

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum, dakwah adalah hal penting dalam mengajarkan Islam dan menjadi keharusan bagi setiap individu atau setiap umat muslim yang menyampaikan ajaran Islam. Dakwah juga merupakan tindakan mengajak yang seperti memanggil atau menyeru kepada seseorang agar dapat menunaikan ajaran agama Islam dengan benar dan dengan bersungguh-sungguh dalam menjalankan perintahnya dan menjauhi semua larangannya. Ternyata dakwah memiliki dua segi dakwah yang tidak dapat dipisahkan, tapi dapat dibedakan, dengan menyangkut isi dan bentuk, substansi dan forma, pesan dan penyampaian.¹

Dakwah juga merupakan misi penyebaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman, yang dimana kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata دعا (da'a), يدعو (yad'u), دعوة (da'watan). Kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil mengajak dan melayani. Selain itu juga dapat bermakna mengundang, menuntun dan menghasung. Sementara dalam bentuk perintah *fi'il amr* yaitu ud'u (ادع) yang berarti ajaklah atau serulah.² Sehingga dakwah dapat dikatakan harus dengan melibatkan beberapa unsur, yaitu: penyampaian pesan (da'i), pesan yang disampaikan (*maddah*), dan penerima

¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), Hal. 17

² Abdullah, *Ilmu Dakwah*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada 2019), Hal. 4

pesan (*mad'u*), media dakwah (*wasilah*), dan metode dakwah (*thariqah*).³

Strategi Dakwah adalah sebuah rencana dan cara mengajak masyarakat muslim agar menjadi lebih baik dalam beribadah agar mendapatkan kedamaian dan kebahagiaan serta keamanan yang akan menjaga dirinya dari berbagai bala dan bencana yang membawa kepada kebinasaan.

Adapun Kemajuan teknologi di era digital dan informasi serta relasi dari berbagai kalangan dan para generasi milenial tentu menjadi hal yang tidak biasa dengan adanya masyarakat yang tambah banyak menggunakan media sosial sebagai media informasi. Pesatnya perkembangan media saat ini juga menciptakan berbagai platform media seperti YouTube, TikTok, Instagram, Twitter, Facebook, dan yang lain-lainnya. Sehingga media sosial saat ini dapat dikatakan menjadi kebutuhan masyarakat.

Perkembangan teknologi sekarang melahirkan fenomena yang cukup menarik dalam kehidupan bermasyarakat saat ini, yakni dengan maraknya budaya global dengan kecenderungan masyarakat yang bergantung pada media. Dengan begitu pendakwah di era saat ini juga harus dapat memanfaatkan dengan baik dalam menggunakan media-media baru. Jika tidak maka akan mempengaruhi akhlak dan moral masyarakat.⁴

Untuk mencapai tujuan dakwah, maka *da'i* juga harus dapat mengorganisir unsur-unsur dakwah agar dapat tetap efisien dan

³ Athik Hidayatul Ummah, Dakwah Digital Dan Generasi Milenial, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 18, No. 1, 2020, Hal. 57

⁴ Reza Mardiana, Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial, *Jurnal Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 10, No. 02, 2020, Hal. 148

efektif, salah satunya media dakwah. Terkait dengan penggunaan media dakwah teknologi saat ini menjadi media yang dapat dikatakan efektif. Dengan jangkauan internet yang luas dapat menembus ruang dan waktu.

Maka, dengan perkembangan teknologi saat ini, para pendakwah dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah dengan menciptakan segmen baru, menemukan metode serta strategi yang kekinian, sehingga pesan dakwah dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat luas.

Dengan semakin banyaknya platform media sosial saat ini, masyarakat dapat memanfaatkannya untuk berbagai keperluan, salah satunya sebagai media dakwah. Para da'i di Kota Bengkulu pun kini aktif menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah dengan tujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan didengar oleh khalayak luas.

Pengelolaan dalam penggunaan media sosial yang menjadikan media sosial sebagai media dakwah tentunya memiliki tantangan walaupun terlihat terus mengunggah video dakwah namun pastinya memerlukan strategi agar pendakwah tetap konsisten dalam berdakwah, dikarenakan pada zaman sekarang dengan banyaknya perkembangan menjadikan penurunan peminat pendengar pada konten-konten dakwah terutama pada para generasi sekarang.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan ternyata Ustadz Junaidi Hamsyah yang merupakan mantan Gubernur dan seorang pendidik ini, tidak hanya berdakwah secara langsung tapi juga menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Pada media sosialnya terlihat ia terus mengunggah video dan melakukan *live*

saat mengisi dakwah, melalui akun media sosialnya juga terlihat Ustadz Junaidi merupakan *da'i* yang cukup konsisten dalam melakukan dakwah di media sosial, tidak hanya menggunakan satu platform media sosial tapi ada beberapa akun diantaranya yaitu media *TikTok*, *YouTube*, *Facebook*, dan *Instagram*.

Ustadz Junaidi Hamsyah yang kerap dipanggil UJH ini memiliki beberapa akun media sosial, ada *YouTube* pribadinya dengan nama akun @ustadzjunaidihamsyah3867, *TikTok* @ust.ujh, *IG* @Abi Jh, *Facebook* @Ustadz Junaidi Hamsyah. Dapat terlihat bahwa beliau terus aktif dan konsisten pada setiap media sosial dalam mengunggah video dakwahnya, sehingga dalam mengunggah video dakwahnya bisa setiap hari satu video yang di *upload*, ketika Ustadz Junaidi mengisi ceramah disuatu tempat pada saat itu juga media sosialnya langsung melakukan *live* pada masing-masing akun, untuk bagian *upload* hasil *live* dilakukan setiap habis *live* sehingga masyarakat yang belum sempat mendengar dakwah Ustadz Junaidi dapat mendengarnya dalam postingan tersebut.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam terkait dengan strategi dakwah ustadz Junaidi Hamsyah melalui media sosial. Penelitian ini selanjutnya penulis beri judul: *Strategi Dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah Melalui Media Sosial*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah bagaimana Strategi Dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah melalui Media Sosial?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, bahwa penelitian ini membatasi permasalahan dan hanya akan membahas pada strategi dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah melalui media sosial. Agar lebih sistematis penulis membatasi masalah yang akan dibahas berkaitan dengan kajian tentang strategi dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah melalui akun media sosial.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bentuk acuan atau referensi bagi mahasiswa peneliti selanjutnya ketika meneliti kajian yang sama, supaya dapat memperkaya pengetahuan peneliti tentang strategi dakwah yang dilakukan Ustadz Junaidi Hamsyah melalui media sosial.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan mahasiswa agar dapat menerapkan dan mengaplikasikan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan dakwah sehari-hari atau untuk disebarkan kepada khalayak lebih luas melalui media sosial.

F. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu.

Dalam penelitian ini sebelumnya, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka terlebih dahulu untuk menambah referensi dan kajian dalam penelitian, Adapun beberapa penelitian seputar dakwah yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Pertama, Jurnal yang ditulis oleh Nadia Parastama dan Eti Efriani. Yang berjudul “Analisis Pesan Dakwah Pada Tabligh Musibah Dalam Channel Ustadz Junaidi Hamsyah”, Volume 3 Nomor 1 Tahun 2022. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa Ustadz Junaidi Hamsyah membuat Channel YouTube dengan bertujuan agar pesan dakwah yang disampaikan dapat tersebar luas pada khalayak yang saat ini sudah banyak yang menggunakan media dalam memperoleh informasi, terutama media YouTube. Vidio Ustadz Junaidi Hamsyah menyajikan pesan dakwah secara argumen, sehingga mudah dalam memahami materi yang disampaikan oleh beliau. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif.⁵

Kedua, Skripsi yang disusun oleh Arie Pramudya. Yang berjudul “Program Siaran Jendela Iman Esa TV Bengkulu (Analisis Produksi dan Metode Dakwah Junaidi Hamsyah)”. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa dalam dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah menggunakan enam metode dakwah pada program jendela iman Esa TV Bengkulu, namun untuk memudahkan jalur alur dalam penyampaian isi pesan dakwah UJH. Metode dakwah yang digunakan UJH adalah metode dakwah fiah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.⁶

Ketiga, Skripsi yang disusun oleh Kiki Paramita Sari pada tahun 2021 yang berjudul “Ceramah Ustadz Junaidi Hamsyah (Analisis Campur Kode)” yang menjelaskan bahwa dalam skripsi

⁵ Nadia Parastama dan Eti Efriani. Analisis Pesan Dakwah Pada Tabligh Musibah Dalam Ustadz Junaidi Hamsyah. *Joiscorn (Journal Of Islamic Communication)*. Vol. 3 No. 1. 2022. Hal. 23

⁶ Arie Pramudya. Program Siaran Jendela Iman ESA TV Bengkulu (Analisis Produksi dan Metode Dakwah Junaidi Hamsyah), Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Unstitut Agama Islam Negeri Bengkulu Tahun 2019. Hal. 100

ini Ustadz Junaidi Hamsyah menggunakan pencampuran kode saat beliau melakukan ceramah dengan bermaksud agar dengan adanya campuran kode dalam penyampaian tersebut akan memudahkan pendengar untuk memahami maksud dari ceramah tersebut, bentuk campur kode yang digunakan oleh Ustadz Junaidi Hamsyah berupa kata, frasa dan klausa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif literer.⁷

Keempat, Skripsi yang disusun oleh Fatmah Ainul Rahman pada tahun 2023 yang berjudul “Strategi Dakwah Kamila Yasmine Melalui Media TikTok @grangerzmn” penjelasan dalam skripsi ini ialah media dakwah yang digunakan akun TikTok, sedangkan dalam dakwahnya Kamila Yasmine terapkan tiga strategi yaitu strategi sentimentil, rasional, dan indrawi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif.⁸

Adapun dalam penelitian ini penulis menjelaskan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah peneliti meneliti strategi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Junaidi Hamsyah melalui media sosial dan lebih fokus pada upaya strategi beliau dalam melakukan dakwah di media sosial. Sedangkan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian di atas ialah terdapat pada fokus penelitian, fokus penelitian dan konteksnya.

⁷ Kiki Paramita Sari. *Ceramah Ustadz Junaidi Hamsyah (Analisis Campur Kode)*. Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Tadris Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021, Hal. 60

⁸ Fatmah Ainul Rahman, *Strategi Dakwah Kamila Yasmine Melalui Media TikTok @grangerzmn*, Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023, Hal. 94

G. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I: Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang Penelitian, Rumusan Penelitian, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: Landasan Teori ini terdiri dari Strategi Dakwah, Media Sosial, dan YouTube

BAB III: Metode Penelitian, yang terdiri dari Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Subjek, Informan Penelitian, Objek Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Keabsahan Data, Dan Teknik Analisis Data.

BAB IV: Pembahasan, yang terdiri dari Profil Ustadz Junaidi Hamsyah, dan Strategi Dakwah Ustadz Junaidi Hamsyah.

BAB V: Penutup, yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

