

**STRATEGI DAKWAH GUS IQDAM DI ERA DIGITAL
(STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE GUS IQDAM
OFFICIAL)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disusun oleh :

KHARISMA FITROTUL HIDAYAH
NIM : 204103010033

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JUNI 2024**

**STRATEGI DAKWAH GUS IQDAM DI ERA DIGITAL
(STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE GUS IQDAM OFFICIAL)**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Jember
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Oleh :

Kharisma Fitrotul Hidayah
NIM : 204103010033

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Disetujui Pembimbing

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. H. Abdul Mu'is, S.Ag, M.Si.
NIP. 197304242000031005

**STRATEGI DAKWAH GUS IQDAM DI ERA DIGITAL
(STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE GUS IQDAM OFFICIAL)**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Hari : Jum'at
Tanggal : 14 Juni 2024

Tim Penguji

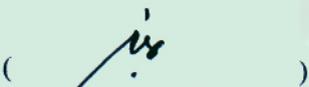
Ketua

Achmad Faesol, M.Si
NIP. 198402102019031004

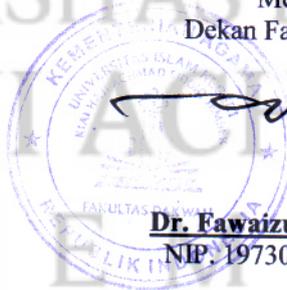
Sekretaris

Dhama Suroyya, M.I.Kom, C. PC
NIP. 198806272019032009

Anggota :

1. **Dr. Hj. Siti Raudhatul Jannah, M.Med.Kom** ()
2. **Dr. H. Abdul Mu'is, S.Ag., M.Si** ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Dakwah

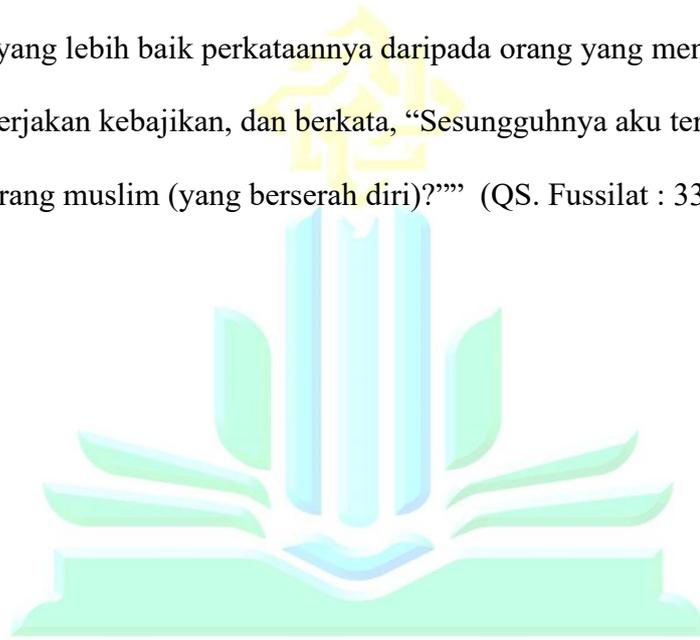


Dr. Fawaizul Umam, M. Ag.
NIP. 197302272000031001

MOTTO

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan kebajikan, dan berkata, “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?”” (QS. Fussilat : 33).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Media Indonesia, ‘QS Fussilat Ayat 33’, *Media Group*, 2024.

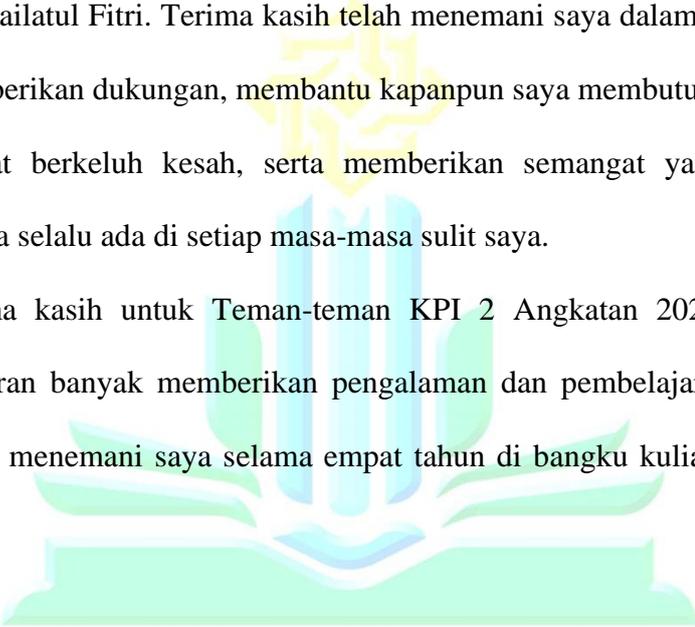
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan karya yang berbentuk skripsi ini. Shalawat serta salam juga tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi wa Sallam.

Alhamdulillah Rabbil 'alamin. Saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan tepat waktu dan tentu dalam pengerjaan skripsi butuh perjuangan, baik pikiran, tenaga maupun batin. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang telah ada untuk saya :

1. Bapak Sa'dan Shohib dan Ibu Iswatin Sunah, selaku orang tua saya. Terimakasih telah memberikan segalanya bagi saya hingga detik ini, terimakasih atas segala pengorbanan, doa yang tiada henti demi kelancaran saya dalam mengerjakan skripsi, dan kasih sayang. Semoga bapak dan ibu diberikan kesehatan dan umur panjang oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala.
2. Kepada adik saya Azril Amirul Muttaqin dan Ainun saya sangat berterima kasih sekali meskipun tidak membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini, dengan kehadiran kalian mampu menghibur, memberikan semangat sehingga terselesaikan skripsi ini.
3. Kepada seseorang yang sangat penting dalam hidup saya, Muhammad Rizky Rizaldi. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya dan memberikan banyak kontribusi dalam penulisan skripsi ini, baik berupa tenaga, waktu, maupun materi.

4. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan saya selama kuliah dan dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir : Na'imatul Nabilla, Rahmita Indah, Farah Fajri, Shohibatin Nisa, Dea Sahda, Nur Khofifah, dan Lailatul Fitri. Terima kasih telah menemani saya dalam setiap proses, memberikan dukungan, membantu kapanpun saya membutuhkan, menjadi tempat berkeluh kesah, serta memberikan semangat yang luar biasa karena selalu ada di setiap masa-masa sulit saya.
5. Terima kasih untuk Teman-teman KPI 2 Angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran. Sekaligus telah menemani saya selama empat tahun di bangku kuliah, *see you on top.*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hefni Zain, S.Ag., M.M., selaku Rektor Universitas Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
2. Bapak Hayyan Najikh M.Kom.I., selaku ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
3. Bapak Dr. H. Abdul Mu'is, S.Ag, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, saran dan bimbingan agar skripsi yang saya susun dapat terselesaikan dengan baik.
4. Segenap dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember yang selama ini sudah memberikan ilmunya sehingga saya sampai pada titik mampu menyelesaikan studi ini dan memperoleh banyak pengalaman dari kolaborasi project yang pernah dilakukan.

Hingga titik ini, penulis menyadari bahwa mungkin terdapat beberapa aspek yang memerlukan koreksi dari para pembaca. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk meningkatkan kualitas karya ini.

Jember, 19 Juni 2024

Penulis

ABSTRAK

Kharisma Fitrotul Hidayah, 2024: Strategi Dakwah Gus Iqdam Di Era Digital
(Studi Kasus Channel Youtube Gus Iqdam Official)

Kata Kunci: Strategi Dakwah, Era Digital, Gus Iqdam

Di dunia maya banyak orang menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah, Gus Iqdam adalah contoh tokoh agama tradisional yang berhasil beradaptasi dan memanfaatkan teknologi modern untuk menyebarkan ajaran agama. Namun, tidak semua tokoh berhasil menarik minat *audiens* milenial. Gus Iqdam menggunakan pendekatan yang menarik bagi generasi milenial dan Gen Z, seringkali melalui cara yang kreatif dan relevan dengan konteks zaman. Misalnya, Gus Iqdam menggunakan konten viral untuk menyampaikan pesan keagamaan dan berhasil menarik perhatian *audiens* milenial. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti strategi-strategi yang digunakan oleh Gus Iqdam.

Dari uraian tersebut maka fokus penelitian ini terbagi menjadi dua. 1) Apa saja strategi dakwah yang digunakan Gus Iqdam di channel YouTube Gus Iqdam Official? 2) Bagaimana efek dakwah Gus Iqdam terhadap *audiens*, terutama kalangan remaja?. Dengan mengacu pada konsep strategi dakwah dari Al-Bayanuni yang mencakup strategi sentimental, rasional, dan indrawi, penelitian ini mengkaji bagaimana Gus Iqdam menyampaikan pesan dakwahnya secara efektif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Data dikumpulkan melalui observasi konten video di channel YouTube Gus Iqdam Official, serta analisis literatur terkait strategi dakwah digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi sentimental terlihat dari cara Gus Iqdam menyampaikan pesan dengan penuh kehangatan dan emosi, membuat *audiens* merasa terhubung secara emosional. Strategi rasional diterapkan dengan memberikan argumen logis dan pemikiran intelektual dalam ceramahnya, mendorong *audiens* untuk berpikir kritis tentang ajaran Islam. Sementara itu, strategi indrawi digunakan melalui penekanan pada ritual dan pengalaman praktis yang dapat dirasakan langsung oleh *audiens*. 2) Efek dakwah Gus Iqdam terhadap *audiens*, terutama kalangan remaja, sangat signifikan. *audiens* melaporkan peningkatan pemahaman dan pengetahuan agama serta perubahan perilaku keagamaan yang lebih baik. Remaja yang mengikuti dakwah Gus Iqdam menjadi lebih rajin beribadah dan lebih berusaha mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah melalui platform YouTube ini terbukti efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan yang relevan dan berdampak positif, menunjukkan pentingnya metode dakwah yang adaptif di era digital.

DAFTAR ISI

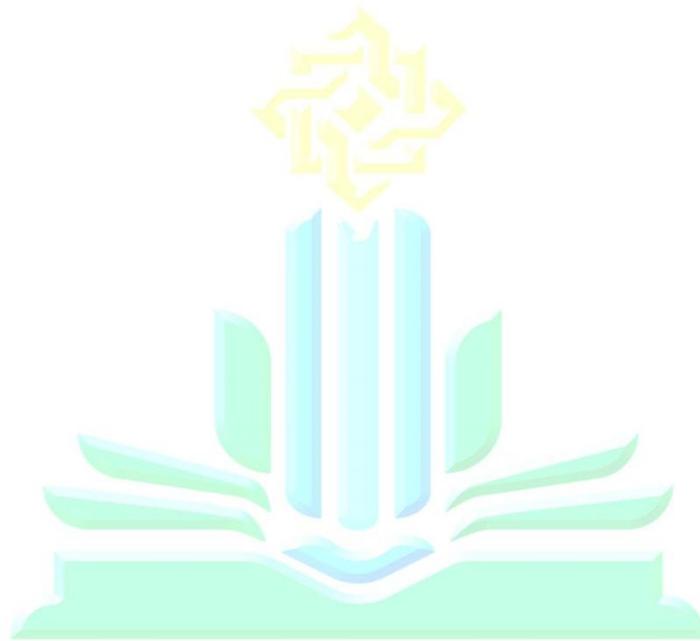
COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	54
B. Lokasi Penelitian	54
C. Subyek Penelitian	54
D. Teknik Pengumpulan Data	55

