

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat saat ini berada dalam kehidupan global, dimana dalam kondisi masyarakat global itu akan terjadi pola-pola hubungan sosial yang berbeda dari sebelumnya. Kemudahan berpindah dari satu tempat yang lain dan terbentuknya jaringan komunikasi yang menjangkau setiap pelosok hunian manusia. Dengan demikian, dunia seakan menjadi kecil dan mudah dijangkau. Apa yang terjadi di suatu tempat akan segera diketahui dan tersebar ke tempat yang lain walaupun di tempat paling jauh sekalipun.¹

Dengan kata lain kehidupan global memberikan kemudahan bagi umat masyarakat dalam mendapatkan informasi dan juga memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi tanpa harus memperdulikan jarak yang ada pada mereka. Kemajuan teknologi komunikasi kini telah dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menjalani interaksi dengan orang lain dimanapun dan kapanpun melalui media *smartphone*. Ponsel pintar dengan segala kecanggihan teknologinya menjadikan *smartphone* sebagai prioritas utama dalam melakukan segala hal bagi berbagai kalangan. Interaksi yang terjadi menjadi semakin mudah dan cepat. Hal tersebut juga tidak lepas dari berkembangnya internet yang memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan juga mengakses informasi.²

¹ Winaro Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Trasi, 1982), h. 109

² Wahyu Andiani, Riska, "Media Baru dan Interaksi Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif penggunaan Smartphone Pada Mahasiswa Difabel Netra UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)", Sripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016, hlm 5.

Hadirnya internet yang semakin cepat dan teknologi yang semakin pesat membuat kemunculan berbagai media baru, dimana hampir semua hal bisa dilakukan melalui *smartphone* yang dapat melakukan sebagian besar kegiatan dengan instan dan semakin dipermudah dalam segala urusan seperti menonton televisi, membaca berita, mendengarkan radio, bahkan dari sisi pendidikan dapat dilakukan sekaligus menggunakan *smartphone*. Begitupun dalam segi keagamaan, sudah semakin banyak ustadz, ulama maupun pemuka agama di dunia yang memanfaatkan kecanggihan teknologi sebagai sarana berdakwah. Salah satu yang dapat diakses oleh *smartphone* ialah *Youtube*.

Youtube mempunyai pengertian sebagai situs media digital (video) yang dapat didownload, diunggah, serta dibagikan (*share*) di seluruh penjuru dunia, *Youtube* ialah media yang menampilkan berupa audio dan video yang kompleks. Salah satu fungsi *Youtube* ialah sebagai media hiburan, edukasi, dan juga jual beli. Tak heran, *Youtube* menjadi pusat perhatian banyak kalangan masyarakat. Terlepas dari hiburan *Youtube* digunakan sebagai media dakwah untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan.

Youtube sebagai *platform* yang bisa diakses menggunakan *smartphone* memiliki banyak sekali pengguna, seperti artikel pada Kompasiana pada Januari 2022, terdapat 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 68,9 persen dari total populasi, analisis kepios mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia meningkat 21 juta (+12,6 persen) antara tahun 2021 dan 2022. Pembaruan sumber daya periklanan Google menunjukkan bahwa *Youtube*

memiliki 139,0 juta pengguna di Indonesia pada awal 2022, angka ini berarti jangkauan iklan *Youtube* 2022 setara dengan 50,0 persen dari total penduduk Indonesia di awal tahun. Sebagai gambaran, iklan *Youtubet* mencapai 67,9 persen dari total basis pengguna internet Indonesia (berapa pun usia) pada Januari 2022, saat itu 46,9 persen penonton iklan *Youtube* di Indonesia ialah perempuan, sedangkan 53,1 persen ialah laki-laki. ³Mengacu data Comscore VMX, lebih dari 100 juta penonton yang berusia di atas 18 tahun di Indonesia menonton *Youtube* video di *Youtube* setiap bulannya. Jumlah ini naik 30 persen dari tahun 2020. Sebagian besar pertumbuhan ini datang dari kota-kota kecil, dengan waktu tonton mencapai 4,3 jam per harinya.⁴

Kelompok masyarakat pada saat ini lebih didominasi oleh generasi *milennial*, generasi *milennial* ialah generasi yang lahir pada tahun 1980-2000an. Generasi *milennial* disebut juga dengan generasi sebagai pribadi melekat teknologi, generasi cerdas yang mempunyai dua pilihan peran, yakni: sebagai penggerak bangsa atau menjadi beban Negara.⁵

Generasi *milennial* yang haus akan informasi dan memiliki pemikiran tidak biasa, menjadikan generasi milenial yang ingin lebih mengerti tentang agama disertai perkembangan zaman yang semakin cepat, takut jika ingin menanyakan hal-hal yang kurang bisa diterima di kalangan sosial. Keunggulan yang dimiliki oleh generasi *milennial* ialah adanya potensi kreativitas. Cara berpikir generasi ini yang *out of the box* menghasilkan kreatif yang berguna bagi

³ <https://E:/baru/data-pengguna-youtube-di-indonesia-tahun-2022.html>

⁴ <https://E:/baru/jumlah-penonton-youtube-di-indonesia-naik-30-b2cCg9mtF.html>

⁵ Hasanuddin Ali, Lilik Purwandi, *Millennial Nusantara*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 3.

kemajuan perusahaan.⁶ Semakin banyak faktor yang mempengaruhi remaja dalam membentuk kepribadiannya semakin banyak pula penyimpanan yang akan di timbulkan.

Apa lagi untuk sekarang di zaman era digital yang dimana semua serba *online*, dan juga rasa ingin tau generasi *milennial* tentang segala hal bisa di lihat di media sosial dari hiburan, pendidikan, bahkan tentang keagamaan bahkan kita bisa mendengarkan dakwah dan juga berdakwah langsung di media sosial. Dakwah sendiri ialah kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran islam di kehidupan sehari-hari. Dakwah juga mengajak semua sesama umat muslim untuk menjalankan sebuah kebaikan, menurut Ali Mafudz mengatakan bahwa dakwah itu memotivasi setiap orang agar melaksanakan kebaikan dan mencegahnya dari perbuatan yang buruk atau mengkar agar setiap manusia bisa mendapatkan kebaikan dunia maupun akhirat, seperti ketetapan Allah SWT dalam surah Ali'Imran ayat 104

Surah Ali'Imran ayat 104 mejelaskan tentang sebuah kebaikan, dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar.

Namun tidak sedikit juga dakwah di *platform youtube* yang diberikan inovasi, dakwah yang berbasis komedi dengan pembawaan yang santai dan isi pesan dakwah yang lebih ringan dan dapat diterima dengan mudah. Secara afektif informan terhibur dan senang, dan secara konatif informan merasa yang

⁶ Putri Archianti, "Memprediksi Kreativitas Generasi Millennial di Tempat Kerja", Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris Vol. 3 No. 2, (2017), hlm. 61-68.

disampaikan *da'i* terjadi didalam kehidupan mereka. Dengan melihat *channel youtube* 'Jeda Nulis' yang dipandu oleh host Bernama Habib Husein Ja'far Al Hadar dengan *subscriber* mencapai 729 ribu dan sebanyak 182 video yang berada di *channel youtube* 'Jeda Nulis'. Konten dakwah yang menggunakan tema "Pemuda Tersesat" lebih banyak jumlah penontonnya daripada konten dakwah lainnya yang ada dalam *channel youtube* 'Jeda Nulis', dengan adanya tema "Pemuda Tersesat" membuat masyarakat penasaran dengan isi konten dan juga youtube channel tersebut. Kalimat yang tidak biasa menjadikan inovasi baru dalam membuat konten dakwah karena semakin ambigu judul konten tersebut, semakin penasaran orang untuk melihatnya.

Sehingga di dalam konten pemuda tersesat memberikan wadah bagi para generasi-generasi yang berfikir *out of the box* atau dengan kata lain dengan pemikiran-pemikiran yang tidak biasa, tetapi akan selalu ada hal-hal seperti itu di dunia nyata. Didalam Al-Quran dan hadits dijelsakan dasar-dasar dan pendalaman perihal keislaman, tetapi semakin berkembangnya zaman, pertanyaan nyapun semakin berkembang, tetapi masih dalam pembahasan dasar dalam Al-Quran dan hadits, seorang *Da'i* dituntut tegas dan berwawasan pada saat menerima dan memberi dakwahnya. Selain konten pemuda tersesat ada juga konten video yang membahas tentang perbedaan agama, tentang toleran umat beragama dan juga membahas berbagai agama bersama narasumber yang menguasai pembahasan tersebut, seperti pembahasn muallaf dan kristiani Habib Husein Ja'far Al Hadar mengaet Yerry Pattinasarany seorang pendeta untuk diajak berdiskusi, tidak hanya pendeta yang menjadi narasumber di dalam

channel youtube jeda nulis banyak para ulama dan juga selebritis beserta komedian yang ikut serat di dalam *platform youtube* jeda nulis.⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik meneliti judul “Strategi Komunikasi Dakwah Habib Husein Ja’far Al-hadar dan memilih Habib Husein Ja’far Al-hadar dan juga Youtube Channel Jeda Nulis untuk diteliti ialah karena dakwah Habib Husein Ja’far Al-hadar sangat cocok dan pas untuk generasi milenial saat ini yang dimana dakwah beliau tidak monoton, karena dakwah beliau di inovasi dengan adanya candaan dan juga diskusi tanya jawab. Peneliti juga mendapatkan beberapa strategi komunikasi dakwah Habib Husein Ja’far Al-Hadar di *youtube* channel Jeda Nulis

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka *focus* masalah dalam penelitian ini mengupas tentang bagaimana strategi komunikasi dakwah Habib Husein Ja’far Al Hadar di *youtube* jeda nulis.

C. Tujuan Penelitian

Terkait dengan fokus masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dakwah Habib Husein Ja’far Al Hadar di *youtube* jeda nulis.

D. Signifikasi Penelitian

⁷ <https://www.youtube.com/channel/UCp7hJfiiocdY085XnWVrp2Q>

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan ilmu mengenai strategi komunikasi dakwah.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan Da'i untuk berdakwah dengan menggunakan strategi komunikasi dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar

E. Definisi operasional

Agar penelitian ini mudah di pahami dan sebagai pedoman supaya menghindari kesalah pahaman maka peneliti memberikan penegasan tentang pengertian judul tersebut sebagaimana berikut:

1. Strategi

Strategi merupakan istilah yang sering diidentikan dengan taktik yang secara bahasa dapat diartikan sebagai, *concerning the movement of organisms in respons to external stimulus*. Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga dapat dipahami segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal. Secara keseluruhan strategi merupakan pendekatan yang berkait dengan implementasi ide (gagasan), perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu yang tidak ditentukan.⁸

⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 227.

2. Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari Bahasa Inggris *communication* dari kata Latin *communication* bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini diartikan sama makna. Contoh dalam bentuk percakapan, komunikasi yang terjadi ialah kesamaan Bahasa dan makna mengenai apa yang dibicarakan. Jadi, dianggap komunikatif jika keduanya saling mengerti. Mengerti bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari apa yang dibicarakan⁹

3. Dakwah

Dakwah secara etimologi berasal dari Bahasa Arab (*Da'a-Yad'u-Da'watan*). Yang artinya seruan, panggilan, undangan, ataupun do'a. istilah dakwah di dalam Al-Qur'an disebutkan tidak kurang lebih 100 kali baik dalam bentuk *fi'il* maupun mashdar. Dakwah secara terminology diartikan sebagai ajakan kepada umat manusia (baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan) menuju ke jalan yang benar yaitu Allah SWT, semata-mata bertujuan untuk mendapatkan petunjuk agar tidak tersesat. Dan untuk merasakan kebahagiaan dalam hidup, baik di dunia maupun di akhirat.¹⁰

4. Media Youtube Jeda Nulis

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 9.

¹⁰ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 15-16.

Media berasal dari bahasa latin, yaitu *Medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah antara, atau rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam Bahasa media sama dengan wasilah atau dalam bentuk Jama (ganda), *wasal* yang berarti alat atau perantara, *youtube* merupakan sebuah *website* yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak.¹¹

Strategi komunikasi ialah kombinasi yang baik, paduan perencanaan dan suatu kemasan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹²

Strategi dakwah ialah Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.¹³

Strategi komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah

¹¹ Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004, 403.

