

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap umat muslim diwajibkan untuk berdakwah, jadi tidak benar stigma masyarakat bahwa yang berhak dakwah hanya kalangan para da'i saja. Agama Islam disebut sebagai agama dakwah, yaitu menyeru kepada kebaikan dan melarang pada kemungkaran untuk mencapai kesejahteraan hidup yang diridhoi oleh Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam Q.S Ali Imron ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “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.” (Q.S. Ali Imron: 104).¹

Penyebaran praktik dakwah kini dapat dilakukan melalui berbagai media. karena ada enam macam bidang dan media dakwah. Yaitu: khitabah (tulisan) dan qalam (pena), malmalah (drama), masrah (pertunjukan), sayah dan madrasah (surau), seni bahasa, dan seni suara, selain lingkungan kerja dan bisnis. Namun, media dakwah telah beradaptasi dengan kemajuan teknologi dari waktu ke waktu. Telepon genggam dan komputer dengan jaringan internet merupakan dua teknologi informasi yang sedang berkembang pesat di bidang komunikasi. Namun, untuk saat ini smartphone dan handphone mendominasi penggunaan. Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan manusia. Berbagai media dimanfaatkan sebagai alat komunikasi, bahkan jaringan internet memungkinkan akses yang fleksibel ke media sosial.

Pengguna media sosial menghasilkan konten karenanya pada umumnya pengguna media sosial antara lain dapat berkirim pesan. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dapat berupa tulisan, audio, visual, atau bahkan audiovisual. Dakwah merupakan

¹ Al-Quran, Ali Imran ayat 104, Alquran dan Terjemahnya.

salah satu dari sekian banyak kegiatan yang digalakkan oleh media sosial saat ini. Media sosial menjadi wadah baru dakwah dengan cara yang lebih mutakhir dan mutakhir untuk menarik minat para penikmat konten media sosial dan menyampaikan pesan secara efektif. Aplikasi YouTube merupakan salah satu platform dan aplikasi yang memberikan warna dalam penyampaian dakwah kekinian.

YouTube adalah situs web berbagi video populer tempat pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada Februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video yang ada di YouTube adalah video klip film, TV, dan video yang dibuat oleh penggunanya sendiri. Salah satu layanan dari Google ini, memfasilitasi penggunanya untuk mengunggah video dan dapat diakses oleh pengguna lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dibilang YouTube adalah database video paling populer di internet, atau bahkan mungkin paling lengkap dan beragam. Pada awalnya YouTube tidak dikembangkan oleh Google, namun Google mengakuisisinya dan kemudian menggabungkannya dengan layanan Google lainnya.²

Dengan pangsa pasar 43%, YouTube saat ini menjadi situs penyedia video online paling dominan di Amerika Serikat bahkan dunia. YouTube menerima 6 miliar penayangan per hari dan menyelenggarakan 20 jam konten setiap menit, menurut perkiraan. YouTube sekarang melayani berbagai kebutuhan pengguna, dan fitur yang dimungkinkan oleh kemajuan teknologi situs saat ini sangat membantu dalam memenuhi berbagai kebutuhan ini. Ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna, yang hampir sepertiga dari semua pengguna internet. Setiap hari, ratusan juta jam video ditonton di YouTube, menghasilkan miliaran penayangan. YouTube telah menjangkau lebih banyak orang berusia antara 18 dan 49 tahun dibandingkan jaringan kabel lainnya.³

Channel Humas IAIN Kudus adalah salah satu yang memanfaatkan media youtube untuk kegiatan dakwah. dengan 2.450 subscriber dan total 241 video dan 29 episode konten Kuliah Rmadhan (KURMA). Konten Kuliah Ramadhan (KURMA) adalah konten dakwah pada bulan Ramadhan yang dikemas secara modern

² Fatty Faiqah,dkk., "YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM", Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5 No.2 Juli - Desember 2016, hal. 259.

³ Fatty Faiqah,dkk., hal. 260.

dan menarik untuk generasi milenial agar lebih tertarik pada konten dakwah. Penyampaian dakwah yang ringan dengan durasi pendek menjadi lebih mudah diterima para audience. Walaupun viewersnya belum seberapa, tetapi dengan semangat juang yang tinggi untuk berdakwah, channel youtube Humas IAIN Kudus tetap konsisten membuat konten-konten yang bermanfaat untuk generasi muda.⁴ Melihat konten KURMA yang ada pada channel youtube Humas IAIN Kudus, peneliti ingin menganalisis, dan ingin lebih mendalami tentang konten KURMA. Dimulai dari mengetahui pesan dakwah konten KURMA, latar belakang para viewers Dan mengetahui kelebihan dan kekurangan dari konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus, sehingga nanti kedepannya bisa membuat channel youtube Humas IAIN Kudus lebih berkembang menjadi baik. Dengan latar belakang tersebut, peneliti melaksanakan penelitian yang berjudul **“ANALISIS CHANNEL YOUTUBE HUMAS IAIN KUDUS SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM DI BULAN RAMADHAN”**.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada Analisis Channel Youtube Humas IAIN Kudus, berfokus menganalisa pesan dakwah yang terdapat dalam konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus, menganalisa berbagai latar belakang viewers, mulai dari gender, usia, pendidikan dan menganalisa factor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam produksi konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka Rumusan Masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apa pesan dakwah pada konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus?
2. Apa latar belakang viewers konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam produksi konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus?

⁴ Wawancara dengan tim channel Youtube Humas IAIN Kudus, tanggal 13 Maret 2023 di Kampus Institut Agama Islam Negeri Kudus.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian “Analisis Channel Youtube Humas IAIN Kudus Sebagai Media Dakwah Islam Di Bulan Ramadhan” sebagai berikut:

1. Mengetahui Pesan Dakwah pada Konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus.
2. Mengetahui latar belakang dari viewers konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus .
3. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam produksi konten KURMA Youtube Humas IAIN Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain sebagai berikut:

1. Dapat memberi sumbangan teoretis bagi pengembang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam khususnya dalam proses berdakwah dengan menggunakan media online salah satunya adalah youtube.¹¹
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian-penelitian lanjutan mengenai berdakwah di media sosial.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan menjelaskan rangkaian semua bab dalam penyusunan skripsi untuk memudahkan proses penelitian. Tesis ini ditulis dalam lima bab, setiap bab berisi sub-bab. Agar lebih sistematis dan terstruktur secara logis. Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Berisi halaman judul, surat pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, dan daftar tabel penelitian terdahulu.

2. Bagian inti

Pada bagian inti terdiri dari lima bab, yaitu.

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

- Bab II : Kerangka Teori
Pada bab ini menjelaskan kajian teori-teori yang terkait judul, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.
- Bab III : Metode Penelitian
Pada bab ketiga, berisi tentang metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.
- Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan
Pada bab keempat, diuraikan mengenai hasil penelitian dan analisa data meliputi nilai dakwah dan pesan dakwah serta kelebihan dan kekurangan konten pada channel Youtube Humas IAIN KUDUS.
- Bab V : Penutup
Bab kelima ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan di dalam rumusan masalah yang telah diuraikan dalam pembahasan yang juga terdapat saran dan kata penutup.
- 3. Bagian Akhir**
Dalam bagian akhir ini berisi tentang Daftar Pustaka, dan Lampiran-lampiran.