

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan *Channel* Menara Kudus

1. Tinjauan Historis

a. Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus

Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus yang sering disingkat YM3SK berdiri pada tanggal 1980-an, didirikan oleh pengurus masjid yang berada di makam Sunan Kudus, yang terletak di Desa Kauman Menara dan masih dalam administrasi Kecamatan Kota Kudus. YM3SK merupakan wadah organisasi yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan berbagai aktifitas keagamaan maupun sosial baik kepada peziarah maupun kepada masyarakat sekitar.¹

Yayasan ini berdiri tujuannya untuk merawat, melestarikan dan meneruskan perjuangan Sunan Kudus yang menyebarkan agama Islam di Kudus dan mendirikan kota Kudus ini. Peninggalan-peninggalan Sunan Kudus itukan sangat banyak yang bisa dilihat dan yang tidak bisa dilihat. Yang bisa dilihat itu seperti benda-benda peninggalan Sunan Kudus, bangunan-bangunan seperti Masjid, Menara dan Makam. Sementara yang tidak bisa dilihat itu seperti ajaran-ajaran Sunan Kudus. Keseluruhan itu perlu dirawat dan dilestarikan dan perlu diteruskan perjuangan-perjuangan beliau di Kudus dalam penyebaran agama Islam.

Pelestarian peninggalan Sunan Kudus yaitu dengan merawat peninggalan Sunan Kudus, jika terdapat bangunan yang rusak diperbaiki, peninggalan benda-benda juga dirawat seperti peninggalan pusaka setiap tahunnya dilakukan pembersihan agar terjaga keawetannya. Mengamalkan ajaran Sunan Kudus yang berbasis pendekatan kepada masyarakat dan berdasarkan ke-Tauhidan dengan cara melakukan pengajian yang diadakan disetiap Senin malam Selasa dan Jum'at pagi. Tradisi ini

¹ Hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, selaku pengurus YM3SK, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 10.00-selesai.

yang dilakukan setiap tahunnya terus dilakukan untuk menghormati jasa Sunan Kudus yang telah menyebarkan agama Islam di daerah Kudus.

Pihak Yayasan juga memberikan keamanan dan kenyamanan kepada peziarah supaya peziarah merasa nyaman ketika berada di kompleks makam. Karena potensi obyek daya tarik wisata religi makam Sunan Kudus yang cukup besar, dapat dilihat dari keagungan, keindahan dan kegunaannya serta dilihat dari aspek konstruksi, filosofis, dan budayanya, maka bukanlah hal yang aneh kalau makam Sunan Kudus sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan atau peziarah, karena nilai-nilai historisnya yang menarik untuk dikaji dan dipahami.

b. Channel Menara Kudus

Channel Menara Kudus merupakan pengembangan dari divisi dokumentasi di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus berdiri pada tahun 2017-an, yang merupakan akun media sosial *YouTube* bertujuan untuk menyebar luaskan dakwah maupun segala kegiatan aktifitas keagamaan di lingkungan Menara Kudus, juga mempromosikan situs purbakala peninggalan Sunan Kudus ke kancah Nasional maupun Internasional.²

Tugas *Channel* Menara Kudus adalah mem-*publis* semua kegiatan acara keagamaan di Menara Kudus melalui media sosial *YouTube* secara *online* atau *live streaming* maupun *offline*, dan juga mem-*publis* ke akun *Intagram* dan *Facebook*. Semua itu dilakukan agar mempermudah masyarakat dari luar Kudus agar tetap bisa mendengarkan kajian agama, melihat kegiatan atau menikmati keindahan di sekitar lingkungan Menara Kudus. Karena tidak dipungkiri Kudus salah satu Kota yang menjadi patokan kultur kebudayaan sosial dan agama yang masih melestarikan peninggalan-peninggalan dari Sunan Kudus itu sendiri.

2. Letak Geografis Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan Channel Menara Kudus

Berdasarkan letak geografis Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan *Channel* Menara Kudus menjadi satu

² Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

tempat wilayah yang berada di Desa Kauman Menara Kudus, Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus. Adapun batas wilayah desa Kauman Menara Kudus sebagai berikut:³

- a. Sebelah utara : Desa Kajeksan
- b. Sebelah timur : Desa Langgar Dalem
- c. Sebelah selatan : Desa Janggalan
- d. Sebelah barat : Desa Damaran

Akses menuju lokasi tersebut sangat strategis, dilihat letak kantor YM3SK dan *basecamp* rumah joglo *Channel* Menara Kudus masih satu lingkungan area Masjid Menara Makam Sunan Kudus. Secara umum jarak dari Alun-Alun Kudus sampai di lingkungan area Masjid Menara Makam Sunan Kudus sekitar 1,5 km. Akses tersebut mulai dari Alun-Alun Kudus menuju ke arah barat, berjalan melewati Jl. Sunan Kudus.

3. Visi dan Misi Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan *Channel* Menara Kudus

Adapun visi dan misi Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (YM3SK) adalah menjaga, merawat dan melestarikan benda dan bangunan peninggalan Sunan Kudus maupun ajaran Sunan Kudus.⁴ Sedangkan visi dan misi *Channel* Menara Kudus menginduk dari Yayasan yaitu menyiarkan, mensosialisasikan dan juga mempromosikan objek Islam yang ada di Menara Kudus sebagai bentuk warisan budaya dari Sunan Kudus.⁵

4. Struktur Organisasi Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan *Channel* Menara Kudus

Struktur organisasi Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan *Channel* Menara Kudus pada khususnya dan organisasi-organisasi lain pada umumnya adalah bagian fungsi kerja wewenang serta tanggung jawab, agar tujuan yang telah ditentukan dapat dicapai dengan baik.

³ Hasil observasi peneliti pada hari Kamis, 30 Januari 2020 pukul 10.00-selesai.

⁴ Hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, selaku pengurus YM3SK, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 10.00-selesai.

⁵ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

a. Struktur Organisasi Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus

Setiap organisasi atau lembaga memiliki struktur organisasai. Secara garis besar struktur organisasi di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus sama dengan organisasai lembaga Yayasan lainnya. Dimana terdapat pembina, ketua, sekretaris, bendahara dan pengawas. Adapun susunan pengurus Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus sebagai berikut ini:⁶

- | | |
|--------------------|----------------------------|
| 1) Pembina | : 1) K. H. Sya'roni Ahmadi |
| | 2) K. H. M. Ulil Albab |
| | 3) K. H. Hasan Fauzi |
| 2) Ketua Umum | : H. Em. Nadjib Hassan |
| Ketua I | : H. Tauchid Abdul Ghofur |
| Ketua II | : H. Farchan Mu'thi |
| 3) Sekretaris Umum | : H. Mc. Fatchan |
| Sekretaris I | : Nailal Muna |
| Sekretaris II | : H. Zaenal Abidin |
| 4) Bendahara Umum | : H. Arifin Fanani |
| Bendahara I | : H. M. Zainuri |
| 5) Pengawas | |
| Ketua | : H. Noor Azid |
| Anggota | : H. Moh. Hilman |
| Anggota | : Achmad Hanafi |

b. Struktur Organisasi *Channel* Menara Kudus

Sedangkan struktur organisasi *Channel* Menara Kudus merupakan pengembangan kepengurusan dari Yayasan yang termasuk dalam Devisi Dokumentasi. Adapun struktur organisasi *Channel* Menara Kudus, sebagai berikut:⁷

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1) Koordinator/Manager | : Abdul Mun'im, S.Pd.I |
| 2) Team Pelaksana/Teknisi | |
| Intern | : 1) Miftahul Falah, S.Pd.I |
| | 2) Ahmad Rofi'i |
| Ekstern | : 1) Haryadi |
| | 2) Wildan Hakiki |

⁶ Data Dokumentasi Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus, dikutip pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 10.00-selesai.

⁷ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

3) Pengarah : Agus Surya

5. Sarana Prasarana Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan Channel Menara Kudus

Sarana dan prasarana merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam menunjang daya tarik wisata para peziarah di Makam Sunan Kudus. Prasarana dan sarana itu diibaratkan sebagai motor penggerak yang dapat berjalan dengan kecepatan yang sesuai dengan keinginan oleh penggerakannya. Begitu pula dengan Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan Channel Menara Kudus, sarana dan prasarana sangat penting karena dibutuhkan.

Untuk Yayasan sarana dan prasarana menyangkut fasilitas yang diberikan kepada para peziarah, seperti fasilitas rest area atau tempat penginapan, parkir buat para peziarah, kamar mandi, toilet, kendaraan wisata menuju ke Makam Sunan Kudus, toko-toko yang menjual oleh-oleh khas Kudus, pendopo tajuk (tempat untuk menaruh peninggalan dari Sunan Kudus).

Adapun sarana prasarana yang berada di Channel Menara Kudus sebagai berikut:

Tabel 4.1

Data Sarana dan Prasarana Channel Menara Kudus⁸

No.	Nama Barang	Jumlah	Kondisi
1.	Kamera CamCorder	3 Unit	Baik
2.	Kamera Action	1 Unit	Baik
3.	DSLR	2 Unit	Baik
4.	Mirror	3 Unit	Baik
5.	Trypod	4 Unit	Baik
6.	Portal Mini	1 Unit	Baik
7.	Kamera Stabilizier	1 Unit	Baik
8.	Komputer	8 Unit	Baik
9.	TV LED 65'	2 Unit	Baik
10.	Proyektor	3 Unit	Baik
11.	Mixer Vidio ATEM	1 Unit	Baik
12.	Mixer Audio	2 Unit	Baik
13.	Lampu LED Hand	2 Unit	Baik
14.	Lampu Hologen	2 Unit	Baik
15.	Lampu Parled	2 Unit	Baik

⁸ Data Dokumentasi Channel Menara Kudus, dikutip pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

16.	Lampu LED	2 Unit	Baik
17.	Biznet (jaringan Internet)	1 Unit	Baik

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kondisi sarana dan prasarana yang ada di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus dan *Channel* Menara Kudus tergolong baik dan memadai untuk mendukung terlaksananya semua kegiatan secara optimal dan kondusif, sehingga dapat mewujudkan tujuan yang diharapkan.

B. Deskriptif Data Hasil Penelitian Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial *YouTube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus *Channel* Menara Kudus)

Berdasarkan rumusan masalah pada bab pertama, maka paparan data penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: (1) Implementasian strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus). (2) Kegiatan dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus). (3) Faktor penghambat dan pendukung implementasi strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus).

1. Implementasian Strategi Dakwah Melalui Media Sosial *YouTube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus *Channel* Menara Kudus)

Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan ini menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat diminati dikalangan masyarakat. Komunikasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi adanya perubahan, dalam hal ini media massa melalui internet yang merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam merubah cara pandang atau pola berfikir masyarakat ke arah teknologi dalam tatanan kehidupan sehari-hari. Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet sangat mudah diakses dan bersifat publik melalui situs jejaring media sosial dengan didukung oleh penggunaan telepon cerdas atau *smartphone*.