¹² Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, 227.

¹³ Moh. Ali Aziz, Ilmu dakwah, (Jakarta: kencana, 2012) h. 351.

dalam situasi dan kondisi apapun, dengan kata lain strategi dakwah ialah siasat, taktik yang ditentukan dalam rangka mencapai tujuan dakwah.¹⁴

F. Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan peninjauan awal terhadap beberapa karya ilmiah untuk dijadikan bahan acuan dan perbandingan terhadap penelitian yang akan dilakukan yang berkenaan dengan strategi komunikasi dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di youtube *channel* jeda nulis, maka ditemukanlah beberapa karya ilmiah yang relevan di antaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aziz Setya Nurrohman yang berjudul “ Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam konten Youtube Jeda Nulis” yang dimana berisikan tentang perkembangan teknologi yang membuat media dakwah berkembang menuju ke media digital yaitu media *Youtube* ,dakwah di youtube menggunakan video menarik, konsisten, memperhatikan kualitas, kreativitas, agar dakwah tidak monoton dan membosankan seperti dakwah yang dilakukan oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar, Adapun persamaan dengan penelitian penulis ialah sama-sama melakukan penelitian tentang Habib Husein Ja'far Al Hadar di *youtube* Jeda Nulis¹⁵
2. Penelitian yang dilakukan oleh Haris Mauludin yang berjudul “Strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Mensosialisasikan

¹⁵ Aziz Setya Nurrohman, “ Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam konten Youtube Jeda Nulis”, 2021, Institut Agama Islam Negri ponorogo.

Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) melalui sosial Media Instagram” yang dimana berisikan tentang bagaimana strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui sosial media Instagram, dan juga apa saja faktor hambatan dan pendukung strategi tersebut, persamaan dengan penelitian penulis ialah sama-sama meneliti strategi dakwah di media sosial hanya saja perbedaan tempat Instagram dan juga Youtube.¹⁶

3. Penelitian yang dilakukan oleh Intan Hartati yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid peduli Jawa Tengah Dalam Mensejahterakan Umat Islam Di Semarang” yang dimana berisikan tentang apa saja program kerja yang dilakukan Laznas DT Peduli Jawa Tengah dalam mensejahterakan umat islam di Semarang, selain itu juga tentang bagaiman strategi komunikasi dakwahnya dan juga apa faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi dakwah di Laznas Dt Peduli Jawa Tengah, persamaan dengan penelitian penulis ialah sama-sama membahas tentang strategi komunikasi dakwah dan faktor pendukung dan penghambat dalam berdakwah.¹⁷

¹⁶ Haris Mauludin, “Strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) melalui sosial Media Instagram”, 2019, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

¹⁷ Intan Hartati, “Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid peduli Jawa Tengah Dalam Mensejahterakan Umat Islam Di Semarang”, 2019, Institut Agama Islam Negri Salatiga.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Haniva, Selvina “Manajemen Dakwah Ustadz Adi Hidayah pada Akun Instagram @adihidahtofficial” yang dimana berisikan tentang mengenai naratif Manajemen Dakwah Pada akun Instagram @adihidahtofficial, persamaan dengan penelitian penulis ialah sama-sama membahas tentang media sosial hanya perbedaan platform ¹⁸

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan gambaran atau penjabaran dekriptif hal-hal yang akan ditulis secara garis besar terdiri dari pendahuluan hingga penutup. Adapun pembahasan dari penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan, yang berisikan tentang latar belakang masalah, penelitian terdahulu, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II Kerangka teori dan kerangka berfikir, yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikan tentang pengertian strategi komunikasi, dakwah, dan juga dakwah melalui media youtube.

Bab III Metode Penelitian, yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan

¹⁸ Haniva, Selvina “Manajemen Dakwah Ustadz Adi Hidayah pada Akun Instagram @adihidahtofficial”, 2021, UIN Antasari Banjarmasin.

sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik pengolahan data dan analisis data, serta prosedur penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan pembahasan, yang meliputi hasil penelitian dan pembahasan atau analisis.

Bab V Penutup, yang memuat tentang simpulan dan rekomendasi, yang diikuti dengan daftar pustakan serta lampiran.