

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya, dakwah menjadi bagian dari kehidupan manusia yang tidak bisa ditinggalkan. Aktivitas dakwah justru menjadi hal wajib untuk dilakukan secara kontinu. Lebih lagi dengan adanya perkembangan zaman. Dakwah memiliki berbagai tantangan yang harus dihadapi dengan strategi dan sikap yang tepat. Dakwah pada hakikatnya merupakan usaha mengajak manusia untuk mencapai segala hal yang lebih baik. Tidak hanya itu, dakwah juga dapat diartikan menunjukkan manusia menuju jalan yang benar berupa *amar maruf nahi munkar* (mengajak kepada kebaikan dan mencegah keburukan).¹

Ali Aziz menyampaikan, dakwah merupakan ajakan, seruan, panggilan yang bersifat persuasif kepada kebaikan tanpa adanya paksaan. Secara luasnya, dakwah adalah proses peningkatan iman dalam diri manusia menurut syariat Islam yang benar.² M Arifin menyampaikan, dakwah merupakan kegiatan mengajak baik itu melalui lisan, tulisan, tingkah laku yang dilakukan sebagaimana demikian sudah terencana untuk mempengaruhi orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok, agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.³ Dalam hal ini dakwah diartikan sebagai kegiatan mengajak sesama ke jalan yang benar menurut syariat Islam.

Sementara, kegiatan dakwah juga termuat dalam firman Allah Surah An Nahl ayat 125 :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

¹ Fahrur Razi, "Nu Dan Kontinuitas Dakwah Kultural," *Jurnal Komunikasi Islam* 1, no. 2 (February 23, 2011): 161-162 accessed January 27, 2022, <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/86>.

² Moh Ali. Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2004) , 345.

³ M. Arifin, *Psikologi Dakwah, Suatu Pengantar Studi*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 6

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An Nahl 20 : 125)⁴

Seruan dakwah memang kini banyak digencarkan dari berbagai kalangan, baik itu dari *muballigh* maupun individu. Sayangnya seiring perkembangan zaman, tantangan dakwah justru lebih meningkat. Tidak hanya dari *mad'u* saja akan tetapi problematika dakwah juga dari *da'i* itu sendiri. Tidak hanya itu kondisi masyarakat yang jauh berbeda dengan zaman dahulu membuat dakwah harus dikemas sesuai zamannya. Para aktivis dakwah pula harus menghadapi perilaku di masyarakat yang banyak bertentangan dengan ajaran Islam. Pesan dan pola dakwah akan selalu berusaha disesuaikan dengan konteks khalayak. Khalayak atau *mad'u* selalu berubah mengikuti perkembangan media komunikasi yang ada.⁵ Lebih lagi ditambah beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab yang berdalih untuk berdakwah, mereka mudah memutuskan hukum tanpa perhitungan, tanpa mengkaji terlebih dahulu kondisi sosial masyarakat. Tidak sedikit pula, pendakwah yang terkesan kurang damai, dengan mengatakan ‘haram, sesat, musyik’ kepada orang yang berseberangan jalan dengannya.

Agar pesan-pesan dakwah para *da'i* sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (*washilah*) yang dapat digunakan, baik media visual maupun audio visual. Perkembangan arus informasi dan teknologi secara pesat media yang sangat begitu aktif, diawali dengan penyebaran informasi melalui media cetak, hingga telepon genggam dan merambah pada luasnya alat elektronik yang memiliki jaringan internet. Dengan memberikan kemudahan informasi, penyampaian kajian Islam berupa

⁴ Alqur'an, An-Nahl ayat 125, *Al-Qur'an Terjemah Dan Tajwid* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007) : 281.

⁵ Asna Istya Marwantika, “Potret Dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media Di Indonesia,” *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan* 14, no. 01 (2019): 1–14.

ceramah, tausiyah, atau berupa kegiatan lainnya dapat tersampaikan dengan baik.⁶

Kini banyak media yang dimungkinkan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada umat manusia. Ada media elektronik mencakup radio, televisi, facebook, dan twitter. Semua bisa menjadi media untuk menyampaikan pesan dakwah atau pesan bernilai edukasi lainnya. Sementara itu, Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima golongan besar, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.⁷ Semua media yang tersedia di era teknologi komunikasi informasi dewasa ini akan menjadi sarana menyampaikan pesan bernilai edukasi bagi pembangunan dan spiritualitas masyarakat. Dakwah kini, ternyata memang tidak terbatas ruang dan waktu karena medianya tersedia dan seolah menunggu pesan kebaikan bagi kesejahteraan umat manusia.⁸

Teknologi informasi serta media massa berkembang begitu pesat yang efeknya berpengaruh pada pola pikir masyarakat dunia. Oleh sebab itu, untuk mengikuti perubahan zaman yang sedemikian rupa, maka pola atau strategi dakwah juga tidak ketinggalan untuk menyesuaikan. Salah satu yang perlu untuk ditransformasi yakni penggunaan media dakwah. Media massa salah satunya adalah media internet sehingga tujuan dakwah yang telah dirancang dapat berhasil. Terlebih lagi di era globalisasi ini penyampaian pesan dan informasi melalui internet sudah menjadi sebuah kebutuhan yang mendesak dan tidak ditawar-tawar lagi. Dengan demikian, maka penyampaian pesan-pesan dakwah melalui internet harus mendapat perhatian yang serius dari para *da'i* terlebih lagi bagi masyarakat modern saat ini.

