

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern saat ini, teknologi menghadapi peningkatan yang sangat pesat. Kemajuan tersebut tidak terlepas dari fungsi utama teknologi sebagai alat bantu yang dirancang untuk mempermudah penggunaanya dalam menjalankan berbagai aktivitas secara efisien. Oleh karena itu, keberadaan teknologi telah menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan masyarakat, karena mampu menunjang hampir seluruh kegiatan sehari-hari. Teknologi kini tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, termasuk dalam hal penyampaian informasi dan komunikasi yang semakin cepat dan mudah berkat kemajuan teknologi tersebut.

Pemanfaatan teknologi memberikan kemudahan bagi penggunaanya dalam berkomunikasi dan berbagi informasi kapan saja dan di mana saja. Salah satu bentuk pemanfaatannya adalah dalam penyebaran dakwah melalui media teknologi. Dalam ajaran Islam, Allah memerintahkan umat-Nya untuk menjalankan tugas mulia, yaitu berdakwah. Melalui dukungan teknologi, para *da'i* kini dapat menyampaikan dakwah secara lebih luas tanpa harus dibatasi oleh waktu maupun tempat. Selain itu, teknologi juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses materi dakwah dengan lebih praktis dan fleksibel.

Pada era saat ini, penyebaran pengetahuan tentang Islam tidak lagi terbatas dilakukan oleh para ulama saja. Aktivitas dakwah kini dapat dilakukan di mana saja, kapan saja, dan melalui berbagai metode. Masyarakat tidak lagi sepenuhnya

bergantung pada ulama sebagai satu-satunya sumber dalam mempelajari ajaran Islam. Dengan kemajuan teknologi, masyarakat dapat memanfaatkan perangkat seperti handphone dan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh pengetahuan agama. Beragam informasi keislaman, mulai dari persoalan ibadah yang sederhana hingga permasalahan yang kompleks, Saat ini tersedia secara luas dan dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat.¹

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, berbagai platform media sosial mulai bermunculan dan dimanfaatkan oleh para *da'i* sebagai sarana dakwah. Kehadiran media sosial ini menjadi peluang strategis dalam menjelaskan pesan dakwah kepada masyarakat, terkhusus melalui jaringan internet. Perkembangan internet telah mengubah banyak aktivitas yang dulunya dianggap sulit menjadi lebih mudah dilakukan. Sebagai jaringan komunikasi global, internet memungkinkan seseorang berinteraksi dengan individu dari berbagai penjuru dunia, termasuk membantu para *da'i* dalam menyiarkan ajaran Islam menggunakan media sosial. Dengan itu, masyarakat bisa mengakses informasi dakwah dan perkembangan Islam secara lebih luas, beragam, dan menyeluruh.²

Dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada khalayak luas. Tujuan utama dakwah adalah meningkatkan minat serta kecenderungan individu atau kelompok untuk menyetujui dan menerapkan ajaran

¹ Asriyanti Rosmalina and Tia Khaerunnisa, 'Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dakwah Pada Masa Pandemi', *Orasi : Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12.1 (2021), p. 147, doi:10.24235/orasi.v12i1.8205.

² Nurhidayah Nurhidayah, Umi Halwati, and Nawawi, 'Pesan Dakwah dalam Media Sosial: Analisis Semiotika terhadap Akun YouTube Ustadz Abdul Somad Official', *Iqtida : Journal of Da'wah and Communication*, 3.1 (2023), pp. 107–25, doi:10.28918/iqtida.v3i1.338.

Islam. Dakwah tidak hanya sebatas penyampaian pesan, melainkan juga sebagai bentuk kewajiban yang melekat pada setiap muslim, baik laki-laki maupun perempuan. Dalam pelaksanaannya, dakwah bertujuan untuk membentuk sikap dan perilaku umat sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis.³ Allah Swt. berfirman dalam surah An-Nahl ayat 125:

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

Artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta berdebatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.

Dakwah merupakan suatu proses dalam menyampaikan informasi mengenai ajaran Islam yang bertujuan untuk membentuk dan mengubah sikap serta mendorong perubahan tingkah laku individu menuju kearah yang lebih positif dan sesuai dengan nilai-nilai yang diharapkan. Aspek perubahan menuju nilai-nilai positif menjadi karakter utama yang seharusnya menjadi landasan dalam kajian dan pelaksanaan dakwah. Pada masa dahulu, aktivitas dakwah dilaksanakan dengan metode yang mudah, misalnya dengan mengunjungi kediaman warga dalam rangka menyampaikan ajaran Islam. Namun, seiring perkembangan zaman, dakwah kini disampaikan melalui berbagai strategi, metode, dan media yang lebih bervariasi. Perkembangan teknologi dan saluran komunikasi mendorong perlunya penyesuaian

³ Cut Sri Wahyuni, 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah', *Jurnal Kewarganegaraan*, 6.3 (2022).

konten dakwah, khususnya bagi generasi milenial, agar memuat unsur-unsur digital atau virtual guna menjangkau mereka secara lebih efektif.⁴

Strategi komunikasi dakwah di era globalisasi memegang peranan penting dalam menjaga agar pesan-pesan keagamaan tetap relevan dan tersampaikan secara efektif. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan teknologi digital dalam proses penyebaran dakwah. Internet dan media sosial kini menjadi sarana komunikasi yang memiliki kekuatan dan jangkauan yang luas. Para dai dapat memanfaatkan berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyampaikan pesan keagamaan secara menarik dan kreatif. Penggunaan media seperti video pendek, infografis, dan siaran langsung (live streaming) memungkinkan pesan dakwah menjangkau generasi muda dan audiens yang lebih beragam. Konten yang bersifat interaktif dan menarik juga dapat mendorong partisipasi aktif dari masyarakat. Dengan demikian, penguasaan teknologi digital merupakan hal yang sangat penting bagi para dai di era global saat ini.⁵

YouTube sebagai media sosial kini berperan sebagai salah satu sumber informasi utama bagi para penggunanya. Fitur-fitur yang tersedia pada platform ini sangat bermanfaat untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi, termasuk dalam bidang keislaman dan keagamaan. YouTube juga menghadirkan beragam konten edukatif, termasuk konten dakwah dengan pendekatan yang beragam. Saat ini,

⁴ Zainal Azman, 'Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial', *Jurnal khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3.2 (2022), pp. 193–205, doi:10.37092/khabar.v3i2.350.

⁵ Nur Ramdani, Endang Rahmawati, and Nurliya Ni'matul Rohmah, 'Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Menghadapi Tantangan Budaya Globalisasi', *Seminar Nasional Paedagogia*, 4 (2024), pp. 477–86.

banyak ulama dan lembaga keagamaan yang memanfaatkan YouTube sebagai sarana pembelajaran dan penyebaran informasi keislaman. Hal ini menjadikan informasi yang disampaikan lebih akurat, terpercaya, dan relevan dengan kebutuhan umat.⁶

Media sosial, khususnya YouTube, memiliki peran penting dalam perantara dakwah di era digital saat ini. Sebagai platform berbagi video yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat, YouTube memberikan kemudahan bagi para pendakwah untuk menerangkan pesan-pesan keagamaan dalam format visual yang menarik. Fitur-fitur seperti komentar, like, subscribe, dan live streaming menyediakan ruang untuk interaksi langsung antara pendakwah dan audiensnya, menciptakan komunikasi dua arah yang lebih efektif dibandingkan metode dakwah tradisional. Selain itu, sistem algoritma YouTube mampu merekomendasikan konten dakwah sesuai dengan minat pengguna, sehingga pesan dakwah dapat menjangkau khalayak secara lebih luas tanpa memerlukan interaksi tatap muka langsung. Dengan begitu, YouTube tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi media dakwah yang strategis, terutama bagi generasi digital yang terbiasa mengakses informasi keagamaan melalui media sosial.⁷

YouTube adalah sebuah media digital berbasis video yang paling besar digunakan secara global, dengan jumlah pengguna aktif yang mencapai miliaran setiap bulannya. Melalui platform ini, beragam jenis konten dapat diakses oleh

⁶ Hendra Wicaksono and Salsabila Dwikun Ambar Retno, *Efektivitas Media Sosial Youtube Terhadap Kebutuhan Informasi Keislaman Peserta Didik di Man 8 Jakarta*, 20.2 (2024).

⁷ Yogi Muhammad Yusuf, *Communication Strategy for Islamic Propagation on Social Media: Case Study of the Use of YouTube by Religious Figures*, 4.05 (2025).

masyarakat kapan pun dan di mana pun, termasuk konten dakwah. Dalam konteks penyebaran dakwah, YouTube menjadi sarana yang potensial untuk para dai dalam menerangkan pesan-pesan keagamaan secara luas dan efektif. Ustadz Ilham Humaidi adalah salah satu pendakwah yang secara konsisten memanfaatkan media ini dalam menyampaikan ajaran Islam. Berdasarkan data Statista, YouTube menunjukkan pertumbuhan pengguna yang stabil dan menjadi media yang sangat diminati oleh kalangan generasi muda.

Meskipun dakwah melalui YouTube memiliki keunggulan dalam hal jangkauan audiens yang luas, efektivitas penyampaian pesan dakwah saat ini tengah mengalami berbagai tantangan. Di antara tantangan tersebut terletak pada sejauh mana pesan dakwah mampu membentuk pemahaman keagamaan serta mempengaruhi perilaku audiens. Herring mengemukakan bahwa efektivitas komunikasi dalam ruang digital sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara komunikator dan komunikan, terutama dalam konteks edukasi dan penyampaian nilai-nilai moral.⁸

Namun, dalam menjalankan strategi dakwah di era digital, terdapat beberapa permasalahan yang perlu diatasi. Diantara nya adalah persoalan keaslian dan kebenaran suatu informasi. Di era yang mudahnya berita bohong dan informasi yang tidak akurat menyebar, para pendakwah perlu berhati-hati dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan agar tidak disalah artikan atau digunakan

⁸ Anggun Dwi Nanda Nasution and others, 'Analisis Efektivitas Dakwah Channel YouTube Khalid Basalamah Official: Peran Interaksi dan Keterlibatan Audiens', *Madania Jurnal ilmu-ilmu keislaman*, 14.2 (2024).

untuk tujuan yang salah. Kini, dongeng dan hadits palsu begitu mudah tersebar melalui media sosial sehingga dikhawatirkan akan memberikan pengetahuan yang salah dan berkembangnya pemahaman yang tidak sesuai dengan ajaran Islam di kalangan sebagian umat Islam. Dari karenanya, perlu dari mereka untuk membuat riset dan verifikasi informasi sebelum menyebarkannya.⁹

Fenomena dakwah melalui platform media sosial YouTube di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Perkembangan ini diketahui dengan semakin banyaknya para aktivis dakwah yang menggunakan YouTube sebagai media untuk menyebarkan ajaran Islam. Melalui platform ini, pengguna tidak hanya dapat mengakses informasi, tetapi juga memperoleh wawasan keilmuan yang berkaitan dengan dunia Islam secara lebih luas. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, YouTube menjadi media yang efektif untuk diterapkan dalam strategi dakwah, karena memungkinkan penyampaian pesan keagamaan secara langsung, menarik, dan mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.¹⁰

Seiring dengan kemajuan peradaban dan pesatnya perkembangan teknologi, dakwah sebagai bentuk komunikasi dituntut untuk disampaikan secara lebih efektif dan efisien sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara komunikatif oleh masyarakat. Dalam konteks ini, peran seorang dai menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan dakwah. Hal ini disebabkan oleh karakteristik

⁹ Engku Ahmad Zaki bin Engku Alwi, 'Da'wah Strategy in the Digital Era', *Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication*, 6.1 (2024).

¹⁰ Muhammad Zainullah Assholih, 'Strategi Dakwah Ustadz Felix Siauw di Media Sosial YouTube Dalam Membina Toleransi Antar Ummat Beragama di Indonesia', *Jurnal Syiar-Syiar*, 2.2 (2022), pp. 1–19, doi:10.36490/syiar.v2i2.369.

umat Islam di Indonesia yang umumnya masih cenderung bersifat paternalistik, yakni cenderung menggantungkan pemahaman keagamaannya pada figur tokoh tertentu. Maka dari itu, keberhasilan suatu dakwah sangat bergantung pada kualitas pribadi dan kemampuan komunikasi dari sosok pendakwah itu sendiri, atau yang kini lebih dikenal dengan sebutan dai.¹¹

Perkembangan teknologi telah mendorong para pendakwah untuk terus beradaptasi dan mengembangkan strategi komunikasi yang lebih sesuai dengan konteks zaman. Transformasi ini memberikan dampak positif dalam membangun pemahaman serta kesadaran keagamaan di tengah masyarakat digital yang semakin terhubung. Melalui pemanfaatan teknologi informasi, dakwah kini mampu menghadirkan pola komunikasi yang lebih dinamis, menjadikan pesan-pesan keagamaan lebih relevan, interaktif, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.¹²

Pesatnya perkembangan internet menjadi salah satu faktor utama yang mendukung potensi besar YouTube sebagai media dakwah. Sebagai platform berbagi video yang membutuhkan koneksi internet untuk diakses, YouTube telah meraih popularitas global dengan jutaan pengguna tersebar di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Melalui platform ini, informasi dapat disebarluaskan secara cepat tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu, mencakup berbagai jenis konten

¹¹ Faridah Faridah and others, 'Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Kaum Milenial', *Retorika : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4.2 (2022), pp. 138–50, doi:10.47435/retorika.v4i2.1191.

¹² Yulia Rahmawati and others, 'Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur', *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3.1 (2024), pp. 266–79, doi:10.55606/concept.v3i1.1081.

seperti berita, hiburan, pendidikan, tutorial, hingga dakwah. Setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dalam mengakses konten maupun berperan sebagai kreator. Kondisi ini sejalan dengan prinsip dakwah Islam, di mana setiap Muslim mempunyai kewajiban untuk mengutarakan dan menerima pesan-pesan dakwah.

Pemanfaatan YouTube sebagai sarana dakwah kini tidak hanya dilakukan oleh ustadz atau tokoh agama yang sudah dikenal luas, tetapi juga digunakan oleh berbagai kalangan untuk membagikan aktivitas keagamaan, seperti pengajian, ceramah, maupun kegiatan keislaman lainnya. Pemanfaatan YouTube memungkinkan penyebaran dakwah menjangkau wilayah yang luas secara cepat dan efektif. Keadaan ini memberikan kesempatan besar bagi penyebaran ajaran Islam secara lebih bijaksana, melalui pesan-pesan nasihat yang menyentuh hati serta pendekatan dialogis yang santun.

Dengan demikian, dakwah Islam menjadi lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat secara umum. Kehadiran berbagai media baru dalam dunia dakwah kini menjadi tren dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada khalayak luas. Salah satu pendakwah yang aktif memanfaatkan YouTube sebagai sarana dakwah adalah Ustadz Ilham Humaidi, yang konsisten menggunakan platform ini untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat.¹³

¹³ Helga, Nazar, and Miswanti, 'Analisis Prinsip Komunikasi Dakwah Dalam YouTubeUstadzah Halimah Alaydrus', *Joiscom (Journal of Islamic Communication)*, 4.2 (2023), pp. 31–39, doi:10.36085/joiscom.v4i2.6050.

Channel YouTube Syiar Majelis Sabilal Muhtadin (Syima) merupakan platform digital yang secara khusus menayangkan ceramah-ceramah keagamaan yang disampaikan secara siaran langsung (live streaming) oleh berbagai ustadz di Masjid Raya Sabilal Muhtadin, Banjarmasin. Channel ini telah aktif sejak tahun 2016 dan hingga kini telah memiliki lebih dari 113 ribu pelanggan (subscribers). Ceramah disampaikan secara langsung di hadapan para jamaah di masjid, namun juga disiarkan secara daring melalui YouTube agar dapat diakses oleh masyarakat yang tidak dapat hadir secara fisik. Setiap video ceramah umumnya berdurasi antara satu hingga dua jam. Kehadiran Channel YouTube Syima memberikan kemudahan bagi jamaah untuk tetap mengikuti kajian keagamaan secara fleksibel, tanpa terikat oleh waktu dan tempat.¹⁴

Dari sekian banyak dai yang menyampaikan ceramah melalui Channel YouTube Syima Sabilal Muhtadin, peneliti tertarik untuk mengkaji dakwah salah satu ulama terkemuka asal Kalimantan Selatan, yaitu Ustadz H. Ilham Humaidi. Beliau dikenal luas dengan gaya penyampaian dakwah yang menyejukkan, menyentuh hati, dan penuh makna. Ceramah-ceramah yang beliau sampaikan tidak hanya berisi nasihat keagamaan, tetapi juga mampu membangkitkan kesadaran spiritual dan memperkuat keimanan para pendengarnya. Ustadz Ilham, sapaan akrab beliau, telah menjadi sosok dai muda yang disukai oleh berbagai kalangan, tidak hanya di Kalimantan Selatan, tetapi juga di luar wilayah tersebut. Lebih dari

¹⁴ Dhea Jauza Aurellia, 'Retorika Dakwah TGH. M. Rasyid Ridha Melalui Channel YouTube Syima Sabilal Muhtadin' (unpublished, Universitas Islam Negeri Antasari, 2023).

sekadar penyampai pesan keagamaan, beliau juga menjadi figur teladan melalui keteladanan, kesederhanaan, dan sikap ramah yang ditunjukkannya. Ustadz Ilham Humaidi juga dikenal sebagai pendiri dan pengasuh Majelis As-Shofa Banjarmasin, yang menjadi salah satu pusat kegiatan keagamaan di daerah tersebut.¹⁵

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi dalam berdakwahnya Ustadz Ilham Humaidi pada Channel tersebut yang memanfaatkan media sosial channel YouTube, maka dengan ini dapat diambil sebuah judul penelitian **"STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ ILHAM HUMAIDI MELALUI CHANNEL YOUTUBE SYIMA SABILAL MUHTADIN"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis memfokuskan penelitian ini kepada strategi komunikasi dakwah Ustadz Ilham Humaidi. Maka fokus rumusan masalah yang diteliti pada penelitian ini yaitu Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ilham Humaidi Melalui Channel YouTube Syima Sabilal Muhtadin.

¹⁵ Zhian Hibrizi, 'Biografi Ustadz H. Ilham Humaidi', 12 April 2024.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ilham Humaidi Melalui Channel YouTube Syima Sabilal Muhtadin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai strategi komunikasi dakwah melalui media YouTube, khususnya bagi jurusan bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan dokumentasi ilmiah yang bermanfaat bagi perkembangan penelitian sejenis di masa mendatang.

2. Secara Praktis

Untuk Akademisi, penelitian ini memberikan informasi sebagai sumber tambahan terkait strategi komunikasi dakwah Ustadz Ilham Humaidi melalui Channel YouTube Syima Sabilal Muhtadin, bahan referensi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan mempermudah pemahaman pembaca terhadap isi skripsi ini, peneliti menjelaskan terlebih dahulu beberapa istilah utama yang terdapat dalam judul penelitian, yaitu:

1. Strategi

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang mencakup pelaksanaan ide, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks dakwah, strategi dipahami sebagai rencana yang tersusun secara sistematis dan terarah, yang digunakan sebagai panduan untuk menjalankan kegiatan dakwah agar tujuan dari majelis atau lembaga dakwah bisa tercapai dengan baik.

Dengan kata lain, strategi mencakup serangkaian tujuan, kebijakan, serta aturan yang menjadi panduan para *da'i* dalam menjalankan kegiatan dakwah secara berkelanjutan. Strategi juga disesuaikan dengan setiap tahapan kegiatan dakwah, sebagai bentuk respons terhadap perubahan kondisi masyarakat (*mad'u*) serta untuk menghadapi berbagai tantangan dan perubahan yang terus terjadi di lingkungan dakwah.¹⁶

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, informasi, ide, maupun gagasan dari satu individu kepada individu lainnya. Umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal agar mempermudah pemahaman antara pihak-pihak yang terlibat. Secara etimologis, komunikasi dapat dimaknai sebagai bentuk interaksi antara dua orang atau lebih dalam rangka menyampaikan suatu informasi. Tujuan utama dari komunikasi pada

¹⁶ Muhammad Asdar, 'Strategi Dakwah di Era New Normal', preprint, Open Science Framework, 23 July 2020, doi:10.31219/osf.io/3kby9.

umumnya adalah untuk memberikan atau menyampaikan pengetahuan kepada pihak lain.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dapat dipahami serta diterima dengan baik oleh pihak penerima. Selain menggunakan bahasa verbal, komunikasi juga dapat dilakukan melalui ekspresi nonverbal, seperti bahasa tubuh atau gerakan tertentu yang digunakan untuk menyampaikan maksud atau tujuan tertentu.¹⁷

3. Dakwah

Pada dasarnya, dakwah merupakan suatu bentuk usaha atau aktivitas yang bertujuan mengajak, menyeru, serta mendorong seluruh umat manusia agar melakukan kebaikan dan mengikuti tuntunan Allah serta Rasul-Nya. Dakwah juga mengandung pesan untuk melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar demi meraih kebahagiaan dan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat.¹⁸

4. YouTube Syima Sabilal Muhtadin

YouTube merupakan salah satu situs berbagi video yang sangat populer dan memperbolehkan penggunaanya untuk menonton, mengunggah, serta membagikan video secara gratis. Di Indonesia, YouTube juga menjadi salah satu media sosial yang paling banyak diakses oleh pengguna internet.

¹⁷ Abdul Salam, Muliaty Amin, and Kamaluddin Tajibu, *Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan AttakiI)*, 1.3 (2020).

¹⁸ Robby Aditya Putra, Exsan Adde, and Maulida Fitri, 'Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Generasi z', *Ath-Thariq ; Jurnal dakwah dan komunikasi*, 07.01 (2023), p. 61.

Platform ini memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mempublikasikan video berdurasi panjang. Salah satu channel yang memanfaatkan platform ini adalah Syima Sabilal Muhtadin, yaitu channel YouTube milik Masjid Raya Sabilal Muhtadin Banjarmasin. Channel ini menayangkan video-video para penceramah atau ulama yang menyampaikan materi dakwah di masjid sabilal muhtadin. Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada ceramah Ustadz Ilham Humaidi, dengan menganalisis 3 video ceramah yang ditayangkan secara live streaming pada tanggal (12 Desember - 26 Desember 2024).

F. Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan kajian awal terhadap sejumlah karya ilmiah sebagai acuan dan bahan perbandingan dalam penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah Ustadz Ilham Humaidi melalui channel YouTube syima sabilal muhtadin, Dari hasil peninjauan tersebut, maka ditemukanlah beberapa karya ilmiah yang relevan diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian oleh Didik Nasrullah Rahman Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin 2022, dengan judul **“Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial YouTube”**. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Abdul Somad melibatkan beberapa elemen utama. Pertama, beliau membangun citra diri sebagai seorang komunikator yang

memiliki kredibilitas dan kharisma, sehingga mampu memperoleh kepercayaan dari para pendengarnya. Kedua, beliau melakukan penyesuaian materi dakwah dengan memahami karakter dan latar belakang audiens (*mad'u*), sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih relevan dan tepat sasaran. Ketiga, gaya penyampaiannya yang santai dan dibumbui dengan humor menjadikan isi dakwah terasa ringan, mudah dipahami, dan tidak membosankan. Keempat, Ustadz Abdul Somad menerapkan pendekatan dakwah yang bersifat wasathiyah atau moderat, yakni dengan menampilkan sikap seimbang dalam menyampaikan ajaran Islam, menghindari pandangan yang ekstrem, serta menekankan pentingnya menjaga persatuan di tengah masyarakat. Berdasarkan penelitian ini, persamaan penelitian yang ditulis oleh Didik Nasrullah Rahman dengan penelitian yang akan peneliti tulis adalah keduanya sama-sama menggunakan media YouTube. Perbedaan dalam penelitian ini dengan peneliti yaitu, terletak dalam subjek penelitian, yang mana pada dalam penelitian ini adalah Ustadz Abdul Somad, sedangkan peneliti tulis sekarang Ustadz Ilham Humaidi.

2. Penelitian oleh Nurul Muzayyana Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2020, dengan judul **“Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Youtube Serta Efeknya Terhadap Publik”** dalam penelitian ini menunjukkan bahwa baik Ustadz Abdul Somad maupun Ustadz Adi Hidayat sama-sama

menggunakan dalil-dalil dari Al-Qur'an dan hadits, serta sering mengacu pada kitab-kitab klasik dan tafsir sebagai penguatan materi dakwah. Meski demikian, keduanya memiliki gaya komunikasi yang berbeda. Ustadz Abdul Somad dikenal dengan gaya yang tegas, lugas, serta menyelipkan humor dalam ceramahnya sehingga menarik dan tidak kaku. Sementara itu, Ustadz Adi Hidayat cenderung bersikap tenang, ramah, dan sistematis, serta sering mengaitkan materi dakwah dengan isu-isu kontemporer. Penelitian ini juga mengungkap bahwa gaya dan strategi komunikasi keduanya berdampak positif terhadap audiens, di mana para penonton menjadi lebih memahami isi dakwah, tertarik untuk terus menyimak, dan bahkan terdorong untuk mengamalkan ajaran yang disampaikan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan penelitian ini, persamaan dengan penelitian penulis ialah sama-sama menggunakan media YouTube sebagai wadah untuk berdakwah, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan saya tulis yaitu, terletak dalam subjek penelitian, yang mana pada dalam penelitian ini adalah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat, sedangkan peneliti yang tulis sekarang Ustadz Ilham Humaidi.

3. Penelitian oleh Dhea Jauza Aurellia Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin 2023, dengan judul **“Retorika Dakwah TGH. M. Rasyid Ridha Melalui Channel YouTube Syima Sabilal Muhtadin”**

Penelitian ini menunjukkan bahwa TGH. M. Rasyid Ridha berhasil mengaplikasikan unsur-unsur retorika secara optimal, khususnya pada aspek *elocutio* atau gaya bahasa. Hal ini tercermin dari pemilihan kata yang tepat dan mudah dipahami, susunan kalimat yang runtut, serta penggunaan intonasi dan penekanan suara yang disesuaikan dengan isi pesan yang disampaikan. Selain aspek verbal, beliau juga memanfaatkan elemen nonverbal seperti mimik wajah dan gerakan tubuh untuk mendukung efektivitas penyampaian dakwah. Gaya retorika yang ia gunakan secara keseluruhan mampu menciptakan komunikasi dakwah yang jelas, menarik, dan meyakinkan, sehingga isi dakwah lebih mudah dipahami oleh beragam kalangan penonton di platform YouTube. Dengan ciri khas retorika yang kuat serta penguasaan materi yang baik, dakwah yang disampaikannya melalui Channel Syima Sabilal Muhtadin dinilai mampu mengkomunikasikan ajaran Islam secara efektif dalam konteks digital masa kini. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu sama-sama menganalisis dakwah melalui media YouTube Syima Sabilal Muhtadin. Namun, perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Penelitian sebelumnya berfokus pada TGH. M. Rasyid Ridha, sedangkan penelitian yang penulis lakukan saat ini berfokus pada Ustadz Ilham Humaidi.

G. Kerangka Teori

1. Definisi Strategi Komunikasi Dakwah

Strategi dakwah memiliki keterkaitan yang erat dengan manajemen, karena keduanya menyangkut keberhasilan dalam merencanakan dan menjalankan kegiatan yang telah ditetapkan, baik oleh individu maupun kelompok. Menurut Indra Dita Puspito, manajemen strategi merupakan proses pengelolaan yang terarah dan menyeluruh dalam memanfaatkan sumber daya organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan visi dan misi.¹⁹

Komunikasi dakwah dapat dipahami sebagai aktivitas menyampaikan nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits kepada khalayak, baik oleh perorangan maupun kelompok. Proses ini bisa dilaksanakan secara tatap muka maupun melalui media, dengan bentuk penyampaian yang meliputi bahasa lisan (verbal) maupun ekspresi nonverbal seperti tindakan, sikap, dan gestur. Tujuan utamanya adalah mengajak audiens untuk membentuk pola pikir, perilaku, dan sikap hidup yang sejalan dengan ajaran Islam.

Komunikasi dakwah yang relevan dengan kondisi masyarakat sangat penting agar pesan-pesan keagamaan dapat dipahami dan dimengerti dengan baik. Hal ini semakin penting khususnya bagi kalangan remaja, yang mudah

¹⁹ Supardi Supardi and Saeful Malik, 'Strategi Dakwah Badiuzzaman Said Nursi Dalam Novel Api Tauhid Karya Habiburrahman El Shirazy', *Communicative : Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 1.1 (2020), p. 47, doi:10.47453/communicative.v1i1.187.

terpengaruh oleh arus budaya luar. Karena itu, perlu adanya penguatan nilai-nilai agama melalui dakwah yang relevan dengan kondisi mereka, agar dapat menjadi benteng dalam menghadapi pengaruh negatif dari budaya baru. Dakwah memiliki peran penting di masa kini sebagai upaya untuk mencegah terjadinya krisis moral di tengah masyarakat.²⁰

Strategi komunikasi dakwah merupakan suatu rencana yang efektif dan sistematis dari seorang komunikator (*da'i*) untuk mengubah perilaku komunikan (masyarakat) sesuai dengan ajaran Islam. Dalam kaitannya dengan dakwah Islam, strategi komunikasi dakwah merupakan keahlian seorang *da'i* dalam menyikapi sesuatu, terkait dengan metode dan pendekatan yang digunakan untuk mencapai sesuatu, serta memiliki karakter dasar yang mengidentifikasi, dan tidak bersifat apologetik. Untuk itu, dalam proses pelaksanaan strategi komunikasi dakwah, tentunya kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh pendakwah akan memberikan dampak yang signifikan. Unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator.²¹

Oleh karena itu, dalam menerapkan strategi komunikasi dakwah, penting bagi seorang *da'i* memiliki kepekaan dalam memahami situasi dan

²⁰ Hamdan Daulay and Evi Septiani T. H., 'Komunikasi dan Dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan keislaman Remaja', *Kalijaga Journal of Communication*, 2.1 (2020), pp. 17–32, doi:10.14421/kjc.21.02.2020.

²¹ Zaimatul Millah, 'Communication Strategy Of Dakwah In Community Of The Modern Era (Case Study In Lengkong Village, Sukorejo District, Ponorogo Regency)', *Qaulan: Journal of Islamic Communication*, 2.2 (2021), pp. 198–217, doi:10.21154/qaulan.v2i2.2832.

karakter para pendengar. Hal ini dapat memberikan pengaruh besar terhadap keberhasilan penyampaian pesan dakwah. Beberapa unsur penting yang perlu dilihat dalam mengatur strategi komunikasi antara lain adalah mengenali siapa audiensnya, merumuskan pesan yang tepat, memilih metode dan media yang sesuai, serta memperhatikan siapa komunikatornya. Selain itu, strategi juga dapat diartikan sebagai pendekatan menyeluruh yang mencakup pelaksanaan ide, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan dalam jangka waktu tertentu.²²

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah merupakan suatu pendekatan atau metode dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam, yang dilakukan oleh seorang dai dengan tujuan untuk mengajak individu maupun kelompok agar berperilaku dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai Islam yang disampaikan.

2. Teori Harold Lasswell

Seorang ahli ilmu politik asal Amerika Serikat, Harold D. Lasswell, pada tahun 1948 memperkenalkan salah satu teori awal dalam kajian komunikasi massa yang dikenal sebagai Model Komunikasi Lasswell. Ia berkata bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : *Who says what in which channel to whom with what effect* (siapa yang menyampaikan pesan, apa isi pesannya, melalui

²² Bustanol Arifin, 'Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan', *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 2.2 (2018), pp. 159–78, doi:10.15575/cjik.v2i2.4940.

saluran/media apa pesan itu disampaikan, kepada siapa pesan ditujukan, dan dampak atau efek apa yang ditimbulkan.).²³

3. Youtube Sebagai Media Dakwah

Di era modern saat ini, masyarakat lebih terbiasa dengan kehadiran media sosial. Berbagai platform seperti Twitter, Tiktok, Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube dan lainnya digunakan tidak hanya untuk mencari informasi terkini, tetapi juga sebagai sarana hiburan, pembelajaran, dan aktivitas sosial lainnya. Media sosial bahkan menjadi bagian integral dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari. Melihat kondisi ini, para *da'i* dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah secara luas melalui jangkauan yang lebih besar serta dapat diakses oleh beragam lapisan masyarakat.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dirancang untuk memudahkan penulis dalam menyusun dan memahami alur pembahasan dalam penelitian. Adapun uraian sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori dan sistematika penulisan

²³ Ananda Florentina Luas, Mariam Sondakh, and J.W. Londa, *Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Menunjang Program Pengurangan Kemasan Plastik Pada Masyarakat Kelurahan Tosuraya Barat*, n.d.

BAB II GAMBARAN UMUM DAN KAJIAN TEORI gambaran umum subjek yang akan diteliti dan tinjauan teori yang akan digunakan serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN hasil penelitian dan pembahasan yang berisi dari hasil kajian dan analisis objek

BAB V PENUTUP kesimpulan dan saran