Tidak hanya itu menggunakan media baru dalam bentuk internet atau media sosial ini menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya menjadi lebih mendominasi. Media televisi yang menyampaikan informasi secara audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran *YouTube*. Dalam konteks dakwah *YouTube* sebagai salah satu strategis dalam penyebaran dakwah melalui bentuk video, sehingga dapat diakses kapan dan dimana pun setiap saat secara *Online* maupun *Offline*.

Seperti halnya di *Channel* Menara Kudus yang melatar belakangi *YouTube* sebagai strategi dakwah Islam yang nantinya mudah diakses oleh masyarakat Kudus dan sekitarnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, menurut penuturan beliau pada saat penelitian, yaitu yang melatar belakangi *Channel* Menara Kudus adalah orang berdakwah tidak bisa setiap waktu ada pertemuan secara langsung. Yayasan YM3SK juga menyadari bahwa dakwah Islam disini menjadi patokan-patokan di Kudus dan sampai luar daerah Kudus. Salah satu cara yaitu bagaimana agar kita bisa menyampaikan dakwah dan menyampaikan ilmu-ilmu agama kepada masyarakat tidak terpaku waktu dengan cara *Online*. Dan secara *Online* itu bisa dinikmati tidak hanya masyarakat sekitar Kudus saja tapi bisa kepada seluruh dunia.⁹

Penyampaian secara *Online* adalah salah satu strategi dalam penyebaran dakwah, strategi merupakan cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan.¹⁰ Tentunya melihat mudahnya akses internet melalui media sosial *YouTube* ini dapat dimanfaatkan sebagai cara untuk menyebar informasi dakwah yang ada di *Channel* Manara Kudus. Yang diharapkan juga adalah pesan dakwah tersebut bisa tersampaikan kepada para pendengar di sekitar Kudus maupun diluar Kudus. Dan tidak hanya itu dakwah di *Channel* Menara Kudus menjadi patokan dalam pengembangan Islam di luar daerah Kudus karena kajian Islam yang ada di Kudus masih menggunakan kitab-kitab kuno. Media sosial *YouTube* sebagai media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Media

⁹ Hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, selaku pengurus YM3SK, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 10.00-selesai.

¹⁰ S. Sumarsono, *Pendidikan Kewarganegaraan* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 139.

dakwah disini sebagai perantara yang digunakan untuk berkomunikasi, berinteraksi atau menyampaikan pesan dakwah dari subjek dakwah (*da'i*) ke objek dakwah (*mad'u*).¹¹

Adapun terkait menggunakan strategi media sosial *YouTube* dalam menyebarkan dakwah pada *Channel* Menara Kudus, Berdasarkan hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, menurut penuturan beliau pada saat penelitian, tujuannya akses yang mudah terjangkau dan tidak terpacu oleh waktu yang ditentukan, dan itu juga mempermudah dari masyarakat yang jauh bisa mengakses, dan mendengarkan tanpa harus datang.¹² Menurut penuturan beliau Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus bahwa strategi merupakan cara untuk membuat rencana yang akan di tuju. Tujuannya *Channel* Menara Kudus menyebarkan dakwah agar manusia memahami akidah Islam dengan baik, melaksanakan hukum Islam dan berkahlak dengan baik, dan mempromosikan Menara Kudus itu sendiri ke kancan Nasional dan Internasional dengan menggunakan media dakwah elektronik yang sifatnya Internet dan audio visual.¹³ Senada dengan keterangan tersebut menurut pemaparan oleh Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, mengatakan karena sekarang eranya *YouTube*. Jadi, strategi bagian dari tujuan yang ingin dicapai, dengan lewat media dakwah berupa teknologi internet yaitu media sosial *YouTube* yang merupakan alat komunikasi sosial dengan akses sangat luas dan mudah, penyampaian pesan dakwah bisa tersampaikan secara *online* atau *live streaming* maupun *offline*.¹⁴ Dan senada dengan penuturan dari Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, mengatakan media sosial *YouTube* merupakan jalan strategi yang luas/cepat dengan menggunakan teknologi internet berbasis virtual yang bisa *online* maupun *offline*. Karena tujuan dakwah yang ingin di capai, yaitu bisa menyebar luas dakwah dan mudah diakses

¹¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana Divisi dari Prenamedia Group, 2017), 345.

¹² Hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, selaku pengurus YM3SK, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 10.00-selesai.

¹³ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

¹⁴ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

melalui media sosial *YouTube*. Dan pesan-pesan di dalam dakwah pun bisa di tersampaikan ke masyarakat luas.¹⁵ Sesuai dengan hal tersebut menurut Suhardjo, S.Pd dan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, mengatakan strategi merupakan cara dengan tujuan dakwahnya tersampaikan terus menggunakan media sosial *YouTube* sebagai alat dalam berdakwah di Menara. Jadi, sangat efektif dan bermanfaat karena sangat membantu dan mempermudah masyarakat.¹⁶ Strategi merupakan cara biar apa yang direncanakan bisa tercapai, dengan demikian strategi media sosial *YouTube* sangat efektif karena sangat membantu masyarakat yang ingin mengaji tetapi ada halangan.¹⁷

Pada dasarnya media sosial *YouTube* sama dengan istilah komunikasi massa, merupakan produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.¹⁸ Jadi dapat kita simpulkan bahwa *YouTube* sama seperti komunikasi massa karena sama-sama menyampaikan informasi kepada khalayak banyak dengan menggunakan berbagai cara/alat bantu. Dengan begitu penggunaan strategi media sosial *YouTube* dalam menyebar luaskan dakwah pada *Channel* Menara Kudus mengikuti zaman yang semuanya sudah era media internet. Mudahnya akses tersebut dirasa tujuan dari dakwah tersampaikan, dengan tidak terpaku oleh waktu, tempat dan dapat dilihat kapan saja masyarakat yang jauh bisa ikut mendengarkan dan melihat tanpa datang ke Menara Kudus. Dan salah satunya *Channel* Menara Kudus menggunakan strategi media sosial *YouTube* adalah memanfaatkan sistem promosi apa yang ada di Menara Kudus dari dakwahnya tadi dan situs purbakalanya dengan tujuan dapat didengar dan dilihat diseluruh Nasional bahkan ke kancan Interasional.

¹⁵ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

¹⁶ Hasil wawancara dengan Suhardjo, S.Pd, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Februari 2020, 18.15-Selesai.

¹⁷ Hasil wawancara dengan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Februari 2020, 18.15-Selesai.

¹⁸ Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), 4.

Adapun rancangan proses strategi ini memiliki beberapa tujuan yang terkait dengan *Channel* Menara Kudus, menurut penuturan beliau Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus bahwa tujuan tersebut, *pertama* era nya media sosial *YouTube*, karena mampu memberikan nilai terhadap dakwah agama, apalagi *Channel* Menara dibuat untuk memperlihatkan dakwah salaf di Menara Kudus dan promosi Menara Kudus itu sendiri. *Kedua*, ekonomis dan praktis, karena pada saat membuat akun pun tidak membayar, untuk nitizen atau pendengar dakwah bisa menonton secara gratis. Dan mudah diakses oleh semua kalangan.¹⁹ Hal ini senada dengan keterangan tersebut menurut pemaparan oleh Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, mengatakan tujuan untuk mempermudah akses masyarakat mendengarkan dakwah, dan memperkenalkan Menara Kudus di kancah Nasional dan Internasional.²⁰ Dan senada dengan penuturan dari Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, mengatakan tujuan awal yaitu untuk mempromosikan atau memperkenalkan Menara di kancah Nasional maupun International. Untuk tujuan lainnya, tujuan dakwah tersebut yaitu menyampaikan dan mengamalkan kebenaran ajaran agama Islam di kalangan masyarakat luas.²¹

Terkait hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa untuk strategi media sosial *YouTube* terdapat umpan balik dari reaksi proses dakwah yang ditimbulkan, yaitu untuk *Channel* Menara Kudus dan untuk pendengar dakwah. Tujuan tersebut berhasil ketika ada sebuah rencana yang matang, karena dalam strategi terdapat proses implmentasi mulai dari segi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Adapun implemantasi strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) sebagai berikut:

¹⁹ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

²⁰ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

²¹ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

a. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* ini, tim yang bersangkutan mengambil beberapa langkah kegiatan diantaranya langkah-langkah diadakannya kegiatan dakwah tersebut. Menurut penuturan beliau Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus mengatakan, *pertama*, untuk perencanaan yang konsumtif seperti kegiatan rutinan perpekan ngaji kitab Mbah Yai Sya'roni atau Mbah Ipu, karena kegiatan tersebut *live* persiapan memilih-milih kamera, *lighting*, atau membuat *title* di tampilan video atau menggunakan model *bil lisan*. Sedangkan *kedua*, kalau *event-event* tahunan contoh ada *event* menara bertilawah merencanakan ada berbagai konten didalam acara seperti traller, atau pengiklanan di akun *YouTube* dsb.²²

Sebagaimana keterangan tersebut Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga mengatakan, perencanaan kegiatan perpekan dan tahunan (*event*) di *Channel* Menara Kudus semua dirancang oleh Ketua Yayasan YM3SK yaitu Pak Kyai Em. Najib Hassan dengan menentukan hasil akhir dan kegiatan yang ingin dicapai. Kemudian semua perihal tersebut di beritahukan ke Managerial *Channel* Menara Kudus dan menyampaikan kepada *Crew* Teknisi sebagai pelaksana lapangan, seperti halnya ngaji kitab tafsir Jalalain Al-Qur'an Mbah KH. Sya'roni Ahmadi. Pengajian tersebut dibuat secara *online* di *YouTube*, dengan tujuan biar mudah diakses atau mempermudah masyarakat ikut serta dalam melihat dan mendengarkan dakwah. Sedangkan kegiatan tahunan atau *event* besar seperti kegiatan tahunan pengajian pitulasan di bulan Romadhon untuk perencanaan, pelaksanaan, evaluasi juga sudah dirancang oleh ketua Yayasan YM3SK, seperti rencana pemakaian kamera, *lighting*, *latter dekor* panggung menggunakan tema klasik, atau disiarkan secara *live streaming*, dan menggunakan model dakwah *bil lisan*.²³

²² Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

²³ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

Berdasarkan keterangan di atas bahwa kegiatan dakwah di *Channel* Menara Kudus dibagi menjadi dua, yaitu kegiatan mingguan (rutinan) dan kegiatan tahunan (*event-event*). Dan ditahap ini juga perencanaan tidak hanya dirancang oleh tim dari *Channel* Menara Kudus, tetapi juga ketua Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (YM3SK) yaitu KH. Em. Nadjib Hassan yang mempunyai andil sangat besar dalam mengatur proses perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi. Adapun ditahap perencanaan pada kegiatan mingguan (rutinan) dan kegiatan tahunan (*event-event*), perencanaan dari segi teknis direncanakan secara matang, seperti penggunaan kamera, alat *lighting*, tampilan video, dekor untuk acara event tahunan, dan alat-alat yang men-*support* atau mendukung untuk *live streaming* di *YouTube*.

b. Tahap Pelaksanaan

Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan strategi dakwah melalui media sosial *YouTube*, tim *Channel* Menara Kudus melaksanakan rencana yang sudah disusun dari awal untuk di terapkan ditahap pelaksanaan. Menurut pemaparan beliau Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus menyatakan, untuk pelaksanaan kegiatan dakwah perpekan atau tahunan (*event*) saat *live streaming* tidak berhenti ditengah-tengah, jadi internet harus *support* dengan pelaksanaan dilakukan secara cermat dan fokus.²⁴

Hal ini sesuai pernyataan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus mengatakan, pada saat pelaksanaan kegiatan perpekan di lapangan tim dokumentasi mempersiapkan hal-hal yang diperlukan dalam lapangan, seperti kamera, monitor komputer untuk *live streaming*, lampu sorot dll. Untuk pelaksanaan kegiatan tahunan membutuhkan disiplin waktu dan pengorbanan tenaga terus menggunakan alat yang sudah

²⁴ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

ditentukan dan meminimalisir untuk kesalahan-kesalahan teknis di lapangan.²⁵

Berdasarkan keterangan diatas pada tahap pelaksanaan adalah pengembangan lanjutan dalam tahap perencanaan, dengan melakukan *action* lapangan penggunaan alat yang menunjang untuk *live streaming* di *YouTube* yang sudah dipersiapkan secara teknis dan meminimalisir kesalahan-kesalahan tertentu di lapangan. Tahap ini juga membutuhkan pengorbanan tenaga, kedisiplinan, kecermatan dan fokus pada saat melakukan.

c. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi merupakan tahap akhir setelah perencanaan kegiatan dan pelaksanaan kegiatan dilakukan, hal ini untuk menilai sejauhmana kegiatan tersebut berhasil, tujuan dakwah tersampaikan dengan baik dan kendala-kendala apa yang yang menjadi hambatan strategi dakwah melalui media sosial *YouTube*. Menurut pemaparan beliau Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus menyatakan, untuk evaluasi kegiatan perpekan dan kegiatan tahunan Ketua Yayasan memonitoring langsung tayangan *live YouTube*, jika ada kesalahan seperti *sabqul kalam* yaitu lidah keseleo/tidak sengaja berucap oleh salah satu Da'i video tersebut akan tarik dari *YouTube*, kemudian ada penanganan khusus yaitu masuk dalam proses pengeditan atau *filter* video. Selesai pengeditan tim pelaksana mengupload ulang kembali jika mendapat persetujuan dari ketua YM3SK dan tidak ada kesalahan-kesalahan lagi.²⁶

Senada dengan hal tersebut, Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus mengatakan, evaluasi pelaksanaan kegiatan perpekan dan kegiatan tahunan secara teknis sama, hasil rekaman semua video secara *online* di media sosial *YouTube* maupun *offline* akan dimasukkan ke pos produksi dan melewati pemfilteran dan dievaluasi ini langsung di monitoring oleh ketua Yayasan

²⁵ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

²⁶ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

YM3SK, jika ada kesalahan ucapan para kyai akan di tarik dari *YouTube* sampai menjadi hasil akhir video yang tidak ada kesalahan lagi dan setelah tu akan diupload ulang kembali. Tujuan ini agar membuat masyarakat dalam pemikiran beragama Islam tercerahkan dan menyebarkan dakwah secara *Ahlussunnah wal Jama'ah*.²⁷

Berdasarkan keterangan diatas, pada tahap evaluasi secara teknis yaitu mengevaluasi hasil dari video *recording* yang sudah di *live streaming* melalui *YouTube*. Video tersebut nanti nya di monitoring langsung oleh Ketua YM3SK yaitu K.H. Em. Nadjib Hassan di pos produksi untuk dilihat apakah ada kesalahan-kesalahan tutur kata atau perilaku dari para Kyai pada saat menyampaikan dakwak, jika terdapat kesalahan fatal maka pihak tim *Channel* Menara Kudus menarik video dari *YouTube* untuk mengedit atas perintah dari ketua Yayasan, dan di *upload* ulang ke *YouTube* atas persetujuan ketua Yayasan jika dirasa kesalahan tersebut sudah tidak ada. Tujuan ini agar membuat masyarakat yang menonton tercerahkan dalam pemikiran beragama Islam dan tersampaikan tujuan dakwah tersebut dengan baik.

Tidak hanya itu, metode yang digunakan dalam dakwah pun juga memengaruhi si pendengar dakwah, misalkan dengan bertutur kata yang baik dan berdasarkan kajian ilmu yang benar membuat si pendengar dakwah akan tercerahkan. Adapun di *Channel* Menara Kudus untuk metode dakwah seperti dakwah pada umumnya yaitu menggunakan teladan yang baik yang bisa diterima disemua kalangan masyarakat pada umumnya. Dan secara internal pengembangan metode teknisnya juga ada secara bertahap guna untuk *Channel* Menara Kudus agar lebih baik dan bagus dari segi internalnya. Sesuai dengan hal tersebut menurut pemaparan beliau Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus menyatakan, perkembangan startegi pasti ada banyak diantara tadi awalnya *distreaming* tanpa ada pemfilteran sekarang ada pemfilteran, ini secara teknis. Kalau secara metode dakwahnya, ngaji kitab *Bil Lisan*, pengajian pitulisan secara pidato atau *mauidhoh chasanah* didepan umum, ada *da'i* dan *mad'u* nya, ada pesan, nasihat dan

²⁷ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

dongeng mengajak *amar ma'ruf nahi munkar* secara tuntunan syari'at Islam.²⁸

Sebagaimana keterangan tersebut Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga mengatakan, secara garis besar tidak berubah masih sesuai dengan prosedur tadi, produksi, pos produksi, terus plublikasi secara teknis nya. Untuk metode dakwah cara ke arah dakwah yang dituju, agar tercerahkan dalam beribadah agama Islam, metodenya dakwah di Menara kebanyakan menggunakan *muidhoh chasanah*.²⁹ Sesuai dengan pernyataan Abdul Mun'in, S.Pd.I dan Miftahul Falah, S.Pd, Suadara Ahmad Rofi'i juga menambahkan, kalau dari segi teknis ada perkembangan, juga ada perubahan pada bagian prosedur-prosedurnya. Kalau dari segi metode dakwah, dari tahun ke tahun hampir sama, yaitu dengan cara *mauidhoh khasanah*.³⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui penggunaan metode adalah salah satu bentuk cara agar para pendengar dakwah minat dalam mendengarkan dakwah di *Channel* Menara Kudus. Dakwah harus dikemas dengan cara yang menarik dan tampil secara aktual, faktual dan kontekstual, dakwah yang progresif ini dan dengan tutur kata yang baik dirasa menjadi daya tarik tersendiri untuk para pendengar dakwah *Channel* Menara Kudus melalui media sosial *YouTube*. Adapun terkait dengan hal tersebut yaitu salah satu cara membuat penonton tertarik, menurut Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus mengatakan, masih mengandalkan daya tarik dari pengisi acara tersebut yang bener-bener tokoh yang diperintungkan. Contohnya Romo KH. Sya'roni Ahmadi salah satu tokoh *kharismatik* di Kudus walaupun tidak dikemas dengan baik tetap peminatnya banyak, karena beliau *kharismatik*.³¹

²⁸ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

²⁹ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

³⁰ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

³¹ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

Senada dengan hal tersebut, Suadara Ahmad Rofi'i selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga menambahkan bahwa, dari tim membuat semenarik mungkin, seperti *event* dakwah menara bertilawah. Sebelumnya tim membuat iklan berbentuk video dan di upload di akun *channel* Menara. Dan diluar dari itu juga latar/dekorasi kami yang sengaja dibuat klasik tempo dulu, itu yang membuat penonton tertarik.³²

Sesuai dengan hal tersebut menurut Suhardjo, S.Pd, dan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus menambahi, terkhusus Mbah Yai Sya'roni, karena tidak diragukan lagi luas keilmuannya dalam bidang ke-Islaman dan ulama' *kharismatik* dan paling berpengaruh di Kudus.³³ Semuanya tertarik, karena dakwah di Menara benar-benar *ahlussunnah wal jama'ah*. Seperti pengajian pitulasan kadang tema yang disampaikan sesuai dengan realitas yang ada, sehingga pendengar itu tercerahkan karena pesan tersampaikan kepada pendengar.³⁴

Selanjutnya mudahnya akses merupakan salah satu kelebihan strategi dakwah menggunakan media sosial *YouTube* karena tidak ada keterkaitan waktu yang ada, tidak harus datang kelokasi dan bisa dilihat kapanpun bisa. Tidak hanya itu media sosial *YouTube* juga diakses secara gratis, menurut Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus mengatakan, bisa diakses kapanpun dan dimanapun tanpa di batasi waktu dan itu gratis.³⁵

Senada dengan hal tersebut, Miftahul Falah, S.Pd dan Suadara Ahmad Rofi'i selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga menambahkan, bisa diakses tidak terpaku dengan waktu.³⁶ Dengan *YouTube* akses dalam berdakwah menjadi mudah

³² Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

³³ Hasil wawancara dengan Suhardjo, S.Pd, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Febuari 2020, 18.15-Selesai.

³⁴ Hasil wawancara dengan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Febuari 2020, 18.15-Selesai.

³⁵ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

³⁶ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

karena tidak terikat adanya waktu dan kapanpun bisa di akses secara *online* dan *offline*. Terjalinya silaturrahim yang jauh menjadi terasa dekat dan memperluas interaksi.³⁷

Sebagaimana keterangan tersebut, Suhardjo, S.Pd, dan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus juga menambahi, *pertama*, media sosial adalah media publik atau umum. Jadi, kelebihanannya video dakwah di Menara bisa tersebar luas dan mudah diakses oleh masyarakat luas. *Kedua*, mempermudah yang berhalangan tetap bisa mendengarkan dan mengaji.³⁸ Media sosial *YouTube* khusus buat video, karena sesuatu hal yang bentuknya video larinya ke *YouTube*, kelebihanannya sangat membantu untuk penayangan *live streaming* maupun *offline* nya bagi orang yang ada dalam situasi halangan tersebut.³⁹

Tidak dipungkiri lagi media sosial *YouTube* dapat membawa manfaat yang baik bagi masyarakat dalam mencari informasi dengan penyampaian yang sangat cepat dan dapat melihat informasi dengan waktu yang tak menentu. Begitu juga jika diterapkan ke dakwah, *Channel* Menara Kudus memberikan informasi yang tak terpaku oleh waktu dengan tujuan penyampaian yang bisa menyeluruh bagi semua kalangan masyarakat. Sebagaimana keterangan tersebut, adapun manfaat strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* di *Channel* Menara Kudus, menurut penuturan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, menyatakan, manfaatnya sebagai media dakwah melalui video ceramah bisa *online* maupun *offline*, jadi mempermudah si pendengar kapanpun tidak terpaku waktu. Itulah manfaat teknologi sekarang sebagai salah satu sarana komunikasi dakwah, seperti komunikasi massa, menyampaikan pesan agama kepada khalayak banyak.⁴⁰

³⁷ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

³⁸ Hasil wawancara dengan Suhardjo, S.Pd, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Februari 2020, 18.15-Selesai.

³⁹ Hasil wawancara dengan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Februari 2020, 18.15-Selesai.

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

Senada dengan hal tersebut, Miftahul Falah, S.Pd dan Saudara Ahmad Rofi'i selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga menambahkan bahwa, manfaatnya untuk dakwah, karena *YouTube* itu salah satu *trend* media saat ini, jadi semakin banyak orang yang melihat dan mudah untuk diakses.⁴¹ Salah satunya manfaat menggunakan *YouTube* sebagai media penyebaran dakwah untuk mempermudah orangmelihatnya dan mudah diakses atau menjadi sarana komunikasi dakwah.⁴²

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, bahwa implementasi strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi dakwah media sosial melalui *YouTube* sudah berjalan baik serta memilikinya pendengar dan *subscriber* yang cukup banyak. Media soisal *YouTube* banyak membantu bagi *Channel* Menara Kudus itu sendiri, dari segi penyebaran dakwah-dakwah yang ada di Menara Kudus maupun dari segi promosi situs purbakala Menara Kudus dan membantu kalangan masyarakat yang berhalangan datang dari Kudus sendiri maupun dari luar Kudus, untuk tetap bisa melihat dan mendengarkan tayangan konten dakwah yang telah disajikan melalui *YouTube* di *Channel* Menara Kudus.

2. Kegiatan Dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus *Channel* Menara Kudus)

Kegiatan dakwah di era modernisasi dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan perkembangan zaman dalam artian menggunakan media sosial salah satunya adalah media sosial *YouTube* yang dirasa lebih efisien dalam penggunaan waktu, karena bisa diakses dimanapun. Begitu juga kegiatan dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus yang memiliki wadah media *Channel* Menara Kudus, bertolak belakang dari situ dakwah di *Channel* Menara Kudus dikemas dengan memanfaatkan perkembangan zaman, pada semua kegiatan di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan dijadikan konten video dakwah di media sosial *YouTube* secara *online* maupun *offline*.

Adapun kegiatan-kegiatan dakwah di *Channel* Menara Kudus melalui strategi media sosial *YouTube* adalah sebagai

⁴¹ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

⁴² Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

berikut, Berdasarkan hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, menurut penuturan beliau pada saat penelitian, yaitu yang di upload di *Channel* itu tentang dakwah kaitannya tentang hukum Islam, ada juga ngaji tafsir Al-Qur'an, kajian kitab-kitab salaf. Ini yang menjadi poin utama dalam berdakwah, untuk mengimbangi tadi dakwah yang biasanya menafsirkan dengan semau hati. Jadi, di *channel* ini bukan hanya sekedar ngaji tafsir Al-Qur'an saja tetapi ada juga dakwah umum yang namanya *ngaji pitulasan* yaitu pengajian di bulan Romadhon yang disampaikan oleh para kyai selama satu bulan penuh dengan para kyainya yang berbeda-beda disetiap malamnya. Dan yang disampaikan bukan hanya satu topik tapi beberapa topik dakwah.⁴³

Sesuai dengan hal tersebut, menurut penuturan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, mengatakan, tema dakwah selain ilmu pengetahuan secara umum baik itu ilmu agama, ilmu ekonomi Islam, perdagangan, ngaji kitab kuning terus ada tema budaya, jadi memang sudah ada jalurnya masing-masing itu yang menjadi konten. Sedangkan kegiatannya di *Channel* Menara Kudus ada dua konsumtif/perpekan dan *event-event* tahunan, untuk konumtif/perpekan yaitu:

- a. Tafsir Jalalain oleh KH. Sya'roni Ahmadi, hari Jum'at pagi (setelah sholat shubuh), tempatnya di Masjid Menara Kudus.
- b. *Riyadlus Sholihin*, oleh KH. M. Syaifuddin Luthfi (Mbah Ipad), hari senin malam selasa (setelah sholat maghrib), tempatnya di Masjid Menara Kudus.

Jadi, seperti ngaji biasa, ada *mad'unya* (komunikasikan) meskipun *online*, ada media dakwah, seperti kamera, *lighting* dll, tujuan pesan dakwahnya juga tersampaikan dan menggunakan metode *bil lisan*.

Untuk *event-event* tahunan :

- a. *Ta'sis* Menara Kudus, itu berdirinya Masjid Menara Kudus, *ta'sis* kan bahasa arab (berdiri). Nah kenapa dibuat kegiatan biar masyarakat tau dan nguri-nguri bahwa berdirinya masjid Menara Kudus, pada tanggal 19 Rajab 956 Hijriyah atau 23 Agustus 1549 Masehi, tanggal dan tahun ini ada di atas pengimaman berbentuk prasasti.

⁴³ Hasil wawancara dengan Denny Nur Hakim, selaku pengurus YM3SK, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 10.00-selesai.

- b. Pengajian pitulasan, yaitu serangkaian pengajian di malam hari Bulan Romadhon acara dimulia selesai sholat tarawih, tempat di gedung Manggala atau Parkir Motor Menara Kudus. Kegiatannya ada darusan umum yaitu 3 pemuda pilihan yang membaca Al-Qur'an, nanti pengunjung yang hadir bisa ikut menyimak bacaan tersebut, sebagai acuan bacaan tartil dan fasih. Setelah itu dilanjut pengajian *tabligh* atau *mauidhoh chasanah* dengan para Kyai pilihan Kudus maupun luar Kudus yang berbeda-beda setiap malamnya. Kandungan pesan dakwah seperti tadi, ada *syari'ah*, *amar ma'ruf nahi munkar*, nasehat cerita dll.
- c. *Buka Luwur* Kanjeng Sunan Kudus, buka luwur ini bukan haul kanjeng Sunan Kudus itu sendiri, ini sebuah ritual khusus memang dinamakan buka luwur yang terdapat serangkaian kegiatan disitu, ada pergantian kain putih mori di makam kanjeng Sunan Kudus itu sendiri, ada juga pembersihan pusaka Sunan Kudus, yang paling ditunggu-tunggu adalah pembagian nasi jangkrik atau nasi berkah yang dibungkus daun jati didalamnya ada nasi potongan daging kerbau dan kambing. Jadi, tidak seperti lazimnya ditempat lain kalau buka luwur Kanjeng Sunan Kudus bukan memperingati haul nya, karena belum ada yang mengetahui secara pasti kapan wafatnya Kanjeng Sunan Kudus. Makna buka luwur disini itu untuk meneladani sosok dan perjuangan Kanjeng Sunan Kudus dalam menyebarkan Islam khususnya di Kudus itu sendiri dengan jalan damai dan mengembangkan kebudayaan lokal".⁴⁴

Sebagaimana keterangan tersebut, Miftahul Falah, S.Pd selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga menambahkan bahwa, secara garis besar temanya yaitu tentang *Ahlusunnah Waljamaah*. Jadi, ada hubungannya dengan sejarah Walisongo, dakwah *Ahlusunnah Waljamaah*, apalagi pendahulu kita di kawasan Menara salah satunya Mbah Kyai Raden Asnawi pendiri *Nahdhotul Ulama'* yang mana notabenyanya *Ahlussunnah Waljamaah*. Untuk kegiatannya di bagi dua, yaitu 1. Kegiatan perpekan, 2. Kegiatan tahunan :

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

- a. Untuk kegiatan perpekan : *pertama*, ngaji Qur'an Tafsir Jalalain Mbah KH. Sya'roni Ahmadi setiap hari Jum'at pagi setelah sholat shubuh sampai selesai, tempatnya di Masjid Menara Kudus. *Kedua*, ada ngaji kitab *Riyadlulsholihin* oleh KH. Saifuddin Luthfi, setiap hari Senin malam Selasa setelah sholat maghrib sampai masuk sholat isya', tempat di Masjid Menara Kudus. Untuk metode ngajinya dengan *bil lisan* seperti ngaji kitab pada umumnya di pesantren-pesantren.
- b. Untuk kegiatan tahunan : *pertama*, kegiatan *Ta'sis* Menara Kudus merupakan hari berdirinya Masjid Menara Kudus yang mengacu pada prasasti yang ada di Masjid yang bertuliskan hari berdiri tanggal 19 Rajab 956 Hijriyyah atau 23 Agustus 1549 Masehi. *Kedua*, kegiatan pitulasan Masjid Menara Kudus merupakan kegiatan rutinitas di malam bulan Ramadhan setelah sholat terawih, didalam kegiatannya ada darusan Al-Qur'an umum dan diteruskan dengan pengajian dialogis atau *mauidhoh chasanah* dengan berpidato menggunakan metode *bil lisan* didalamnya mengandung unsur nasihat, cerita dll. Yang diasuh oleh para kiai dari Kudus dan luar Kudus. Tujuannya meenyebarkan dakwah secara *Ahlussunnah wal Jama'ah*. *Ketiga*, ada buka luwur kanjeng sunan Kudus, merupakan ritual khusus yang dinamakan buka luwur, seperti pergantian luwur kain mori putih yang ada di makam sunan Kudus, ada pembagian nasi berkah jangkrik, dan lain-lain mengenai ritual tersebut.⁴⁵

Senada dengan hal tersebut, Saudara Ahmad Rofi'i selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga menambahkan bahwa, kalau kegiatan dan tema dakwah di sini ya, seperti ngaji kitab pada umumnya untuk yang kegiatan dakwah mingguan, seperti ngaji tafsir al-Qur'an diasuh oleh Romo KH. Sya'roni Ahmadi, kitab *riyadulsholihin* diasuh oleh Romo KH. Syaifuddin Luthfi (Mbah Ipud). Kalau yang event jangka waktu satu tahun, seperti ngaji pitulasan bulan puasa, menara bertilawah, terus membahas yang tentang hal-hal yang klasik-

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

klasik, dan tentang Menara Kudus itu sendiri, seperti buka lujur kanjeng Sunan Kudus, Ta'sis menara, dll.⁴⁶

Sesuai dengan hal tersebut menurut Suhardjo, S.Pd, dan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, menambahi, kalau kegiatannya ada banyak, soalnya tidak melihat videonya semua, yang sering ya Mbah Yai Sya'roni dan pengajian pitulasan.⁴⁷ Kegiatannya setaiku saya ada ngaji Mbah Yai Sya'roni setiap Jum'at pagi sehabis shubuh ngaji tafsir Qur'an, terus ada ngaji Mbah Yai Ipu'd ngaji kitab kuning setiap senin malam Selasa sehabis maghrib. Kalau puasa ada pengajian pitulasan sehabis sholat terawih dengan para Kyai atau da'i yang berbeda beda terus setiap malamnya.⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, kegiatan dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) dapat disimpulkan bahwa kegiatan dakwah dilakukan secara baik, dapat dilihat adanya beberapa kegiatan seperti kegiatan mingguan untuk rutinitas, dan ada kegiatan tahunan (*event-event*) yang dilakukan pertahun. Kegiatan ini semuanya di masukan kedalam konten *YouTube* akun *Channel* Menara Kudus secara *live streaming (online)* maupun secara *offline*. Tujuannya untuk mempermudah masyarakat mengaksesnya tanpa harus datang ke tempat dan bisa di akses kapanpun.

3. Faktor Penghambat dan Pendukung Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Youtube Di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus Channel Menara Kudus)

Dalam proses implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) ini tentunya ada beberapa faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pelaksanaannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang pengurus media *Channel* Menara Kudus,

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Suhardjo, S.Pd, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Febuari 2020, 18.15-Selesai.

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Moh. Abdulloh Thohir, S.Ag, selaku pendengar dan *subscriber Channel* Menara Kudus, Jum'at, 7 Febuari 2020, 18.15-Selesai.

menunjukkan adanya beberapa faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam proses implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus).

Adapun faktor yang menjadi penghambat dalam proses implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus, adalah sebagai berikut, menurut keterangan dari Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, mengatakan, SDM yang kurang mempunyai, dalam memproduksi pengerjaan video masih kurang, *alhamdulillah* sekarang lebih baik dari pada tahun kemarin, semakin kesini semakin bagus.⁴⁹

Senada dengan hal tersebut, Miftahul Falah, S.Pd selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, mengatakan, kendalanya mengangkat sebuah konten/Tokoh yang bisa menjadi konsumsi banyak orang. Jadi, konsumen di *Channel* Menara Kudus ini masih tertentu orang-orang notabnya santri. Kalau orang awam itu masih agak belum banyak peminatnya, itu kekurangannya.⁵⁰

Dan Suadara Ahmad Rofi'i selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga menambahkan bahwa, jadi untuk kendala yang sering terjadi dari segi teknis, *pertama*, masalah koneksi jaringan trobel atau eror, wajar karena *live streaming* membutuhkan koneksi internet. Yang *kedua*, kamera atau komputer yang tiba-tiba eror karena sering di gunakan secara berlebihan.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut faktor penghambat implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) berkaitan dengan permasalahan yang menyangkut teknis itu sendiri, permasalahan ini terdapat solusi yang bisa memecahkan kebuntuan tersebut. Adapun solusi dari faktor penghambat

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

⁵¹ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

tersebut, menurut keterangan dari Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus mengatakan, kita melaksanakan *treaning* re-generasi baru, tujuannya untuk memunculkan potensi-potensi SDM yang baik. Jadi, nanti kita men-*treaning* dari yang belum bisa menjadi yang sudah bisa, harapanya SDM yang baru itu lebih *fresh*.⁵²

Senada dengan hal tersebut, Miftahul Falah, S.Pd selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, mengatakan, Solusinya kami harus membuat konten semenarik mungkin yang isinya tetap mengandung nilai-nilai dakwah yang bisa diterima oleh semua elemen masyarakat. Tidak harus melulu terus dengan ngaji, karena mengingat konsumen secara umum yang diinginkan yang santai ada hiburannya tetap disitu ada nilai-nilai dakwah.⁵³

Dan Sudara Ahmad Rofi'i selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus juga menambahkan bahwa, untuk disini *alhamdulillah* dari kami sudah ada teknisi sendiri yang mananganinya dan kami berusaha untuk membenahi dan memperbaikinya kamera atau komputer yang eror.⁵⁴

Adapun faktor pendukung dalam implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) adalah sebagai berikut, menurut penuturan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus mengatakan, faktor pendukung ada banyak, jadi ada peran seorang pengurus yang selalu mengarahkan untuk menunjang ke yang lebih bagus lagi. Dan selama 3 tahun, *Channel* Menara dikatakan rumah produksi, alat kamera terbaik se-Kudus karena peralatan yang dibutuhkan untuk penunjang video itu terlengkap.⁵⁵

Hal ini sesuai dengan keterangan Ahmad Rofi'i selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus mengatakan, ada beberapa

⁵² Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

⁵³ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Abdul Mun'in, S.Pd.I, selaku manager *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 19.00-selesai.

faktor, yang *pertama*, dari segi perlengkapan alat, berkualitas, lengkap, memadai dan mendukung. Yang *kedua*, dari segi ketua pengurus Yayasan juga selalu mengarahkan agar *channel* Menara Kudus menjadi baik.⁵⁶

Senada dengan hal tersebut, Miftahul Falah, S.Pd selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus mengatakan, faktor pendukungnya banyak terutama peran Ketua Yayasan kami pak Kyai Najib beliau sangat peduli dengan teknologi media, lebih-lebih teknologi penyiaran. Jadi, ini faktor pendukung yang sangat vital.⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dalam faktor pendukung implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) ini terdapat beberapa faktor yaitu faktor internal yang berkaitan dengan alat-alat produksi itu sendiri, dan faktor eksternal yang berkaitan dengan peran dari ketua Yayasan yang selalu mengarahkan dan mendukung kegiatan-kegiatan produksi video dakwah di *Channel* Menara Kudus. Dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) terdapat faktor penghambat dan faktor pendukung yang akan mempengaruhi dalam proses implementasi strategi dakwah media sosial melalui *Youtube* tersebut.

C. Analisis Data

1. Analisis Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial *YouTUBE* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus)

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan analisis implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) yaitu merupakan perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah disusun oleh organisasi tersebut, serta memanfaatkan pendayagunaan

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Ahmad Rofi'i, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 11.30-selesai.

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Miftahul Falah, S.Pd, selaku Teknisi *Channel* Menara Kudus, pada hari Kamis, 6 Februari 2020, pukul 12.00-selesai.

sumber daya yang ada dengan dimaksimalkan. Secara keseluruhan nantinya strategi dilakukan dengan adanya pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu yang sudah disusun. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Hal ini dapat dilakukan dengan melihat aktivitas kegiatan-kegiatan dakwah yang telah ditempuh. Hasil kegiatan dakwah tersebut merupakan pencapaian tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dengan memaksimalkan seluruh potensi sumber daya yang ada. Sehingga dalam kegiatan tersebut tentunya akan menghasilkan produk atau tujuan yang diinginkan.

Strategi dakwah melalui media sosial merupakan cara untuk mempermudah penyebar luasan dakwah yang bisa mencakup secara keseluruhan, salah satunya dengan media sosial *YouTube*. Dengan media sosial *YouTube* segala hal yang berkaitan dengan apapun termasuk materi dakwah itu sendiri dapat dengan mudah diterima dikalangan masyarakat luas. Dengan demikian strategi penggunaan *YouTube* merupakan langkah yang paling efisien dalam menyebarkan informasi konten video dakwah dengan melibatkan para penggunanya untuk mendapatkan informasi daring (dalam jaringan). Dalam hal ini Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus membuat devisi media yaitu *Channel* Menara Kudus dengan tujuan menyebarkan dakwah dengan strategi atau cara melalui media sosial *YouTube*.

“Stephanie K. Marrus sebagaimana yang dikutip oleh Husein Umar, strategi didefinisikan sebagai sebuah proses untuk menentukan rencana yang mempunyai fokus tujuan agar tujuan tersebut dapat dicapai”.⁵⁸ Tujuan tersebut berkaitan dengan hasil kerja pada sebuah organisasi atau lembaga terkait. Lebih jelasnya pada teori dibuku lain menjelaskan.

“Pada hakikatnya strategi merupakan suatu cara atau teknik dalam membuat rencana agar rencana tersebut

⁵⁸ Husein Umar, *Strategic Management In Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2001), 31.

bisa sesuai dengan kehendak atau keinginan kita. Jika terjadi permasalahan, kita bisa menggunakan strategi tersebut dalam menyelesaikan masalah. strategi juga bisa digunakan untuk mengukur kemampuan”.⁵⁹ Adanya strategi juga bisa meminimalisir kesalahan-kesalahan yang ada, dan membantu untuk mengukur kemampuan organisasi atau lembaga tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan strategi merupakan cara dalam membuat perencanaan agar tujuan dalam perencanaan tersebut bisa tercapai sesuai dengan kehendak yang diinginkan dalam organisasi tersebut, seperti halnya dakwah di *Channel* Menara Kudus. Dalam implementasinya dakwah di *Channel* Menara Kudus menggunakan istilah strategi sebagai cara agar tujuan dakwah tersampaikan dengan baik dan menyeluruh serta mengajak umat muslim memahami dan melaksanakan kaidah Islam dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hal tersebut dakwah bagian terpenting dalam agama Islam, dengan memanusiakan manusia sesuai tuntutan syari’at. Menyambung istilah tersebut,

“Dakwah menurut pendapat dari Ali Mahfudz pada kitab *Al-Hidayah Al- Mursyidin* mengatakan “dakwah adalah mengajak umat manusia untuk berbuat *ma’ruf* (baik) dan mencegah dari perbuatan *munkar* (buruk) agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. Sedangkan penuturan pendapat beliau M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan dan ajakan terhadap seseorang dengan mengubah situasi kondisi yang lebih bagus dan inti dakwah mengajak pada konsep dakwah dalam Islam yang dapat mengarah pada penerapan akhlak Islam yang sempurna. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Al-Ra’d [13]: 11”.⁶⁰ Konsep dakwah Islam merupakan ajaran yang dibawa oleh Islam itu sendiri, yaitu perilaku *amar ma’ruf nahi munkar*.

Dari dua penuturan tersebut disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu usaha atau aktivitas mengajak manusia untuk

⁵⁹ Fitrotin Jamilah, *Strategi Penyelesaian Sengketa Bisnis* (Yogyakarta : Medpress Digital, 2014), 25.

⁶⁰ Enung Asmaya, *Aa Gym, Da’i Sejuk dalam Masyarakat Majemuk*, (Jakarta: 2002), 28.

melakukan kebaikan. Melaksanakan *amar ma'ruf* menjauhi *munkar* agar kehidupan manusia lebih baik, damai, sejahtera, bahagia dunia akhirat dan mendapatkan ridho-Nya Allah SWT. Jadi, strategi dakwah adalah cara atau metode perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan dakwah yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Tujuan tersebut merupakan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah (manusia) sesuai dengan ajaran Islam. Ajaran Islam ini mengajak berbuat *ma'ruf* dan mencegah dari perbuatan *munkar* agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. Sebagaimana tujuan dakwah Islam sebagai berikut,

“Menurut M. Natsir sebagaimana yang dikutip oleh Thohir Luth didalam bukunya kegiatan dakwah Islam secara hakiki mempunyai tujuan yaitu menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits serta mengajak manusia untuk mengamalkannya. Tujuan dakwah tersebut dapat dibagi menjadi tujuan yang berkaitan dengan materi dakwah dan objek dakwah. Adapun tujuan objek dakwah ada empat, meliputi: tujuan perorangan, tujuan untuk keluarga, tujuan untuk masyarakat, dan tujuan untuk manusia sedunia. Sedangkan tujuan materi dakwah menurut Mansyur Amin ada tiga, meliputi: *pertama*, tujuan akidah. *Kedua*, tujuan hukum. *Ketiga*, tujuan akhlak”.⁶¹ Dengan demikian, tujuan dakwah Islam merupakan semua ajaran yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits untuk di amalkan dalam kehidupan umat Islam.

Adapun fokus dalam implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) adalah penggunaan media atau alat media sosial *Youtube* dalam berdakwah yang dapat tersampaikan secara menyeluruh, efektif dan efisien, dan tidak terpacu oleh waktu, tempat serta bisa diakses kapanpun dan dimanapun menjadi nilai tambah dalam penyampaian dakwah. Jadi media dakwah merupakan alat perantara yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah itu sendiri.

⁶¹ Thohir Luth, *M. Natsir, Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta : Gema Insani, 1999), 70.

“Moh Ali Aziz didalam bukunya, media dakwah merupakan unsur pendukung dalam kegiatan dakwah. Para ahli komunikasi mengartikan media sebagai sarana alat yang menghubungkan penyampaian pesan (komunikasi) oleh komunikator (pemberi pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Dalam istilah Bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara”.⁶² Penggunaan alat ini harus di dukung kondisi yang diperlukan oleh dakwah Islam itu sendiri, seperti penyampaian dakwah tersampaikan secara menyeluruh, menyebar luas, dan tidak terpaksa waktu.

Dengan demikian media atau alat perantara yang dipakai oleh *Channel* Menara Kudus adalah media audio visual berbasis internet. Karena media audio visual ini dirasa sangat efektif dalam penyebaran dakwah di era modern sekarang. Akses yang mudah dan dapat dilihat kapanpun menjadikan kemudahan masyarakat sekarang untuk belajar ilmu agama Islam. Hal ini, juga menjadi kemudahan bagi *da'i* atau pemuka agama, atau lembaga terkait dalam penyebaran ilmu-ilmu agama Islam itu sendiri, jadi tidak ada alasan sulit dalam belajar agama di era modern sekarang.

“Menurut Abdul Pirol didalam bukunya Komunikasi dan Dakwah Islam termasuk dalam kategori macam-macam media dakwah, salah satunya media komunikasi berbasis media audio visual merupakan media yang berupa audio visual video seperti teater, film, dan televisi”.⁶³ Dalam hal ini media dakwah audio visual sama halnya dengan pembuatan video atau pengambilan gambar ketika seorang *da'i* atau pemuka agama menyampaikan materi dakwah tersebut, dan bisa dihubungkan ke penggunaan internet.

“Dengan kata lain media ini termasuk dalam media elektronik berupa dakwah menggunakan internet. Internet merupakan media yang dapat menghubungkan

⁶² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana Divisi dari Prenamedia Group, 2017), 345.

⁶³ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta : Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2018), 100.

antar individu penduduk dunia tanpa mengenal batas, media ini sangat baik digunakan sebagai sarana pendukung dakwah dan sekaligus ciri utama era global.”⁶⁴

Media berbasis internet ini salah satunya menggunakan media sosial *YouTube*. Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang sering dipakai di era serba *online* seperti sekarang, yang dapat menghubungkan ke semua penggunaannya tanpa ada batas pemakaian. Jadi, dakwah yang tidak ada batas pemakaian dan informasi yang diberikan cenderung lebih cepat tersampaikan akan lebih cepat pula tercapainya dalam tujuan dakwah tersebut, itulah strategi yang dipakai *Channel* Menara Kudus dalam menyebarkan kegiatan-kegiatan dakwah yang ada di Menara Kudus dengan mengajak secara menyeluruh semua masyarakat dengan mudahnya akses secara *online* di media sosial tersebut. Salah satu juga visi misi pada *Channel* Menara Kudus mempromosikan situs purba yang ada di Menara Kudus melalui media sosial. Berdasarkan hal itu, secara umum media sosial dapat mempengaruhi dakwah Islam di *Channel* Menara Kudus, karena adanya hubungan interaksi sosial dan kuatnya sistem promosi *online* untuk memperkenalkan Menara Kudus,

“Sebagaimana yang dinyatakan oleh Feri Sulianta dalam bukunya, media sosial merupakan interaksi sosial antara manusia terhadap manusia lainnya dalam memproduksi berbagai informasi dan bertukar informasi berbasis internet dapat menciptakan komunikasi *website* yang interaktif”.⁶⁵ Hal ini juga diperkuat oleh sistem promosi *online* yang ada di media sosial, yang menjadi salah satu karakteristik media sosial tersebut.

“Kekuatan promosi *online* media sosial dapat dipandang sebagai *tool* (alat) yang memunculkan peluang-peluang guna mewujudkan visi misi organisasi”.⁶⁶ Salah satu visi misi dan tujuan awal dari *Channel* Menara Kudus adalah memperkenalkan situs purbakala yang ada di Menara

⁶⁴ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, 106.

⁶⁵ Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial media*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2015), 5.

⁶⁶ Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial media*, 7.

Kudus. Dengan begitu, adanya pesan dalam promosi *online* di media sosial akan secara cepat tersebar luas, ini yang menjadi ciri-ciri media sosial.

“Sebagaimana yang dinyatakan oleh Arum Faiza dalam bukunya, terdapat 4 ciri-ciri media sosial diantaranya yaitu:⁶⁷

- 1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa ke banyak orang, contohnya: internet (*Whatsapp, facebook dan twitter, instagram, YouTube*).
- 2) Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *gatekeeper* (seleksi pesan).
- 3) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya.
- 4) Penerima pesan yang tidak menentu waktu interaksi atau tanpa batas”.

Media sosial *YouTube* sendiri merupakan konten berbagai video yang dapat dipergunakan sebagai *sharing* atau penyebaran informasi melalui internet. *Channel* Menara Kudus memanfaatkan adanya media sosial *YouTube* sebagai alat perantara menyebarkan informasi kegiatan-kegiatan dakwah dan mempromisikan apa yang ada di Menara Kudus. Strategi ini juga sangat efektif dan efisien dalam penggunaan waktu, karena dapat diakses melalui *live streaming online* maupun *offline* pada saat tidak *live streaming*, dan sasaran dakwah itu sendiri dapat mencakup luas keseluruhan masyarakat. Jadi, *YouTube* memberikan pengaruh yang sangat besar pada dakwah dalam hal ekonomis, praktis dan interaktif.

“*YouTube* merupakan situs *video sharing* yang berfungsi sebagai media untuk berbagai video secara *online*. Dengan slogan “*Broadcast Yourself*” situs ini memberikan kebebasan dan kemudahan kepada siapa pun pengguna untuk meng-*upload* dan men-*download* video yang masuk dalam *database*-nya”.⁶⁸ Dengan demikian, dakwah Islam melalui *YouTube* menjadi

⁶⁷ Arum Faiza, *Arus Metamorfosa Milenial*, (Kendal: Penerbit Ernest, 2018), 50.

⁶⁸ Jubile Enterprise, *Seri Penuntun Praktis, Membuat sendiri Video di Youtube.com*, (Jakarta : PT Elex Komputindo, 2008), 53.

sarana penyebaran video secara *online*, dan dapat di akses secara gratis dan partikis.

“Berikut ini beberapa alasan dan mengapa *YouTube* memberi pengaruh serta digunakan sebagai media dakwah Islam:

- 1) Ekonomis yaitu *YouTube* gratis untuk semua kalangan.
- 2) Interaktif yaitu *YouTube* memfasilitasi kita untuk melakukan tanya jawab.
- 3) Praktis yaitu *YouTube* mudah digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan.
- 4) *Shareable* yaitu *YouTube* memiliki fasilitas yang dapat dan mudah dibagikan ke jejaring sosial lainnya.
- 5) Potensial yaitu *YouTube* merupakan situs yang paling populer di dunia internet saat ini, yang mampu memberikan nilai terhadap dakwah Islam dan dapat lebih mudah dalam menyebarkan dakwah Islam”.⁶⁹

Mudahnya akses merupakan salah satu kelebihan strategi dakwah menggunakan media sosial *YouTube* karena tidak ada keterkaitan waktu yang ada, tidak harus datang kelokasi dan bisa dilihat kapanpun bisa lewat *handphone* atau laptop yang tersambung oleh internet. Tidak hanya itu media sosial *YouTube* juga diakses secara gratis. Tujuan ini lah yang dilakukan *Channel* Menara Kudus agar dakwah bisa tersampaikan secara menyeluruh dan merata.

“Kelebihan *YouTube* lainnya yaitu *YouTube* disediakan secara gratis, *YouTube* dapat diakses melalui *gawai* seperti *hanphone*, tablet, komputer, *laptop* dan *notebook*, akses *YouTube* tidak dibatasi waktu dan *YouTube* menyediakan video yang berkaitan dengan pembelajaran yang dapat dipelajari dengan mudah”.⁷⁰

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, bahwa implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di

⁶⁹ <https://www.dictio.id/t/bagaimana-pengaruh-youtube-sebagai-media-dakwah-yang-bebas/15631> (diakses pada tanggal 7 Januari 2019)

⁷⁰ Siti Nurhalimah dkk, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir : Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2019), 82.

Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) sudah sesuai dengan teori yang ada. Dimana *Channel* Menara Kudus melakukan penyebaran informasi kegiatan-kegiatan dakwah dan mempromosikan apa yang ada di Menara Kudus bagian dari visi misi *Channel* Menara Kudus dengan menggunakan strategi media sosial *YouTube* yang didalamnya merupakan cara memanfaatkan untuk menyebarkan berbagai macam informasi dakwah melalui konten video serta mempermudah dalam penyampaian dan melihatnya. Adapun didalam strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* terdapat proses yang dilakukan oleh *Channel* Menara Kudus meliputi, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi, adalah sebagai berikut:

a. Analisa Perencanaan

Pada tahap perencanaan strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus pada kegiatan dakwah, *Channel* Menara Kudus yang bersangkutan sudah sesuai dengan teori ideal bagaimana perencanaan itu dibuat dengan tujuan yang sudah ditentukan yaitu tujuan strategi dakwah melalui media sosial *YouTube* itu sendiri yang merupakan akses mempermudah serta tidak terbatas waktu dan tempat saat mendengarkan dan melihat kegiatan-kegiatan dakwah di Menara Kudus bagi masyarakat secara *online live streaming YouTube* maupun *offline*. Untuk kegiatan dakwah di Menara Kudus dibagi menjadi dua kegiatan, yaitu kegiatan mingguan (rutinan) dan kegiatan tahunan (*event-event*), dalam perencanaan kedua kegiatan tersebut secara tujuan dan teknis perencanaan sama. Pada perencanaan kegiatan teknis nya direncanakan secara matang yaitu mempersiapkan peralatan yang menunjang atau mendukung untuk *live streaming YouTube*, kamera video, lampu lighting, dekor untuk acara *event* tahunan dan tampilan video di *YouTube* maupun gaya peyampaian dakwah dengan model *bil lisan*. Dan ditahap ini juga perencanaan tidak hanya dirancang oleh tim dari *Channel* Menara Kudus, tetapi juga ketua Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (YM3SK) yang mempunyai andil sangat besar dalam mengatur proses perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi nantinya.

“Tahapan perumusan strategi menurut Fread R. David sebagaimana yang dikutip oleh Lukmanul Hakim Rusdi dalam bukunya, menjelaskan dalam proses strategi, perumusan strategi merupakan tahap pertama. Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran antara kekuatan dan kelemahan internal, penentuan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan”.⁷¹

“Menambahkan dalam contoh menentukan perumusan strategi pertama, pola dakwah harus sesuai dengan hasil pemetaan, apakah dakwah yang kan dilaksanakan dengan model *bil lisan, bil hal, fardliyah, ‘amanah, kultural, fundamental, moderat, dll*”.⁷²

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, bahwa implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) sudah sesuai dengan teori yang ada. Pada tahap perencanaan tim *Channel* Menara Kudus dan ketua Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (YM3SK) membuat tujuan diadakannya kegiatan-kegiatan dakwah di Menara Kudus. Didalam tujuan tersebut yaitu seperti akses untuk mempermudah masyarakat dalam mengkomsumsi kegiatan dakwah dengan tidak terbatas waktu dan tempat atau secara teknis persiapan penggunaan peralatan yang menunjang untuk acara *live streaming online*. Dan juga dalam perumusan tahap perencanaan strategi ini yang terpenting adalah pengembangan visi misi dan tujuan, kesadaran antara kekuatan dan kelemahan pada saat pelaksanaan dan penentuan pola dakwah yang sesuai

⁷¹ Lukmanul Hakim Rusdi, *Strategi Keuangan Perusahaan*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2018), 121.

⁷² Elmansyah dkk, *Revalitas Dakwah Pinggiran Penguat Profesionalitas Da'i Dalam Infrastruktur Dakwah*, (Pontianak : IAIN Pontianak Press, 2017), 51.

dengan hasil perencanaan dengan menggunakan model *bil lisan*.

b. Analisa Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan tim *Channel* Menara Kudus melakukan implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus. Proses pelaksanaannya sesuai dengan kriteria yang digunakan. Pelaksanaan tersebut merupakan sebuah rencana yang telah disusun tim *Channel* Menara Kudus tersebut tadi secara matang dan terperinci. Dan dalam melakukan rencana tersebut sudah dianggap siap dan dapat diterapkan.

Dengan demikian pada tahap pelaksanaan adalah pengembangan lanjutan dalam tahap perencanaan tadi, dengan melakukan *action* lapangan penggunaan alat yang menunjang untuk *live streaming* di *YouTube* yang sudah dipersiapkan secara teknis dan meminimalisir kesahalan-kesahalan tertentu di lapangan. Tahap ini juga membutuhkan pengorbanan tenaga, kedisiplinan, kecermatan dan fokus pada saat melakukan. Jadi, peralatan yang sudah dipersiapkan digunakan pada saat acara dimulai dari awal kegiatan sampai akhir kegiatan, kegiatan ini mencakup kegiatan mingguan (rutinan) dan kegiatan tahunan (*event-event*) dan tim *Channel* Menara Kudus meminimalisir kesalahan yang tidak diinginkan pada saat pelaksanaan.

“Tahap selanjutnya merupakan tahap implementasi strategi yang telah di rumuskan pada tahap sebelumnya. Penerapan strategi sering juga disebut “tahap aksi”. Penerapan atau implementasi strategi membutuhkan kedisiplinan, komitmen, dan pengorbanan. Penerapan strategi mencakup pengembangan aktifitas yang dilakukan pada tahap aksi yang mendukung pada strategi, dan menciptakan struktur organisasi yang efektif”.⁷³

“Menambahkan strategi pelaksanaan dakwah sebagai suatu rencana yang dibuat secara: cermat, tepat, fokus, sesuai dengan “pola dakwah” yang

⁷³ Lukmanul Hakim Rusdi, *Strategi Keuangan Perusahaan*, 121.

telah dipilih untuk mencapai sasaran dan tujuan dakwah”.⁷⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, bahwa implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) sudah sesuai dengan teori yang ada. Dimana tim *Channel* Menara Kudus melakukan pelaksanaan strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* dengan menggunakan peralatan yang menunjang *live streaming* di *YouTube* yang sudah dipersiapkan secara teknis dan meminimalisir kesalahan-kesalahan tertentu di lapangan. Tim *Channel* Menara Kudus pada saat kegiatan mingguan (rutinan) dan kegiatan tahunan (*event-event*) dalam kinerja melakukannya dengan disiplin, komitmen dan pengorbanan tenaga, juga harus cermat tepat dan fokus, sehingga kesalahan-kesalahan saat pelaksanaan kegiatan tidak akan terjadi.

c. Analisa Evaluasi

Pada tahap evaluasi merupakan tahap akhir setelah kegiatan perencanaan dan kegiatan pelaksanaan dilakukan, tim *Channel* Menara Kudus melakukan evaluasi implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus berkaitan dengan evaluasi secara teknis yaitu mengevaluasi hasil dari video yang direkam atau ditayangkan *live streaming* melalui media sosial *YouTube*. Hasil video ini pada saat selesai acara akan langsung di lihat dan dimonitoring oleh ketua Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (YM3SK) di pos produksi untuk dilihat apakah ada kesalahan-kesalahan tutur kata atau perilaku dari para Kyai pada saat menyampaikan dakwah, jika terdapat kesalahan fatal maka pihak tim *Channel* Menara Kudus menarik video dari *YouTube* untuk mengedit atas perintah dari ketua Yayasan, dan di *upload* ulang ke *YouTube* atas persetujuan ketua Yayasan jika dirasa kesalahan tersebut sudah tidak ada. Tujuan ini agar membuat masyarakat yang menonton

⁷⁴ Elmansyah dkk, *Revalitas Dakwah Pinggiran Penguat Profesionalitas Da'i Dalam Infrastruktur Dakwah*, 51.

tercerahkan dalam pemikiran beragama Islam dan tersampaikan tujuan dakwah tersebut dengan baik.

“Evaluasi dakwah dilakukan untuk mengetahui apakah program-program dakwah dilaksanakan sesuai perencanaan atau tidak, apakah sesuai dengan standart kerja dakwah atau tidak, dan sejauhmana keberhasilan dakwah dapat dicapai. Evaluasi dakwah dilakukan pada saat kegiatan dakwah dilaksanakan, dan setelah pelaksanaan dakwah untuk diketahui sejauhmana kekurangan, hambatan, kendala, peluang dan tantangan dakwah untuk kemudian ditemukan solusi pembenahan, pembinaan, dan rumusan dakwah yang lebih baik untuk kegiatan dakwah yang akan datang”.⁷⁵

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, bahwa implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) sudah sesuai dengan teori yang ada. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana informasi dakwah yang di hasilkan apakah sesuai dengan tujuan perencanaan atau tidak, dan apakah sesuai dengan standart dakwah atau tidak. Jika hasil video yang telah dibuat terjadi kesalahan kata atau sikap dari pendakwah harus segera dilakukan pembenahan dengan cara diedit, hal ini dilakukan agar tidak ada kesalahan tasfir atau argumen dari masyarakat.

Adapun di *Channel* Menara Kudus untuk metode dakwah seperti dakwah pada umumnya yaitu menggunakan teladan yang baik yang bisa diterima disemua kalangan masyarakat pada umumnya. Dan secara internal pengembangan metode teknisnya juga ada secara bertahap guna untuk *Channel* Menara Kudus agar lebih baik dan bagus dari segi internalnya. Untuk metode dakwah dalam semua kegiatan mingguan (rutinan) dan kegiatan tahunan (*event-event*) di *Channel* Menara Kudus biasa untuk kajian kitab menggunakan metode *Bil Lisan* (pesan dakwah melalui lisan atau ceramah), untuk kegiatan tahunan seperti

⁷⁵ Elmansyah dkk, *Revalitas Dakwah Pinggiran Penguat Profesionalitas Da'i Dalam Infrastruktur Dakwah*, 51.

pengajian pitulasan secara menggunakan metode pidato atau *mawidhoh chasanah* didepan umum, ada *da'i* dan *mad'u* nya, ada pesan, nasihat dan dongeng serta mengajak *mad'u* atau pendengar *amar ma'ruf nahi munkar* secara tuntunan syari'at Islam

“Menurut Ibnu Faris, kata *maw'idzah* dengan kata *takhwif* yang berarti menakut-nakuti. Selanjutnya, kata *maw'idzah* berarti memberi nasihat dengan cara yang baik dan dapat melunakan hati”.⁷⁶ Dalam dakwah Islam, dakwah seperti ini yang selalu dipakai dalam menyampaikan nasihat dan pesan dakwah Islam, “Al-Asfahany menambahkan penjelasan bahwa *maw'idzah* adalah usaha seseorang memberikan nasihat kepada orang lain supaya mereka mau melaksanakan perbuatan yang baik. Selanjutnya, nasihat yang disampaikan itu dilakukan dengan ucapan yang dapat melunakan hati dan ditambahkan dengan nasihat seseorang terhadap akibat perbuatan yang telah dilakukannya”.⁷⁷

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa *maw'idzah* merupakan sesuatu ungkapan yang disampaikan kepada orang lain, di dalamnya mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif atau muatan ajakan agar manusia berbuat baik dan diridai Allah dan menghindari segala yang dilarang-Nya. Nasihat yang disampaikan itu dilengkapi imbauan berupa kesenangan atau surga serta siksa neraka bagi yang ingkar atau mendapatkan keselamatan dunia akhirat.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, bahwa implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus) sudah sesuai dengan teori yang ada. Metode adalah salah satu bentuk cara agar para pendengar dakwah minat dalam mendengarkan dakwah di

⁷⁶ Ramlan, *Meretas Dakwah di Kita Palopo*, (Yogyakarta : Group penerbitan Cv Budi Utama, 2015), 104.

