

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Eksistensi Islam dari zaman dahulu tak terlepas dari peran para pemeluknya yang senantiasa menyebarkan dan menjaga ajaran Islam tersebut melalui kegiatan dakwah. Islam merupakan agama *rahmatan lil 'alamin*, agama yang ditujukan untuk semua makhluk di muka bumi ini. Ajaran yang menjadi suatu pedoman bagi semua makhluk di semua zaman. Dari periode islam pertama lahir yaitu zaman Nabi Muhammad SAW hingga akhir zaman, Islam merupakan agama yang relevan dan bisa menjangkau semua zaman.

Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat menyeru, memanggil, atau mengajak manusia untuk menuju atau taat kepada Allah SWT. Dalam hal ini dakwah merupakan ajakan untuk mengamalkan ajaran islam. Secara bahasa dakwah merupakan bentuk kata nomina yang berasal dari kosa kata bahasa Arab yaitu : *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang bermakna seruan, panggilan, undangan atau do'a (Sukayat, 2015:7).

Dakwah merupakan kegiatan yang penting untuk dilaksanakan oleh umat muslim. Menurut al-Mawardi dakwah atau upaya menyeru manusia untuk melakukan kebaikan dan menjauhi perbuatan jelek adalah suatu kewajiban yang merupakan bagian dari urusan keagamaan. Wajibnya hukum berdakwah bagi semua manusia telah banyak ditetapkan dalam ayat

Al-Quran dan Hadis. Hukum wajibnya berdakwah tercantum dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ - ١٠٤

Artinya :

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Kemenag, 2022).

Mengajak manusia untuk senantiasa berbuat makruf dan mencegah yang munkar menjadi suatu hal yang menjaga islam agar tetap hidup yang semuanya itu bertujuan untuk mendekatkan diri kepada tuhan. Balasan atau pahala yang besar diberikan kepada seseorang yang senantiasa berdakwah di jalan Allah, mereka pun termasuk kepada golongan orang-orang yang beruntung sebagaimana disebut dalam ayat tersebut.

Secara hakikat dakwah merupakan salah satu upaya untuk meneruskan risalah Nabi Muhammad SAW dalam menyebarkan ajaran Islam kepada umat. Dakwah merupakan kegiatan untuk mengenalkan ajaran Islam yang disampaikan dengan cara tertentu. Cara menyampaikan dakwah kepada khalayak umum tentunya berkenaan dengan ilmu komunikasi. M Yunan Yusuf berpendapat bahwa dakwah dan ilmu komunikasi merupakan hal yang memiliki kesamaan karena keduanya membahas mengenai cara manusia menyampaikan pesan dan gagasan kepada orang lain (Suhaimi, 2013:219).

Komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan manusia untuk bertukar, menyampaikan dan mendapatkan informasi. Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris secara harfiah berasal dari bahasa latin *communis* yang memiliki arti “sama”, *communico*, *communication* dan *communicare* yang mempunyai arti “membuat sama” (Ridwan, 2013:91). Komunikasi merupakan kegiatan berbagi informasi secara timbal balik. Maksudnya jika seseorang berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada orang lain, sejatinya ia berharap orang yang diajaknya tersebut agar melakukan hal yang ia sampaikan.

Sebagai makhluk sosial manusia tentunya harus mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik. Selain kemampuan berkomunikasi, penggunaan media atau alat yang digunakan sebagai penunjang ketika berkomunikasi harus diperhatikan pula agar pesan yang disampaikan bisa menyeluruh dan optimal. Blake dan Horalsen dalam (Ananda, 2022) berpendapat bahwa media komunikasi merupakan suatu saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pembawa kepada penerima pesan.

Pemilihan media yang bersifat praktis dan mudah sangat menjadi pertimbangan dalam perkembangan media komunikasi. Dewasa ini, media sosial muncul di tengah-tengah masyarakat dan menjadi *trend* tersendiri. Media sosial menjadi alat untuk berekspresi dan berkomunikasi bagi masyarakat. Kemudahannya sebagai alat berbagi informasi dengan khalayak umum menjadi daya tarik tersendiri karena sangat minimnya

hambatan baik dalam biaya, jarak dan waktu. Perkembangan teknologi khususnya dalam media komunikasi memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi dari internet maupun media sosial seperti *twitter*, *facebook* dan *Youtube* yang bisa diakses kapanpun (Nurhalimah, 2019). Selain sebagai sarana untuk mendapatkan informasi, media sosial digunakan pula untuk berkarya, berkomunikasi hingga berniaga. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa media sosial menjadi hal yang tak terpisahkan dan menjadi kebutuhan bagi setiap manusia di zaman sekarang.