E.	Analisis Data	56
F.	Keabsahan Data	57
G.	Tahapan Penelitian	58
BAB IV PEMBAHASAN		60
A.	Gambaran Obyek Penelitian	60
	1. Biografi Agus Muhammad Iqdam Kholid (Gus Iqdam)	60
	2. Akun Youtube Gus Iqdam <i>Official</i>	61
B.	Penyajian Data Dan Analisis	63
	1. Strategi Dakwah Gus Iqdam di Channel YouTube	63
	2. Efek Dakwah Gus Iqdam Terhadap <i>Audiens</i>	75
C.	Pembahasan Temuan	81
	1. Strategi Dakwah Gus Iqdam di Channel YouTube	82
	2. Efek Dakwah Gus Iqdam Terhadap <i>Audiens</i>	89
BAB V PENUTUP		92
A.	Kesimpulan	92
B.	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN-LAMPIRAN		101

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu 16

Tabel 4. 1 Konten Youtube Berdasarkan Kategori Strategi Dakwah 64



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Tampilan Youtube Gus Iqdam <i>Official</i>	62
Gambar 4. 2 Cuplikan Dakwah Gus Iqdam	70
Gambar 4. 3 Cuplikan Dakwah Gus Iqdam	71
Gambar 4. 4 Cuplikan Dakwah Gus Iqdam	72
Gambar 4. 5 Cuplikan Dakwah Gus Iqdam	73
Gambar 4. 6 Cuplikan Dakwah Gus Iqdam	74
Gambar 4. 7 Cuplikan Dakwah Gus Iqdam	75



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di dunia maya banyak orang menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah, Gus Iqdam adalah contoh tokoh agama tradisional yang berhasil beradaptasi dan memanfaatkan teknologi modern untuk menyebarkan ajaran agama. Namun, tidak semua tokoh berhasil menarik minat *audiens* milenial. Gus Iqdam menggunakan pendekatan yang menarik bagi generasi milenial dan Gen Z, seringkali melalui cara yang kreatif dan relevan dengan konteks zaman. Misalnya, Gus Iqdam menggunakan konten viral untuk menyampaikan pesan keagamaan dan berhasil menarik perhatian *audiens* milenial. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti strategi-strategi yang digunakan oleh Gus Iqdam.

Dakwah dalam Islam memiliki arti yang sangat penting dan esensial. Secara harfiah, dakwah berarti mengajak atau menyeru, dan dalam konteks Islam, dakwah berarti mengajak orang lain untuk mengikuti ajaran Islam.² Kegiatan ini tidak hanya sebatas menyebarkan ajaran agama tetapi juga mencakup pengembangan akhlak dan akhlak umat. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT memerintahkan umat Islam untuk berdakwah seperti yang tertuang dalam surat An-Nahl ayat 125:

² Siti Hotiza, 'Interpretasi Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an Surah an-Nahl Ayat 125', *Gunung Djati Conference Series*, 8 (2022), 137–47.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّ لَهُمْ بِأَتْيِ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.³

Ayat ini menekankan pentingnya menggunakan hikmah (kebijaksanaan) dan pelajaran yang baik dalam berdakwah, menunjukkan bahwa dakwah bukan hanya tentang menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga tentang bagaimana menyampaikannya dengan cara yang penuh hikmah dan kasih sayang.

Peran strategis dakwah dalam pembentukan moral umat sangatlah signifikan. Dakwah berfungsi sebagai sarana utama untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang universal, seperti kejujuran, keadilan, kasih sayang dan kedamaian. Melalui dakwah, seorang pendakwah dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Islam, membimbing umat untuk hidup sesuai dengan nilai-nilai tersebut, dan membentuk karakter yang baik berdasarkan ajaran agama. Dakwah juga berperan dalam memperkuat iman dan ketakwaan umat, membantu mereka

³ Marja.id, ‘Surah An-Nahl Ayat 125’, *Tim Dakwah.ID*, 2024.

menghadapi tantangan kehidupan, serta memberikan solusi terhadap berbagai masalah sosial yang dihadapi.⁴

Dalam era modern ini, tantangan dakwah semakin kompleks. Globalisasi, kemajuan teknologi, dan perubahan sosial budaya mempengaruhi cara hidup dan pandangan masyarakat, termasuk umat Islam. Seiring dengan perkembangan teknologi, media dakwah pun mengalami transformasi. Dalam sejarah perkembangan Islam, dakwah memegang peran yang sangat penting sebagai sarana penyebaran ajaran agama. Metode dakwah tradisional yang dilakukan melalui ceramah langsung, pengajian, dan berbagai kegiatan keagamaan lainnya telah menjadi fondasi yang kuat dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di masyarakat. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terjadi transformasi signifikan dalam metode dakwah.⁵

Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet, media sosial, dan berbagai *platform* digital lainnya telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Perkembangan ini membuka peluang baru bagi para dai dan penceramah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih luas dan efektif. Dakwah digital tidak hanya

⁴ Adi Gunawan, Khaviar Warih Yumarestu, and Abstrak Keterlibatan, 'Peran Literatur Arab Dalam Pengembangan Penyiaran Dakwah Islam', *Arima : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1.3 (2024), 143–58 <<https://jurnalistiqomah.org/index.php/arima/article/view/697>>.

⁵ Qomar Abdurrahman and Dudi Badruzaman, 'Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital', *Komunikasia: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3.2 (2023), 152–62 <<https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>>.

memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat, tetapi juga menjangkau *audiens* yang lebih beragam dan global.⁶

Media sosial telah menjadi *platform* penting dalam menyebarkan informasi, termasuk dakwah. Pendakwah masa kini dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, khususnya generasi muda yang merupakan pengguna aktif media sosial. Media sosial, sebagai salah satu produk teknologi digital, telah menjadi alat komunikasi yang sangat populer di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda.

Kemajuan teknologi dakwah di era ini, dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas melalui media sosial, seperti YouTube. YouTube sebagai salah satu *platform* berbagi video terbesar di dunia menawarkan peluang besar bagi para dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara kreatif dan menarik. Dalam *platform* ini terdapat berbagai macam konten antara lain dakwah Islam, pendidikan, musik, ekonomi, tutorial dan berbagai video lainnya yang merupakan konten yang dihasilkan dari aktivitas pribadi dan berbagai sumber. Dalam konteks penelitian ini dakwah mempunyai peranan penting dalam komunikasi massa Islam, di mana sistem komunikasi massa Islam mempunyai ciri khas tersendiri yaitu menyebarkan (menyampaikan) informasi kepada masyarakat tentang perintah dan larangan Allah SWT yang berpedoman dengan Al-Qur'an dan Hadits. Banyak orang yang menyampaikan

⁶ Nazwa Salsabila Lubis and Muhammad Irwan Padli Nasution, 'Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat', *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 01.12 (2023), 21–30.

komunikasi atau dakwah Islami di era ini menggunakan media YouTube yang dapat diakses dengan audio dan visual.⁷

Berdasarkan hasil penelitian dari Hootsuite (*We Are Social*) pada tahun 2021, Indonesia memiliki 107 juta pengguna media sosial aktif, yang mencakup 61,8% dari total populasi negara ini. Pertumbuhan jumlah pengguna media sosial ini sejalan dengan tingginya penetrasi internet.⁸ Data dari *Internet World Stats* pada Maret 2021 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta orang, menjadikan Indonesia negara ketiga dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia.⁹ Hampir setiap orang saat ini memiliki media sosial di ponsel mereka. Beberapa media sosial yang sering digunakan saat ini antara lain YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter.

YouTube, situs video yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan, mengunduh, dan berbagi berbagai macam video, telah menjadi *Platform* yang mendominasi media sosial. Youtube didirikan pada tahun 2005, YouTube memungkinkan pengguna mengunggah video yang dapat diakses oleh pengguna di seluruh dunia. YouTube menempati peringkat pertama sebagai *platform* media sosial yang paling banyak

⁷ Athik Hidayatul Ummah, M Khairul Khatoni, and M Khairurromadhan, 'Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan', *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, XII.2 (2020), 210–34 <<https://inet.detik.com/cyberlife/d->>.

⁸ We Are Social, 'Hootsuite. Digital 2021: Indonesia', *Global Digital Insight*, "Datareportal. Com. P, 79 (2022).

⁹ Simon Kemp, 'Digital 2022 Global Overview Report. We Are Social & Hootsuite', 2022.

dikunjungi, dengan persentase pengguna sebesar 93,8% dari jumlah populasi.¹⁰

Perkembangan fungsi YouTube sebagai media baru dengan internet telah memberikan dampak digitalisasi terhadap berbagai aspek kehidupan. Hal ini mengubah cara penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk bagi para pendakwah yang sekarang mengambil peran baru dalam menyebarkan dakwah Islam. Mudahnya akses ke YouTube dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, dan di era sekarang, para dai dituntut untuk menyesuaikan diri dengan mad'u (*audiens*) mereka yang hidup dalam era modernisasi.¹¹

Agus Muhammad Iqdam Kholid atau biasa dikenal dengan Gus Iqdam merupakan seorang dakwah muda yang menggunakan media YouTube sebagai media untuk menyampaikan dakwahnya. Channel YouTube resmi Gus Iqdam menyuguhkan berbagai konten dakwah yang tidak hanya informatif namun juga kreatif sehingga mampu menarik perhatian banyak pemirsa khususnya remaja. Pendekatan inovatif dan kreatif, Gus Iqdam berhasil menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang mudah dipahami masyarakat, khususnya generasi muda, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Beliau mempunyai gaya bicara yang khas, wataknya lemah lembut dan ramah, ceramahnya disampaikan dalam suasana ceria dan santai, menghindari kesan formal, membuat jamaah merasa nyaman. Mereka bahkan mendapat ruang untuk berbicara

¹⁰ Social.

¹¹ Helnafri Ankesa, 'Komunikasi Dakwah Melalui Media Pembelajaran Youtube', *Tabayyun: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3.2 (2022), 10–18.

bebas dalam skala luas. Hal ini juga memunculkan komunikasi kelompok dimana jamaah diberikan ruang untuk didengar dan diperkuat mengenai ilmu agamanya.

Konten dakwah Gus Iqdam *Official* kerap mengangkat tema-tema yang relevan dengan kebutuhan generasi muda, seperti hubungan romantis, konten emosional, dan berbagai topik lainnya. Bahasa yang digunakan dalam dakwahnya bersifat kekinian dan mudah dipahami oleh generasi muda. Cuplikan dakwah Gus Iqdam kerap dibagikan para pengikutnya di berbagai *Platform* media sosial. Gus Iqdam menjadikan YouTube sebagai media utama berdakwah. Selain menayangkan ceramah, YouTube juga menyediakan kolom komentar yang digunakan untuk mendapatkan masukan dari para pengikutnya, sehingga dapat menjadi sarana pengembangan konten dan kreativitas dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Channel YouTube resmi Gus Iqdam yang tergabung dalam program Majelis Sabilu Taubah Karanggayam Srengat Blitar memiliki 1,18 juta subscriber per 1 April 2024.

