

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah menurut bahasa berarti panggilan, seruan, ajakan, dan undangan. Ahmad Warson Munawwir dalam kamusnya Al-Munawwir kamus Arab-Indonesia menterjemahkan kata دعوة-دعا (*da'a - da'wah*) di antaranya yaitu memanggil, menyeru, dan mengundang¹. Sedangkan secara istilah memiliki banyak penjabaran, yang dimana semua memiliki maksud dan tujuan yang sama, dan memiliki tiga unsur pokok, yaitu, pertama Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seorang kepada orang lain, kedua penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa amar ma'ruf nahi munkar, ketiga usaha tersebut dilakukan dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan ajaran Islam.²

Penjabarannya Dakwah merupakan aktifitas yang dilakukan individu maupun kelompok mumkminsesuai kemampuan yang dimiliki dengan tujuan menjadikan umat manusia memiliki kehendak untuk memeluk dan menerima Islam dengan baik dengan tujuan utamanya agar mereka memperoleh kesejahteraan di dunia dan kebahagiaan di akhirat, dengan begitu dapat kita pahami bahwa dakwah merupakan suatu sistem agar suatu aktivitas mencapai sasarnya dengan tepat.³

Dakwah merupakan istilah teknis, di samping sebagai cara untuk memperteguh keimanan orang-orang

¹ Bahrun Subagia, *Fikih Dakwah & Pemikiran Dakwah di Indonesia* (Bogor: Pustaka Melek, 2013), 4.

² Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 10-11.

³ Abdul pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 9.

yang telah islam, dakwah pada dasarnya juga dipahami sebagai upaya untuk mengimbau orang lain ke arah Islam. Selain menjadi saksi atas kebenaran islam, dakwah harus selalu menampilkan Islam yang menarik sehingga orang-orang di luar Islam akan tergerak ke arahnya. Selain itu, sebagai sebuah proses, dakwah terkadang dipahami sebagai kegiatan yang sangat praktis, yang diidentikkan dengan ceramah di atas mimbar saja, meskipun pandangan ini tidak sepenuhnya keliru, namun sangat penting untuk diluruskan.⁴

b. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur itu adalah da'i, mad'u, maddah.

1. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan dan baik sebagai individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga, dai'i seing di sebut kebanyakan orang dengan sebutan Mubaligh, Dai'i merupakan unsur dakwah yang paling penting, sebab tanpa da'i islam hanya sekedar ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Pada dasarnya semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi dua. Pertama, secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang mukallaf (dewasa) dimana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan sesuatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut islam, sesuai dengan perintah : "sampaikan walaupun satu ayat". Kedua, Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian

⁴ M Abzar D, "Strategi Dakwah Masa Kini," *Jurnal Lentera*, 18, no 1 (2015), 40 diakses pada 21 Juni 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/146064-ID-strategi-dakwah-masa-kini-beberapa-langk.pdf>.

husus dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama'.⁵

2. Mad'u

Mad'u yaitu manusia yang menjadi saran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beraga Islam atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan, kepada manusia yang belum beraga Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, Sedangkan kepada orang-orang yang telah beraga Islam, dakwah untuk meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

Demikian pula halnya dengan sasaran dakwah, pada dasarnya merupakan komunikasi dari kegiatan dakwah itu, dan sesuai dengan bahasanya orang-orang yang dijadikan sasaran dakwah itu lazim disebut Mad'u.⁶ Sasaran dakwah hendaknya ditujukan kepada masyarakat secara keseluruhan, bukan individu atau anggotanya. Intinya adalah penyebaran Islam lebih dibidikkan pada sesuatu sistem sosial, baik itu menyangkut nilai dan kaidah yang berlaku dalam masyarakat maupun tata hubungan organisasi sosial yang ada.⁷

3. Maddah

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada Mad'u, dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah yaitu membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan maddah, keseluruhan ajaran Islam yang menjadi maddah dakwah bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, oleh karena itu penggalan terhadap maddah dakwah berarti penggalan terhadap Al-Qur'an dan Hadist. Karena luasnya ajaran Islam itu, maka setiap

⁵ Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, 58.

⁶ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013), 22.

⁷ Moh ali aziz, Rr. Suhartini, A. Halim, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat: Paradigma Aksi Metodologi*, (Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara, 2005), 25.

da'i harus selalu berusaha dan tidak bosan-bosannya mempelajari Al-qur'an dan Hadist dan kitab-kitab lainnya serta mempelajari keadaan sosial dimana ia berada sehingga tidak terjadi dai'i yang kekeringan materi yang sangat membosankan mad'u.⁸

Secara umum pesan dakwah dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu:

- a) Pesan akidah, meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada Malaikat-Nya, Iman kepada kitab-kitab nya, iman kepada Rosul-Rosul nya, iman kepada hari akhir, iman kepada qadha' dan qadhar.
- b) Pesan syari'ah meliputi ibadah taharah, shalat, zakat, puasa dan haji, serta mu'amalah.
- c) Pesan akhlaq meliputi akhlaq terhadap Allah Swt, akhlaq terhadap makhluk yang meliputi: akhlaq terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlaq terhadap bukan manusia seperti flora, fauna dan sebagainya.⁹

c. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah tujuan di turunkan agama Islam bagi ummat manusia itu sendiri , yaitu untuk membuat manusia yang memiliki kualitas aqidah, ibadah serta berakhlak, yakni sebagai rahmat bagi seluruh alam, ketika merumuskan pengertian dakwah, Drs. Amrullah Achmad menyinggung tujuan dakwah adalah untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosio kutural dalam rangka terwujudnya ajaran islam dan semua segi kehidupan.

Drs. A. Rasyad Shaleh membagi tujuan dakwah menjadi tujuan utama dan tujuan perantara. Yang dimaksud utama dakwah adalah hasil akhir yang ingin dicapai oleh suluruh tindakan dakwah yaitu terwujud kebahagiaan dan kesejahteraan hidup didunia dan di akhirat, Sedangkan tujuan perantara (tujuan

⁸ Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, 78.

⁹ Kahatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta, Sinar Grafika Offset, 2007), 20

departemental) dakwah adalah nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhoi oleh Allah SWT masing-masing sesuai dengan segi atau bidangnya.

Pendapat diatas menekankan bahwa dakwah bertujuan untuk merubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa apa dan siapapun.¹⁰

Secara umum, tujuan dakwah yang tercantum dalam al-Qur'an adalah:

1. Dakwah bertujuan untuk menghidupkan hati yang mati.
2. Agar manusia mendapat ampunan dan menghindarkan azab dari Allah.
3. Untuk menyembah Allah dan tidak menyekutukannya.
4. Untuk menegakkan agama dan tidak terpecah-belah.
5. Mengajak dan menuntun ke jalan yang lurus.
6. Untuk menghilangkan pagar penghalang sampainya ayat-ayat Allah ke dalam lubuk hati masyarakat.¹¹

Berdasarkan keterangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan dakwah adalah untuk mengembalikan umat Islam pada jalan yang lurus sehingga mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

d. Strategi Dakwah

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *straregos* atau *stategis* yang terbentuk dari kata *stratus* yang berarti militer atau jenderal. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk

¹⁰ Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, 47-49.

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2004), 68.

mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana teknik atau cara operasionalnya.

Kata strategi mempunyai berbagai macam arti, antara lain; Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Asmuni Sukir dalam bukunya “Dasar-dasar strategi Dakwah Islam” menyebutkan bahwa strategi dakwah adalah metode siasat, taktik, atau yang digunakan dalam kegiatan (aktivitas) dakwah.¹²

Strategi merupakan cara yang akan digunakan oleh seseorang atau kelompok untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan baik cara tersebut sudah direncanakan atau belum direncanakan sebelumnya. strategi sebagai usaha, bahwa strategi dakwah yang dibuat oleh seorang da’i berbentuk sebuah usaha dimana usaha tersebut dapat berupa cara, keputusan, program, kebijakan, peraturan, dan lain sebagainya yang dimanfaatkan da’i untuk menyiarkan ajaran agama Islam.

Strategi dakwah yang direncanakan dengan matang akan sangat bermanfaat bagi seorang da’i dalam hal meminimalisir kesalahan dan resiko saat pengaplikasian strategi dakwah, strategi dakwah yang dibuat dapat berjalan secara terarah, seorang da’i tidak akan mengulangi beberapa tindakan atau aksi terkait dengan pengaplikasian strategi dakwah yang dilakukan, serta memudahkan seorang da’i dalam melakukan evaluasi terhadap strategi dakwah yang telah diaplikasikan.¹³

Strategi Dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang pendakwah (Da’i) menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Alquran dan Sunnah. Orientasinya

¹² Sondang Siagan, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1995),

¹³ Ach. Baidowi, Moh Salehoddin, “Strategi Dakwah di Era New Normal,” *Jurnal Muttaqien*, 2, no 1 (2021), 59 diakses pada 21 Juni 2021, <https://e-jurnal.staimuttaqien.ac.id/index.php/mtq/article/download/114/20/313>.

adalah untuk mengajak orang lain untuk berbuat amal saleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Strategi dakwah adalah suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak (Mad'u, hadirin atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Orientasi strategi dakwah terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi¹⁴

Istilah strategi dapat berarti ilmu tentang perencanaan dan dikenal pula dengan kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu, strategi dakwah merupakan perpaduan dari perencanaan dan management dakwah untuk mencapai tujuan, strategi dakwah harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknik yang harus dilakukan dalam pendekatan yang berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Dakwah di era teknologi modern ini mengalami perkembangan sehingga melahirkan suatu system suatu strategi dalam melancarkan dakwah di era modern dalam menghadapi kehidupan yang menggunakan teknologi.¹⁵ Strategi yang di dukung metode yang bagus dan pelaksanaan program yang akurat, akan menjadikan aktivitas dakwah menjadi matang dan berorientasi jelas ke arah cita-cita dan tujuan telah direncanakan. Karena tujuan dan cita-cita yang jelas dan realistis pasti akan mendorong dakwah mengikuti arah yang telah direncanakan.¹⁶

Strategi dan metode dalam melaksanakan dakwah yang merupakan sebagai suatu sistem untuk

¹⁴ Muhammad Qadaruddin Abdullah, Dinul Fitrah Mubarak, "Strategi Dakwah dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja," *Jurnal Anida Akulturasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 19, no 2 (2019), 181, diakses pada tanggal 21 Juni 2021, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida>.

¹⁵ Fahrurrozi, *Model-model Dakwah Di Era Kontemporer*, (Mataram: LP2M UIN Mataram, 2017), 7-8.

¹⁶ Abdul Wahid, *Strategi Dakwah di tengah Keberagaman Budaya: Kajian Filsafat Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta : Pustaka Diniyah, 2019), 11.

dapat menarik para pendengar agar dapat terserab berbagai pesan dan materi yang akan disampaikan dengan menggunakan berbagai metode dan sistem agar materi tersebut dapat dicerna dengan baik dan maksimal, terdapat dua sistem yang sangat efektif diantaranya adalah: Pertama, Strategi merupakan suatu rencana tindakan termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi kan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Kedua, Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlij muskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilan.

Dalam kegiatan komunikasi, mengartikan strategi sebagai perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Ia tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang harus ditempuh, tetapi juga berisi taktik operasionalnya. Ia harus didukung teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Untuk strategi komunikasi tersebut, segala sesuatunya harus memerhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lassell, yaitu Who says What in Which Channel to Whom with What effect (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek).

