

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangatlah pesat ditambah dengan adanya internet yang mempermudah dalam kehidupan manusia. Perkembangan teknologi banyak memberi perubahan dalam aktivitas manusia sehari-hari terlebih dalam hal komunikasi yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi komunikasi dengan menggunakan perantara internet. Komunikasi melalui internet memiliki kelebihan karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Hal ini juga mempengaruhi kegiatan dakwah, jika sebelumnya dakwah dilakukan dengan pertemuan antara da'i dan mad'u secara langsung di satu tempat atau di sebuah forum, kini karena perkembangan teknologi, dakwah tidak hanya dapat dilakukan dengan tatap muka lagi tapi dapat dilakukan melalui perantara media sosial, baik itu berupa konten yang sudah siap konsumsi atau berupa dakwah ditayangkan pada saat itu juga menggunakan fitur *live streaming*.

Memasuki era digitalisasi, dakwah dapat dengan mudah tersebar melalui beragam platform media sosial yang memberikan kebebasan para da'i untuk berkreasi dengan menyajikan konten-konten dakwah berbentuk teks, gambar, video maupun audio yang menyesuaikan kemampuan dan gaya berdakwah para da'i serta tren masa kini yang diminati mad'u sehingga pesan dakwahnya

dapat tersampaikan dengan baik.<sup>1</sup>

Dari banyaknya platform media sosial yang ada, YouTube merupakan salah satu media berdakwah yang dinilai efektif dan efisien karena pada dasarnya manusia cenderung lebih mudah mengingat apa yang telah mereka lihat. YouTube memiliki kelebihan dalam berkomunikasi dengan menyajikan beragam konten audiovisual dengan durasi yang tidak dibatasi sehingga banyak diminati masyarakat dari berbagai kalangan.

Dilansir dari katadata.co.id, dalam survey *we are social* pada bulan Januari 2021 terhitung 94% masyarakat Indonesia ialah pengguna YouTube dengan rentang usia 16-64 tahun dan menempati peringkat 1 media sosial di Indonesia.<sup>2</sup> Kehadiran YouTube pada tahun 2005 silam menawarkan pengalaman baru dalam dunia media sosial.

YouTube menjadi wadah para da'i dalam mengembangkan kreativitas dakwahnya dalam bentuk konten audiovisual ajakan kebaikan seperti doa-doa harian, ceramah, animasi, musik islami dan masih banyak lagi. Melihat perkembangan dakwah di YouTube yang semakin pesat, setiap da'i atau konten kreator dituntut untuk siap bersaing dan memanfaatkan peluang dengan terus menarik minat penonton melalui ide-ide yang lebih segar agar tidak ketinggalan arus. Tidak hanya itu teknik pengemasan konten dakwah juga harus diperhatikan untuk menghindari kesamaan konten.

Dakwah merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam

---

<sup>1</sup> Nanik Rahmawati dkk, "Optimalisasi YouTube sebagai Media Dakwah bagi Generasi Milenial", Jurnal PAI Raden Fatah, Vol. 3, No. 4, Oktober 2021, hlm. 384.

<sup>2</sup> Andrea Lidwina, "94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir" (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>, diakses pada 07 September 2021, 15:19 WIB).

kehidupan umat muslim karena keberadaan dakwah sangatlah berpengaruh dalam penyebaran agama Islam. Dakwah harus dilakukan secara teratur, intens, berkesinambungan, sistematis, dan terstruktur agar mampu mengubah masyarakat menjadi lebih baik dari sebelumnya.<sup>3</sup>

Umat muslim diperintahkan untuk berdakwah atau memberi tuntunan kepada orang lain sesuai kemampuan dan ilmu yang dimilikinya dengan cara yang baik dan bijaksana sesuai petunjuk agama agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana firman Allah dalam surah An-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”<sup>4</sup>

Dakwah tidak hanya kewenangan ulama atau tokoh agama semata, tetapi setiap muslim dapat melakukan dakwah jika pengetahuan keagamaan yang dimilikinya telah mumpuni untuk mengajak orang lain menuju jalan

<sup>3</sup> Hamdan, Mahmuddin, “YouTube sebagai Media Dakwah”, Palita: Journal of Social Religion Research, Vol. 6, No. 1, April 2021, hlm. 72.

<sup>4</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Madina Raihan Makmur, 2009), hlm. 281.

kebaikan. Alquran dan Hadist merupakan sumber utama ajaran Islam bagi umat Islam yang didalamnya terdapat materi dakwah yang intinya menyampaikan ajaran-ajaran Islam.

Dakwah bersifat persuasif atau berupa ajakan tanpa adanya paksaan. dakwah tidak menekankan hasil tetapi proses bagaimana dakwah itu disampaikan karena keberhasilan dakwah ialah kehendak Allah SWT sama seperti bagaimana manusia diwajibkan untuk selalu berdoa dan memohon kepada Allah biarpun doa yang dipanjatkan belum tentu terkabul.<sup>5</sup>

Salah satu akun YouTube dakwah Indonesia, VDVC Religi melalui konten Kata Ustadz mengajak anak muda untuk selalu mengingat dan mengamalkan ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari seperti halnya sholat lima waktu, berpuasa, mengaji dan mengamalkan Alquran untuk memperkuat keimanan anak muda. Kata Ustadz mengemas dakwahnya dalam bentuk eksperimen sosial tanya jawab seputar pengetahuan dasar agama Islam dengan beberapa anak muda dimana nantinya juga akan ada ustadz yang memaparkan penjelasan singkat dan mudah dipahami tentang tema yang sedang dibahas di penghujung video. Penyampaian dakwah yang digunakan pun santai dan ringan sehingga dapat dengan mudah dicerna dan dimengerti masyarakat.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti, akun YouTube VDVC Religi kini memiliki 1,76 juta *subscriber* dengan total unggahan video dakwah melalui konten Kata Ustadz sebanyak 108 video dan total jumlah penayangan

---

<sup>5</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), hlm.9.

sebanyak 211,699,922 kali dilihat.<sup>6</sup> Berangkat dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi seperti apa yang digunakan oleh akun YouTube VDVC Religi dalam konten Kata Ustadz sehingga banyak sekali masyarakat pengguna YouTube mengunjungi akun YouTube VDVC Religi. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Dakwah Akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam Menanamkan Pemahaman Tentang Nilai-nilai Islam”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perumusan strategi dakwah pada akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam menanamkan pemahaman tentang nilai-nilai Islam.
2. Bagaimana implementasi strategi dakwah pada akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam menanamkan pemahaman tentang nilai-nilai Islam.
3. Bagaimana evaluasi strategi dakwah pada akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam menanamkan pemahaman tentang nilai-nilai Islam.

---

<sup>6</sup> Akun *YouTube* *VDVC* *Religi* (<https://www.youtube.com/channel/UCasMZGvChuKk6mIKIsCICJw/playlists> diakses pada 14 April 2022, pukul 12:25 WIB).

### C. Batasan Istilah

Untuk meminimalisir kesalahpahaman antara pembaca dan peneliti tentang judul penelitian ini, peneliti perlu membatasi istilah-istilah yang digunakan. Berikut ialah istilah-istilah yang perlu diperjelas dalam penelitian ini:

#### 1. Strategi Dakwah

Dalam penelitian ini strategi merupakan rencana, yaitu apa rencana yang ingin diharapkan sebuah organisasi dimasa yang akan datang (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut (rute).<sup>7</sup> Dengan kata lain strategi ialah upaya atau usaha yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Adapun beberapa tahapan yang harus dilalui untuk menjalankan suatu strategi diantaranya ialah perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

Dakwah mengacu pada kegiatan mengajak manusia pada jalan kebenaran dengan tujuan menyebarkan Islam kepada orang lain melalui berbagai cara dengan tujuan menghasilkan orang-orang yang hidup sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.<sup>8</sup> Dakwah juga dapat diartikan sebagai kegiatan mengajak manusia untuk beriman dan taat kepada Allah demi mendapatkan ridho ilahi serta kebahagiaan dunia dan akhirat.

Strategi dakwah ialah rangkaian perencanaan yang dibuat untuk mencapai tujuan dakwah tertentu termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan.<sup>9</sup> Dalam strategi dakwah

<sup>7</sup> Nazarudin, *Manajemen Strategik*, (Palembang: NoerFikri Offset, 2018), hlm. 3.

<sup>8</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), hlm. 3.

<sup>9</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, hlm. 300.

diperlukan taktik untuk menjangkau sasaran dakwah agar apa yang disampaikan da'i dapat dengan mudah sampai kepada mad'u.

## 2. Nilai-nilai Islam

Menurut Spranger nilai ialah pengaturan yang digunakan manusia untuk menimbang atau mengambil keputusan dalam situasi tertentu.<sup>10</sup> Sedangkan Islam ialah keyakinan bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Muhammad ialah utusan-Nya.<sup>11</sup> Aqidah, syariat dan akhlak ialah nilai-nilai Islam yang penting untuk manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-hari yang bersumber dari ketentuan Allah yang sudah diterangkan dalam Alquran dan Hadist.

## 3. YouTube

YouTube ialah situs berbagi video online dimana pengguna dapat mengunggah video mereka untuk dilihat oleh orang lain di seluruh dunia. Kesuksesan YouTube berasal dari kesamaannya dengan blog; jika blog ialah jurnal online, YouTube menawarkan video atau vlog harian dengan informasi audiovisual tentang aktivitas seseorang.<sup>12</sup> VDVC Religi ialah salah satu akun YouTube dakwah Indonesia yang melalui konten Kata Ustadz mengajak anak muda untuk selalu mengingat dan mengamalkan ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari.

---

<sup>10</sup> Halimatussa'diyah, *Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Multikultural*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020 ), hlm. 10.

<sup>11</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm.7.

<sup>12</sup> Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri Youtube*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), hlm.1.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dengan mengacu pada rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perumusan strategi dakwah pada akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam menanamkan pemahaman tentang nilai-nilai Islam.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi dakwah pada akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam menanamkan pemahaman tentang nilai-nilai Islam.
3. Untuk mengetahui evaluasi strategi dakwah pada akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam menanamkan pemahaman tentang nilai-nilai Islam.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat membantu pengembangan ilmu pengetahuan dalam berdakwah melalui konten YouTube.
2. Secara praktis penelitian ini bermanfaat menambah wawasan tentang strategi berdakwah melalui konten YouTube untuk menanamkan kesadaran nilai-nilai Islam serta dapat memberikan gambaran tentang bagaimana memanfaatkan media sosial dalam berdakwah.
3. Secara akademis untuk mendapatkan gelar sarjana sosial (S.Sos.).



## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembahasan dan memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini, maka peneliti memberikan sistematika pembahasannya berdasarkan bab demi bab beserta sub bab yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini terdapat pengertian strategi, dakwah, strategi dakwah, nilai-nilai Islam, YouTube, kerangka konsep dan penelitian yang relevan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini meliputi, jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan temuan data peneliti tentang profil akun YouTube VDVC Religi dan strategi dakwah akun YouTube VDVC Religi dalam menanamkan pemahaman tentang nilai-nilai Islam.

### **BAB V PENUTUP**

Peneliti mengakhiri skripsi ini dengan memberikan kesimpulan dan saran-saran dari pembahasan yang telah dilalui sebelumnya.