

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang ini teknologi informasi dan komunikasi bertumbuh dan berkembang secara pesat. Banyak media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi salah satunya *Youtube*, begitu pula dengan media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui jaringan internet. Media sosial merupakan media yang memudahkan kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten. Secara umum media sosial memiliki fungsi untuk penggunaannya membagikan pesan. Pesan yang dikirimkan dapat berisikan berita, gambar dan juga dalam bentuk video. Jika dahulu media sosial diakses melalui komputer, namun dengan kemajuan teknologi saat ini media sosial juga bisa dibuka melalui handphone. Hal seperti ini akan mempermudah masyarakat untuk bisa membagikan pesan dimanapun mereka berada.

Dakwah merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan umat Islam, dan juga dalam konteks agama-agama lainnya. Istilah "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti "mengajak" atau "menyeru." Dalam Islam, dakwah mengacu pada upaya menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam kepada orang lain, baik umat Muslim maupun non-Muslim. Praktik dakwah adalah bagian integral dari tugas seorang Muslim untuk menyebarkan pesan-pesan agama dan mengajak orang lain untuk mendekati jalan yang benar sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah memiliki peran sentral dalam agama Islam, dan para penganutnya

meyakini bahwa tugas utama umat Islam adalah untuk menyebarkan ajaran- ajaran agama kepada orang lain dengan penuh kasih sayang, kedamaian, dan pemahaman.

Dakwah adalah usaha dan aktivitas, baik melalui ucapan maupun tindakan, yang bertujuan mengajak orang lain untuk memahami, meresapi, dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari demi meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Proses penyampaian dakwah tidak terlepas dari proses komunikasi, karena pada dasarnya dakwah adalah bentuk komunikasi. Da'i, sebagai komunikator, menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u, atau komunikan, dengan berbagai cara dan melalui berbagai media yang tersedia. Nabi Muhammad SAW juga menggunakan tindakan untuk menyebarkan dakwah. Misalnya, dia mengamalkan keadilan, memberikan bantuan kepada yang membutuhkan, dan menunjukkan solidaritas dengan yang lemah. Tindakan ini memperkuat pesan moral Islam¹.

Salah satu unsur penting dalam dakwah adalah maddah (isi dakwah), yang merupakan pesan yang disampaikan oleh dai kepada mad'u. Maddah dakwah ini adalah ajaran Islam itu sendiri. Oleh karena itu, membahas maddah dakwah berarti membahas ajaran Islam secara keseluruhan, yang mencakup aqidah, syari'ah, dan akhlaq. Dakwah harus disesuaikan dengan perkembangan zaman, terutama dalam hal teknologi dan ilmu pengetahuan. Aktivitas dakwah yang maju akan membawa dampak positif bagi kemajuan agama, sedangkan dakwah yang kurang aktif dapat

¹ Salma Laila Qodriyah, "Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official)", (Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyan, Vol 1, No 2, 2021), h 152.

menyebabkan kemunduran agama.²

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, cara-cara menyebarkan ajaran agama dan pesan-pesan moral juga telah mengalami transformasi yang signifikan. Teknologi telah membuka pintu baru bagi para dai dan aktivis agama untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan media sosial, telah mengubah langkah dakwah secara drastis. Dakwah yang dahulu terbatas pada tatap muka dan media cetak, kini dapat mencapai jutaan orang dalam hitungan detik melalui platform-platform digital. Hal ini memungkinkan penyampai dakwah untuk mengatasi hambatan geografis dan bahasa, sehingga pesan-pesan agama dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk yang tinggal di daerah terpencil.

Youtube, sebagai salah satu platform berbagi video terbesar di dunia, telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan agama, nilai-nilai moral, serta pengetahuan keagamaan kepada audiens global. *Youtube* telah membuka pintu besar bagi individu dan kelompok yang ingin berbagi ajaran agama, ceramah, diskusi keagamaan, dan konten-konten yang mempromosikan nilai-nilai moral. Dengan kemampuan untuk mengunggah video dengan berbagai durasi, dari beberapa menit hingga beberapa jam, para penyampai dakwah memiliki fleksibilitas dalam menyampaikan pesan-pesan mereka dengan cara yang menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Beberapa orang tidak dapat lepas dari penggunaan *Youtube* setiap hari. Sebagai platform streaming video paling populer di dunia, *Youtube* menjadi situs

² Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, "*Manajemen Dakwah*", (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24

kedua yang paling sering dikunjungi setelah Google. *Youtube* juga memiliki banyak statistik mengejutkan, seperti jumlah pengunjung bulanan, nilai perusahaan jika dijual, dan *Youtuber* dengan pendapatan tertinggi. Dengan dua miliar pengguna per bulan, *Youtube* mencatat rekor baru pada tahun 2019 untuk jumlah pengguna bulanan. Platform ini memiliki sekitar dua miliar pengguna setiap bulan, yang merupakan sekitar 25% dari populasi dunia. Selain itu, beberapa laporan menunjukkan bahwa 62% pengguna *Youtube* adalah pria, sementara 38% sisanya adalah wanita.³