Al-Bayanuni juga membuat definisi, ia juga membagi berbagai metode dan strategi dakwah sehingga dengan strategi tersebut dapat dijadikan sebagai bentuk acuan yang akurat dan fleksibel oleh penda'i lainnya diantaranya ada tiga bentuk yaitu; 1. Strategi sentimental (al-manhaj al-'athifi). 2. Strategi rasional (al-manhaj al-'aqli). 3. Strategi indriawi (al-manhaj al-hissi). Dalam ayat-ayat tersebut diatas telah mengisyaratkan tiga strategi dakwah, yaitu Strategi Tilawah (membacakan ayat-ayat Allah SWT.), Strategi Tazkiyah (menyucikan jiwa), dan Strategi Ta'lim (mengajarkan Al-Qur'an dan al-hikmah).

1. Strategi Tilawah. Dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah, Dengan demikian bahwa merupakan transfer pesan dakwah dengan lisan dan tulisan.
2. Strategi Tazkiyah (menyucikan jiwa). Jika strategi tilawah' melalui indra pendengaran dan indra penglihatan, maka strategi tazkiyah melalui aspek kejiwaan.
3. Strategi Ta'lim. Strategi ini hampir sama dengan strategi tilawah yakni keduanya mentransformasikan pesan dakwah, Akan ke strategi ta'lim bersifat lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya, metode ini hanya dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan kurikulum yang telah rancang, dilakukan secara bertahap, serta memiliki target tujuan tertentu.¹⁷

e. Metode Dakwah

Pengertian metode dakwah adalah metode yang dilalui seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya, atau metode yang dipakai dalam penerapan pendekatan dakwah, metode dakwah dipahami sebagai cara menyampaikan pesan dakwah. Metode di definisikan sebagai jalan atau cara yang harus ditempuh dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan, sedangkan metode dakwah adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari cara-cara berdakwah untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.¹⁸

Dakwah sebagai kewajiban harus mampu dilaksanakan secara terus-menerus dan metode penyampaiannya disesuaikan dengan perkembangan zaman. Meskipun peradaban zaman selalu berkembang, maka misi dakwah untuk membumikan Islam yang

¹⁷ Ridwan Hasan, "Kotribusi dan Strategi Metode Dakwah di Era Globalisasi," *Jurnal Peurawi*, 1, no 2 (2021), 76-77 diakses pada 04 Juli 2022, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/download/3432/2408>.

¹⁸ Abdullah, *Kajian Ontologi, Empistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*, (Bandung: Citapustaka Media), 2015, 132.

rahamatan lil ‘alamin harus tetap terwujud. Oleh karena itu, para pendakwah dalam mengaktualisasikan dakwahnya harus memahami bahwa konten dan bentuk dakwah merupakan bagian yang tidak terpisahkan, namun dapat dibedakan dalam konsep dakwah. Sedangkan karakteristik, strategi penyampaian dan metode dakwah juga memiliki kedudukan yang penting dalam dakwah.

Namun di era revolusi industri 4.0 setiap orang bisa berdakwah seperti seorang da’i atau penceramah, karena dakwah bisa dilaksanakan dimanapun dan oleh siapapun, atas dasar amar ma’ruf nahi munkar. 7 Selain itu, aktivitas dakwah harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya pesan-pesan dakwah harus tepat, mengenal psikologis mad’u, mampu menggunakan metode yang representatif, dan berperilaku yang bijaksana.¹⁹

Secara garis besar ada tiga pokok metode dakwah yaitu :

1. Hikmah

Hikmah yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga didalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan menurut pengertian sehari-hari adalah bijaksana. Sedangkan secara khusus hikmah adalah ilmiah dan falsafis. Orang yang kaya hikmah dalam dirinya diberi gelar “hakim”. Hikmah dan hakim juga bias diastikan dengan filsafat dan filosof. Pengertian ini dapat dibuktikan dalam karya-karya filosof Islam Al-Arabi (870-950 M). Dalam karyanya untuk mempertemukan dua pendapat filosof Yunani (Plato dan Aristoteles) menulis buku “Al-jama’u baina ra’yail hakimain” (mengkompromikan dua filosof). Demikian pula Ibnu Sina (980-1036) menulis sebuah buku “Al-

¹⁹ Ari Wibowo, “Kebebasan Berdakwah di Youtube,” *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 9, no 2, (2018): 228, diakses pada tanggal 13 Juli 2021, <https://jurnal.lp2msasabel.ac.id/index.php/maw/article/download/799/241/>.

Hikmatul Masyriqiyah” (Filsfat Timur) untuk mengimbangi filsafat Barat. Hikmah itu adalah karunia Allah yang paling tinggi pada manusia. Ia dapat diusahakan dan dicari sebagaimana ilmu-ilmu lainnya. Siapa yang berhasil memiliki hikmah, itulah nilai yang paling agung yang dapat dicapai oleh manusia..

2. Mau'idhah Hasanah

Mau'idhah Hasanah yaitu berdakwah dengan memberikan nasehat-nasehat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasehat dan ajaran Islam yang disampaikan dapat menyentuh hati mereka. Mau'idah Hasanah adalah nasehat atau pengajaran yang baik yang dapat diberikan pada masyarakat luas. Ia dapat dilaksanakan dalam lembaga-lembaga formal maupun non formal seperti lembaga pendidikan dan sebagainya dengan mengajarkan Al-qur'an dalam arti yang luas. Sebab Al-qur'an sendiri menyebut dirinya sebagai mau'idah.

3. Mujadalah

Mujadalah yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau membantah dengan sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekkan orang yang menjadi sasaran dakwahnya. Mujalah, adalah berdiskusi atau bertukar pikiran. Diantara manusia ada golongan yang tidak mudah menerima panggilan dan keterangan secara hikmah, ilmiah dan filsafat juga tidak mudah dipanggil dan diseru dengan cara mau'idah hasanah, meraka ini harus dihadapi dengan muajalah atau diskusi dan bertukar pikiran. Kepadanya harus ditunjukkan hujjah dan argumentasi yang meyakinkan, pintu kalbunya harus dibuka dengan cara yang bijaksana untuk menerima nilai-nilai baru sebagai suatu kebenaran yang harus ia yakini dan ia amalkan.

Oleh karena itu setiap da'i harus menguasai ilmu atau metode diskusi.²⁰

f. Media Dakwah

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah, maksudnya dalam kegiatan dakwah berlangsung meski tanpa media. Media berasal dari Bahasa latin *medius* yang secara hafilah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). dalam Bahasa arab media sama dengan wasilah atau dalam bentuk jamak, wasail yang berarti alat atau perantara.²¹

Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran, secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya. Dari pendapat di atas, dapat diberikan pengertian secara rasional dari media dakwah yaitu segala sesuatu yang digunakan atau menjadi menunjang dalam berlansungnya pesan dari komunikan (da'i) kepada khalayak, atau dengan kata lain bahwa segala sesuatu yang dapat menjadi penunjang/alat dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide (pesan) dari komunikator (da'i) kepada komunikan (khalayak).²²

Media dakwah merupakan alat/ sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan materi (pesan) dakwah dari da'i kepada mad'u, media ini sifatnya

²⁰ Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 80.

²¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana Divisi dari Prenamedia Group, 2017), 345.

²² Aminuddin, "Media Dakwah," *Jurnal Al Munzir*, 9, no2, (2016): 346, di akses pada tanggal 28 Juni 2021, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/download/786/716>.

adalah membantu dan mempermudah penyampaian materi tersebut, sehingga keberadaan media ini sifatnya adalah sebagai penunjang artinya karena kondisi tertentu dakwah dapat dilaksanakan tanpa menggunakan media sebagai alat bantu.²³

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media non massa.

a. Media Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

b. Media Nonmassa

Media ini digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.²⁴

Media dakwah jika dilihat dari jenisnya ada tiga yaitu:

1. Spoken word, yaitu media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat ditangkap dengan indera telinga seperti radio, telepon, dan sebagainya.
2. Perinted writing, yaitu media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan indera mata.

²³ Mubasyaroh, "Film Sebagai Media Dakwah," *Jurnal At tabsyir*, 2, no 2, (2014): 7 di akses pada tanggal 21 Juni 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/505/493>.

²⁴ Aminuddin, "Media Dakwah", 346.

3. Audio visual, yaitu media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat di dengar sekaligus dapat dilihat seperti di televisi, film, video, dan sebagainya.²⁵

Disamping penggolongan media dakwah diatas, media dakwah dari segi sifatnya dapat juga di bagi menjadi dua golongan yaitu:

a. Media tradisional

Media tradisional yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional di pentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang kulit drama dan lain sebagainya.

b. Media modern

Agama Islam adalah agama yang mempunyai motivasi yang kuat dalam usaha mewujudkan dan membina masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual. Islam tidak memisahkan antara kehidupan beragama dan bernegara, oleh karena itu motivasi agama merupakan alat ampuh dalam menggelorakan semangat masyarakat dalam kehidupannya. Tujuan ini harus ditanamkan dan disosialisasikan melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media elektronik antara lain yang diistilahkan juga dengan media elektronika yaitu media yang di hasijkan dari teknologi, yang termasuk media modern ini antara lain:²⁶

1) Radio

Radio adalah media elektronik yang paling dini dan sudah dipakai sejak lama serta sudah dikenal masyarakat. Radio merupakan salah satu sarana berdakwah yang efektif. Apalagi di segala penjuru bisa menjangkaudakwah dengan adanya radio.²⁷

²⁵ Muhammad Hasan, Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah, 96.

²⁶ Muhammad Hasan, Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah, 96.

²⁷ Abdul Pirol, Komunikasi dan Dakwah Islam, 102.

2) Televisi

Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Tv sebagai media dakwah, sangatlah efektif dengan kelenihannya sebagai audio visual; selain bersuara, juga dapat dilihat. Penggunaan Tv sebagai media, tentu saja bisa dilakukan dengan membuat program-program tayangan bermuatan pesan dakwah; baik berupa drama, ceramah, film-film atau pun kata-kata hikmah; sebagaimana telah banyak ditayangkan di berbagai stasiun TV.²⁸

3) Internet

Dakwah dengan internet merupakan barang baru yang secara langsung berperan dalam menciptakan dunia yang mengglobal media ini, dapat menghubungkan antar individu penduduk dunia tanpa mengenal batas media ini akan sangat baik jika digunakan sebagai sarana dakwah dan sekaligus ciri utama era global.²⁹ Dai di zaman sekarang tidak lagi mapan dengan hanya kebolehan berpidato atau berceramah di atas mimbar, tetapi dai zaman sekarang adalah penggerak kepada penyelesaian masalah secara praktis yang menempatkan pada posisi startegis dengan mengikutsertakan teknologi informasi sebagai mitranya dalam dakwah amar ma'ruf nahi munkar. Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, dai, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi muda agar siap dan

²⁸ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, 103.

²⁹ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, 106.

matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet.³⁰

4) Media cetak

Media dakwah dalam islam sangat banyak dan beraneka ragam bentuknya. Pada media cetak misalnya, penggunaanya dalam berdakwah berupa tulisan-tulisan yang mengarah kepada perbaikan masyarakat. Adapun media cetak yang digunakan dalam berdakwah antara lain: buku-buku, surat kabar, bulletin, tabloid dan majalah.³¹

2. Youtube Sebagai Media Dakwah

Menurut dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahn dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan informan modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.³²

Ada perubahan terminologi mengenai media. Perubahan tersebut meliputi perkembangan teknologi, cakupan, produksi massal, distribusi batch, hingga pengaruh yang berbeda dari media massa. Keberadaan

³⁰ Murniaty Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet," *Jurnal Al Irsyad Al Nafs*, 1, no 1, (2014): 15 diakses pada tanggal 21 Juni 2021, http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Irsyad_Al-Nafs/article/download/2550/2390.

³¹ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, 107.

³² Ibnu Hajar, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Kota Makassar," *Jurnal Al Khitabah*, 5, no 2, (2018): 101, diakses pada tanggal 13 Juli 2021, <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/download/6951/5719>.

media baru seperti internet dapat melampaui model pesan media tradisional sifat interaktif dari internet mengaburkan batas-batas geografis dan meningkatkan kemampuan interaksi dan yang terpenting bisa dilakukan secara real time. Jaringan, interaktivitas, informasi, antarmuka, pengarsipan dan motivasi. Artinya di media audiens baru tidak hanya ditempatkan sebagai objek dan jadilah target email. Perubahan audiens dan teknologi media, serta makna media, telah mengubah kembali peran audiens dan membuatnya lebih interaktif dengan informasi, dalam hal media, era media baru ditandai dengan istilah konvergensi media. Secara struktural, konvergensi media berarti integrasi tiga aspek, Yakni telekomunikasi, komunikasi data dan komunikasi massa dalam satu media.³³

Media dalam berdakwah selalu mengalami penambahan seiring dengan munculnya teknologi yang baru, dari yang klasik pada masa Nabi Muhammad SAW berupa pendekatan personal dan membuat perkumpulan di rumah shahabat dan mengirim surat kepada para raja. Pada era modern media dakwah melalui berbagai macam bentuk seiring dengan berkembangnya teknologi, baik media cetak, radio, audio (kaset), televisi, audio-video, bahkan teknologi internet yang dapat memuat tulisan, audio dan video. Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Penyebaran agama dari waktu ke waktu mengalami pembaruan seiring dengan munculnya teknologi yang baru. Selain itu teknologi internet memungkinkan seseorang untuk melakukan komunikasi dua arah dengan memberikan komentar dan jawaban atas komentar, baik dalam waktu yang bersamaan atau tidak. Bunt menyatakan jutaan orang dari akademisi hingga pembaca bebas,

³³ Ahmad Zaini, Dwy Rahmawati, "Efektifitas Dakwah Melalui Media Sosial di Era Media Baru," *Jurnal At tabsyir*, 8, no 1, (2021), di akses pada tanggal 13 Juli 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/11238/pdf>.

muslim atau non-muslim, sekarang menggunakan internet sebagai sumber utama informasi.³⁴

Media sosial youtube adalah media di internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara online melalui video yang di unggah oleh pengguna lain. Layaknya interaksi di kehidupan nyata, pengguna di media sosial juga memiliki aturan (hukum) dan etika. Dalam konteks ini yang berlaku di media sosial bisa di lihat dari perspektif perangkat teknologi pengguna.

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, Youtube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. Youtube merupakan salah satu perusahaan milik Google. Youtube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, Youtube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat.³⁵

Jefferson Graham yang juga dikutip oleh Wikipedia menyebutkan bahwa kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah

³⁴ Hatta Abdul Malik, "Dakwah Media Internet," *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36, no2, (2016): 230, di akses pada tanggal 21 Juni 2021, <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/download/1749/1387>.

³⁵ Ahmad Maujuhan Syah, "Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA Al Muhtadi Sendang agung," *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam INSUD*, 1, no2, (2020): 27, di akses pada tanggal 31 Mei 2021, <https://ejournal.insud.ac.id/index.php/kpi/article/download/121/107/>.

tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih. Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google.

Laporan youtube tahun 2016 menyebutkan bahwa youtube menjadi situs online video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20Jam durasi video di upload ke youtube setiap menitnya dengan 6 miliar views perhari. youtube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaannya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi YouTube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna, memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. youtube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel mana pun di Dunia.³⁶

Pengguna Youtube dapat memuat, menonton, dan berbagai klip video secara gratis. Umumnya, video-video di Youtube merupakan klip musik, film, TV, dan buatan penggunaannya sendiri. Format video yang digunakan di YouTube adalah flv yang dapat diputar di program flash player. Banyak kalangan beranggapan Youtube merupakan situs web yang sangat informatif. Melalui Youtube anda bisa mendapatkan referensi segala hal. Youtube tidak hanya memuat video musik, film, dan hiburan, tetapi juga sarat pengetahuan, seperti adanya video tutorial, mulai dari belajar memasak, bermain musik, hingga bidang teknologi informasi (instalasi linux, troubleshooting, dan cara penggunaan program-program).³⁷

³⁶ Guntur Cahyono dan Nibros Hassani, "Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran," *Al-Hikmah Jurnal Dakwah*, 13, no. 1 (2019): 27, diakses pada 31 Mei 2021, <http://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/download/1316/691>.

³⁷ Rudi Haryanto, *Cerdas Jelajah Internet*, (Jakarta : Kruya Pustaka Grup Puspa Swara Anggota IKAPI, 2009), 118.

Inilah kiranya bagaimana youtube merupakan media yang paling masif menyebarkan informasi dan konsep baru media dalam rancang komunikasi berbagai kebutuhan dimasyarakat. Dakwah Islam mengambil peran baru dalam konsep penyebaran ilmu pengetahuan keagamaan yang dimanfaatkan oleh para da'i atau juru dakwah.

Penggunaan youtube pada dasarnya memiliki fungsi tersendiri, yaitu:

- a. Memperluas interaksi berdasarkan persamaan penggunaannya.
- b. Memperkaya pengetahuan melalui fitur berbagi, informasi dan komentar.
- c. Membangun citra diri dalam hal yang positif.
- d. Menjadi sarana tukar pikiran dalam aspek ekonomi, politik budaya, dan pendidikan.
- e. Dapat digunakan sebagai media yang memiliki intelegen, membongkar, sebuah kejahatan dan media jurnalisme masyarakat.³⁸

3. Al-Mubarak Qudsiyyah Kudus

Al Mubarak Qudsiyyah Kudus sudah terdengar familiar di masyarakat Kudus dan sekitarnya, bukan hanya di Kudus saja namun juga tenar dan melebar ke berbagai daerah di tengah masyarakat domestik. Masyarakat kudus sudah tidak asing lagi mendengar nama Al Mubarak sebagai satu-satunya nama eksklusif yang keberadaannya sangat mudah di ingat yaitu di sekolah menara atau Madrasah Qudsiyyah Kudus.

Secara epistemologi Al Mubarak adalah salah satu jenis organisasi yang dimiliki Madrasah Qudsiyyah Kudus, organisasi yang didirikan atas inisiatif santri-santri Madrasah Qudsiyyah yang memiliki latar belakang kegiatan ekstra yang berbeda-beda dan bermacam-macam bakat yang variatif, Al Mubarak adalah organisasi yang berhaluan jam'iyah, yang membedakan organisasi dengan jam'iyah yaitu dalam aturannya, jika organisasi

³⁸ Sitti Maesurah, "Perkembangan Youtube Sebagai Sumber Informasi", *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7, no 1 (2020), 117, diakses pada tanggal 31 Mei 2020, <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>.

berlandaskan AD/ART dalam aturannya, jam'iyah memiliki aturan yang lebih dinamis dan fleksibel menyesuaikan ketua dan kepengurusan yang berada di jam'iyah. Al Mubarak sendiri beroroentasikan pada dakwah Islam melalui jalur eskutif berupa seni rebana dan shalawat.³⁹

Nama Al Mubarak muncul pada saat acara internal peringatan Isra' Mi'raj dan Menyongsong Bulan Suci Ramadhan di halaman Mts Qudsiyyah, yang diadakan pada tanggal 26 rajab 1428 H./ 27 November 1997, yaitu K H. M Sya'roni Ahmadi dalam mauidzoh hasanah nya dengan spontan menyebut nama Al Mubarak yang setelah itu diresmikan menjadi Jam'iyah Addufuf Al Mubarak Madrasah Qudsiyyah.

K H. M Sya'roni Ahmadi memberi nama Al Mubarak bertujuan agar semakin bertambahnya hari, bulan, dan tahun, Al Mubarak ini selalu di berikan keberkahan oleh Allah Subhanahu Wata'ala. Selain itu ada dua poin lainnya yang berupa pesan untuk tumbuh pertama yaitu Al Mubarak diciptakan sebagai wadah untuk melayani kebutuhan masyarakat dalam acara khitan, nikah dan sebagainya, sehingga menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Dan yang kedua yaitu untuk bersaing dengan semaraknya orkestra-orkestra yang bersifat malahi.⁴⁰

Al Mubarak sangat terbilang produktif dalam karyanya yaitu menciptakan album setiap tahunnya, sampai sejauh ini ada 12 album yang sudah diproduksi oleh Al Mubarak Qudsiyyah Kudus, yaitu:

1. Kenangan
2. Asnawiyah I
3. Asnawiyah II
4. Ya Robba Makkah
5. Tersenyum
6. Kerinduan
7. Kasih Sayang

³⁹ Hilman Najib, *Dinamika Rebana di Madrasah kita*, (Sukabumi : Farha Pustaka, 2020), 22-24.

⁴⁰ Hilman Najib, *Dinamika Rebana di Madrasah kita*, 67.

8. Satu Hati
9. Rayuanku
10. Generasi Asnawiyah
11. Bingkisan Satu Abad
12. Srengenge Nyoto⁴¹

Al Mubarak Qudsiyyah Kudus terus berkembang mengikuti zaman begitu pula dengan kegiatan dakwah yang dilakukan, Perkembangan teknologi dengan memunculkan media baru yang biasa disebut media sosial, dan dimanfaatkan oleh Al-mubarak Qudsiyyah Kudus untuk berdakwah didalamnya yaitu dengan berdakwah melalui youtube. Dengan berdakwah dengan menyebarkan dan melantunkan sholawat dengan tata cara dan cerita yang terkandung serta hikmah didalamnya. Channel youtube Al-mubarak Qudsiyyah Kudus dibuat pada 8 Oktober 2014 memiliki 68,2 ribu pengikut atau subscribe mempunyai 585 video dan sudah ditonton sebanyak 9.293.764 kali.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berisikan tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti, berikut ini beberapa hasil penelitian terdahulu diantaranya:

1. Karya Ilmiah yang ditulis oleh Tiara Rahmadaniar (NIM : 11140510000077) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tentang “**Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdail.Com Dalam Mensosialisasikan Jilbab**”.⁴² Dalam penelitian tersebut, strategi dakwah juga merupakan perencanaan yang dirumuskan agar tujuan dakwah dapat tercapai efektif dan efisien. Strategi ini terdiri dari tahap perencanaan di muslimdailycom membentuk visi dan misi juga menentukan metode dakwah yang sesuai dengan metode yang terkandung dalam surat An-Nahl ayat 125.

⁴¹ Hilman Najib, *Dinamika Rebana di Madrasah kita*, 78.

⁴² Tiara Rahmadaniar NIM : 11140510000077, *Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdail.Com Dalam Mensosialisasikan Jilbab*, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

Pada tahap implementasi muslimdailycom menerapkan beberapa langkah untuk menarik minat penonton dalam menerima dakwah melalui segmen muslimah bercerita. Terakhir pada tahap evaluasi muslimahdailycom meninjau ulang strategi yang telah diterapkan sebelumnya apakah sudah cukup efisien dan efektif dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan menimbang dari hambatan apa yang terjadi dan juga melihat respon dari para penonton dan narasumber. Penelitian ini bertujuan menjelaskan untuk mengetahui perumusan, implementasi, dan penilaian strategi dakwah akun YouTube Muslimahdailycom dalam mensosialisasikan jilbab. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agar seorang muslimah tidak ragu dalam berpenampilan muslimah seperti berjilbab. Dengan memecahkan sebuah rasa keraguan muslimahdailycom akan dilakukan sosialisasi bahwa jilbab bukanlah sebuah hambatan. Menyampaikan nilai-nilai keislaman atau berdakwah yang salah satunya mengenai jilbab kini dapat dilakukan melalui media sosial yang sedang diminati oleh masyarakat. Media sosial dapat dijadikan salah satu wadah atau sarana untuk berdakwah. Dalam berdakwah inilah kemudian dibutuhkan sebuah strategi agar tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah membahas tentang strategi dakwah dengan menggunakan media sosial youtube. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah akun media sosial dan fokus penelitiannya. Peneliti memfokuskan kegiatan dakwah yang diminati banyak masyarakat, sedangkan dalam karya ilmiah tiara rahmadaniar mengenai keraguan seorang muslimah sehingga dengan cara mensosialisasikan atau berdakwah mengenai nilai-nilai keislaman. Akun media sosial yang digunakan yaitu channel Al Mubarak Qudsiyyah Kudus, sedangkan akun media sosial peneliti tiara rahmadaniar yaitu Muslimahdailycom.

2. Karya Ilmiah yang ditulis oleh Evi Novitasari (NIM : 211016007) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Usuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN

Ponorogo tentang **“DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel YouTube Transformasi Iswahyudi)”**.⁴³ Dalam penelitian tersebut Ruang media (Media space) dalam channel YouTube Transformasi Iswahyudi sudah sesuai prosedur untuk membuat channel yang sesuai dengan tujuan dibuatnya YouTube. Cara mempublikasikan konten sangat mandiri dan lebih terpercaya, karena dibuat dan dipublikasikan langsung oleh Dr. Iswahyudi, M.Ag. serta tampilan channel yang ingin menggali hikmah di setiap video dakwah yang diunggah, membuat nuasa dakwah yang menenangkan.

Dokumen media dalam channel YouTube Transformasi Iswahyudi telah memuat materi-materi dakwah yang berdasarkan sumber yang dapat dipercaya, seperti yang didapat dari kitab Tafsir al-Jalalain, Khifayatul Akhyar, Tsimarul Yani'ah. Objek media dalam channel YouTube Transformasi Iswahyudi telah terjadi interaksi antara para penonton dan pemilik channel. Walaupun, tidak semua komentar itu positif, namun semua itu dapat menjadi masukan yang membangun bagi Dr. Iswahyudi, M.Ag. Pengalaman (Expeiental stories) dalam channel YouTube Transformasi Iswahyudi telah banyak yang merasakan dampak positif dari channel, yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama menyebarkan ajaran Islam dan berdakwah menggunakan media sosial youyube untuk berdakwah. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah strategi cara penyampaian dan fokus penelitiannya. Dalam karyanya Evi Novitasari membahas tentang analisis media siber dalam etnografi virtual pada channel youtube Transformasi Iswahyudi. Sedangkan

⁴³ Evi Novitasari NIM : 211016007, *DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel YouTube Transformasi Iswahyudi)*, (Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2020).

- peneliti membahas dan memfokuskan kepada strategi dakwah channael youtube Al Mubarak Qudsiyyah Kudus.
3. Karya Ilmiah yang ditulis oleh Taqdirul Alim, Yanis Mukhlis, dan Aliyudin Asep Shodiqin dalam Jurnal Tabligh Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung tentang “**Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah**”⁴⁴ dalam penelitian tersebut menjelaskan manfaat serta peluang yang baik bagi para pelaku dakwah. Pelaku dakwah dituntut untuk lebih cermat dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana media dakwah.

Penggunaan Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah Oleh Akun Instagram Pelangiislam. Akun Pelangiislam menggunakan fitur vidgram dengan dengan cara yang terbilang sederhana namun berkualitas. Tanpa ada ketentuan yang terperinci pada awal mulanya, akun Pelangiislam memulai dengan tahapan pemilihan video kajian dakwah keislaman yang mana didalamnya terdapat pemilihan da’i / pelaku dakwah serta materi dakwahnya, setelah melakukan pemilihan tersebut akun Pelangiislam memilih dan memilah bagian terpenting pada video kajian dakwah keislaman tersebut sehingga menjadi sebuah video dengan durasi maksimal 60 detik.

Materi dakwah yang disajikan oleh akun Pelangiislam merupakan sebuah produksi ulang dari materi yang telah melewati proses / tahap editing tanpa menghilangkan sumber awal materi tersebut, dakwah yang efektif dan efisien dihasilkan dari tata cara berdakwah yang baik, sesuai dengan tuntunan Qur’an dan Sunnah.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah penggunaan audio visual/ video dalam media sosial sebagai pengantar atau sarana berdakwah. Sedangkan perbedaannya penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan adalah dalam fokus penelitian dan penggunaan mediana, dimana penulis sebelumnya memfokuskan dalam kriteria, materi,

⁴⁴ Taqdirul Alim Yanis, dkk, “Vidgram Sebagai sarana Media Dakwah”, *Tabligh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5, no 2 (2020), diakses pada tanggal 14 Juli 2020, <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/download/1302/404/>.

dan metode dalam akun instagram Pelangiislam. Sedangkan peneliti membahas dan memfokuskan kepada strategi dakwah channael youtube Al Mubarak Qudsiyyah Kudus.

4. Karya Ilmiah yang ditulis oleh Mutrofin Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Sunan Ampel Surabaya tentang “**Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da’i di Era Digital**”⁴⁵ dalam penelitian tersebut menjelaskan dakwah melalui media sosial. Proses menyampaikan pesan dakwah yang cenderung monoton akan mengakibatkan kurang optimalnya pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da’i. Hal ini tentu sebuah tantangan yang harus dijawab agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik oleh masyarakat umum.

Metode ceramah yang selama ini masih banyak digunakan harus menemukan formulasi yang fresh sesuai dengan tuntutan zaman dan perkembangan teknologi yang sekarang menjadi kebutuhan setiap orang di masyarakat. Media sosial merupakan salah satu alat yang cocok untuk berdakwah di era modernisasi saat ini. Youtube misalnya. Dengan menggunakan youtube segala hal yang berkaitan dengan dengan apapun termasuk materi dakwah dapat dengan mudah diterima di kalangan masyarakat luas. Dakwah melalui media sosial ini setidaknya mampu menjawab tantangan tersebut.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah pemanfaatan media sosial youtube sebagai media untuk berdakwah. Sedangkan perbedaannya penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan adalah dalam fokus penelitiannya, dimana penulis sebelumnya memfokuskan dalam tata cara dan tantangan berdakwah di era digital melalui media youtube. Sedangkan peneliti membahas dan memfokuskan kepada strategi dakwah channael youtube Al Mubarak Qudsiyyah Kudus.

⁴⁵ Mutrofin, “Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da’i di Era Digital”, *Jurnal Komunikasi Islam*, 8, no 2 (2018), diakses pada tanggal 14 Juli 2020, <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/download/160/154/>.

5. Karya Ilmiah yang ditulis oleh Ricka Handayani dan Ambang Daulay Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan tentang **“Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi”**⁴⁶ dalam penelitian tersebut dijelaskan youtube menjadi media komunikasi dalam berdakwah.

Youtube adalah salah satu media yang sejalan dan mendukung dalam penyampaian dakwah yang efektif. Karena visualnya, beragam gaya dan pola, kemudahannya akses, dan durasi yang lama membuat youtube menjadi media yang paling diminati para pembuat konten. inilah yang menjadi kelebihan youtube dibandingkan dengan media sosial lainnya. Youtube juga lebih efisien dalam penghematan biaya, tempat dan waktu. Dengan youtube, ceramah dari para pendakwah dapat dijangkau oleh masyarakat luas dimanapun dan kapanpun, yang menjadi daya tarik pendakwah untuk membuat konten youtube adalah untuk menyebarkan dakwah dan menyampaikan ilmu. Karena sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin serba digital, pendakwah dituntut untuk menguasai teknologi dan media dalam berdakwah. Untuk itu pada masa pandemi seperti sekarang ini, perlu kita belajar lebih banyak lagi dalam penggunaan teknologi informasi. Karena hampir semua aktifitas manusia sudah menggunakan teknologi informasi. Pemanfaatan media internet digunakan ke arah yang lebih baik lagi seperti penyebaran dakwah Islam.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah pemanfaatan media sosial youtube sebagai media untuk berdakwah. Sedangkan perbedaannya penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan adalah dalam fokus penelitiannya, dimana penulis sebelumnya penggunaan youtube sebagai media komunikasi yang berkembang pesat pada era pandemi

⁴⁶ Ricka Handayani, Ambang Daulay, “Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi”, *Hikmah Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 15, no 1 (2020), diakses pada tanggal 14 Juli 2020, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Hik/article/viewFile/3569/pdf>.

karena penggunaannya yang tidak terbatas ruang dan waktu. Sedangkan peneliti membahas dan memfokuskan kepada strategi dakwah channael youtube Al Mubarak Qudsiyyah Kudus.

C. Kerangka Berpikir

Teknologi telah mengubah semua aspek kehidupan, begitu juga dengan dakwah Islam. Penemuan teknologi mesin cetak, media elektronik lalu kemudian internet telah mengubah pola produksi dan konsumsi kegiatan keagamaan dari semua model konvensional melalui metode khotbah dengan audiens yang terbatas menjadi bersifat publik dan mudah diakses secara luas. Media memungkinkan kegiatan keagamaan bisa meluas ke banyak tempat dan mempengaruhi banyak masyarakat.

Kemunculan internet merupakan sebagai media baru dengan sebutan lain media siber tidak hanya menjadi sarana menyampaikan pesan dan bank informasi, tetapi juga menjadi ruang budaya baru di era milenial sekarang ini. Di dalam internet terdapat istilah dengan sebutan media sosial yang merupakan sebuah media daring (dalam jaringan) online maupun Offline dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi melalui Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan lain sebagainya.

Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya menjadi lebih mendominasi. Misalnya, media televisi yang menyampaikan informasi secara audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran Youtube. Perkembangan media sosial Youtube memberikan arah baru bagi terciptanya model dakwah yang lain dengan format berbagai link atau video. Youtube adalah media paling strategis, yang membuat konten video untuk menyebarkan informasi sebagai seni berkomunikasi dengan melihatkan para pengguna dimedia sosial.

Dengan Youtube, dalam konteks dakwah Islam, beberapa konten dakwah tersebut bisa dijadikan sebagai media pembelajaran agama Islam yang selama ini masih terbatas pada pertemuan-pertemuan kegiatan dakwah tertentu. Perkembangan teknologi informasi melalui Youtube ini

tampaknya memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap dakwah Islam pada masyarakat yang mudah sekali diakses dimanapun dan kapanpun. Strategi dakwah Islam yang seperti ini banyak diminati oleh masyarakat zaman now. Dengan adanya smartphone mempermudah lagi akses masyarakat untuk melihat layanan video-video kajian atau kegiatan dakwah Islam.

KERANGKA BERFIKIR

