

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah menurut bahasa berarti panggilan, seruan, ajakan, dan undangan. Secara istilah dakwah memiliki banyak pengertian yang mempunyai tujuan yang sama yaitu mengajak umat manusia kedalam kebaikan. Dakwah merupakan sebuah perbuatan memotivasi orang lain agar menjalankan perbuatan baik dan berjalan sesuai petunjuk, serta mengamalkan amar ma'ruf nahi munkar yang bertujuan untuk mendaapat kesuksesan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>1</sup> Islam adalah satu-satunya agama yang benar, diridhai dan diterima oleh Allah SWT, islam juga merupakan agama sempurna yang kesempurnaannya mencakup berbagai aspek salah satunya termasuk dakwah, islam telah mengajak umat untuk berdakwah seperti yang dijelaskan pada surat At-Taubah ayat 71.

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ  
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ  
الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ  
عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya:

Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, dsebagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang makruf, mencegah yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasulnya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah, sesungguhnya Allah maha perkasa lagi maha bijaksana.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ahmad Zuhdi, *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, (Bandung: Alfabeta), 2016, 18.

<sup>2</sup> Bahrum Subagia, *Fikih Dakwah & Pemikiran Dakwah di Indonesia*, (Bogor: Pustaka Melek), 2013, 5-7.

Dakwah dalam pelaksanaannya terdapat dua dimensi besar, yang pertama adalah dimensi kerisalahan (*bi ahsan al-qawl*) yang mencakup penyampaian pesan kebenaran dan yang kedua adalah dimensi kerahmatan (*bi ahsan al amal*) mencakup pengaplikasian nilai kebenaran.<sup>3</sup> Pada hakikatnya dakwah memiliki tiga unsur pokok. Pertama, *al-taujih* yaitu memberikan tuntunan dan pedoman serta jalan hidup. Kedua, *al-taghyir* yaitu mengubah dan memperbaiki keadaan seseorang atau masyarakat. Ketiga, yaitu memberikan pengharapan akan suatu nilai agama yang dikesampingkan. Secara luas dakwah juga termasuk didalamnya penyampaian kabar, pemberian peringatan, pengajaran, nasihat yang merupakan pekerjaan bagi seluruh umat muslim.<sup>4</sup>

Ini artinya dakwah menjadi misi bagi umat Islam untuk sosialisasi nilai-nilai dan upaya membentuk masyarakat yang sesuai dengan islam yang rahmatan lil'alamin, dakwah adalah tugas besar, penting, dan mulia yang sebelumnya di emban oleh para nabi untuk menyebarkan agama Islam terus menerus sampai sekarang diteruskan oleh para ulama-ulama dan masysrakat Islam, setiap muslim diharapkan bertanggung jawab terhadap kegiatan penyiaran Islam dan berkembangnya nilai-nilai Islam di tengah kehidupan masyarakat. Dakwah tidak lagi dipahami dalam arti sempit seperti ceramah, tablig, ataupun pidato di atas mimbar, akan tetapi merupakan tugas bagi setiap muslim untuk berperan agar umat manusia masuk kedalam jalan Allah.<sup>5</sup>

Sosial media merupakan dua unsure yang disatukan dalam satu aplikasi yang mendukung sosialisasi sekaligus sebagai media informasi Pada era globalisasi seperti ini banyak kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi, untuk mencari informasi, dan mendapatkan

---

<sup>3</sup> Ilham Maulana, dkk, "Dakwah di Media Sosial," *Tabligh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3, no 3, (2018): 363, diakses pada 31 Mei 2021, <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/download/675/262/>.

<sup>4</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media), 2019, 9.

<sup>5</sup> Abdullah, *Kajian Ontologi, Empistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*, (Bandung: Citapustaka Media), 2015, 1-12.

informasi.<sup>6</sup> Perkembangan media sosial yang tidak dapat dibendung ini memunculkan kekhawatiran sekaligus harapan untuk lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih dinamis dan terbuka. Kekhawatiran muncul karena sikap pesimistis lantaran melihat dampak negatif media yang begitu nyata. Di antara dampaknya adalah dapat menggeser dan menggantikan sendi-sendi kehidupan manusia yang sudah berlangsung lama dan dipegang teguh secara turun temurun. Karena media banyak memproduksi dan menyebarkan secara massif gaya hidup baru dan budaya-budaya yang boleh jadi bertentangan dan akan merusak sistem nilai dan tradisi yang ada di masyarakat. Bahkan bisa saja media membawa ideologi baru yang dapat melemahkan dan mengalahkan sistem keyakinan dan kepercayaan yang diajarkan oleh agama.

Dalam konteks ini, kehadiran media baru seperti media sosial, dapat dijadikan tantangan dan peluang bagi pengembangan dakwah. Karena sejatinya aktifitas dakwah dapat menyebarkan nilai-nilai ajaran Islam ke seantero dunia dan dapat mentransformasi kehidupan umat manusia agar lebih baik sesuai dengan tuntunan ajaran agama. Di sinilah pentingnya kehadiran media sebagai instrumen penting untuk kepentingan dakwah. Dengan bantuan media, aktifitas dakwah akan lebih akseleratif dan efektif guna menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada penduduk dunia.<sup>7</sup>

Teknologi informasi dan komunikasi kini semakin memunculkan kondisi dan situasi masyarakat yang semakin bergerak cepat, kondisi ini terjadi karena efek ketergantungan dengan teknologi informasi dan komunikasi memunculkan internet dan website, menjadikan pergerakan dinamis di seluruh dunia, yang menimbulkan kondisi yang tidak pernah

---

<sup>6</sup> Syarah Siti Maesyarah dan Andri Hendrawan, “Analisis Pesan Dakwah Melalui Channel Youtube Ustadz Ucu Najmudin,” *Syntax Imperatif Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 11, no 4, (2020): 229, diakses pada 31 Mei 2021, <http://jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/download/50/96/>.

<sup>7</sup> Dudung Abdul Rohman, “Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial”, *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, 13, no 2 (2019):123, diakses pada 28 Mei 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/299535-komunikasi-dakwah-melalui-media-sosial-b30ad3da.pdf>.

dibayangkan dan diprediksi sebelumnya ;'dan bersifat massa di dunia.<sup>8</sup>

Saat ini kegiatan dakwah tetap dapat berjalan berkat bantuan media sosial. Media sosial merupakan media yang menawarkan jaringan yang terhubung melalui internet terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuan dalam menawarkan interaktivitas ini memungkinkan pengguna dari media sosial memiliki pilihan informasi yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan aktifitas interaksi inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media.<sup>9</sup>

Kecenderungan perilaku masyarakat sekarang yang tidak bisa lepas dari media baru yang disebut dengan media social, keberadaan media sosial menjadi tantangan sekaligus peluang untuk pengembangan aktivitas dakwah. Selama ini kegiatan dakwah banyak dilakukan melalui media-media konvensional, seperti pengajian, jumatan, selamatan, dan pertemuan-pertemuan lainnya. Sehingga waktu dan jangkauan dakwahnya pun sangat terbatas, kemudian dikembangkan model-model dakwah melalui media cetak, radio, film, dan televisi. Ini dapat menjangkau khalayak yang lebih banyak dan luas, tetapi terkendala tempat yang terbatas dan waktu yang dibatasi karena harus menyesuaikan dengan program-program lainnya yang ada dalam agenda siaran radio maupun televisi.

Aktivitas dakwah ini menggunakan media sosial, seperti Facebook, YouTube ataupun Instagram misalnya. Ini akan membuka kesempatan seluas-luasnya kepada siapapun untuk mengekspresikan aktivitas dakwahnya, Maka media

---

<sup>8</sup> Sitti Maesurah, "Perkembangan Youtube Sebagai Sumber Informasi," *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7, no 1 (2020):111, diakses pada 31 Mei 2021, <https://jurnal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/7580/pdf>.

<sup>9</sup> Zida Zakiyatul Husan dan Moh Ali Aziz, Pola Dakwah Pada Masa Pandemi Covid 19, *Jurnal Mediakita Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5, no 1 (2021): 3, diakses pada 15 Jun 2021, <https://jurnal.iainkudus.ac.id/index.php/mediakita/article/download/3296/1360>.

sosial menjadi saluran baru untuk mengekspresikan kegiatan dakwah bagi kalangan tertentu, Ini menjadi babak baru pengembangan aktivitas dakwah melalui media sosial yang menarik untuk dikaji. Karena tentu komunikasi dakwah melalui media sosial ini memiliki keunikan dan karakteristik tersendiri. Selain melibatkan komponen-komponen komunikasi dakwah seperti komunikator, komunikan, materi, metode, media, dan efek; juga tentunya membentuk pola-pola interaksi baru antara komunikator dan komunikan. Sehingga memunculkan ketertarikan dan kekaguman tersendiri dari komunikan kepada komunikator.

Media baru yang berkembang sekarang adalah media sosial yang dipahami sebagai sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya) antar penggunanya, Pada media sosial dan jaringan sosial, ada banyak orang yang saling terhubung satu sama lain tanpa dibatasi dengan batas geografis, ruang, bahkan waktu dengan tujuan untuk saling berkomunikasi, berbagi sesuatu, berpendapat, menjalin pertemanan, bahkan pada beberapa kasus untuk mencari belahan hatinya.<sup>10</sup>

Aktivitas dakwah pada masa kini, tidak hanya dapat dilakukan secara ceramah tatap muka saja, namun juga bisa dilakukan melalui berbagai media. Bukan hanya melalui media cetak dan elektronik saja, namun berdakwah kini bisa dilakukan di internet. Salah satunya melalui media sosial seperti youtube. Saat ini, youtube telah memiliki ribuan bahkan jutaan pengguna dari berbagai negara. youtube menempati posisi teratas sebagai video sharing yang paling populer.<sup>11</sup>

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini semakin berkembang dan maju seiring berkembangnya zaman. Berbagai bentuk media muncul dan berkembang dengan istilah new media hal ini sangat berpengaruh pada pengguna media, terutama seperti media youtube yang menjadi salah

---

<sup>10</sup> Dudung Abdul Rohman, “Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial”, *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, 13, no 2 (2019):126 diakses pada 28 Mei 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/299535-komunikasi-dakwah-melalui-media-sosial-b30ad3da.pdf>.

<sup>11</sup> Laksamana Media, YouTube dan Google Video; Membuat, Mengedit dan Upload Video (Jakarta: MediaKom, 2009), 83.

satu media sosial untuk berkreasi dengan sebaik-baiknya dalam bentuk video dengan berbagai konten di dalamnya. Youtube saat ini semakin menjadi fenomena tersendiri bagi kalangan muda khususnya apalagi dengan hak akses yang didapatkan secara gratis. Situs ataupun aplikasi youtube menjadi database terbesar semua konten video dan yang paling sering di kunjungi yang ada di seluruh dunia. Dalam youtube terdapat beragam konten yang bermanfaat maupun yang tidak bagi semua kalangan, seperti konten dakwah, pendidikan, musik, ekonomi, tutorial dan berbagai video lainnya baik itu dari kegiatan pribadi maupun dari sumber lainnya. Dan semua orang dapat menjadi bagian untuk mengunggah maupun mengunggah konten video tersebut, seperti halnya pemanfaat dalam bidang dakwah agama.

Popularitas Youtube semakin naik juga karena para televisi swasta turut membuat kanal Youtube untuk menyasar generasi-generasi muda yang lebih memilih Youtube daripada televisi. Fenomena popularitas Youtube ini juga menyebabkan semua orang untuk beradaptasi dengan Youtube sehingga, banyak sekali orang yang belajar beradaptasi dengan budaya baru.<sup>12</sup> Youtube sebagai wadah media sosial berbasis video memiliki ketentuan khusus untuk para penggunanya bisa memonetisasi kanalnya. Youtube Partner Program (YPP) memberikan peraturan untuk kanal-kanal berisi video yang menyelipkan iklan untuk bisa mendapatkan pendapatan atau yang dikenal sebagai monetisasi *youtube*. Untuk bisa monetisasi, sebuah video setidaknya harus ditonton sebanyak 4.000 jam dalam 12 bulan terakhir dan memiliki minimal 1.000 pengikut atau *subscribers*.<sup>13</sup>

Laporan YouTube tahun 2016 menyebutkan bahwa YouTube menjadi situs online Video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43%

---

<sup>12</sup> Fendi Arifin, "Mubalig Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah," *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4, no 1 (2019), 102, diakses pada 31 Mei 2021, <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/al-balagh/article/viewFile/1718/567>.

<sup>13</sup> Arif Ramdan Sulaeman, "Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh ulama Aceh," *Communication*, 11, no. 1 (2020): 82-85, diakses pada 2 Februari 2021, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/download/1009/777>.

pasar. Diperkirakan 20Jam durasi video di upload ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar views perhari. YouTube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi YouTube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna.<sup>14</sup>

Youtube tentunya memiliki perbedaan dalam menyeru, mengajarkan dakwah jika dibandingkan dengan dakwah konvensional yang telah dijelaskan diatas yakni memiliki ruang terbatas, dan membutuhkan biaya berlebih. Tetapi dengan media sosial youtube tidak memiliki batasan ruang, waktu dan siapapun dan kapanpun bisa dilakukan. Sehingga dengan adanya media sosial youtube yang ada sekarang ini para mubaligh, Ulama, pendidik, Da'i dan seluruh umat Islam (beriman) mampu mengintegrasikan media sosial sebagai media dakwa pendidikan Islam.

Perkembangan teknologi dengan memunculkan media baru yang biasa disebut media sosial, dan dimanfaatkan oleh Al-mubarak Qudsiyyah Kudus untuk berdakwah didalamnya yaitu dengan berdakwah melalui youtube. Dengan berdakwah dengan menyebarkan dan melantunkan sholawat dengan tata cara dan cerita yang terkandung serta hikmah didalamnya. Channel youtube Al-mubarak Qudsiyyah dibuat pada 8 Oktober 2014 memiliki 68,2 ribu pengikut atau subscribe mempunyai 585 video dan sudah ditonton sebanyak 9.293.764 kali.

Uraian di atas menjadi dasar penulis untuk mengangkat ini sebagai penelitian untuk skripsi dengan judul “Strategi Dakwah Channel Youtube Al-Mubarak Qudsiyyah Kudus”. Karena dengan mengetahui strategi dakwahnya, peneliti bisa mengetahui cara dan mencontoh apa yang dilakukan oleh Al-Mubarak Qudsiyyah dalam berdakwah di youtube sehingga pergerakan dakwah bisa lebih efektif dan bisa terjangkau sesuai dengan kapasitas yang menjadi tujuan untuk melakukan kegiatan dakwah, dalam memanfaatkan media sosial yang ada terutama media youtube.

---

<sup>14</sup> Guntur Cahyono dan Nibros Hassani, “Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran,” *Al-Hikmah Jurnal Dakwah*, 13, no. 1 (2019): 26, diakses pada 31 Mei 2021, <http://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/download/1316/691>.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini fokus kepada strategi dakwah channel *youtube* Al-Mubarak Qudsiyyah Kudus, channel Al-Mubarak Qudsiyyah Kudus yang semula adalah grup rebana yang memanfaatkan perkembangan teknologi dengan membuat channel *youtube* untuk berdakwah lebih luas lagi, karena *youtube* adalah media sosial yang berupa video dengan pengunjung paling banyak di seluruh dunia.

## C. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi dakwah yang diterapkan dalam channel Youtube Al-Mubarak Qudsiyyah Kudus?.

## D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi dakwah yang diterapkan dalam channel Youtube Al- Mubarak Qudsiyyah Kudus.

## E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat kedepannya. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis diharapkan dapat menambah wawasan mengenai dakwah dalam media sosial khususnya *youtube* dalam Komunikasi Penyiaran Islam, wawasan berdakwah melalui media sosial yang semakin berkembang, dengan lebih bijak menggunakan dan memilih konten dakwah yang ada di media sosial khususnya *youtube*.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Mahasiswa IAIN Kudus

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam perkembangan media untuk berdakwah, serta menambah wawasan dan memperdalam Islam bagi mahasiswa IAIN Kudus, penelitian ini juga bisa menjadi perbandingan dengan berdakwah dengan metode lain.

b. Bagi Akademi

Manfaat penelitian ini terhadap akademisi sebagai kajian dalam berdakwah untuk meningkatkan kegiatan berdakwah, dengan mengemas penyampaian Al-Qur'an, hadist, ijma' dan qiyas dengan cara yang lebih menarik dan bisa diterima oleh berbagai kalangan, dengan adanya *youtube* pemanfaatan perkembangan media berupa video dapat menjadikan dakwah lebih efektif.

c. Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini juga bisa dirasakan oleh masyarakat, yang bisa lebih mudah dan menerima dakwah lewat *youtube*, dengan akses yang begitu mudah dan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja juga bisa dilakukan dan diputar berulang-ulang.

**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:

1. Bagian Awal

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

2. 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**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : Kajian Pustaka**

Bab ini terdiri dari teori-teori yang terkait dengan judul, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, pertanyaan penelitian.

**BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini terdiri dari gambaran obyek penelitian, deskripsi data, dan analisis data penelitian.

**BAB V : Penutup**

Bab ini berupa simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang perlu diperoleh dari simpulan

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdapat kesimpulan, daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang berisi dokumen-dokumen yang penting.