Perkembangan dakwah sejak zaman Nabi Muhammad SAW hingga sekarang semakin beragam. Dakwah dilakukan secara sembunyi-sembunyi oleh Nabi pada awal periode agama Islam lahir. Hingga pada akhirnya dakwah bisa dilakukan secara terang-terangan di hadapan umat. Begitupun dengan sekarang, dakwah berkembang begitu pesat dengan segala bentuk dakwah dan media yang digunakan.

Hadirnya media sosial membuat informasi lebih mudah disebarkan karena daya jangkauannya yang luas dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat baik di perkampungan maupun perkotaan. Terlebih jika melihat masyarakat perkotaan yang hampir setiap hari dalam kegiatannya melibatkan media sosial, sehingga terdapat peluang untuk berdakwah di media yang sangat di gandrungi tersebut. Saat ini, media sosial banyak digunakan oleh para mubaligh dan komunitas dalam berdakwah karena lebih efektif jika menggunakan internet atau media sosial atau sebagai sarana penyebarannya.

Penggunaan media sosial dalam keseharian masyarakat sebagai alat penyampai informasi mulai menggeser media informasi lama seperti Televisi. Efektivitas yang dimiliki media sosial seperti cepatnya informasi didapat serta dapat diakses kapanpun menjadikan media sosial semakin banyak penggunanya. Media informasi audio-visual seperti Televisi mulai bersaing dengan media sosial *Youtube*.

Youtube merupakan suatu media sosial yang berisikan kumpulan video seperti film pendek, videoclip, serial televisi, trailer film, video blog (*vlog*), video tutorial dan masih banyak lagi. *Youtube* didirikan pada tanggal 14 februari tahun 2005 oleh tiga orang yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. *Youtube* dapat diakses dengan bebas oleh penggunanya baik sebagai penonton atau sebagai ajang menunjukkan kreasi penggunanya dengan mengunggah video. Berkat kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya, *Youtube* juga menjadi media hiburan bagi masyarakat. Tak hanya sebagai hiburan, *Youtube* juga berfungsi sebagai media penyampai pesan-pesan kerohanian. Hal inilah yang menjadikan *Youtube* hampir dikenal oleh semua orang (Siahaan, 2020:11).

Perkembangan media komunikasi dalam hal ini media sosial *Youtube* sejalan dengan penggunaannya sebagai media dakwah. Media untuk menyampaikan dakwah merupakan salah satu syarat atau unsur agar bisa dilakukannya kegiatan dakwah. Unsur dakwah merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi dalam kegiatan dakwah, yang tiap unsurnya saling berkaitan satu sama lain dalam proses terlaksananya kegiatan dakwah.

Menurut kajian ilmu dakwah, terdapat lima unsur dakwah, yaitu : 1) *Da'I* atau orang yang berdakwah; 2) *Mawdu al-Da'wah* atau pesan dakwah; 3) *Wasilah al-Da'wah* atau media dakwah; 4) *Uslub al-Da'wah* atau metode dakwah; 5) *Mad'u* atau objek dakwah (Sukayat, 2015:23).

Dilihat dari unsur-unsur dakwah tersebut, dakwah harus direncanakan dan disusun secara sistematis. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang dapat menopang dan mendukung agar tujuan dakwah dapat dicapai secara efektif dan efisien. Hakikat strategi sebagaimana yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tidak hanya sebagai pemberi arahan saja, strategi juga harus mampu untuk menunjukkan bagaimana taktik operasional dari suatu tujuan yang hendak dicapai tersebut (Effendy, 1997)

Perkembangan teknologi khususnya pada bidang internet yang juga beriringan dengan perkembangan media sosial seperti Youtube, menjadikan terobosan baru untuk terbentuknya model dakwah dengan format audio-visual berbasis jaringan internet. Praktik dakwah yang selama ini berlangsung di televisi membutuhkan ruang dan waktu tertentu sesuai jadwal tayang yang artinya terbatas dalam hal aksesnya. Berbeda halnya dengan Youtube, video kegiatan dakwah yang telah diunggah dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Penggunaan Youtube sebagai media dakwah sudah banyak dilakukan oleh ulama-ulama tersohor. Seperti yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad dalam akun Youtube Ustadz Abdul Somad Official yang memiliki 2,84 juta *followers* atau pengikut, Ustadz Khalid Basalamah dalam akun Ustadz Khalid Basalamah Official yang memiliki 2,33 juta pengikut dan masih banyak lagi. Dilihat dari jumlah pengikut dan penonton dari kedua akun tersebut, didapati bahwa dakwah melalui Youtube mempunyai daya tarik dan atensi yang besar bagi masyarakat. Sehingga dakwah melalui video Youtube sangat berpotensi untuk memberikan pengaruh baik yang signifikan bagi masyarakat.

Selain berfungsi sebagai sarana dakwah satu arah seperti ceramah, *Youtube* juga bisa menjadi media untuk penyebaran pembelajaran dan diskusi keagamaan seperti halnya yang dilakukan akun *Youtube* Dialog Islam TV. *Channel* atau saluran akun *Youtube* Dialog Islam TV dikelola oleh Yayasan Dialog Islam Garuda yang bergerak dalam beragam kegiatan keagamaan seperti dakwah, pendidikan, penitipan zakat dan wakaf hingga umroh dan haji.

Kegiatan dakwah yang ada pada akun *Youtube* Dialog Islam Garuda berbentuk dialog interaktif atau diskusi yang menghadirkan narasumber dan moderator yang disiarkan secara langsung. Selayaknya diskusi, kegiatan tersebut diisi juga dengan interaksi langsung dengan penonton melalui sesi tanya jawab yang didapat dari kolom komentar maupun pertanyaan yang

dikirim oleh penonton melalui *chat* kepada admin mengenai topik pembicaraan yang dibahas.

Diskusi isu keagamaan terkini, kajian ilmu-ilmu agama seperti muamalah dan fiqh, proses bimbingan pembelajaran tata cara baca Al-quran yang baik dan benar merupakan beberapa segmen pembahasan yang ada pada program Siaran On Air Sore yang disediakan dalam akun tersebut. Hal yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti program Siaran On Air Sore tersebut adalah pemilihan materi-materi dakwah yang menarik, seperti pembahasan isu terkini yang ditanggapi melalui sudut pandang pokok ajaran agama Islam yaitu Al-Quran dan Sunnah.

Hal lain yang membuat penulis tertarik yaitu cara Dialog Islam TV dalam membangun jamaahnya. Walaupun belum sebesar kanal *Youtube* da'i-da'i kondang seperti Ust.Abdul Somad dan Ust.Khalid Basalamah, Dialog Islam TV mampu membentuk jamaahnya yang konsisten untuk mengikuti program-program yang disiarkan. Tak kurang dari 30-50 jamaah konsisten mengikuti setiap program siaran dakwah.

Cara penyampaian dakwah dengan metode diskusi menjadi suatu hal yang menarik dari Dialog Islam TV. Hal tersebut bisa dilihat dari aktivitas dan respon *follower* atau pengikut dari kanal tersebut. Konten-konten dakwah yang ada pada kanal *Youtube* tersebut terlihat ramai, *follower* terlihat aktif dan responsif dalam sesi tanya jawab ketika acara siaran berlangsung.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana proses perencanaan atau strategi dakwah yang dimiliki oleh Dialog Islam TV khususnya dalam konten atau acara Siaran On Air Sore yang merupakan acara dialog interaktif keagamaan. Acara tersebut diisi dengan pembahasan masalah keagamaan ataupun diskusi isu keagamaan terkini. Adapun judul dari penelitian ini yaitu "STRATEGI DAKWAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE (Studi Deskriptif Program Siaran On Air Sore Pada Akun Youtube Dialog Islam TV)".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti berfokus pada strategi dakwah yang dilakukan oleh akun *Youtube* Dialog Islam TV pada acara Siaran On Air Sore. Peneliti membuat beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* pada acara Siaran On Air Sore?
2. Bagaimana implementasi strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* pada acara Siaran On Air Sore
3. Bagaimana proses evaluasi dalam penerapan strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* pada program Siaran On Air Sore?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan kepada rumusan masalah diatas, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan bertujuan untuk :

1. Mengetahui perencanaan strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* pada acara Siaran On Air Sore
2. Mengetahui cara pengimplementasian strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* pada acara Siaran On Air Sore
3. Mengetahui proses evaluasi dalam penerapan strategi dakwah melalui media sosial *Youtube* pada acara Siaran On Air Sore

D. Kegunaan Penelitian

Dalam suatu penelitian, tentunya diharapkan penelitian tersebut dapat memberikan kontribusi dan manfaat. Penulis berharap, penelitian ini bisa memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya :

Secara Teoritis

Penulis berharap agar penelitian ini dapat menjadi langkah lanjutan bagi pengembangan ilmu dakwah dan bermanfaat bagi dunia akademis. Menjadi pemberi kontribusi dan informasi dalam dunia pengetahuan serta memperkaya khazanah keilmuan mengenai strategi dakwah di media sosial khususnya *Youtube*.

Secara praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam rangka meningkatkan kemampuan mahasiswa

Komunikasi Penyiaran Islam dalam menyusun, merencanakan dan mengemas dakwah di media sosial.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan teoritis

Menurut al-Mawardi dakwah atau upaya menyeru manusia untuk melakukan kebaikan dan menjauhi perbuatan jelek adalah suatu kewajiban yang merupakan bagian dari urusan keagamaan (Sukayat, 2015). Dalam pelaksanaannya, dakwah bertujuan untuk melakukan perubahan pada umat yang dilakukan secara terencana dan terorganisir. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan cara yang terencana atau strategi.

Hakikat strategi sebagaimana yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tidak hanya sebagai pemberi arahan saja, strategi juga harus mampu untuk menunjukkan bagaimana taktik operasional dari suatu tujuan yang hendak dicapai tersebut (Effendy, 1997). Berdasarkan hal tersebut, strategi bisa dipahami pula sebagai kemampuan atau keterampilan menangani dan merencanakan sesuatu untuk mencapai atau meraih hasil yang diinginkan.

Dalam kaitannya dengan dakwah, menurut Ali Azis sebagaimana dikutip oleh Murniaty Sirajuddin strategi merupakan serangkaian rancangan kegiatan yang dibuat untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi dakwah merupakan suatu metode, siasat, taktik yang digunakan dalam

kegiatan dakwah yang sangat berperan dalam tercapainya tujuan dakwah (Sirajuddin, 2014:13).

Dakwah dan ilmu komunikasi merupakan dua hal yang memiliki kesamaan karena keduanya membahas mengenai cara manusia menyampaikan pesan dan gagasan kepada orang lain (Suhaimi, 2013). Berdasarkan hal tersebut penggunaan teori komunikasi dan teori strategi komunikasi menjadi relevan dan penting dalam penelitian ini.

Selanjutnya teori yang digunakan sebagai penguat dalam penelitian ini yaitu teori strategi perencanaan komunikasi P-Process. Teori ini pada mulanya dikembangkan oleh *John Hopkins Bloomberg School of Public Health*. Teori ini telah digunakan sejak tahun 1982 dan digunakan untuk mempromosikan kesehatan yang dilaksanakan di beberapa negara Afrika, Amerika latin dan Asia. Singkatnya, P-Process ini merupakan teori yang menjelaskan tentang strategi komunikasi kesehatan. Dalam teori ini disebutkan komunikasi dapat terlaksana jika memperhatikan beberapa tahapan.

Terdapat 5 tahapan dalam model P-Process, yaitu: riset, rencana, pengembangan bahan, ujicoba penyesuaian, implementasi dan monitoring penyesuaian (Cangara, 2013:82). Adapun hubungan teori ini dengan ilmu komunikasi yaitu sama-sama membahas mengenai cara menyampaikan informasi atau berkomunikasi dengan orang lain.

Teori ini dipilih karena terdapat kesinambungan antara unsur-unsur yang ada pada teori tersebut dengan objek penelitian ini yaitu strategi komunikasi. Peneliti bermaksud untuk mengkonstruksi strategi dakwah yang digunakan Dialog Islam Garuda pada acara Siaran Sore menggunakan teori P-Process. Hal ini karena tahapan-tahapan dari teori tersebut selaras dengan prinsip strategi dakwah yaitu harus disusun dan direncanakan dengan baik. Dalam penerapannya, P-Process lebih sistematis dan rasional karena dengan adanya tahapan riset dan uji coba membuat teori ini selalu tanggap terhadap lingkungan yang berubah.

2. Kerangka konseptual

Secara etimologi kata dakwah memiliki beberapa artian, diantaranya memanggil, menyeru, menegaskan sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia untuk melakukan sesuatu dan memohon atau meminta atau do'a (AS & Tajiri, 2009). Pada intinya dakwah adalah suatu kegiatan untuk mengajak manusia untuk bertaqwa dan tetap berada di jalan Allah SWT agar senantiasa bahagia baik di dunia maupun di akhirat.