Merujuk pada latar belakang masalah, fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat tantangan yang dihadapi oleh para pendakwah dalam menyampaikan dakwah di era digital. Kreativitas dalam strategi dakwah menjadi kunci utama dalam menarik minat *audiens* dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah kreatif yang diterapkan oleh Gus Iqdam di channel YouTube-nya, serta menilai dampak dari dakwah

tersebut terhadap *audiens*, khususnya remaja. Peneliti mengkaji permasalahan tersebut melalui penelitian yang berjudul “Strategi Dakwah Gus Iqdam Di Era Digital (Studi Kasus Channel Youtube Gus Iqdam *Official*)”

B. Fokus Penelitian

Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dijawab melalui proses penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini difokuskan sebagai berikut :

1. Apa saja strategi dakwah yang digunakan Gus Iqdam di channel YouTube Gus Iqdam *Official*?
2. Bagaimana efek dakwah Gus Iqdam terhadap *audiens*, terutama kalangan remaja?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran mengenai arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi dakwah yang digunakan oleh Gus Iqdam.
2. Untuk mengetahui efek dakwah Gus Iqdam terhadap *audiensnya*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesainya penelitian. Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan literatur ilmiah dakwah di era digital, memperluas pemahaman teoritis, dan memberikan landasan yang kuat bagi penelitian dan praktik dakwah yang lebih efektif di era digital masa depan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat membantu peneliti memahami pentingnya mengikuti tren teknologi dan media sosial yang selalu berubah, sehingga strategi dakwah tetap relevan dan efektif.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman bagaimana menggunakan pendekatan kreatif dalam dakwah, yang dapat membuat pesan-pesan keagamaan menjadi lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat serta diharapkan dapat memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat, meningkatkan efektivitas dakwah, dan memperkaya kehidupan spiritual dan moral masyarakat di era digital.

c. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan diskusi ilmiah aktual bagi mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq

Jember dalam karya ilmiah yang akan diteliti dan sebagai sumber bacaan di perpustakaan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

E. Definisi Istilah

1. Strategi Dakwah

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses penentuan cara dan upaya untuk mencapai tujuan dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu agar tujuan dakwah dapat tercapai secara maksimal.¹² Dengan kata lain, strategi dakwah adalah siasat atau siasat yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah.¹³ Strategi dakwah adalah rencana yang dirancang secara rasional untuk mencapai sasaran dakwah yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia. Strategi ini meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengoperasian dakwah Islam secara sistematis dan bertujuan untuk mencapai sasaran dakwah secara optimal.¹⁴

Dalam penelitian ini strategi dakwah merupakan proses penentuan cara Gus Iqdam dalam melakukan dakwahnya kepada masyarakat melalui pendekatan yang berbeda tetapi dengan maksud sama yaitu untuk meningkatkan pemahaman tentang ajaran agama.

¹² Najamuddin, N. (2020). Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh. *TASAMUH: Jurnal Studi Islam*, 12(1), 25-46.

¹³ Nour, D. A., & Walian, A. (2023). Strategi Dakwah Komunitas Bikers Fisabilillah Dalam Memberikan Pemahaman Keagamaan Remaja di Kelurahan Mulya Agung Kabupaten Banyuasin. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(10), 4934-4952.

¹⁴ Acep Aripudin, *Pengantar Dakwah Damai : Pengantar Dakwah Antar Budaya* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007).

2. Era Digital

Era digital merupakan masa dimana informasi diperoleh dan disebarluaskan dengan mudah dan cepat dengan menggunakan teknologi digital.¹⁵ Sedangkan teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan sistem komputerisasi yang terhubung dengan internet. Kedua hal tersebut, baik era digital maupun teknologi, selalu berjalan beriringan dan saling memberikan dampak bagi masyarakat, khususnya anak-anak yang dengan mudah menerima informasi dari berbagai sumber.¹⁶

3. Youtube

YouTube merupakan sebuah aplikasi baru atau media baru yang digunakan untuk melihat unggahan video yang dibagikan oleh orang lain. YouTube adalah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. Konten video di YouTube biasanya mencakup video klip, film, TV, dan video yang dibuat oleh pengguna YouTube sendiri.¹⁷

F. Sistematika Penelitian

Penelitian yang berjudul Strategi Dakwah Gus Iqdam Di Era Digital (Studi Kasus Channel Youtube Gus Iqdam *Official*) disusun menjadi 5 bab, yang ditulis sebagai berikut:

¹⁵ Darwanto, D., & Putri, A. M. (2021). Penguatan literasi, numerasi, dan adaptasi teknologi pada pembelajaran di sekolah:(sebuah Upaya Menghadapi Era Digital dan Disrupsi). *Eksponen*, 11(2), 25-35.

¹⁶ Ummah, Khatoni, and Khairurromadhan.

¹⁷ Ferdinand Salomo and others, *Memaksimalkan Potensi Youtube Sebagai Guru Virtual* (Karanganyar, 2023).

BAB I memuat tentang latar belakang masalah penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pengertian istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi tentang tinjauan pustaka, pada bab ini terdapat dua sub bagian yaitu sub pertama berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya atau lebih dikenal dengan penelitian terdahulu dan bagian kedua berisi pembahasan mengenai landasan teori. Diantaranya menjelaskan pengertian strategi dakwah dan era digital

BAB III berisi tentang metode penelitian, pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data yang digunakan, keabsahan data, dan tahapan penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV menjelaskan informasi tentang Gus Iqdam yang meliputi biografi, profil, prestasi dan perjalanan karir hingga saat ini serta menguraikan analisis hasil penelitian mengenai strategi dakwah Gus Iqdam di Youtube Gus Iqdam *Official*

BAB V memuat kesimpulan mengenai apa yang diteliti dalam karya ilmiah ini dan memberikan saran-saran yang diperlukan untuk penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sumber rujukan pada saat melakukan penelitian. Penelitian yang memiliki keterkaitan dengan judul peneliti, sebagai berikut :

Pertama, jurnal berjudul “Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial (Studi Kasus pada Channel Youtube Jeda Nulis Oleh Habib Husein Ja’far)” ditulis oleh Hikmah Fitriyani Jurnal Islam Komunikasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan: Youtube merupakan hasil dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat serta banyak diminati kaum milenial. Habib Jafar juga salah satu pendakwah yang memanfaatkan Youtube sebagai media dakwahnya. Strategi yang dilakukan Habib Jafar dalam berdakwah menggunakan Youtube diantaranya dengan membuat konten yang sesuai dengan generasi milenial, menggunakan slang bahasa gaul, kualitas video yang menarik dan berpenampilan layaknya anak muda. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis data yang diperoleh melalui observasi channel Youtube Jeda Nulis.¹⁸

Kedua, skripsi berjudul "Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Menulis Konten Jeda YouTube" ditulis oleh Aziz

¹⁸ Fitriyani, H., Sholekhati, N., Nafisah, N., Hanifah, N., & Mazaya, V. (2023). Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 71-86.

Setya Nurrohman dari IAIN Ponorogo. Skripsi ini mengkaji strategi dakwah digital yang diterapkan oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam pembuatan konten di kanal YouTube Jeda Nulis. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana Habib Husein Ja'far Al-Hadar mengimplementasikan dakwah digital dalam konten "Kultum Pemuda Tersesat" di akun YouTube tersebut, serta faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya jumlah penonton konten tersebut. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini melibatkan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹⁹

Ketiga, jurnal berjudul "Strategi Dakwah Akun Pro-You Channel Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube" ditulis oleh Sayyaf Nasrul Islami dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah akun Youtube Pro-You Channel. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif adapun bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Study Research*) terhadap akun Pro-You Channel. Hasil penelitian yang ditemukan bahwa akun Pro-You Channel menjalankan strategi dakwah dengan menggunakan metode amati, tiru, modifikasi (ATM), meningkatkan kualitas video dan audio, meningkatkan

¹⁹ Nurrohman, A. S. (2021). *Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Konten YouTube Jeda Nulis* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).

kualitas sarana, prasarana, kemampuan SDM, serta selalu berusaha berinovasi dan juga dengan pengelolaan teknik marketing yang baik.²⁰

Keempat, Skripsi berjudul "Strategi Kreatif Kanal YouTube Viva Digital Venture Company (VDVC) Religi Dalam Mengemas Konten Dakwah melalui Program Kata Ustadz" ditulis oleh Anisa Citra Salsabila dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial YouTube dimanfaatkan sebagai media dakwah dan untuk mengetahui isi pesan dakwah dalam akun YouTube *Viva Digital Venture Company* (VDVC). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang berfokus pada fenomena yang dialami oleh subjek, seperti persepsi dan motivasi. Skripsi ini menyoroti perbedaan spesifik pada objek penelitian, rumusan masalah, dan tujuan yang ingin dicapai.²¹

Kelima, skripsi berjudul "Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun YouTube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)" ditulis oleh Gyta Rastyka Dhela dari UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial YouTube, khususnya channel Addua, digunakan sebagai media untuk berdakwah. Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang melibatkan pengumpulan dan penyusunan data secara sistematis melalui data lapangan, dokumentasi, dan catatan yang diperoleh

²⁰ Sayyaf N. I. *Strategi dakwah Akun Pro-You Channel Mellaui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube*, Jurnal Al-Hikmah, (2022), 1-12.

²¹ Sasabila, A. C. *Strategi Kreatif Kanal YouTube VIVA Digital Venture Company (VDVC) Religi Dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Program Kata Ustadz* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

oleh penulis. Data yang terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan relevansi dan pentingnya untuk dipelajari, sehingga dapat dihasilkan kesimpulan dan keputusan yang objektif.²²

Tabel 1. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Hikmah Fitriyani (2023)	Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial (Studi Kasus pada Channel Youtube Jeda Nulis Oleh Habib Husein Ja'far)	Penelitian ini sama – sama memanfaatkan YouTube sebagai <i>Platform</i> utama untuk menyebarkan dakwah.	Perbedaan penelitian terletak pada objek dakwah. Penelitian tersebut fokus untuk mengetahui strategi dakwah melalui Youtube bagi kaum milenial pada channel Youtube, sedangkan penelitian Gus Iqdam fokus pada pendekatan dan personal dari seorang dai.

²² Gyta, R. D. (2021). *Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
2	Aziz Setya Nurrohman (2021)	Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Nulis	Penelitian ini memiliki fokus yang serupa, yaitu mengkaji strategi dakwah digital.	Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dakwah Habib Ja'far serta faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya jumlah penonton konten dakwah digitalnya di YouTube. Sementara itu, penelitian ini fokus pada strategi dakwah kreatif yang digunakan oleh Gus Iqdam.
3	Sayyaf Nasrul Islami (2022)	Strategi Dakwah Akun Pro-You Channel Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube"	Menjelaskan tentang strategi dakwah melalui channel youtube dan memakai metode penelitian kualitatif	Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian terdahulu berfokus untuk mengetahui strategi dakwah akun Youtube Pro-You Channel sedangkan peneliti fokus pada strategi dakwah Gus Iqdam di era digital
4	Anisa Citra	Strategi Kreatif	Persamaan	Perbedaan

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Salsabila (2022)	Kanal Youtube Viva Digital Venture Company (VDVC) Religi Dalam Mengemas Konten dakwah melalui program Kata Ustadz	antara penelitian ini dengan penelitian yang disebutkan sebelumnya adalah peran penggunaan media sosial, khususnya YouTube, sebagai media dakwah.	terletak pada penggunaan teori untuk hasil analisis data serta perbedaan subjek penelitian
5	Gyta Rastyka Dhela (2020)	Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)	Kedua penelitian ini sama-sama meneliti pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah Islam dan memiliki tujuan serupa dalam mengevaluasi efektivitas dakwah digital.	Perbedaan penelitian terletak pada objek dan pendekatan dakwah. Penelitian tersebut fokus pada institusi dan program-program masjid, sedangkan penelitian Gus Iqdam fokus pada pendekatan kreatif dan personal dari seorang dai.

Beberapa hasil dari penelitian diatas, peneliti menjadikannya sebagai bahan panduan kajian teoritis sebelumnya dan peneliti lebih memfokuskan pada problem yang diteliti.

Dari hasil penelitian terdahulu diatas, dapat dijadikan bahan referensi oleh penulis. Dari kajian terdahulu dengan penelitian sekarang

yang terletak pada tempat penelitian dan subyek penelitian. Penulis melakukan penelitian di channel Youtube yakni Gus Iqdam *Official* dengan memfokuskan strategi dakwah yang digunakan Gus Iqdam dalam menyampaikan pesan-pesan agama islam kepada masyarakat luas dan mengajak umat islam untuk memahami dan mengamalkan ajaran islam secara benar sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits.

B. Kajian Teori

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, yaitu "*stratus*" yang berarti tentara, dan kata "*agein*" yang berarti memimpin. Menurut Eka Arthia Mariani, strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Ini mengindikasikan bahwa strategi merupakan alat untuk mendukung pencapaian tujuan. Definisi strategi oleh J. Salusu menggambarkan strategi sebagai seni menggunakan kecakapan dan sumber daya organisme untuk mencapai tujuan melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan, terutama dalam kondisi yang menguntungkan.²³

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi diartikan sebagai ilmu dan seni dalam mengumpulkan serta menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam

²³ Nursantri Yanti and Ridayanti, 'Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2.2 (2022), 2442.

perang dan damai, atau sebagai susunan rencana pemimpin bala tentara untuk menaklukkan musuh dalam suatu peperangan.²⁴

Dalam pengertian terminologi, beberapa pakar atau ahli memiliki berbagai pendapat mengenai pengertian dari strategi. Untuk mengetahui lebih jelas, berikut pendapat dari beberapa pakar atau ahli mengenai pengertian strategi :

- 1) Menurut David, strategi merupakan sebuah rencana terpadu yang saling terkait antara keunggulan strategi perusahaan dan tantangan lingkungan yang didesain secara khusus untuk memastikan bahwa organisasi mampu mencapai tujuan utamanya dengan pelaksanaan yang tepat.²⁵
- 2) Gerald Michaelson berpendapat bahwa, strategi adalah sebuah rencana yang hendak diimplementasikan dengan melaksanakan serangkaian tindakan yang telah ditentukan sebelumnya.²⁶
- 3) Sementara itu menurut Philip Kotler, strategi merupakan bentuk atau wujud perencanaan secara terstruktur guna tercapainya target yang diharapkan.²⁷

Dari segi bahasa, istilah "dakwah" berasal dari bahasa Arab, yaitu "Du'awah" yang berasal dari kata "da'a – yad'u – da'watun", yang memiliki arti ajakan atau panggilan. Menurut ulama Basrah, asal kata

²⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).

²⁵ David, *Manajemen Strategis : Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2002).

²⁶ maya Panorama Ervina Rahmawati, Yuni Pujiati, Laila Turahmi, Aji Pangestu, 'Strategi Pengelolaan Zakat Dalam Pemberdayaan Umat', *Jurnal Locus: Penelitian & Pengabdian*, 2.2 (2023), 190 <<https://doi.org/10.58344/locus.v2i2.887>>.

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1994).

"dakwah" diambil dari kata mashdar, yaitu "da'watan" yang berarti panggilan. Sementara menurut ulama Kufa, kata "dakwah" diambil dari akar kata "da'aa" yang berarti telah memanggil. Dari dua pendapat ini, dapat disimpulkan bahwa istilah "dakwah" memiliki arti yang bervariasi tergantung pada konteks penggunaannya dalam kalimat. Namun, dalam konteks ini, "dakwah" merujuk pada seruan, ajakan, atau panggilan, khususnya panggilan kepada Allah SWT.

Berdasarkan hal tersebut, konsep dakwah dapat dimaknai dalam dua konteks. Pertama, dakwah sebagai seruan, ajakan, dan panggilan menuju ke arah ketaatan dan kebajikan, yang bertujuan untuk mencapai surga. Kedua, dakwah sebagai seruan, ajakan, dan panggilan menuju kemaksiatan dan kemungkaran, yang menuju neraka. Dengan demikian, secara etimologis, dakwah adalah proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain mematuhi ajakan atau himbauan tersebut, baik yang bersifat positif maupun negatif.

M. Abu al-Fath al-Bayanuni berpendapat bahwa, dakwah adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada manusia dan menerapkannya dalam keseharian, dengan mengamalkan dan menyebarkan ajaran tersebut kepada orang lain.²⁸ Sedangkan menurut Al-Bahyal al-Khuli dakwah adalah sebuah usaha untuk memperbaiki situasi yang ada agar menjadi lebih baik dan

²⁸ Maimun Fuadi Arifin Zain, Maimun, 'Identifikasi Ayat-Ayat Dakwah', *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 1.2 (2017), 176.

sempurna, baik itu dalam lingkup perorangan dan juga masyarakat dengan menyeluruh.²⁹

Dari pengertian-pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa dakwah ialah sebuah kegiatan atau usaha yang bertujuan agar mengajak, menyeru, memanggil, mendorong, dan menyampaikan ajaran-ajaran kebaikan kepada individu dan masyarakat manusia secara keseluruhan.

Dalam berdakwah diperlukan strategi guna tercapainya target yang ditentukan dari kegiatan dakwah tersebut. Strategi dakwah mempunyai arti siasat, seni, metode, atau langkah yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah. Strategi dakwah adalah suatu proses perencanaan serta penetapan yang didesain secara rasional untuk menyampaikan atau mensyiarkan ajaran Islam, mengajarkannya, serta mengamalkannya pada kehidupan agar tercapainya segala tujuan dari Islam yang mencakup segala dimensi kemanusiaan.

Strategi dakwah merupakan suatu perencanaan yang mencakup serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah merupakan metode, siasat, dan taktik yang digunakan untuk menentukan cara dan usaha yang diperlukan dalam menghadapi target

²⁹ Anisa Listiana, 'FILSAFAT DAKWAH' (Kudus: Media Ilmu, 2022), pp. 36–37.

dakwah dalam berbagai situasi dan kondisi tertentu, dengan tujuan mencapai hasil dakwah secara optimal.³⁰

Secara etimologi, para ahli memiliki tafsir yang beragam mengenai pengertian dari strategi dakwah. Berikut ini pengertian strategi dakwah berdasarkan sudut pandang beberapa ahli, yaitu:

- a) Muhammad Ali Aziz menyatakan bahwa strategi dakwah adalah serangkaian rencana kegiatan yang dirancang dengan tujuan khusus untuk mencapai sasaran dalam kegiatan dakwah.³¹
- b) Menurut Abu Zahra, strategi dakwah adalah proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan serta operasi dakwah yang disusun secara logis guna mencapai tujuan yang mencakup semua aspek kemanusiaan.³²

Strategi dakwah merupakan susunan rencana aktivitas yang dirancang guna mencapai tujuan khusus dari dakwah. Terdapat dua hal penting yang menjadi pusat perhatian perihal ini, yaitu:

- 1) Strategi merupakan rencana aksi yang terperinci, terdiri dari serangkaian kegiatan dakwah, memadukan metode dan memanfaatkan berbagai sumber atau kekuatan. Dengan demikian, suatu strategi memerlukan penyusunan rencana kerja yang matang, namun belum tentu mengarah pada tindakan.

³⁰ Ahmad Zainuri Uswatun Niswah, Nurbini, 'Strategi Dakwah Kiai Akhid Ismani Dalam Meningkatkan Religiusitas Masyarakat Tlogoharum Pati', 3.1 (2023), 17.

³¹ Uswatun Niswah, Nurbini.

³² dea Dinda Pramesta Arvi Putri, 'Analisis Resepsi Masyarakat Terhadap Konten Youtube Cokrotv Segmen Logika Ade Armando: Hentikan Pameran Kemewahan' (UPN Veteran Jatim, 2023).

- 2) Strategi dirumuskan dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini menandakan bahwa semua keputusan strategis berorientasi pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan mengingat definisi-definisi tersebut, dapat dilihat bahwa strategi dakwah melibatkan proses perencanaan yang berpusat pada tujuan, diikuti dengan pengembangan metodologi khusus yang bertujuan untuk mewujudkan tujuan tersebut.

b. Unsur-unsur Dakwah

Berbicara mengenai dakwah tentunya tidak pernah lepas dari unsur dakwah. Unsur dakwah merupakan komponen yang terkandung dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah :

1) Da'i

Dalam perspektif ilmu komunikasi, da'i sering disebut sebagai komunikator. Nasaruddin Lathief mengartikan da'i sebagai umat Islam dan Muslimat yang menjadikan dakwah sebagai aspek fundamental. Da'i, atau ahli dakwah, adalah individu yang memanggil, mengajak, dan menyampaikan ajaran serta hikmah agama Islam.³³ Oleh karena itu, subjek dakwah mencakup manusia, baik perseorangan, kelompok, maupun lembaga yang mampu mengubah keadaan yang kurang baik menjadi keadaan yang diridhai Allah.

³³ Fadhillah Fatikah, Edy Muslimin, and Agus Fatuh Widoyo, 'Strategi Periklanan Busana Muslim Aflaha Hijab Expert Syar'i Sebagai Media Komunikasi Dakwah', *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 10.1 (2023), 265.

Secara teoritis, subjek dakwah, yang biasa disebut sebagai da'i, adalah individu yang menyampaikan risalah atau menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat umum. Dalam praktiknya, pengertian da'i dapat dibagi menjadi dua. Pertama, da'i adalah setiap muslim atau muslimat yang melakukan kegiatan dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tidak terpisahkan dari identitas mereka sebagai umat Islam, sesuai dengan perintah "balligu 'anni walau aayah" (sampaikan dariku walau satu ayat). Kedua, da'i adalah seseorang yang memiliki keterampilan khusus dalam bidang dakwah Islam, dan menggunakan keterampilan tersebut untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan baik, termasuk penguasaan konsep, teori, dan metode dakwah tertentu.³⁴

2) Objek Dakwah

Dalam ilmu komunikasi, mad'u disebut sebagai komunikan, yaitu pihak atau sasaran yang menerima dakwah, baik secara individu maupun kelompok. Mad'u adalah orang yang menjadi mitra dakwah dan menjadi target dakwah, baik mereka yang beragama Islam maupun tidak. Dalam konteks ini, semua manusia bisa menjadi sasaran dakwah, sebagaimana Allah dan Rasul-Nya

³⁴ Lilik Jauharotul Wastiyah, 'Peran Manajemen Dakwah Di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Tantangan)', *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 3.1 (2020).

memerintahkannya para da'i dan seluruh umat Islam untuk menjadi hamba Allah yang beriman.³⁵

Menurut beberapa pemikiran, seperti yang dikemukakan oleh Muhammad Abduh, mad'u dapat dibagi menjadi tiga golongan:

- a) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran dan mampu berpikir secara kritis, sehingga dapat memahami persoalan.
- b) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum mampu berpikir secara kritis dan mendalam, tetapi bisa memahami pengertian-pengertian dasar.
- c) Golongan yang senang membahas suatu hal, namun hanya dalam batas tertentu dan tidak mampu mendalami secara benar.³⁶

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

3) Materi Dakwah

Dalam pandangan ilmu komunikasi, pesan disebut sebagai *message*, yaitu isi atau materi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Dalam konteks ini, jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah Islam itu sendiri. