

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia, sebagai makhluk hidup ciptaan Tuhan, membutuhkan lingkungan alam dan sosial serta budaya untuk kelangsungan hidup dan perkembangannya. Terdapat pergeseran dalam cara manusia berpikir, berinteraksi, berkomunikasi, dan menggunakan teknologi dalam lingkungan ini. Kontak manusia telah menjadi digital karena pertumbuhan pesat teknologi berbasis ICT's (*Internet Communication and Technology*). Sebagai hasil dari digitalisasi, kemunculan media sosial menjadi berguna, utamanya sebagai sarana untuk kontak antar manusia dan penyebaran informasi.¹

Tidak dapat disangkal lagi bahwa media sosial telah merasuk ke dalam dunia modern. Setiap orang memiliki kebutuhan bawaan dan mendasar akan jejaring sosial. Dalam komunitas itu sendiri, hal yang sama pun juga terjadi; media sosial pada dasarnya menggantikan kehidupan nyata dengan simulasi online. Informasi dan komunikasi dengan berbagai macam orang sudah tersedia untuk umum. WhatsApp, Instagram, Facebook, Path, Line, Twitter, dan YouTube adalah platform jejaring sosial yang populer.²

Secara umum media sosial adalah wadah yang digunakan masyarakat dalam berinteraksi dengan orang lain, menjadi tempat umum bersosialisasi yang populer di era milenial sekarang. Dalam penyampaian informasi, posisi dari media lama tergeser oleh kehadiran media sosial dan internet. Media sosial dapat digunakan kapanpun dan dimanapun serta mempunyai sumber tak terbatas membuat posisi media sosial menjadi dominan.

Evolusi saluran komunikasi telah berdampak pada upaya dakwah. Dakwah dulu dilakukan dengan cara konvensional, namun saat ini semuanya dilakukan secara online, yang tentunya mengarah pada penggunaan digital. Evolusi aktivitas dakwah Islam telah terjadi di ranah publik. Kerja dakwah semacam ini dapat diamati dalam konteks komunitas online. Jika seseorang memiliki layanan internet yang dapat diandalkan, maka akan lebih mudah untuk mendapatkan

¹ Febriana Ayu, "Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam di akun @syam_elmarusy", *Jurnal Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 11 No. 2, tahun 2021, 181.

² Siti Nurhalimah dkk, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2019), 17.

akses ke konten-konten spiritual atau yang berhubungan dengan dakwah. Teknologi informasi dan komunikasi yang canggih dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan upaya dakwah. Agar pesan dakwah dapat menjangkau sebanyak mungkin orang secepat mungkin, pesan tersebut harus disampaikan dengan cara yang paling efektif. Untuk memaksimalkan efisiensi dakwah dalam hal waktu, uang, dan prosedur.³ Jika kita ingin serius dengan gagasan dakwah modern, maka kita harus berdakwah melalui sarana teknologi yang terus berkembang.

Ada tiga karakteristik yang mendefinisikan dakwah kontemporer, yakni da'i kontemporer, konten dakwah kontemporer, serta media kontemporer yang digunakan digunakan oleh da'i tersebut sebagai media dakwah. Dakwah masa kini penuh dengan isu-isu yang rumit dan berbagai macam kesulitan. Karena operasi dakwah tidak dapat berdiri sendiri terlepas dari masyarakat, maka pertumbuhannya harus sebanding dengan pertumbuhan masyarakat; oleh karena itu, inisiatif dakwah harus cukup fleksibel untuk beradaptasi dengan keadaan baru yang muncul.³

Selama ini proses dakwah ataupun pengajian dapat dilihat melalui siaran televisi. Perkembangan media sosial *YouTube* memberikan warna baru dalam berdakwah dengan format berbagi video atau *link*. Berbeda dengan dakwah konvensional yang membutuhkan ruang dan waktu tertentu. *YouTube* memungkinkan *mad'u* memperoleh konten pengajian kapanpun dan dimanapun, serta banyak orang dapat menontonnya sesuai kebutuhan masing-masing pribadi. Selain itu, banyak fitur yang ditawarkan oleh *YouTube*, salah satunya adalah fitur *download* yang memudahkan *mad'u* untuk menonton video secara *offline* (tidak langsung).

Hamdan dan Mahmudin menjelaskan dalam jurnalnya bahwa "*YouTube* merupakan media sosial dengan konten berbagi video, di mana semua pengguna dapat mencari informasi melalui *channel* yang ada, bahkan dapat membuat *channel* sendiri".⁴ *YouTube* adalah media paling strategis untuk menyebarkan informasi serta seni berkomunikasi kepada penggunanya melalui konten video yang disajikan.