Dakwah menurut Syaikh Ali Mahfuz dalam kitab Hidayatul Mursyidin yaitu suatu hal yang mendorong atau memotivasi manusia untuk senantiasa melakukan kebaikan dan mengikuti jalan petunjuk agama, menyuruh manusia untuk melakukan hal yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Hal tersebut dilakukan agar mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat (Munir dkk, 2003:7).

Dalam pelaksanaannya dakwah tak selalu didefinisikan tentang kegiatan ceramah diatas mimbar. Terdapat beberapa pemahaman mengenai dakwah yang dapat ditegaskan. *Pertama*, dakwah tidak identik dengan tablig, khotbah dan ceramah. Tablig merupakan salah satu bagian dari komunikasi dakwah dengan penyampaian pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui lisan (Khitabah), tulisan (Kitabah) dan aksi simulasi seperti sinetron, drama dan film yang termasuk kepada bagian dari (I'lam).

Kedua, dakwah merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan dengan melibatkan sejumlah unsur yang menjadi suatu sistem sehingga disebut sebagai kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah yaitu da'i, mad'u, pesan dakwah yang bersumber dari Al-quran dan sunnah, serta tujuan yang ingin dicapai dari dakwah, yaitu untuk kebahagiaan manusia baik di dunia maupun akhirat. *Ketiga*, objek dakwah atau mad'u meliputi individu, keluarga dan masyarakat luas. *Keempat*, dakwah harus direncanakan, dikelola dan diorganisasikan dengan baik (Sukayat, 2015:9).

Dakwah merupakan kegiatan yang harus diorganisasikan dan direncanakan secara terstruktur. Berdasar hal demikian maka diperlukan strategi sebagai penunjangnya.

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu dari kata *Strategos* yang mempunyai arti "komandan militer". Pada awalnya, istilah strategi sangat lekat dengan istilah militer. Dalam perkembangannya istilah kata strategi menyebar ke berbagai aspek termasuk kepada bidang dakwah dan komunikasi (Sirajuddin, 2014:12).

Strategi berfungsi sebagai acuan atau haluan ketika bertindak dalam menggapai sasaran tujuan yang diinginkan. Menurut Marrus, strategi dijabarkan sebagai proses penentuan tujuan rencana jangka panjang beserta cara dan upaya agar tujuan tersebut bisa digapai (Umar, 2001:31). Pada awal perkembangannya, strategi identik dengan istilah militer yang berkenaan dengan seni dan ilmu pengetahuan yang dalam pelaksanaannya erat dengan siasat atau cara yang dianggap paling efektif dan menguntungkan untuk memperoleh kemenangan dalam peperangan.

Strategi berperan sebagai acuan atau cara dan upaya seseorang atau kelompok dalam menggapai tujuan yang diinginkan. Pemahaman strategi seperti itulah yang membuat istilah strategi meluas ke berbagai aspek hingga komunikasi dan dakwah.

Menurut Asmuni Syukir dalam buku Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam sebagaimana dikutip oleh Sirajuddin, strategi dakwah didefinisikan sebagai metode, siasat dan taktik yang digunakan dalam aktifitas kegiatan dakwah yang sangat menentukan tercapainya tujuan dakwah (Sirajuddin, 2014:13).

Seiring perkembangan zaman dan teknologi menjadikan masyarakat lebih membutuhkan akses pada informasi. Pemilihan dan penggunaan media dalam berkomunikasi yang efektif dan tepat menjadi suatu keharusan. Begitupula dengan dakwah, pada saat ini penggunaan internet sebagai media dalam berdakwah menjadi suatu cara yang efektif.

Internet merupakan kependekan dari *Internet Connection Net-Working*, yang berarti sistem jaringan komunikasi yang mengglobal atau terhubung di seluruh dunia. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan akan mempermudah tercapainya tujuan dari dakwah itu sendiri. Dakwah sebagai kewajiban untuk menyebarkan ajaran-ajaran islam harus menjawab problematika yang dihadapi umat baik dalam moral, agama dan juga teknologi yang semakin berkembang. Penggunaan teknologi dalam dakwah seiring perkembangan zaman sesuai dengan fungsi agama islam sebagai *rahmatan lil 'alamin* yang bisa menjangkau semua era.

Dalam perkembangan internet, lahir media sosial sebagai sarana berkomunikasi, berniaga dan berkarya bagi setiap orang. Terdapat beragam media sosial seperti *Whatsapp, Instagram, Twitter* dan *Youtube*. Peneliti menggunakan *Youtube* sebagai bahan penelitian. *Youtube* merupakan suatu media sosial yang berisikan kumpulan video seperti film pendek, videoclip, serial televisi, trailer film, video blog (*vlog*) dan masih banyak lagi (Siahaan, 2020).