Media internet dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama tersedia paket data internet. *Youtube*, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, adalah salah satu platform internet yang mendukung akses offline, yang menjadi keunggulannya dan diminati oleh banyak pengguna. Melalui aplikasi *Youtube*, kita dapat menemukan berbagai video yang mengandung dakwah. Para dai dapat membuat saluran dakwah mereka sendiri dan mengunggah video-video dakwah ke *Youtube*, sehingga dapat dinikmati oleh para pengguna. Sebelumnya, saluran dakwah sering diakses oleh orang-orang yang sibuk namun tetap ingin mendapatkan pencerahan rohani atau mereka yang mencari kajian Islam dengan cepat. Namun, selama pandemi, hampir semua kalangan mengakses dakwah Islam melalui media sosial karena keterbatasan akses untuk pergi ke masjid atau majelis taklim yang biasanya mengadakan kajian Islam.⁴

³ Hamdan dan Mahmuddin, "*Youtube sebagai Media Dakwah*", (Palita: Journal of Social Religion Research, Vol 6, No 1, 2021), h 64.

⁴ Ricka Handayani, "*Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah*", (Jurnal HIKMAH, Vol 15, No 1, 2020), h 132.

Selain itu, *Youtube* menawarkan berbagai fitur yang memudahkan penyebaran konten dakwah. Misalnya, fitur berbagi, like, dan komentar memungkinkan audiens untuk berinteraksi langsung dengan penyampai dakwah. Hal ini menciptakan ruang bagi dialog, pertanyaan, dan diskusi antara pemirsa, yang memperkaya pemahaman agama dan memberikan kesempatan untuk menjawab berbagai pertanyaan keagamaan. Namun, pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah juga menghadirkan sejumlah tantangan. Salah satunya adalah perlunya menjaga kualitas konten dan memastikan akurasi informasi yang disampaikan, mengingat internet juga penuh dengan disinformasi.

Pemanfaatan *Youtube* sebagai sarana untuk menyampaikan materi agama telah menjadi tempat baru untuk dakwah bagi beberapa ustadz, ulama, dan penceramah terkenal seperti Habib Bahar bin Smith (HBS), Ustadz Adi Hidayat (UAH), Ustadz Abdul Somad, Felix Siau (FS), serta banyak ustaz dan ulama lainnya, baik di daerah maupun di perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa *Youtube* tidak hanya memiliki dampak negatif tetapi juga banyak manfaat positif sebagai platform berbagi video. Dengan menggunakan berbagai strategi dalam penyebaran konten, penggunaan *Youtube* oleh mereka sebagai media komunikasi baru dalam berbagai aktivitas dapat diperkuat.⁵

Salah satu figur yang mencuat dalam konten dakwah di *Youtube* adalah Ustadz Adi Hidayat (UAH), yang telah menginspirasi dan memberikan pemahaman agama kepada jutaan pemirsa di seluruh dunia. Melalui saluran *Youtube*-nya, beliau menyampaikan ceramah, kajian, dan tafsiran agama yang

⁵ Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, dan Fairus, “Strategi Pemanfaatan *Youtube* Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh”, (COMMUNICATION, Vol 11, No1, 2020), h 82.

mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk moralitas, etika, politik, dan masalah sosial. , sebagai salah satu figur dalam mengambil keuntungan dari platform ini, Ustadz Adi Hidayat (UAH) telah berhasil membangun audiens yang kuat dengan menyampaikan pesan-pesan agama dalam berbagai bentuk konten, seperti ceramah, tanya-jawab, atau refleksi kehidupan sehari-hari. Dengan jutaan pengikut dan jangkauan yang luas, memanfaatkan teknologi *Youtube* untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam dengan berbagai cara yang menarik dan relevan bagi audiensnya.

Karakteristik berdakwah Ustadz Adi Hidayat (UAH) berbeda dengan cara karakter pendakwah lainnya, beliau dalam penguasaan berdakwah yang sangat mendalam mengenai berbagai cabang ilmu agama, seperti Tafsir, Hadist, Fiqh, dan sejarah islam, beliau sering mengutip sumber sumber asli dari kitab kitab bahkan sampai menghafal Hadist dan ayat yang disampaikan. Ustadz Adi Hidayat (UAH) memiliki kemampuan menjelaskan konsep-konsep yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan beliau juga menggunakan sering kali menggunakan papan tulis untuk menjelaskan dakwahnya layaknya seorang guru agar mudah dipahami oleh masyarakat umum. Itulah mengapa ceramah beliau mudah diterima oleh berbagai kalangan

Oleh karena itu, berdasarkan penjabaran masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih mendalam yang di tuangkan dalam bentuk penelitian yang berjudul “ ***YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA AKUN ADI HIDAYAT *OFFICIAL***”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana model tampilan vidio dakwah pada akun *youtube* Adi Hidayat *official* sebagai media dakwah ?.
2. Bagaimana respon *viewers* pada konten dakwah dalam akun Adi Hidayat *official* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui model tampilan vidio dakwah yang terdapat pada akun *youtube* Adi Hidayat *official* ?
2. Untuk mengetahui bagaimana respon *Viewers* pada konten dakwah dalam akun *youtube* Adi Hidayat *official* ?

D. Batasan masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari fokus utama, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Platform Media Sosial yang dikaji hanya terbatas pada YouTube, khususnya pada kanal Adi Hidayat *official*.
2. Periode waktu analisis dibatasi pada video-video yang diunggah dalam rentang waktu tahun 2024 sampai dengan 2025, untuk melihat model tampilan dakwah yang paling relevan dan terkini.

E. Fokus penelitian

1. Menggunakan Teori Representasi visual (Visual Representation Theory).
Bentuk penyajian konten dakwah, dalam kanal *youtube* Adi Hidyat *Official*, mencakup format vidio, gaya komunikasi, dan penggunaan bahasa
2. Respon *Viewers* terhadap konten dakwah, maksudnya disini mengidetifikasi bentuk atau tanggapan *audiens* melalui kolom komentar.

F. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada kajian pemanfaatan *Youtube* sebagai media dalam penyebaran dakwah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dalam pengembangan studi yang berkaitan dengan dakwah dan pemanfaatan teknologi sebagai medianya. Khususnya bagi peneliti, akademisi, dan masyarakat luas.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi informasi awal bagi penelitian yang memiliki kesamaan minat pada penelitian ini di masa yang akan datang.

G. Kajian terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Guntur Cahyono pada tahun 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga dengan judul Pemanfaatan Media

Youtube Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Pengembangan Materi Fikih Madrasah Ibtidaiyah. Tujuan penelitian ini ialah untuk memberikan gambaran tentang bagaimana Youtube bermanfaat sebagai bagian dari materi pembelajaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa guru tidak hanya mempekerjakan buku teks atau buku kerja siswa (LKS) dalam pengembangan materi tetapi juga video online. Youtube video ustadz Adi Hidayat dapat digunakan untuk mengembangkan materi pembelajaran kepala sekolah Islam (Fiqih) di sekolah dasar islam dengan mendownload video tersebut. Guru dituntut untuk cerdas dalam mengoperasikan media internet dalam pengembangan materi pembelajaran untuk proses belajar mengajar perkembangan. Perbedaan penelitian Guntur Cahyono dengan penulis yaitu pada tujuan penelitiannya. Penelitian Guntur Cahyono berfokus pada pengembangan media ajar dengan menggunakan konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di *Youtube* sebagai pengembangannya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Midani tahun 2022 Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Singaperbangsa Karawang dengan judul Analisis Tindak Tutur Ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Channel Youtube Audio Dakwah. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis tindak tutur yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat, LC., M.A. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Chanel Youtube Audio Dakwah terdapat tiga jenis tindak tutur yang biasa digunakan oleh ustadz Adi Hidayat pada saat berceramah. antara lain, tindak tutur lokusi, ilokusi, dan

perlokusi. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Midani dengan penulis, yaitu penelitian Ahmad Midani memfokuskan pada tindak tutur yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat pada saat berdakwah di Youtube. Kemudian, adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Midani dan Penulis, yaitu pada metode penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif analisis.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hamdan dan Mahmudin tahun 2021 Universitas Al Asyariah Mandar dan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul Youtube Sebagai Media Dakwah. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkap penggunaan media Youtube sebagai media dakwah dengan inti pembahasan adalah terkait dengan adanya keterkaitan media Youtube dengan pelaksanaan dakwah, untuk menemukan bahwa Youtube dapat dijadikan sebagai media dakwah serta untuk mengetahui model dakwah yang dilaksanakan di media Youtube. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Youtube dan dakwah memiliki keterkaitan yang kuat, karena memiliki sasaran, segmentasi khalayak, dan kebutuhan yang sama. Program dakwah via Youtube memiliki prospek yang menjanjikan, baik dari segi efektivitas maupun ekonomi. Terdapat beberapa model dakwah di Youtube, yang dapat disesuaikan dengan target audiens dan tujuan dakwah. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamdan dan Mahmudin yaitu terletak pada batasan penelitiannya, yaitu penelitian ini memiliki batasan pada pola

penyebaran konten dakwah kepada masyarakat, sementara hamdan dan mahmudin membatasi penelitiannya pada keterkaitan media Youtube dengan pelaksanaan dakwah. Adapun persamaan penelitian ini yaitu keduanya menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif analitis.

H. Sistematika penulisan

1. Bab I Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka/kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

2. Bab II Landasan Teori

Menjelaskan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian dan kerangka konseptuan untuk menjabarkan inti pokok dalam penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Menjelaskan tentang metode penelitian diantaranya pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Memaparkan dan menganalisis data-data yang didapatkan dari hasil penelitian

5. Bab V penutup

Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran