

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media massa dalam era digital sekarang ini dirasa terhubung dengan kegiatan masyarakat dalam mencari informasi, apalagi kelebihan teknologi yang memudahkannya untuk mengikuti perkembangan zaman. Keterkaitan teknologi dan komunikasi menjadikan media massa (terutama elektronik dan *online*) menjadi warna baru dalam mengakses segala informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Beragam media mulai dari media cetak, elektronik bahkan media *online* yang di dalamnya terdapat internet.

Media dakwah dalam penggunaannya bisa melalui apa saja, termasuk media sosial *online* dan media *offline*. Dimana perkembangan yang ada memang sangat mempengaruhi kemajuan teknologi informasi sebagai penyambung lidah masyarakat dan kajian untuk menambah pengetahuan.

Dakwah merupakan proses penyampain ajaran islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok.<sup>1</sup> Penyampaian ajaran tersebut dapat berupa perintah untuk melakukan kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang dibenci oleh Allah dan Rasulnya. Dengan kata lain dakwah juga bisa dikatakan sebagai ajakan. Karena secara istilah dakwah juga dipandang sebagai seruan dan ajakan kepada manusia untuk menuju kepada kebaikan serta *amar ma'ruf* (perintah yang baik) dan *nahi munkar* (mencegah kemunkaran).

Sesuai firman Allah Qs. Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ  
الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

---

<sup>1</sup> Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 10.

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh pada yang ma’ruf dan mencegah yang mungkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Qs. Ali Imran : 104)

Secara umum tujuan Dakwah tentunya menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Al-Qur’an dan mengajak manusia untuk mengamalkannya. Kegiatan atau aktivitas dakwah mempunyai unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah yang harus ada disetiap komponen-komponen dakwah diantaranya yaitu *Da’i* (pelaku dakwah), *Mad’u* (penerima dakwah), media dakwah, materi atau pesan dakwah, metode dakwah, efek dakwah dan prinsip-prinsip dakwah.<sup>2</sup> Dengan adanya unsur-unsur dakwah tersebut menjadikan kegiatan dakwah lebih mudah dan bisa mencapai keberhasilannya.

Dalam proses dakwah memang seorang da’i perlu menyiapkan metode berdakwah, namun sebelumnya, metode yang ingin digunakan sebaiknya adalah sesuai dengan situasi kondisi yang ada. Maksudnya adalah bisa melihat kondisi pada pendakwah dan pendengar. Karena hal ini memang sudah dihadapi oleh pendakwah untuk selalu berkembang dan mengikuti perkembangan teknologi informasi yang ada.

Dalam al Qur’an telah menjelaskan bahwasanya para da’i untuk dianjurkan membawa pedoman dakwah yang dianjurkan dalam al Qur’an surat an Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

---

<sup>2</sup> Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Roesdakarya, 2010), 19.

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalanNya, dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (QS. An Nahl: 125).

Dakwah menggunakan media menjadi salah satu elemen penting dalam aktivitas dakwah. Media dipandang sebagai alat atau sarana untuk mentransformasi pesan-pesan agama agar dapat diakses oleh publik secara lebih luas. Media yang tengah kita alami bersama ini merupakan peluang yang strategis bagi pengembangan pola-pola pendekatan baru dalam aktivitas dakwah. Media dipandang sebagai agen yang mampu menjadi sarana atau saluran penyebaran gagasan atau pesan-pesan keagamaan. Terlebih *Mad'u* yang kita hadapi pada masa depan bukanlah generasi lama, melainkan generasi digital yang sangat fasih dengan benda-benda teknologi tinggi.<sup>3</sup> Demikian dakwah melalui media merupakan dakwah untuk semua kalangan.

Perkembangan penggunaan media internet sebagai alat komunikasi menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan sekarang muncul istilah telepon pintar (*smartphone*). Hadirnya *smartphone*, fasilitas berkomunikasi-pun beraneka macam, mulai dari sms, mms, *chatting*, *email*, *video live*, dan lain-lain yang menyangkut dengan fasilitas media social.<sup>4</sup> Penggunaan *smartphone* yang juga semakin bertambah dengan fitur yang disediakan oleh para produsen seluler, salah satu contoh adalah kita dapat menonton video bahkan siaran televisi sekalipun hanya

---

<sup>3</sup>Efa Rubawati, “Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah”, *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no 4 (2018): 129 diakses pada 24 Mei 2020,

<sup>4</sup> Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Social Untuk Efektifitas Komunikasi*, *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* Vol. 16 No. 2016, 16.

dengan mengetik dan mencarinya di mesin pencarian seperti *Google*.

Penemuan berbagai macam teknologi informasi memudahkan masyarakat mencari informasi dalam waktu yang cepat. Kecanggihan teknologi tersebut telah memudahkkan kita untuk mengakses segala sesuatu yang dapat dilihat melalui internet.<sup>5</sup> Begitupun dengan akses jaringan youtube, yang sekarang marak sedang di bicarakan khalayak umum.

*Youtube* merupakan situs yang didirikan tiga sekawan yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Kehadiran *Youtube* juga sosial yang paling diminati masyarakat karena didalamnya terdapat berbagai macam jenis video mulai dari hiburan, tips dan trik, sampai juga berita-berita *terupdate*.<sup>6</sup> Pada dasarnya, *youtube* merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, *trailer film*, video edukasi, *video blog* milik para *vlogger*, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.

Menggunakan media baru dalam bentuk internet dan media sosial mulai 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. Misalnya, media televisi yang menyampaikan informasi secara audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran *Youtube*.

*Youtube* merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak 5 tahun yang lalu. Dilansir dari statistik dalam situsnya sendiri, *Youtube* memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan

---

<sup>5</sup> Janner simarmat, pengenalan teknologi computer dan informasi, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 1.

<sup>6</sup> <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/> diakses pada tanggal 07 September 2019, Pukul 11:00.

hampir sepertiga semua pengguna internet. Hingga Maret 2015, pembuat konten di *Youtube* sudah mengunggah 10.000 video, karena membuat akun atau channel di *Youtube* dan meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang. Lama kelamaan, makin banyak orang membuat akun *Youtube* yang membuka kesempatan sebagai lapangan pekerjaan. Tiap hari pengguna *Youtube* bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan. *Youtube* menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun. Beragam konten video bisa diakses dalam *Youtube*, mulai dari Musik, Film, Berita dan Informasi, Olahraga, Gaya hidup, *Gaming*, dan *Vlog*.<sup>7</sup>

Media sosial saat ini menjadi sumber utama bagi masyarakat umum bahkan semua kalangan, dari yang tua, muda, remaja, dan bahkan anak-anak sudah mulai mengenal media social. Di zaman era globalisasi yang mayoritas semua kalangan menggunakan teknologi dan media social akan tertinggal dengan berita dan info terbaru.

Penggunaan media sosial yang hampir di konsumsi semua kalangan saat ini telah banyak memberikan pengaruh terhadap penggunaanya, lebih-lebih dalam media *youtube*. Media *youtube* adalah sebuah alat bagi seseorang untuk melihat dan memberi informasi kepada penggunaanya, termasuk dakwah dalam media *youtube*. Dakwah yang biasanya dilakukan dengan mengadakan majlis-majlis sekarang bisa dengan menggunakan akun *channel* yang ada pada *youtube*.

Channel Ahabul Mushthafa Kudus yang di kelola oleh salah seorang admin, dengan konten yang berisi dakwah shalawat tujuannya yaitu mengajak umat islam agar senantiasa bershalawat. Channel tersebut di buat tiga tahun yang lalu dengan konten-konten dakwah sholawat. Melihat situasi saat ini masyarakat umum sudah

---

<sup>7</sup> Eribka Ruthellia David, *Content In Youtube Vlog Influence On Student Attitudes Establishment Of Communication Sciences Faculty of Social And Political Science University Of Sam Ratulangi*, (Volume VI. No. 1. Tahun 2017. 1.

menggunakan smartpone maka admin tersebut tidak mau melewatkan itu.

Namun peneliti melihat banyak kalangan muda yang mengabaikan konten-konten dakwah yang ada di youtube, mereka lebih mengutamakan konten-konten yang tidak memberikan manfaat kepada dirinya sendiri. Namun banyak juga yang mengambil manfaat dari teknologi tersebut, contohnya sekarang di sekitar peneliti banyak pecinta-pecinta sholawat, dan mereka telah mengaku bahwa dengan adanya media sosial ini mempermudah berbagi kebaikan dan berbagi pengalaman satu sama lain.

Dari hasil pemaparan yang telah peneliti paparkan diatas maka peneliti mengangkat satu judul penelitian yaitu tentang dakwah menggunakan media sosial youtube dengan judul **“Implementasi Dakwah Shalawat Menggunakan Media Sosial Youtube (Studi Kasus Channel Youtube AHBABUL MUSHTHOFA Kudus)”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini dimaksudkan agar penulisan skripsin tidak menyimpang dari tujuan penulisan, maka perlu adanya rumusan masalah sebagai pedoman pembahasan yang lebih lanjut dengan adanya masalah ini akan dijadikan pembuktian, sehingga dalam merumuskan pembuktiannya tidak menyimpang dari penelitian.

Dalam penelitian ini penulis hanya membatasi pada masalah implementasi dakwah shalawat menggunakan media sosial youtube, yaitu dari strategi dakwah, materi dakwah, dan kelebihan maupun kekurangan dakwah menggunakan sosial media. studi kasus channel Ahbabul Mushthafa Kudus.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan focus penelitian yang telah di paparkan di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah shalawat menggunakan media sosial?
2. Bagaimana materi dakwah sholawat melalui media sosial channel youtube Ahbabul Mushofa?

3. Bagaimana kelebihan dan kekurangan dakwah shalawat menggunakan media sosial channel youtube Ahabul Musthofa?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penting yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi dakwah shalawat menggunakan media sosial.
2. Untuk mengetahui materi dakwah shalawat melalui media sosial channel youtube Ahabul Musthofa.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dakwah shalawat menggunakan media sosial channel youtube Ahabul Musthofa.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini meliputi manfaat praktis maupun teoritis, baik secara akademik, social kemasyarakatan maupun wawasan dalam dunia akademisi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktik.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi atau pengetahuan pesan-pesan dakwah di media sosial *youtube*. Baik manfaat dari segi teologis dan sosiologis dengan mengetahui implementasi dakwah shalawat menggunakan media sosial *channel youtube* (studi kasus akun youtube Ahabul Musthofa kudus).

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Praktisi dakwah bertujuan untuk mengajak orang lain dalam kebaikan.
- b. Praktisi komunikasi Islam proses penyampaian pesan pada netizen atau penonton unruk menambah Pendidikan keislaman dalam media sosial dalam penyampaian dakwah di youtube.
- c. Segi Sosial Kemasyarakatan, harapan penelitian ini akan menjadi sebuah wawasan baru bagi masyarakat umum yang sekarang sedang

maraknya mengenal media sosial akun youtube sebagai media yang bermanfaat.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi dimaksud untuk memberikan gambaran tentang dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penelitian adalah sebagai berikut:

Bagian Awal berisi sampul, nota persetujuan, pernyataan asli, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, dan daftar isi.

Bagian Isi pada bab ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, mulai dari bab satu sampai bab lima karena saling berkaitan, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut: BAB I PENDAHULUAN, Dalam bab ini terdiri dari 6 (enam) sub bab, meliputi: Latar belakang masalah, fokus Masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. BAB II KAJIAN PUSTAKA Pada bab ini terdiri dari 3 (tiga) sub bab, meliputi: pada sub bab pertama ini penulis membahas deskripsi pustaka yang didalamnya terdiri dari 4 (empat) sub bab meliputi: sub bab pertama pengertian dakwah, pengertian shalawat, pengertian youtube.

Pada sub bab kedua membahas penelitian terdahulu dan sub ketiga membahas kerangka berfikir. BAB III METODE PENELITIAN, Pada bab ini terdiri dari 6 (enam) sub bab, meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV data penelitian dan data pembahasan, pada sub bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian, data penelitian, dan data pembahasan.

BAB V penutup, yaitu berisi tentang kesimpulan dan penutup.