Berbagai bentuk media muncul dan berkembang dengan istilah *new media* hal ini sangat berpengaruh pada pengguna media tersebut, terutama seperti media Youtube yang menjadi salah satu media sosial yang digunakan sebagai alat berbagi video dengan berbagai konten di dalamnya. Youtube saat ini semakin menjadi fenomena tersendiri bagi kalangan muda khususnya apalagi dengan hak akses yang didapatkan secara gratis. Youtube sebagai salah satu media sosial adalah sebuah situs web video *sharing* yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Youtube

⁶ Hasan Bastomi, "Implementasi Dakwah Moderat Melalui Media Virtual Youtube Channel El Yeka," *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 7, no. 2 (2020), <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/8664>.

⁷ Ya'qub, Hamzah, *Publisistik Islam; Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung: C.V. Diponegoro, 1981), Cet. Ke-2

⁸ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet*, 1st ed. (Jakarta: Media Komputindo, 2015). 3.

didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di Youtube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.⁹

Situs ataupun aplikasi Youtube sudah menjadi database terbesar semua konten video yang ada di seluruh dunia. Dalam Youtube tersebut terdapat beragam konten yang bermanfaat maupun yang tidak bagi semua kalangan, seperti konten dakwah, pendidikan, musik, ekonomi, tutorial dan berbagai video lainnya baik itu dari kegiatan pribadi maupun dari sumber lainnya. Dan semua orang dapat menjadi bagian untuk mengunggah maupun mengunggah konten video tersebut, seperti halnya pemanfaat dalam bidang dakwah agama.

Dakwah melalui media sosial juga diterapkan oleh media Suara Nahdliyin, sebagai media komunitas dakwah Islam khususnya kalangan warga NU atau biasa disebut Nahdliyin. Konten dakwah oleh Suara Nahdliyin disebarluaskan melalui beberapa unggahannya di media sosial Instagram, Facebook, Website hingga Youtube. Adanya Suara Nahdliyin berawal dari kerisauan salah satu tim di Suara Nahdliyin tersebut mengenai belum optimalnya penggunaan gadget di Kabupaten Kudus hingga akhirnya mereka menggagas sebuah ide pembentukan Suara Nahdliyin dan Bulletin Nahdliyin.

Suara Nahdliyin sendiri adalah sebuah situs berita yang hendak mengambil peran dalam penyebaran konten-konten yang informatif, inspiratif, ramah dan *rahmatan lil al'amin*, sekaligus melengkapi kehadiran buletin Suara Nahdliyin, situs berita ini diinisiasi oleh para jurnalis muda Nahdlatul Ulama di Kabupaten Kudus dalam wadah Ikatan Jurnalis Nahdlatul Ulama (IJNU).¹⁰ Suara Nahdliyin juga memiliki *Channel* Youtube miliknya yang bernama Suara Nahdliyin *Channel*. Penyampaian nilai-nilai Islam dalam *Channel* Suara Nahdliyin disampaikan secara ringan dan diselingi dengan aktivitas tradisi keagamaan. Adanya *Channel* Youtube Suara Nahdliyin sebagai salah satu alternatif untuk berdakwah agar bisa menjangkau masyarakat lebih luas lagi. Lebih lagi di masa pandemi, permasalahan tentang kegiatan keislaman di masa pandemi seperti tidak bisa shalat berjamaah, tidak bisa mengadakan majelis, sekolah pesantren ditutup, maka penanaman nilai-nilai Islam disampaikan melalui dunia maya.

⁹ Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, and Fairus Fairus, "Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh," *Communication* 11, no. 1 (April 14, 2020): 81–93, accessed January 26, 2022, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/1009>.

¹⁰ Farid Muhammad, "Suara Nahdliyin Tentang Redaksi", diakses pada 30 Januari 2022 <http://suaranahdliyin.com/tentang-redaksi>

Dalam *Channel* Youtube Suara Nahdliyin terdiri dari konten ceramah para kiai, ada reportase kegiatan wara NU hingga obrolan dengan beberapa figur yang menginspirasi. Fokus konten di *Channel* Youtube nya merupakan penyampaian dakwah nilai-nilai keislaman. Strategi dakwah yang dilakukan Suara Nahdliyin ini merupakan salah satu cara berdakwah yang ramah atau dakwah moderat. Alangkah baiknya apabila dakwah Islamiyah memuat substansi-substansi positif seperti kehebatan dan kesempurnaan ajaran Islam (*kaffah*), perbedaan dan kesamaan adalah *sunnatullah*, kedamaian dalam tatanan sosial-budaya-politik, pentingnya saling tolong menolong, perbaikan kualitas umat Islam dan bagaimana mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam *Channel* Youtube Suara Nahdliyin juga memuat ajaran nilai keislaman, silaturrahim shalawat, keberagaman masyarakat, tradisi keagamaan, ketekunan dan nilai-nilai keislaman lainnya.