³ Bustomi, Hasan, "Pengembangan Dakwah Melalui Pengelolaan Wisata dalam Tradisi Buka Luwur Makam Sunan Kudus", Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah, Vol. 01 No. 02, tahun 2016, 146.

⁴ Hamdan & Mahmudin, "Youtube Sebagai Media Dakwah", Palita: Journal of Social Religion Research, Vol. 6 No. 1, tahun 2021, 64.

Peluang dakwah digital ini telah dibaca oleh sebagian Masjid yang ada di wilayah Kabupaten Kudus, seperti Masjid Agung Kudus dan Masjid Al-Aqsha Menara Kudus. Masjid Agung Kudus sendiri memanfaatkan *YouTube* sebagai media dakwah sejak tahun 2020 lalu,⁵ dimana tergolong baru dibandingkan dengan Masjid Al-Aqsha Menara Kudus yang menggunakan *Platform YouTube* sebagai media publikasi dakwah kemasjidan.

Dakwah digital yang dilaksanakan oleh pengelola Yayasan Masjid Menara dan Makam Sunan Kudus (YM3SK) ini dapat dilihat melalui akun resmi *YouTube* menara Kudus, yakni “*Official Menara Kudus*”. *Channel Youtube “Official Menara Kudus”* sendiri sudah dikelola sejak 08 Oktober 2017 lalu dengan pengelolanya, yaitu Yayasan Masjid Menara dan Makam Sunan Kudus (YM3SK). Hingga saat ini akun *YouTube “Official Menara Kudus”* memiliki sebanyak 1,1 ribu video postingan serta memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 95,2 ribu, adapun keseluruhan video telah ditonton sebanyak 10.986.798 kali.⁶

Adapun kegiatan dakwah yang ada di Masjid Al-Aqsha Menara Kudus, yakni penguatan iman dengan mengadakan pengajian Tafsir Al-Qur’an atau *Tafsir Jalalain* setiap ba’da subuh pada hari jumat yang pengisinya ialah KH. Muhammad Sya’roni Ahmadi kemudian digantikan oleh KH. Muhammad Yusrul Hana Sya’roni serta pengajian kitab Hadist Riyadlus Shalihin setiap ba’da maghrib pada senin malam dengan pengisi, yaitu KH. M. Saifuddin Luthfi. Selain dilaksanakan pada hari-hari normal, Masjid Menara Kudus juga mengadakan kegiatan dakwah yang dilakukan pada bulan Ramadhan, yakni menyediakan pengajian umum sebulan atau biasa disebut pengajian *pitulasan* yang penyelenggaraannya dilakukan di malam hari setelah salat tarawih dengan membacakan serangkaian bacaan Al-Quran (*mubaligh*) dalam berbagai urutan. Pengajian seperti ini biasanya dilaksanakan antara malam hari tanggal 3 Ramadan dan 27 Ramadan. Tradisi dan adat istiadat seperti membuka *luwur* juga dilakukan bersamaan dengan acara ini.

Melalui *Channel YouTube “Official Menara Kudus”* kegiatan dakwah kemasjidan pun selalu diunggah secara rutin. Hal tersebut dilihat dari fitur *playlist YouTube* yang mengelompokkan video sesuai dengan judul yang dibuat pengguna. Adanya fitur ini

⁵ Masjid Agung Kudus, diakses pada 28 Mei 2023

<https://youtube.com/@MasjidAgungKudus>

⁶Official Menara Kudus, diakses pada 16 Desember 2022
<https://www.youtube.com/@menarakudusofficial>

memudahkan subscriber ataupun penonton baru menemukan video yang diinginkan. Kurang lebih terdapat 7 *playlist* yang ada di *Channel YouTube “Official Menara Kudus”*. *Playlist* tersebut berisi kumpulan video unggahan mulai dari pengajian *tafsir jalalain*, pengajian *pitulasan*, pengajian hadist Riyadlus Shalihin hingga tradisi buka luwur Sunan Kudus dari tahun 1441 H sampai tahun 1444 H.

Dengan memanfaatkan *YouTube* sebagai media dakwah, kegiatan dakwah Masjid Al-Aqsha Menara Kudus berjalan dengan optimal karena mudahnya akses internet. Sehingga *Channel YouTube* serta video unggahannya dengan cepat dikenal oleh masyarakat luas, tak hanya warga Kudus saja. Selain fitur *playlist*, fitur komunitas *YouTube* juga memungkinkan terhubung dengan *audiens* selain melalui unggahan video. Postingan komunitas ini ditampilkan di tab komunitas dan dapat muncul di beranda *subscriber*.

Pemanfaatan media sosial *YouTube* sebagai media baru dalam berdakwah, pengelola Yayasan Masjid Menara dan Makam Sunan Kudus (YM3SK) menciptakan fenomena menarik melalui komunitas dakwah digital. Terlebih komunitas tersebut membawa misi dakwah kemasjidan yang cenderung dilakukan dengan cara konvensional, dan oleh orang-orang yang lebih tua. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, komunitas virtual seperti ini akan segera dapat diukur di antara populasi umum dan akan dapat menunjukkan eksistensi mereka, terutama di antara generasi milenial.

Dari uraian latar belakang masalah yang penulis terangkan di atas, penulis mengangkat judul penelitian, yakni tentang *Platform YouTube* sebagai media publikasi dakwah Islam dengan judul **“Representasi *“Official Menara Kudus” Channel YouTube Masjid Menara Kudus sebagai Media Publikasi Dakwah Kemasjidan*”**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dilaksanakan supaya penelitian ini dapat memberikan pembahasan yang berfokus terkait:

1. Kegiatan dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus
2. Representasi *“Official Menara Kudus” Channel YouTube Masjid Menara Kudus* sebagai media publikasi dakwah kemasjidan

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan bagian sebelumnya, lahirilah suatu perumusan masalah dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Berikut merupakan rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis ialah:

1. Bagaimana kegiatan dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus ?
2. Bagaimana representasi “*Official Menara Kudus*” *Channel YouTube* Masjid Menara Kudus sebagai media publikasi dakwah kemasjidan ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan peninjauan dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini ialah, yaitu:

1. Untuk mengetahui kegiatan dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus
2. Untuk mengetahui representasi “*Official Menara Kudus*” *Channel YouTube* Masjid Menara Kudus sebagai media publikasi dakwah kemasjidan.

E. Manfaat Penelitian

Harapan dari penelitian ini, yaitu hasilnya mampu digunakan sebagai saran yang memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang mempunyai kepentingan. Lebih lanjut, manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini, yakni:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan *insight* serta wawasan untuk peneliti lainnya dalam bidang representasi *Channel YouTube* sebagai media publikasi dakwah kemasjidan
 - b. Dapat dijadikan bahan acuan lainnya untuk penelitian selanjutnya agar dapat membuat kualitas yang lebih baik dari penelitian tersebut.
2. Manfaat Praktis
 - a. Harapan dari penelitian ini, yaitu masyarakat umum mampu untuk paham mengenai inti dari representasi “*Official Menara Kudus*” *Channel YouTube* Masjid Menara Kudus sebagai media publikasi dakwah kemasjidan. Serta bisa memberikan partisipasi yang baik dalam kehidupan masyarakat
 - b. Harapan lainnya dari penelitian ini, yakni hasilnya bisa berguna sebagai bahan bacaan, informasi serta referensi untuk akademisi, tokoh agama, ataupun masyarakat umum yang memiliki ketertarikan terhadap representasi “*Official Menara Kudus*” *Channel YouTube* Masjid Menara Kudus sebagai media publikasi dakwah kemasjidan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu kaidah penulisan pada penelitian. Sebagai gambaran terkait pembahasan penelitian, sistematika penulisan ini berisi bagian awal, isi, dan akhir. Lebih lanjut, sistematikanya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal mencakup berbagai halaman, seperti *cover*, judul, nota persetujuan pembimbing, pengesahan skripsi, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, abstrak, serta daftar gambar dan tabel apabila terdapat sebuah gambar dan tabel.

2. Bagian Isi

Bagian isi mengandung garis besar yang mencakup lima bab, yaitu dipaparkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Peneliti membentuk latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan dalam bab ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Isi dari bab ini, yaitu kajian teori terkait penelitian, seperti teori representasi media, teori dakwah, media, YouTube, serta teori analisis isi (*Content Analysis*). Kajian pustaka juga mencakup penelitian terdahulu serta kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mengandung jenis serta pendekatan yang peneliti gunakan pada penelitiannya. Selain itu terdapat juga tempat penelitian, subyek penelitian, sumber data yang dijadikan rujukan oleh peneliti, apa saja teknik pengumpulan datanya, bagaimana pengujian keabsahan datanya, serta bagaimana teknik analisis datanya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan berisi penggambaran umum tentang objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan hasil dari pengamatan data yang telah didapatkan. Teori analisis isi (*content analysis*) menjadi sajian dalam hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup, terdapat kesimpulan serta saran untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagian Akhir

Pada bagian terakhir, skripsi memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup penulis.