⁷⁷ Ramlan, *Meretas Dakwah di Kita Palopo*, 105.

Channel Menara Kudus. Dakwah harus dikemas dengan cara yang menarik dan tampil secara aktual, faktual dan kontekstual, dakwah yang progresif dan dengan tutur kata yang baik dirasa menjadi daya tarik tersendiri untuk para pendengar dakwah *Channel* Menara Kudus melalui media sosial *YouTube* dan salah satu metode yang dipakai yaitu *mauidhoh chasanah* dengan mengajak masyarakat untuk *amar ma'ruf nahi munkar* (melakukan hal baik dan menjauhi perbuatan buruk) secara tuntunan syari'at Islam.

2. Analisa Kegiatan Dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus *Channel* Menara Kudus)

Kegiatan dakwah bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah Swt sesuai dengan garis akidah, syari'at dan akhlak Islam. Begitu juga kegiatan dakwah di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus yang memiliki wadah media *Channel* Menara Kudus, mempunyai beberapa kegiatan dakwah yang dikemas dengan memanfaatkan perkembangan zaman, menjadikan konten video dakwah disiarkan melalui media sosial *YouTube* secara *online live streaming* maupun *offline* tidak *live streaming*. Media sosial *YouTube* merupakan strategi dakwah yang paling efisien dan efektif dalam penyebaran dakwah, karena penggunaan waktu yang bisa diakses dimanapun.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan maka terdapat beberapa kegiatan-kegiatan dakwah di *Channel* Menara Kudus melalui strategi media sosial *YouTube* yang dibagi menjadi 2 yaitu kegiatan mingguan (rutinan) dan kegiatan tahunan (*event-event*). Untuk kegiatan mingguan (rutinan):

- a. *Tafsir Jalalain* oleh KH. Sya'roni Ahmadi, hari Jum'at pagi (setelah sholat shubuh) sampai selesai, tempatnya di Masjid Menara Kudus.
- b. *Riyadlus Sholihin*, oleh KH. M. Syaifuddin Luthfi (Mbah Ipud), hari senin malam Selasa (setelah sholat maghrib) sampai selesai, tempatnya di Masjid Menara Kudus.

Untuk kajian kitab menggunakan metode *bil lisan*, ada *mad'unya* (komunikatif) meskipun *online live streaming YouTube*, dan menggunakan media penunjang dakwah, seperti kamera video *shooting, lighting* dan alat penunjang lainnya,

tujuan penggunaan media dakwah agar terkemas bagus dan pesan dakwahnya juga tersampaikan.

Adapun kegiatan tahunan (*event-event*):

- a. *Ta'sis* Menara Kudus, merupakan berdirinya Masjid Menara Kudus, *ta'sis* kan bahasa arab (berdiri). Kegiatan dakwah ini dilakukan biar masyarakat mengetahui dan melestarikan bahwa berdirinya masjid Menara Kudus, pada tanggal 19 Rajab 956 Hijriyah atau 23 Agustus 1549 Masehi, tanggal dan tahun ini ada di atas pengimaman berbentuk prasasti.
- b. Pengajian pitulasan, yaitu serangkaian pengajian di malam hari Bulan Romadhon, acara kegiatan dakwah ini dimulai selesai sholat tarawih dan witir, tempat di gedung Manggala atau Parkir Motor Menara Kudus. Di dalam kegiatannya dimulai ada darusan umum atau membaca Al-Qur'an yang di baca oleh 3 pemuda pilihan, disaat pengunjung pengajian hadir bisa ikut menyimak bacaan tersebut, hal ini sebagai acuan bacaan tartil dan fasih. Setelah itu dilanjut pengajian *tabligh* atau *mauidhoh chasanah* dengan para Kyai pilihan dari Yayasan bisa dari Kudus sendiri maupun luar Kudus yang setiap malamnya berbeda-beda. Pengajian pitulasan mengandung pesan dakwah seperti tadi, ada *syari'ah*, *amar ma'ruf nahi mungkar*, nasehat, cerita dan membuat masyarakat tercerahkan.

“Pada dasarnya *tabligh*, semestinya disampaikan melalui lisan atau pun tulisan.⁷⁸ Ada beberapa unsur-unsur didalam dakwah Islam yaitu:

1. *Da'i* (komunikator) adalah seseorang yang menyampaikan pesan-pesan Islam.
2. Pesan dakwah adalah isi pesan dakwah yang disampaikan *da'i*.
3. *Media/Channel* Dakwah artinya sarana (alat) yang digunakan seorang *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah.
4. *Mad'u* (komunikan) adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok.

⁷⁸ Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar budaya*, (Jakarta : Prenadamedia Group divisi kencana, 2019), 25.

5. Efek/tujuan dakwah dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* yaitu umpan baik dari reaksi proses dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah”.
- c. *Buka Luwur* Kanjeng Sunan Kudus, buka luwur ini bukan haul kanjeng Sunan Kudus, buka luwur merupakan sebuah ritual khusus yang dinamakan buka luwur yang terdapat serangkaian kegiatan, ada pergantian kain putih mori di makam kanjeng Sunan Kudus, ada juga pembersihan pusaka Sunan Kudus, dan yang paling ditunggu-tunggu oleh masyarakat Kudus dan luar Kudus adalah pembagian nasi jangkrik atau nasi berkah yang dibungkus daun jati didalamnya nasi serta potongan daging kerbau dan kambing yang sudah dimasak. Jadi, buka luwur Kanjeng Sunan Kudus tidak seperti lazimnya ditempat lain kalau buka luwur Kanjeng Sunan Kudus bukan memperingati haul nya, karena belum ada yang mengetahui secara pasti kapan wafatnya Kanjeng Sunan Kudus. Makna buka luwur disini untuk meneladani sosok dan perjuangan Kanjeng Sunan Kudus dalam menyebarkan Islam khususnya di Kudus itu sendiri dengan jalan damai dan mengembankan kebudayaan Hindu pada zaman dulu”.

Dari data yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi serta dokumentasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa kegiatan dakwah yang ada di *Channel* Menara Kudus melalui strategi media sosial *YouTube* yaitu *pertama*, kegiatan mingguan (rutinan) seperti kajian Tasfir Jalalain oleh KH. Sya’roni Ahmadi, setiap Jumu’ah pagi setelah sholat Shubuh dan kajian kitab *Riyadusssholihin* oleh KH. M. Syaifuddin Luthfi, setiap hari senin malam selasa habis sholat Maghrib. Kedua, kegiatan tahunan (*event-event*) meliputi ta’ sis Menara Kudus, pengajian pitulasan bulan Ramadhan dan buka luwur Kanjeng Sunan Kudus. Keseluruhan kegiatan tersebut dikemas dengan di tayangkan ke media sosial *YouTube*.

3. Analisa Faktor Penghambat dan Pendukung Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial *YouTube* Di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus *Channel* Menara Kudus)

Pelaksanaan implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus disini tentunya membawa pengaruh baik dari segi positif maupun negatif tim *Channel* Menara Kudus, karena tidak semua implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* dalam melaksanakan dapat berjalan dengan lancar. Tentu ada banyak kendala dalam pelaksanaan implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* tersebut.

Pada proses implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus), secara garis besar ada dua faktor yang dapat mempengaruhi dalam implementasinya, yaitu faktor penghambat dan faktor pendukung. Faktor penghambat merupakan keadaan yang dapat menyebabkan pelaksanaan terganggu dan tidak terlaksana dengan baik. Sedangkan faktor pendukung merupakan suatu keadaan yang menyebabkan terlaksana dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dan observasi yang peneliti lakukan maka terdapat beberapa faktor penghambat dan faktor pendukung dalam implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (studi kasus *Channel* Menara Kudus), dilihat dari segi faktor penghambat secara garis besar yaitu *pertama*, sumber daya manusia yang kurang berkompeten dalam pembuatan video dakwah, walaupun dari tahun ke tahun sudah ada pembenahan menjadi kearah yang lebih baik. *Kedua*, membuat hasil video dakwah yang bisa dikonsumsi atau ditonton oleh masyarakat umum, karena hasil video dakwah di *Channel* Menara Kudus masih dikonsumsi yang mendominasi dari kalangan santri atau orang yang mendalami agama Islam. *Ketiga*, peralatan produksi membuat video dakwah yang tiba-tiba *error* pada saat pelaksanaan kegiatan, hal ini dikarenakan penggunaan alat yang terlalu berlebihan. Selanjutnya solusi yang bisa memecahkan kebuntuan dari permasalahan-permasalahan tadi yaitu, *pertama*, melaksanakan *treaning* regenerasi baru, tujuannya untuk memunculkan potensi-potensi sumber daya manusia yang baru, baik dan lebih *fresh*. *Kedua*,

membuat konten video dakwah atau mencari tokoh pendakwah dalam penyampaian semenarik mungkin, santai, serta ada hiburannya dan isi pesan dakwah tetap mengandung nilai-nilai dakwah itu sendiri yang bisa diterima oleh masyarakat umum. *Ketiga*, pengambilan penanganan dari tim *Channel* Menara Kudus untuk memperbaiki peralatan produksi pembuat video dakwah yang *error* dan pengecekan alat produksi pada setiap hari. Sedangkan faktor pendukung dapat dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal yaitu faktor internal yang berkaitan dengan kualitas alat-alat produksi video dakwah yang sangat lengkap, mendukung dan memadai. Untuk faktor eksternal yaitu berkaitan dengan peran dari ketua Yayasan yang selalu mengarahkan dan mendukung kegiatan-kegiatan produksi video dakwah di *Channel* Menara Kudus.