Hakikatnya, pemanfaatan media *Channel* Youtube yang dilakukan oleh IJNU dalam *Channel* Suara Nahdliyin, yakni dakwah dengan ramah melalui media Youtube tidak menutup kemungkinan jika diterapkan di masa sekarang. Dakwah semacam ini pun menjadikan kedatangan Islam menjadi akrab, tidak asing, dan nyaman dirasakan oleh masyarakatnya khususnya generasi sekarang. Suasana inilah yang perlu dibangun untuk menampilkan Islam menjadi terasa ramah dan menyatu dengan umat dan lingkungannya. Terdapat cara atau strategi untuk melaksanakan kegiatan dakwah melalui penyebaran informasi. Melihat potensi tersebut peneliti ingin mengetahui strategi seperti apa yang diterapkan dalam aktivitas dakwah. Oleh adanya permasalahan yang sudah penulis jelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian.

Penelitian ini mengkaji penggunaan media dan konten dakwah Suara Nahdliyin dalam menanamkan nilai-nilai Islam melalui Youtube Suara Nahdliyin *Channel*. Hal ini untuk mengetahui penggunaan media di Suara Nahdliyin dikarenakan kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Selain itu, untuk mengetahui implikasi dan prosentase pemahaman masyarakat pengguna media dalam menangkap konten dakwah Suara Nadliyin. Dakwah ala Suara Nahdliyin ini pun menarik untuk dikaji di zaman sekarang menyesuaikan perkembangan zaman dan menjadi solusi dari problematika dakwah masa kini. Oleh sebab itu, pemanfaatan chanel Youtube Suara Nahdliyin menjadi penting untuk dikaji dan dijadikan referensi bagi masyarakat, pendakwah hingga lembaga pemerintahan. Maka dari itu, penelitian ini **berjudul Pemanfaatan *Channel* Youtube Suara Nahdliyin oleh Ikatan Jurnalis Nahdlatul Kudus Kudus sebagai Media Dakwah Islam.**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan membahas mengenai strategi media dakwah yang dilakukan oleh Suara Nahdliyin. Adapun fokus penelitian ini nantinya akan mengkaji media dakwah dan analisis isi di *Channel* Suara Nahdliyin dalam menyampaikan dakwahnya. Adapun *Channel* Youtube Suara Nahdliyin dalam penyampaian dakwahnya cenderung luwes dan diselingi dengan kegiatan-kegiatan keagamaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian diatas, maka berikut rumusan masalah yang menjadi bahan acuan peneliti:

1. Bagaimana IJNU Kudus memanfaatkan *Channel* Youtube Suara Nahdliyin sebagai media dakwah Islam?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang ditemui IJNU Kudus dalam pemanfaatan *Channel* Youtube Suara Nahdliyin sebagai media dakwah Islam ?

D. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian diatas, maka berikut rumusan masalah yang menjadi bahan acuan peneliti:

1. Mengetahui bagaimana IJNU Kudus dalam memanfaatkan *Channel* Youtube Suara Nahdliyin sebagai media dakwah Islam.
2. Mengetahui pendukung dan penghambat yang ditemui IJNU Kudus dalam pemanfaatan *Channel* Youtube Suara Nahdliyin sebagai media dakwah Islam.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dan dapat diperoleh dalam penelitian ini antara lain:

1. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk keperluan dalam memberikan sumbangan teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam khususnya proses berdakwah dengan menggunakan media online seperti Youtube.

2. Manfaat secara praktis

Dalam aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk membantu pihak Suara Nahdliyin dalam menyebarkan materi dakwah melalui media sosial Youtube dan dapat berguna sebagai bahan bacaan dan informasi bagi warga NU Kudus maupun ormas Islam lainnya yang tertarik mengenai

dakwah melalui media sosial *Youtube* yaitu *Channel* Suara Nahdliyin.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami penelitian ini, penulis menguraikan sistematika penulisan menjadi beberapa bab. Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

Bab ke dua adalah kajian pustaka. Bab ini menguraikan tentang kajian teori yang berhubungan dengan variabel dalam judul penelitian. Selain itu, bab ini juga menunjukkan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema dengan penelitian ini. Bab ini juga menyajikan kerangka berpikir dan pertanyaan penelitian.

Bab berikutnya adalah bab ketiga yaitu metode penelitian. Bab ini merinci jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek dan sumber datanya. Metode penelitian juga mencakup teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, serta teknik analisis data.

Bab selanjutnya adalah bab keempat yang melaporkan hasil penelitian dan pembahasannya. Bab ini memberikan gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisisnya. Bab terakhir adalah bab kelima yaitu penutup. Bab ini berisi simpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Selain simpulan, bab ini juga merekomendasikan saran pada pihak-pihak yang sudah disebutkan dalam bagian manfaat penelitian