangan. Meskipun YouTube memberikan platform yang luas untuk menyebarkan pesan dakwah, namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memadukan kearifan lokal dengan konten dakwah di kanal tersebut.

Salah satu tantangan utama adalah mempertahankan kualitas dan orisinalitas konten dakwah dengan kearifan lokal di tengah banyaknya konten-konten yang tersedia di YouTube. Dalam memproduksi konten dakwah di kanal YouTube Pandara Muslim, perlu memastikan bahwa kontennya memiliki nilai tambah dan keunikan yang berbeda dari konten dakwah lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan konten yang informatif, inspiratif, dan menghadirkan perspektif kearifan lokal yang menarik.

Melalui dakwah kultural, keragaman merupakan tantangan bagi dai agar mampu merancang pesan dakwah dengan bijaksana, dapat mempertimbangkan kondisi positif budaya *mad'u* termasuk di dalamnya mengkondisikan cara-cara atau media yang dianggap dekat dengan ukuran budaya suatu masyarakat.¹⁰³ Sebagaimana diungkapkan oleh tokoh utama pada program Ceramah Mandar di Kanal YouTube Pandara Muslim, Sayyed Fadlu Al-Mahdaly sebagai berikut.

Ada beberapa orang yang tidak setuju dengan apa yang saya sampaikan dan hal tersebut harus diterima sebagai sebuah keniscayaan bahwa tidak semua orang harus setuju dengan apa yang kita sampaikan. Sebagian orang

¹⁰³Nawawi, *Dakwah dalam Masyarakat Multikultural*, Komunika, Vol. 6, No. 1, 2012.

beranggapan bahwa itu tidak benar dan itu tidak apa-apa karena tentunya orang bisa berbeda pandangan dengan apa yang kita sampaikan.¹⁰⁴

Tantangan dakwah beraneka ragam bentuknya, hal tersebut dapat ditemukan dalam bentuk klasik, bisa pada penolakan, cibiran, cacian ataupun teror bahkan sampai pada tataran fitnah. Banyak para dai mampu mengatasi tantangan atau rintangan tersebut dengan baik karena niatnya memang telah kuat sebagai pejuang. Meski demikian, ada pula yang tidak mampu untuk mengatasinya sehingga tersingkir dari kancah dakwah.¹⁰⁵ Salah satu yang menjadi penyebab adalah karena adanya perbedaan.

Namun, perbedaan merupakan sebuah keniscayaan yang tidak bisa terelakkan, manusia diciptakan di muka bumi ini memiliki pandangan yang berbeda-beda tentang kehidupan. Hal tersebut ditegaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemahnya:

“Wahai manusia, sungguh kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah yang paling bertakwa. Sungguh Allah maha mengetahui, maha teliti.¹⁰⁶

Terjemahan Mandar:

“Inggannana rupa tau, sitongangna iyami’ mappadiango mie’pole di mesa tommuane anna mesa to baine anna mappajario mie’ kaloppo’ bangsa-bangsa

¹⁰⁴Sayyed Fadlu Al-Mahdaly (50 tahun), Wawancara, Polewali, 8 Juli 2023

¹⁰⁵Nur Ahmad, Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah, Addin, Vol. 8, No. 2, 2014, h. 327

¹⁰⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Depok:Adhwaul Bayan, 2012), h.102

*anna suku-suku mamoare'o mie' si pei-peissangngi. Sitongangna iya to kaminang mala'bi di antaramu mie' di sesana puang Allah Taala iyamo to kaminang me'atakwa. Sitongangna Puang Allah Taala Masarro Paissang na Pakkarewa.*¹⁰⁷

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti memberikan kesimpulan bahwa menghadapi tantangan ini, konsistensi dan inovasi dalam konten dakwah di kanal YouTube Pandara Muslim sangat penting. Memahami kebutuhan dan preferensi audiens, mengikuti tren, dan memanfaatkan fitur-fitur YouTube yang relevan dapat membantu dalam meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens. Selain itu, berkolaborasi dengan komunitas lokal, membangun jaringan dengan konten kreator lainnya, dan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang efektif dapat membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan mendukung penyebaran pesan dakwah dengan kearifan lokal yang efektif di era digital.

D. Aspek Pendukung dan Penghambat Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim

Dalam segala sesuatunya akan ada hal-hal yang menjadi faktor pendukung serta faktor penghambat. Begitu juga pada setiap proses digitalisasi yang dilaksanakan akan selalu ada faktor pendukung dan penghambatnya. Dalam menjalankan proses digitalisasi, Pandara Muslim juga mengalami faktor pendukung dan penghambat jalannya digitalisasi dakwah tersebut. Adapun aspek pendukung dan penghambat sebagai berikut.

1. Aspek Pendukung

a. Teknologi Semakin Canggih

Kemajuan zaman saat ini, telah berkembang sangat pesat, seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih serta perkembangan ilmu pengetahuan

¹⁰⁷Muh Idham Khalid Bodi, Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia, h. 951

yang semakin maju. Oleh sebab itu, tidak heran jika dunia mengalami perubahan atau pergeseran nilai budaya serta kehidupan yang ada pada masyarakat. Perubahan tersebut merupakan gejala umum yang terjadi sepanjang masa dalam tatanan masyarakat. Kehidupan bermasyarakat adalah upaya adaptasi kolektif terhadap tantangan lingkungan sebagai konsekuensi terhadap perubahan itu, manusia harus selalu mempunyai daya tahan dan penyesuaian hubungan internal ataupun hubungan eksternal, sebagaimana tuntutan perubahan yang terus berubah dari masa ke masa. Perubahan dalam suatu masyarakat serta kebudayaan merupakan sebuah ciri yang sangat relevan serta merupakan sebuah fenomena yang akan mewarnai perjalanan sejarah setiap masyarakat dan kebudayaan.¹⁰⁸

Mengacu pada teori di atas, penulis menyimpulkan bahwa kehadiran teknologi yang semakin canggih di masa sekarang ini, menjadi hal yang akan mendukung dakwah Pandara Muslim. Menyampaikan dakwah berbasis kearifan lokal melalui hikayat yang dekat dengan orang-orang Mandar melalui internet khususnya pada media sosial akan mempermudah Pandara Muslim untuk menjangkau para pengguna media sosial lebih dalam lagi, mengingat saat ini hampir seluruh lapisan masyarakat telah mengakses internet. Menyampaikan dakwah melalui media sosial membuat para *mad'u* dapat menerima dan mengakses dakwah berbasis kearifan lokal dengan mudah sehingga kearifan lokal budayaMandar dapat terus dilestarikan hingga ke generasi selanjutnya.

b. SDM yang Melek Digital

Sumber daya manusia Pandara Muslim memiliki kapasitas ilmu dan wawasan mengenai media baru (media digital) yang paham menggunakan akses internet serta pembuatan akun media-media sosial khususnya media sosial

¹⁰⁸Ilda Sartifa Sari dan Sueb, Hubungan Antara Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Pola Pikir Masyarakat di Desa Kampung Sawah Kabupaten Bangkalan Madura, Jurnal Psikologi Unja, Vol. 5, No.1 2020, h. 13

YouTube. Sebagaimana yang diungkapkan oleh pendiri Kanal YouTube Pandara Muslim, Abni Ganina sebagai berikut.

Sumber daya manusia yang kami miliki dan ajak kerjasama memang mempunyai ahli pada dunia penyiaran kami memang sudah *basic* untuk mengelola sosial media YouTube, saya sendiri sudah berpengalaman karena saya punya pengalaman memegang akun YouTube Tribun Sulbar saat saya kerja disana.¹⁰⁹

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti memberi kesimpulan bahwa pengelola YouTube Pandara Muslim memiliki kapasitas ilmu dan wawasan. Media digital memberikan keuntungan dalam berkomunikasi, mengikuti perkembangan teknologi, memahami etika dan keamanan digital, memanfaatkan potensi media digital, serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan kerja yang semakin digital. Hal ini menjadi penting dalam era digital yang terus berkembang dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan.

c. SDM yang Kreatif dan Inovatif

Sumber daya manusia Pandara Muslim memiliki kemampuan berpikir kreatif serta inovatif untuk menciptakan konten dakwah yang menarik dan relevan dengan perkembangan teknologi. Konten tersebut kemudian dapat dihasilkan dalam bentuk digital, menggunakan berbagai media seperti video, audio, gambar, atau tulisan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Achmad Tahar, dkk, bahwa di era 5.0 saat ini, dianggap sebagai konsep yang diciptakan atas dasar manusia serta teknologi. Pada era ini masyarakat telah dihadapkan pada sebuah kehidupan yang didampingi pada kecanggihan teknologi. Maka dari hal tersebut, kompetensi SDM mesti ditingkatkan secara kreatif dan inovatif sehingga mampu memanfaatkan serta memaksimalkan berbagai inovasi teknologi di era digitalisasi ini.

¹⁰⁹ Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

d. Partisipasi *Mad'u*

Tingkat partisipasi *mad'u* di kanal YouTube Pandara Muslim terutama pada *live streaming* mendapat respon yang sangat baik dan daya dukung positif dari penggemar. Pandara Muslim memperlihatkan adanya kebutuhan penggemar ingin dilayani mengenai pengisian aspek rohani-spiritualnya, meskipun mereka tidak hadir raga dalam majelis-majelis ilmu yang dilaksanakan.

2. Aspek Penghambat

a. Kuantitas SDM Minim

Salah satu faktor yang menjadi penghambat Pandara Muslim yaitu minimnya sumber daya manusia yang dimiliki. Sumber daya manusia yang sangat minim tersebut membuat Pandara Muslim mengalami kesulitan. Tim produksi di Pandara Muslim saat ini tidak memiliki manajemen yang baik dan terstruktur secara formal. Hal tersebut menjadi kendala tersendiri karena saat Pandara Muslim berusaha untuk produktif justru terhalang oleh sumber daya manusia yang masih sangat minim tersebut. Minimnya sumber daya manusia tersebut setidaknya terbantu dengan mensiasati untuk membuka peluang bagi *volunter* yang ingin bergabung dan memiliki keinginan untuk syiar. Sebagaimana yang peneliti temukan pada pertanyaan narasumber:

Sebelumnya video-video yang ada di pandara muslim itu saya produksi sendiri, belakangan beberapa kali vidio *feature* seperti pandara *traveler* sudah ada tim dalam mengelola vidio tersebut, baik di tim kameramen, produksi maupun bagian editor. Namun kebanyakan bentuknya masih magang, *volunter* yang mau ikut mereka yang mau belajar sama-sama dalam memproduksi konten YouTube Pandara Muslim secara profesional dan kami menerima itu dengan sangat terbuka karena kami masih sangat kekurangan personel.¹¹⁰

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti memberikan kesimpulan bahwa minimnya personalia dapat mengakibatkan beban kerja yang berlebihan,

¹¹⁰Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

kurangnya spesialisasi dan keahlian, penurunan efisiensi dan kualitas, kurangnya inovasi dan pengembangan, serta risiko ketergantungan pada individu tertentu. Oleh karena itu, penting untuk mengatasi masalah ini dengan mengalokasikan sumber daya yang cukup dan mempertimbangkan strategi pengelolaan personalia yang efektif.

b. Biaya Operasional Minim

Biaya juga menjadi salah satu hambatan yang tengah dihadapi oleh Pandara Muslim, sebagai kanal YouTube yang terbilang masih baru. Pandara Muslim belum memiliki pemasukan yang memadai untuk mengembangkan produksi konten-konten yang ada pada program kanal YouTube Pandara Muslim. Setiap peliputan masih memanfaatkan uang pribadi untuk menggarap konten-konten yang telah ditetapkan.

c. Kendala Manajemen Waktu

Salah satu faktor yang juga menjadi penghambat bagi Pandara Muslim yaitu kesulitan mengatur waktu dengan para kru/tim. Di sini jadwal para kru belum termanage dengan baik di sisi lain Pandara Muslim juga masih kurang SDM dan cuma mengandalkan kru yang siap atau anak magang yang mau ikut untuk menggarap konten yang digarap hari itu juga. Sebagaimana yang peneliti temukan pada pertanyaan narasumber:

Saya hanya menghubungi mereka melalui via telepon, jika butuh dengan ranah ini maka saya akan menghubunginya untuk menjalin kerjasama untuk memproduksi film atau konten-konten yang ada di Pandara Muslim.¹¹¹

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti memberikan kesimpulan bahwa kesusahan dalam mengatur waktu bersama tim dapat disebabkan oleh kesulitan dalam penjadwalan, koordinasi yang kompleks, kesulitan dalam mengatasi

¹¹¹Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

perubahan, keterbatasan sumber daya dan waktu, serta pengaruh terhadap produktivitas dan kolaborasi. Penting untuk menghadapi tantangan ini dengan strategi pengaturan waktu yang efektif, fleksibilitas dalam mengatasi perubahan, dan komunikasi yang terbuka antara anggota tim.

d. Penerjemahan Bahasa Mandar ke Bahasa Indonesia

Hambatan selanjutnya yang dialami Pandara Muslim ketika siaran langsung pada program ceramah Mandar yaitu kesulitan menerjemahkan secara langsung jadi target penonton memang dikhususkan bagi orang-orang Mandar. Namun berbeda dengan video-video singkat yang telah dicut ke beberapa bagian. Video tersebut telah menggunakan audio yang sudah diterjemahkan tetapi kadang ada beberapa video yang telah diterjemahkan namun belum sesuai dengan makna yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu. Sebagaimana yang peneliti temukan pada pertanyaan narasumber:

Kami kesusahan dalam hal menerjemahkan karena tidak ada yang terlalu paham dalam menerjemahkan Mandar yang sesuai dengan sastra Mandar orang-orang terdahulu. Kadang apa yang kami artikan belum sesuai dengan makna yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu nah itu kelemahan kanal YouTube kami.¹¹²

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti memberikan kesimpulan bahwa digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal adalah teknologi digital yang digunakan sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan dakwah dengan mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal. Menggunakan media sosial, website, dan aplikasi mobile pesan dakwah dapat dengan mudah diakses oleh orang-orang diberbagai wilayah seras latar belakang budaya selain itu, digitalisasi juga memungkinkan dakwah disampaikan dengan cara yang lebih interaktif dan menarik seperti melalui video, gambar dan konten multimedia lainnya. Hal ini dapat membantu menarik minat dan perhatian audiens yang lebih luas.

¹¹²Abni Ganina (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.

mengabungkan teknologi digital dengan kearifan lokal digitalisasi dakwah dapat menjadi sarana yang kuat dan efektif untuk menyebarkan ajaran agama serta membangun keharmonisan dan toleransi antar budaya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka penulis dapat menarik kesimpulan dalam penelitian tentang Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal YouTube Pandara Muslim sebagai jawaban dari rumusan masalah pada pembahasan penelitian. Adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Proses Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal pada Kanal Youtube Pandara Muslim.

Adapun proses dakwah yang dilakukan oleh kanal YouTube Pandara Muslim dalam proses digitalisasi dakwah, yakni pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

- a. Pra-produksi yang adalah bagaimana mempersiapkan materi, sarana dan prasarana untuk menunjang proses dakwah. Tim pengelola kanal YouTube Pandara Muslim terlebih dahulu menentukan materi, sarana dan prasarana yang digunakan untuk mendigitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal. Media dakwah yang digunakan oleh Pandara Muslim adalah media audio-visual yang berbentuk tayangan video di media sosial YouTube. Sedangkan materi dakwah yang digunakan Pandara Muslim, *pertama*, pada segmen Ceramah Mandar yang disampaikan oleh Sayyed Fadlu Al-Mahdaly yaitu menyampaikan materi dakwah melalui pendekatan hikayat Mandar yang sesuai dengan kultural dan budaya orang-orang Mandar yang mengandung makna dan pesan dakwah didalamnya. Adapun bahasa yang digunakan adalah bahasa Mandar yang mudah dipahami oleh masyarakat

setempat. *Kedua*, pada program *Pandara Traveler*, melibatkan pengambilan gambar atau syuting di lokasi yang telah ditentukan. Tim produksi akan mengunjungi destinasi wisata, mengikuti kegiatan, dan merekam momen-momen menarik yang akan ditampilkan dalam program.

- b. Tahap produksi yaitu membentuk proses produksi program *Ceramah Mandar* dan *Pandara Traveler* yang melibatkan penelitian, persiapan, syuting, pengeditan, dan publikasi. Dengan melakukan setiap tahap dengan baik, program *Ceramah Mandar* dan *Pandara Traveler* dapat menghasilkan konten yang berkualitas dan menarik bagi audiens.
 - c. Tahap pasca produksi yaitu dengan melibatkan interaksi dengan audiens melalui komentar, pesan, atau platform komunikasi lainnya. Pembuat konten dapat berinteraksi dengan audiens, menjawab pertanyaan dan memberikan tanggapan. Hal tersebut bertujuan untuk membangun kualitas dan kuantitas yang terlibat dengan konten yang dihasilkan
2. Signifikansi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube *Pandara Muslim*
 - a. Melestarikan kearifan lokal Mandar di era digitalisasi
 - b. Mengenalkan dan Meningkatkan Pemahaman tentang kearifan lokal Mandar
 - c. Menjangkau khalayak dakwah yang lebih luas
 3. Aspek Penghambat dan Pendukung Proses Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal pada Kanal Youtube *Pandara Muslim*
 - a. Aspek Pendukung
 - 1) Teknologi Semakin Canggih
 - 2) SDM yang Melek Digital
 - 3) SDM yang Kreatif dan Inovatif

4) Partisipasi *Mad'u*

b. Aspek Penghambat

1) Kuantitas SDM Minim

2) Biaya Operasional Minim

3) Kendala Manajemen Waktu

4) Penerjemahan Bahasa Mandar ke Bahasa Indonesia

B. Saran

Setelah melaksanakan penelitian maka dalam hal ini penulis berusaha untuk memberikan saran kepada beberapa pihak. Saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut.

1. Kepada Pandara Muslim, untuk menyajikan video yang lebih menarik lagi agar minat penonton pada segmen Ceramah Mandar dan Pandara *Traveler* dapat semakin meningkat setiap harinya.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin menjadikan penelitian ini menjadi referensi, diharapkan dapat lebih kritis dalam melihat permasalahan yang terjadi dan memberikan hasil yang lebih baik dan inovatif. Berikut beberapa saran yang bisa dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya sebagai berikut.
 - a. Melakukan penelitian mengenai kajian tentang persepsi dan respon audiens terhadap dakwah berbasis kearifan lokal di YouTube. Penelitian ini dapat melibatkan survei atau wawancara dengan audiens untuk mengetahui bagaimana mereka menangkap dan merespon konten dakwah tersebut. Apakah mereka merasa konten tersebut relevan dengan kearifan lokal mereka dan apakah dakwah tersebut memberikan manfaat dan inspirasi bagi mereka.

- b. Melakukan penelitian tentang dampak sosial dan budaya terhadap digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal di YouTube. Penelitian ini dapat melihat apakah digitalisasi dakwah ini dapat mempengaruhi pola pikir, perilaku dan nilai-nilai masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga dapat melihat apakah digitalisasi dakwah dapat memperkuat kearifan lokal dan membangun harmoni antarbudaya.
3. Kepada mahasiswa/i program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, untuk ikut memberikan kontribusi yang positif dengan menggunakan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah
4. Kepada para konten kreator dakwah, senantiasa identifikasi audiens target, konsistensi dengan nilai kearifan lokal, memiliki kreativitas dalam penyampaian, interaksi dengan audiens, mengevaluasi analisis kinerja konten dan kolaborasi dengan konten kreator dakwah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Dakwah Kultural dan Struktural (Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir)*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012.
- Ahmad, Nur, Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah, *Addin*, Vol. 8, No. 2, 2014.
- Ahmad Nur & Umi Zakiatun Nafis. Dakwah Kultural Nilai-Nilai Kearifan Lokal: Ajaran Sunan Muria di Kampung Budaya Dawe Kudus, *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol.8 No.1, 2021.
- Al-Bayanuni, Muhammad Abu Al-Fath. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2021.
- Al-Mahdaly, Sayyed Fadlu. (50 tahun), Wawancara, Polewali, 8 Juli 2023.
- Alimuddin, Muhammad Ridwan Alimuddin, *Orang Mandar Orang Laut*, (Jakarta:Kepustakaan Populer Gramedia, 2005)
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009.
- Aminudin, *Dakwah Zaman Now*, Al-Munzir, Vol. 11 No.1, 2018.
- AR, Nirwan Wahyudi & Asmawarni. Dakwah Kultural melalui Tradisi *Akkorontigi* (Studi pada Masyarakat Kelurahan Limbung, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa), *Al Mutsala*, Vol.2, No.1.
- AR, Nirwan Wahyudi, dkk, *Fungsionalisasi Budaya Lokal sebagai Alternatif Sarana Dakwah di Era Digital*, *Shoutika*, Vol. 3, No. 1, 2023.
- Ayat, Rohaedi. *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*, Jakarta: Pustaka Jaya, 1986.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Basri, Hasan, Syaeful Rokim dan Aceng Zakaria. Konsep Dakwah Media Sosial dalam Al-Qur'an (Studi Tafsir Surat An-Nahl:125).
- Bodi, Muh Idham Khalid. *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, Makassar:Balitbang Agama, 2019.
- Budiantoro, Wahyu & Khafidhoh Dwi Saputri, *Pengembangan Dakwah Multikultural Di Era Digital*, *Icodev*, Vol. 2, No. 1, 2021.
- Bunga, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta:Pt Rajagrafindo Persada, 2003.
- Burhanuddin, Aan Mohamad. dkk. Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @Cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender, Orasi: *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol, 10, No. 2 Desember 2019.
- Erlinda, Rita. dkk. Kearifan Lokal Dalam Wacana Dakwah: Strategi Kesantunan Untuk Mewujudkan Harmoni Sosial dalam Masyarakat Multikultural di Sorong dan Mentawai, *Penelitian: IAIN Batusangkar*, 2018.
- Fahrurozi. dkk. *ilmu dakwah*, Jakarta:Prenada Media, 2019.
- Gade, Syabuddin. *Pemikiran Pendidikan dan Dakwah*, Banda Aceh: Ar-raniry Press, 2012.
- Ganina, Abni. (25 tahun), Pendiri dan Produser Kanal YouTube Pandara Muslim, Wawancara, Polewali, 22 Juni 2023.
- Hadi, Dani Sahrul, dkk, *Membangun Kesan Realitas Melalui Dimensi Editing dalam Film Bergaya Mockumentary "Sepenggal Kisah Bunga,"* *Jurnal Calaccitra*, Vol.01, No.2, 2021.
- Hamdan & Mahmuddin, *YouTube sebagai Media Dakwah*, *Palita*, Vol. 6, No.1, 2021.

- Hamiruddin. Dakwah Melalui Dunia Maya (Internet), Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 7, No. 1 Mei 2020.
- Hardani, dkk. *Metode Penelitian: Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Hendrawan, Andri. *Pemanfaatan Digitalisasi Dakwah (Studi Penelitian Media Dai Persatuan Islam)*, Azka Pustaka.
- http://www.tamanmini.com/budaya/busana_tradisional/busana_tradisional_mandar. diakses pada 10 mei 2023
- <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>, diakses pada 26 maret 2023
- <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-negara-pengguna-youtube-terbesar-awal-2023-ada-indonesia>, diakses pada 03 april 2023
- <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all>, diakses pada 31 maret 2023
- Husnah, Etika Penggunaan Media Sosial dalam Al-Qur'an sebagai Alat Komunikasi di Era Digitalisasi, Al-Mutsala, Vol. 2, No. 1, 2020, h. 31
- Irawan, Deni & Suriadi, Komunikasi Dakwah Kultural di Era Millenial, Alhadharah, Vol. 18, No. 1, 2019.
- Jan, Azam, Shujat Ali Khan, dkk, Marshal McLuhan's Technological Determinism Theory in The Arena of Social Media, Pakistan Journal of Social Sciences, Vol. 18, No. 2, 2021.
- Jupri, Ahmad. *Kearifan Lokal Untuk Konservasi Mata Air (Studi Kasus di Lingsar Lombok Barat-NTB)*, Mataram: LPPM Unram Press, 2019.
- K, I Makna A'raaf, Penggunaan Aplikasi YouTube sebagai Media Dakwah di Era Pandemi Covid-19, Aplikasia, Vol. 21, No. 2, 2021.
- Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Depok: Adhwaul Bayan, 2012.
- Kerap, Gorsy. *Komposisi, Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*, NTT: Nusa Indah, 1989.
- Liliweri, Allo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Meisyaroh, Siti. Determinisme Teknologi Masyarakat dalam Media Sosial, Jurnal Komunikasi Dan Bisnis, Vol. 1, No. 1, 2013.
- Moleong, Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Maulana, Ichsan, Pesan Dakwah dalam Buku Hikayat Prang Sabi Menjiwai Perang Aceh Melawan Belanda Karya Ali Hasjmy, UIN Ar-Raniry 2018.
- Munir & Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Mustafirin. *Dakwah melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya: Melacak Aktivitas Dakwah Nabi Muhammad pada Masyarakat Madinah, Pekalongan-Jawa Tengah*: PT Nasya Expanding Management, Cet. I, 2022.
- Muzaki. Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal, Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 8 No. 1, 2017.
- Nawawi, Dakwah dalam Masyarakat Multikultural, Komunika, Vol. 6, No. 1, 2012.
- Nikmah, Faridhatun, Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial, Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol. 2 No. 1, 2020.
- Njatrijani, Rinitami. Kearifan Lokal dalam Perspektif Budaya Kota Semarang, Gema Keadilan, Edisi Jurnal, Vol. 5, Edisi 1, September 2018.
- Pingge, Heronimus Delu. Kearifan Lokal dan Penerapannya di Sekolah, Jurnal Edukasi Sumba Vol. 01, No. 02, Edisi September 2017.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011.

- Rakhmawati, Istina. Potret Dakwah di Tengah Era Globalisasi dan Perkembangan Zaman, *At-Tabasyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol 1, No 1, 2013.
- Ratna & Nyoman Kutha. *Paradigma Sosiologi Sastra*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2003.
- Reynata, Adinda Vira Eka, Penerapan YouTube sebagai Media Baru dalam Komunikasi Massa, *Komunikologi* Vol. 19 No. 2, 2022.
- Rifa'i, Ahmad. dkk. *Pappasang* dalam Komunikasi Budaya Masyarakat Lokal Suku Mandar, Palita, Vol.7, No.2, 2022.
- Riza, Muhammad Himmatur & Vika Rachmania Hidayah. Digitalisasi Dakwah Sebagai Upaya Membangun Peradaban Baru Islam di Masa Pandemi Covid-19, *Fastabiq: Jurnal Studi Islam*, Vol. 2 No. 1, 2021.
- Salim & Syahru. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2012.
- Sari, Ilda Sartifa Sari dan Sueb. Hubungan Antara Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Pola Pikir Masyarakat di Desa Kampung Sawah Kabupaten Bangkalan Madura, *Jurnal Psikologi Unja*, Vol. 5, No.1 2020.
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002).
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet 12, 2011.
- Sulastri, Irta, dkk, Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'i di Kota Padang, *Al Munir*, Vol. 11 No. 2, 2020.
- Siyoto, Sandu & M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Syukur, Abdul & Agus Hermanto. *Konten Dakwah Era Digital (Dakwah Moderat)*, Malang:CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Taufik, Muhammad. *Budaya Pappasang dalam Pembinaan Moral Masyarakat Balanipa di Kabupaten Polewali Mandar*, Skripsi: UIN Alauddin Makassar, 2022.
- Thoifah, I'natut dkk. *Ilmu Dakwah: Praktis Dakwah Millenia*, Malang:UMM Press, 2020.

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Rumusan Masalah	Sub Pertanyaan
Bagaimana proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube pandara muslim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah sejak awal beroperasi/bergabung di YouTube, langsung dinamai “Pandara Muslim”? 2. Apa arti/makna “Pandara Muslim”? 3. Bagaimana ide membuat konten dakwah berbasis kearifan lokal muncul? 4. Materi yang disampaikan bersumber dari mana? Apakah sumber tertulis (buku dll.) atau sumber lisan (didengarkan dari orang ke orang)? 5. Apa saja tema-tema umum yang disampaikan? 6. Apakah kanal YouTube Pandara Muslim dikelola secara sendiri atau ada tim khusus? 7. Bila ada tim khusus, berapa orang? Apa saja masing-masing tugasnya? 8. Bagaimana proses praproduksi konten dakwah berbasis kearifan lokal pada YouTube Pandara Muslim? 9. Bagaimana proses produksi konten dakwah berbasis kearifan lokal pada YouTube Pandara Muslim? 10. Bagaimana proses pasca-produksi konten dakwah berbasis kearifan lokal pada YouTube Pandara Muslim?
Bagaimana signifikansi digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana melestarikan dakwah berbasis kearifan lokal? 2. Seperti apa pengenalan dan peningkatan pemahaman dakwah berbasis kearifan lokal? 3. Apakah aksesibilitas dan skalabilitas dakwah berbasis kearifan lokal berkembang secara luas? 4. Apakah ada tantangan saat berdakwah kearifan lokal? 5. Bagaimana eksistensi dakwah berbasis kearifan lokal?
Apa aspek pendukung dan penghambat proses digitalisasi dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube pandara muslim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada jadwal/target jumlah/frekuensi konten yang diproduksi (misalnya dalam sepekan, sebulan, dan seterusnya)? Bila ada, berapa? 2. Penonton yang tidak mengerti Bahasa Mandar kesulitan memahami konten dakwah berbasis kearifan lokal melalui kanal YouTube Pandara Muslim. Apakah Anda menyadari hal tersebut? Bila iya, pengembangan apa yang akan dilakukan untuk mengatasinya? 3. Aspek apa saja yang mendukung produksi konten dakwah berbasis kearifan lokal pada kanal YouTube Pandara Muslim (secara internal maupun eksternal)?

	<p>4. Aspek apa saja yang menghambat produksi konten dakwah berbasis kearifan lokal pada kanal YouTube Pandara Muslim (secara internal maupun eksternal)?</p> <p>5. Apa saja strategi yang direncanakan untuk mengembangkan konten dakwah berbasis kearifan lokal pada kanal YouTube Pandara Muslim?</p>
--	--

Daftar Informan

No	Nama Informan	Usia	Keterangan
1	Abni Ganina	25 Tahun	Pendiri kanal YouTube Pandara Muslim
2	Sayyed Fadlu Al-Mahdaly	50 Tahun	Dai Pengisi Konten Ceramah Mandar pada Kanal YouTube Pandara Muslim

Dokumentasi



RIWAYAT HIDUP



Mursyidah Auni lahir di kota Polman provinsi Sulawesi Barat pada tanggal 19 Juni 2001. Penulis lahir dari pasangan bapak Jufri dan ibu Ani serta merupakan anak pertama dari 5 bersaudara. Pada tahun 2008, penulis memulai pendidikan di SDN NO 02 Budong-Budong dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis kemudian melanjutkan Sekolah di MTSs Nurul Ilmi dan lulus pada tahun 2016. Setelah tamat, penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas di MA Al-Chaeriyah Ma'arif Barakkang dan lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis kembali melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi provinsi Sulawesi Barat, yaitu menjadi mahasiswa Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah, program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene dan menyelesaikan masa studinya pada tahun 2023.

Berkat karunia Allah Swt., serta dukungan besar dari orangtua tercinta, guru, saudara dan seluruh teman-teman, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan skripsi ini dengan judul “Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal melalui Kanal Youtube Pandara Muslim”