Penggunaan media sosial sebagai media dakwah tetap harus mengedepankan metode yang ada dalam dakwah itu sendiri. Terdapat tiga macam metode dakwah berdasarkan Al-Quran surah An-Nahl ayat 125. *Pertama*, metode hikmah. Hikmah berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan dakwah. Hikmah dalam dakwah juga bisa diartikan sebagai bijaksana dalam pemilihan konteks, cara menyampaikan dakwah dan pemilihan materi dakwah.

Kedua Al-Mau'idza Al-Hasanah. Secara bahasa berarti nasihat yang baik. *Mau'idzah hasanah* dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif atau wasiat, yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar memperoleh keselamatan dunia dan akhirat.

Ketiga Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan. Istilah ini mempunyai arti tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan dalam hal ini mad'u menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumen yang kuat (Munir dkk, 2003:8).

Berdasarkan metode-metode tersebut, seorang da'i harus cermat dalam memilih dan memilah metode dan media dakwah yang digunakan. Dalam hal ini dakwah menggunakan media *Youtube* harus pula memperhatikan acuan metode dakwah tersebut. Hal ini dilakukan karena internet dan media sosial yang sifatnya universal dan bisa diakses siapa saja bisa sangat berpengaruh pada umat, sehingga memungkinkan pula tersebarnya pesan-pesan negatif atau pemahaman yang salah mengenai ajaran islam.

Dakwah yang berpegang pada metode dakwah tersebut harus direncanakan dengan baik. Penentuan dan penerapan strategi dalam dakwah serta evaluasi diperlukan agar dakwah di internet dalam hal ini media sosial

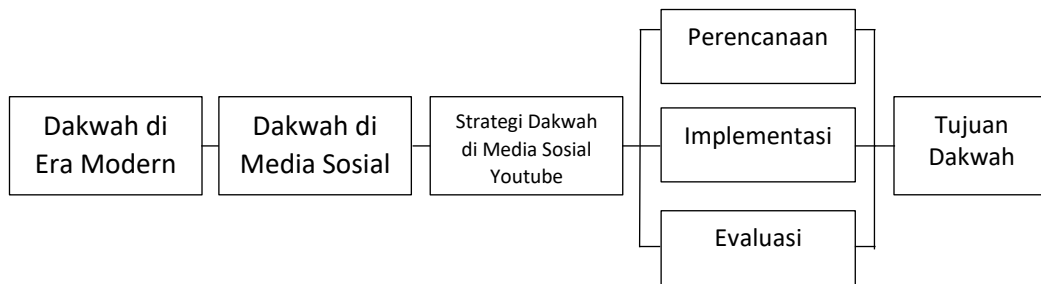
bisa berkembang lebih lanjut terlepas dari faktor-faktor pendukung dan penghambatnya.

Dakwah melalui internet dan media sosial sangat efektif dengan beberapa alasan, diantaranya :

- 1) Mampu menembus batas ruang dan waktu. Biaya yang dibutuhkan lebih terjangkau.
- 2) Penggunaan internet meningkat setiap tahunnya, yang memungkinkan penyebaran dan penyerapan dakwah oleh umat bisa lebih luas.
- 3) Para ulama bisa lebih fokus dalam menyikapi beragam peristiwa yang terjadi yang mengharuskan ketentuan bagaimana hukum syar'inya.

3. Landasan Operasional

Operasional dalam penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari suatu objek atau kegiatan yang mempunyai ciri khas atau variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Berisi poin-poin yang akan dijadikan acuan dalam penelitian yang isinya bersesuaian dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini disajikan dalam bentuk bagan atau tabel agar dapat dilihat kaitan dan hubungan antara poin-poin pembahasan dalam penelitian.



Tabel 1.1 Landasan Operasional

4. Hasil penelitian yang relevan

No	Judul Penelitian atau Skripsi	Peneliti dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Strategi Program Siaran Dakwah di Televisi: Studi Deskriptif pada Tim Program MQTV Bandung	Taufik Gilang Karisman, 2017 UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Sama-sama menganalisis strategi program atau konten dakwah dan bentuk dakwah secara audio-visual	Media yang digunakan dalam proses dakwah yaitu Televisi, sedangkan peneliti menggunakan <i>Youtube</i> . Dan objek penelitian yang diteliti berupa program dakwah secara keseluruhan yang ada di TV, sedangkan peneliti hanya berfokus pada satu program saja

2	Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial YouTube di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus Channel Menara Kudus)	Ais Zuli Fitriana, 2020 IAIN Kudus	Sama-sama membahas strategi dakwah di media sosial Youtube dan jenis penelitiannya yaitu deskriptif	Pembahasan dan objek yang diteliti dalam hal ini <i>channel Youtube</i> yang berbeda
3	Program Fajar Indah sebagai media dakwah dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat. (Studi Deskriptif di Radio Citra Progo 99,4 FM Sumedang).	Faisal Akbar, 2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Sama-sama membahas suatu program dakwah di media	Media yang digunakan berbeda dan penelitiannya yang berfokus pada manajemen pengelompokan da'i.

Tabel 1.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu hal yang akan diteliti atau data-data apa saja yang akan diambil sebagai bahan penelitian. Peneliti memilih program Siaran On Air Sore yang ada pada kanal *Youtube* Dialog Islam TV sebagai objek penelitian. Program Siaran On Air Sore tersebut menarik perhatian peneliti karena melihat antusiasme dari penontonnya. Satu hal yang paling menarik yaitu ketika dalam sesi tanya jawab, jamaah atau

mad'u antusias memberikan pertanyaan. Hal ini bisa dilihat dari kolom komentar yang ada.

Dakwah yang bisa membuat mad'u merespon dengan antusias tentunya membutuhkan cara tersendiri, hal tersebut yang membuat peneliti tertarik. Karena penulis mengkaji suatu akun *Youtube*, maka penulis akan melakukan penelitian dan wawancara pada pengelola akun *Youtube* Dialog Islam TV. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh akurat.

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi tempat dilaksanakannya penelitian ini adalah kantor dari Yayasan Dialog Islam Garuda sebagai pengelola kanal *Youtube* Dialog Islam TV yang bertempat di Jl.Moch.Ramdan, No.49, Ciateul, Kec.Regol, Kota Bandung, Jawa Barat

3. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan suatu cara atau model tentang bagaimana sesuatu dapat distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana suatu bagian-bagian berfungsi. Menurut Harmon, paradigma adalah cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas (Moleong, 2004:49).

Peneliti menggunakan paradigma Konstruktivisme dalam penelitian ini. Konstruktivisme adalah paradigma yang beranggapan bahwa kebenaran dari suatu realitas hanya dapat dilihat sebagai hasil

konstruksi sosial yang kebenarannya bersifat relatif. Suatu realitas sosial yang diamati seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang .

Pemilihan paradigma ini karena penulis melibatkan diri sebagai instrument penelitian yang ikut mengamati proses penelitian secara langsung, sehingga penulis dapat mencoba untuk menyusun, membangun atau mengkonstruksi cara atau strategi dakwah yang digunakan oleh Dialog Islam TV pada program Siaran Sore. Kebenaran hasil penelitian yang disusun oleh penulis bersifat relatif, sehingga memungkinkan terdapat perbedaan hasil penelitian oleh peneliti lain jika menggunakan objek yang sama.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Kualitatif yaitu penelitian yang berfokus pada penggunaan objek yang alamiah dan peneliti memiliki peran serta sebagai instrument kunci, hasil penelitiannya menekankan pada aspek makna (Sugiyono, 2014:9).

Bogdan dan Taylor berpendapat bahwa penelitian kualitatif yaitu suatu langkah penelitian yang dapat menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2004:4).

Adapun alasan dipilihnya metode ini karena metode ini dapat mengungkap dan menggali informasi secara jelas dan lengkap mengenai masalah yang diteliti. Metode ini dalam pengaplikasiannya berfokus pada pengamatan kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang diamati dari objek penelitian. Pemilihan metode ini pula karena peneliti ikut serta memantau dan mengamati gejala-gejala yang ada pada objek ketika kegiatan dakwah berlangsung, sehingga peneliti dapat menguraikan strategi dakwah yang digunakan Dialog Islam TV pada program Siaran On Air Sore.

5. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu primer dan sekunder.

a) Sumber data primer

Sumber data primer yaitu semua data yang merupakan pokok dan berkenaan dengan penelitian ini. Sumber data primer yaitu sumber dari data atau subjek dimana data bisa diperoleh seperti responden yang terlibat langsung, bersedia memberikan keterangan yang berhubungan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil pengamatan secara langsung peneliti dengan ikut serta mengamati objek penelitian. Dalam hal ini peneliti mengamati langsung kegiatan tabligh dalam siaran acara Siaran Sore pada channel *Youtube* Dialog Islam Garuda. Dengan kata lain, data primer diambil dengan

menggunakan instrumen pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen.

b) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang berasal dari pihak ketiga yang tidak secara langsung memberikan data kepada peneliti, akan tetapi melalui pihak lain misalnya lewat dokumen (Sugiyono, 2014).

Data ini berfungsi sebagai penunjang kelengkapan dalam penelitian jika data yang diperoleh dirasa kurang. Beberapa sumber data sekunder yang dapat digunakan diantaranya ialah dokumen, majalah, buku, jurnal dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini berkaitan dengan proses kegiatan dakwah yang dilakukan Dialog Islam Garuda pada program Siaran On Air Sore.

6. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, diantaranya :

a) Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan yang berdasarkan atas pengalaman secara langsung. Observasi sendiri memungkinkan untuk melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya (Moleong, 2004:208).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipan, yaitu peneliti terlibat langsung untuk melihat dan memahami gejala-gejala yang terjadi. Dalam hal ini peneliti mengamati secara langsung terhadap strategi, metode dan cara dalam kegiatan dakwah tabligh yang dilakukan Dialog Islam TV pada segmen acara Siaran On Air Sore.

Pemilihan metode observasi ini karena peneliti dapat mengamati dan mendengar, mencari jawaban, mencari bukti terhadap fenomena yang ada, (perilaku, kejadian-kejadian, keadaan, benda, dan simbol-simbol tertentu) selama beberapa waktu tanpa mempengaruhi fenomena yang diobservasi, dengan mencatat, merekam, memotret fenomena tersebut guna penemuan data analisis.

b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2004:186). Wawancara pada hakikatnya merupakan kegiatan untuk mendapatkan informasi secara mendalam tentang suatu hal yang dijadikan penelitian.

Wawancara dilakukan apabila data yang didapat dari observasi kurang. Dalam hal ini, wawancara akan dilakukan dengan penanggungjawab program Siaran On Air Sore dan pengelola dari akun

Youtube Dialog Islam TV. Dilakukannya teknik ini agar informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian bisa didapat secara akurat dan terpercaya dari sumbernya.

c) Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah catatan suatu peristiwa yang sudah lampau. Metode dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, dokumentasi ditujukan pada data yang terdapat pada objek penelitian dalam hal ini berupa dokumentasi dari kegiatan tabligh pada acara Siaran On Air Sore.

Metode ini digunakan jika data yang didapat dari observasi dan wawancara masih dirasa kurang. Sehingga peneliti mendapat data tambahan sebagai pelengkap data penelitian.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik uraian rinci atau *Thick description*. Dengan teknik uraian rinci menuntut peneliti agar melaporkan hasil penelitian dengan rinci sehingga uraiannya dilakukan seteliti dan secermat mungkin yang menggambarkan konteks tempat penelitian dilakukan.

Peneliti diharuskan memiliki lebih dari satu data mengenai penelitiannya. Hal tersebut untuk mencapai kriteria keteralihan atau penemuan dari suatu penelitian. Dengan demikian peneliti memiliki

pengetahuan dari beragam konteks baik sebagai pengirim atau penerima.

8. Teknik Analisis Data

Menurut Bougdan & Biklen Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, mengorganisasikan, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dari data dan memutuskan apa yang akan diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2004:248)

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan metode perbandingan tetap (*Constant Comparative Method*). Secara umum, menurut Glaser & Strauss proses atau tahapan dari analisis data metode ini mencakup :

a) Reduksi data

Dilakukan dengan cara pengidentifikasian data dan pemilahan satuan terkecil dari data yang memiliki makna atau kaitan jika dihubungkan dengan masalah penelitian.

Tahapan selanjutnya dari reduksi data yaitu koding atau memberikan kode pada setiap satuan data agar data tersebut bisa ditelusuri sumbernya.

b) Kategorisasi

Penyusunan kategori dengan cara memilah setiap satuan data ke dalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan.

c) Sintesisasi

Sintesisasi yaitu mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya.

d) Menyusun Hipotesis Kerja

Yaitu proses perumusan suatu pernyataan yang proporsional yang berasal dan masih berkaitan dengan data. Dengan kata lain tahap ini merupakan tahap pembuatan deskripsi data dan menyajikan data tersebut dalam bentuk tabel frekuensi dengan tujuan untuk memahami karakteristik dari setiap sampel data penelitian.

