

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi bertujuan untuk mengubah pengetahuan, sikap, perilaku, dan sosial. Oleh karena itu, untuk membuat pesan yang efektif, Anda harus mempertimbangkan tujuan komunikasi.¹ Komunikasi, yang berasal dari bahasa Latin "communicare", yang berarti "berbagi" adalah sebuah aktivitas pertukaran pikiran, pesan, atau informasi yang diucapkan melalui pertukaran visual, sinyal, tulisan, atau perilaku. Ini adalah komunikasi penting antara dua atau lebih makhluk hidup. Pasal 28F dari Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 berisi keterangan tentang hak berkomunikasi, yang berbunyi

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”²

Semua orang memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi melalui media massa, berdasarkan pasal tersebut. Komunikasi, oleh karena itu, didefinisikan sebagai sebuah proses dua arah antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok untuk mencapai pemahaman dan pemahaman yang sama tentang cara komunikasi digunakan.³ Komunikasi yang baik dapat diterapkan dalam komunikasi dakwah.

Komunikasi dakwah ialah suatu proses penginformasian tentang Islam yang bertujuan memengaruhi komunikasi objek dakwah (*mad'u*) agar mempercayai, mengamalkan, mengilmui, membela, dan menyebarkan kebenaran ajaran agama Islam.⁴ Proses komunikasi dakwah terjadi berawal dari komunikator (*da'i*)

¹ Zikri Fachrul Nurhadi dan Achmad Wildan Kurniawan “Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi” *Jurnal Komunikasi Universitas Garut* 3, no. 1 (2017): 94 diakses pada 12 agustus, 2022, <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/253/295>.

² Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 28 F

³ Desmon Ginting, *Komunikasi Cerdas* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), 8.

⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis* (Bandung: Simbiosis Rrekatama Media, 2013), 12.

menyampaikan pesan sampai pada umpan balik komunikasi objek dakwah (*mad'u*). Setiap muslim merupakan komunikator dakwah sebab dakwah adalah kewajiban individual bagi setiap muslim.⁵ Bersikap sabar optimis merupakan poin penting dalam berdakwah. Komunikasi dakwah dapat dikatakan mudah dan dapat dikatakan sulit.

Helmi⁶ mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak dan mendorong orang untuk mengikuti ajaran-ajaran Allah (Islam), yang merupakan amar makruf nahi mungkar, untuk mendapatkan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, dakwah dapat didefinisikan sebagai segala bentuk tindakan yang dilakukan untuk menyampaikan agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana dengan tujuan membangun individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan mereka.⁷ Allah Swt berfirman.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَ
كْثُرُهُمُ الْفَاسِقُونَ (١١٠)

Artinya: Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik”. (QS. Ali 'Imran 3: Ayat 110)⁸

⁵ Rini Fitria dan Rafinita Aditia “Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qolam sebagai Metode Komunikasi Dakwah” *Jurnal Ilmiah Syiar* 19, no. 02 (2019): 230. Diakses pada 12 agustus, 2022, <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/syiar/article/download/2551/2260>

⁶ Masdar Helmi, *Dakwah dalam Alam Pembangunan* (Semarang: CV Toha Putra, 2018), 31.

⁷ Wandu, Qudratullah, *Dakwah dan Komunikasi: Konsep dan Perkembangan* (Klaten: Lakeisha, 2021), 2-3.

⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya* (Bogor: Halim Publishing & Distributor, 2007), 64.

Berdasarkan ayat tersebut, menurut penafsiran Hamka dalam rahmad⁹ bahwa telah diperintahkan dengan nyata dan tegas supaya dikalangan jemaah Islamiyah itu diadakan umat khusus menyuruh kebaikan, yaitu iman, menyuruh berbuat *makruf*, dan melarang perbuatan *mungkar*. Ayat ini menegaskan hasil usaha itu yang nyata, dan konkrit. Yakni kamu yang menjadi sebaik-baiknya umat yang dikeluarkan antara manusia di bumi. Dijelaskan sekali lagi, bahwa untuk mencapai derajat yang demikian tinggi, harus memenuhi tiga syarat, yakni *amar makruf, nahi munkar*, iman kepada Allah. Inilah yang menjadi sebab, niscaya kamu bukanlah yang sebaik-baiknya umat. Apabila kita membaca ayat tersebut, janganlah hanya memegang pangkalnya, lalu membangga, sebagaimana membangganya orang Yahudi yang mengatakan, bahwa mereka adalah kaum pilihan Tuhan.

Komunikasi dakwah tidak hanya menggunakan *bil lisan, bil qalam*, dan *bil arkan* saja. Dalam berkomunikasi harus diperhatikan strategi yang digunakan. Masalah strategi komunikasi dakwah ditentukan oleh objektif komunikasi dan keadaan lingkungan pada saat komunikasi disampaikan dalam kegiatan dakwah.¹⁰ Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Untuk mencapai tujuan komunikasi dakwah, maka harus menunjukkan bagaimana operasionalnya yang secara praktis dapat dilakukan. Tujuan strategi komunikasi dakwah berguna untuk mengubah sikap dan sifat atau perilaku *mad'u* agar sesuai dengan ajaran agama Islam.¹¹ Salah satu strategi komunikasi dakwah di media sosial yaitu menggunakan media *YouTube* yang paling banyak diminati dan sangat mudah untuk diakses orang banyak.

Media *YouTube* merupakan sebuah *platform* yang memungkinkan untuk mengunggah video, *YouTube* juga memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi melalui komentar. *YouTube* juga menjadi fenomenal yang berfungsi sebagai sarana

⁹ Hadi Nur Rahmad, *Pemikiran Haji Abdul Malik Karim Amrullah (Hamka) Tentang Pendidikan Islam* (Bandung: Guepedia, 2021), 127-128

¹⁰ Aliyadi A. Lumbu, *Strategi Komunikasi Dakwah* (Yogyakarta: Gree Publishing, 2020) 31.

¹¹ Restiawan Permana “Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah” *Jurnal Komunikasi Islam* 3 no. 1 (2013): 6. Diakses pada 14 agustus, 2022, <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/17/14>

untuk berbagi video secara *online*, keberadaannya nyaris tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia.¹² Ternyata, *YouTube* sudah banyak dimanfaatkan oleh sebagian umat muslim untuk menyampaikan kajian-kajian islamiyah melalui video yang diunggah. Maka, seorang *da'i* memanfaatkan media *YouTube* dengan ceramahnya yang direkam menggunakan kamera, kemudian diunggah maka akan menarik banyak perhatian masyarakat, bahkan lebih banyak dari mereka yang menyaksikannya dan dapat diulang berulang kali untuk ditonton di mana saja.¹³ Pengguna media *YouTube* yang sudah terdaftar akan mempunyai *Channel*, pengguna bisa mengunggah video di *YouTube* yang bisa dilihat oleh pengguna lainnya.

Channel Gus Imm adalah *Channel* milik Gus Imm pemilik nama asli Imam Nabilah yang telah dikunjungi oleh jutaan pengguna *YouTube*.¹⁴ Gus Imm merupakan sosok guru yang sangat dihormati bagi muridnya, hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya jemaah yang mengikuti acara-acara yang seringkali diadakan Gus Imm di Jawa Timur. Video yang diunggah di situs *YouTube* pada tanggal 29 juli 2020 hingga saat ini tercatat telah dilihat lebih dari 37 ribu kali. Video ini ternyata diunggah kembali oleh banyak orang di berbagai situs, *website*, dan media sosial. Maka, sebenarnya pemutaran video tersebut lebih banyak dari yang tercatat di *YouTube*. Beliau berdakwah menggunakan syair yang diiringi musik religi biasa disebut (syair bernyawa), di mana para jemaah menghayati kata demi kata yang dilantunkan oleh beliau. Jadi, berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah dalam Ceramah Gus Imm Berjudul ‘*Istigfar*’ pada *Channel YouTube Gus imm Channel*”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan supaya peneliti fokus dalam permasalahan yang akan dibahas dan diteliti adalah strategi

¹² Aritas Puica Sianipar, “Pemanfaatan YouTube dikalangan Mahasiswa”, *Perpus Pusat* 2, no. 3 (2015), 2. <http://repository.radenintan.ac.id/12862/1/PERPUS%20PUSAT.pdf>

¹³ Ibnu Hajar, “YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Dikota Makasa”, *Jurnal Al-Khitabah* 5, no.2 (2019), 96.

¹⁴ “Gus Imm, Kolektor 760 Buah Keris Pusaka”, *blogspot*, diakses pada 30 januari, 2022. <http://spiritualgusimm.blogspot.com/2015/02/>

komunikasi dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gus imm Channel*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut peneliti membuat beberapa rumusan masalah yang akan digunakan sebagai pembahasan. Adapun rumusan masalah tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Bagaimanakah implementasi strategi komunikasi dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gus imm Channel*?
2. Bagaimanakah pesan dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gus imm Channel*?
3. Bagaimana penilaian warganet terhadap komunikasi dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gus imm Channel*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui penerapan strategi komunikasi dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gus imm Channel*.
2. Mengetahui pesan dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gus imm Channel*.
3. Mengetahui penilaian warganet terhadap komunikasi dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gusimm Channel*.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoretis maupun praktis. Berikut jabarannya.

1. Manfaat Teoretis
 - a. Manfaat penelitian ini yaitu penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi sebagai referensi untuk peneliti-peneliti lainnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.
 - b. Diharapkan unrtuk penelitian ini bisa menambah ilmu pengetahuan juga wawasan mengenai strategi komunikasi

dakwah bagi akademisi, khususnya Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.

2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk menambah pengalaman tentang strategi komunikasi dakwah dalam ceramah Gus Imm berjudul “*istigfar*” pada *Channel YouTube Gus imm channel* (tinjauan terhadap gaya komunikasi).
 - b. Diharapkan penelitian ini hasilnya dapat memberikan informasi dan gambaran tentang strategi komunikasi dakwah Gus Imm di media sosial.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami lebih jelas tentang penelitian ini, maka laporan skripsi ini disusun menjadi beberapa bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini terdiri atas halaman judul, halaman persetujuan bimbingan, halaman pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, dan daftar tabel (jika ada).
2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab yang lain saling berkaitan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Kelima bab tersebut adalah sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan. Dalam bab ini berisi tentang beberapa hal yaitu latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka. Dalam bab ini dijelaskan tentang landasan teori yang terkait dengan judul, penelitian terdahulu, tinjauan pustaka, dan kerangka berpikir.

Bab III Metode Penelitian. Dalam bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

Bab IV Pembahasan. Dalam bab ini berisi tentang pembahasan yang meliputi gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.

Bab V Penutup. Dalam bab ini berisi simpulan dan saran.

3. Bagian Akhir
Bagian akhir penulisan skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran, dan riwayat pendidikan peneliti.

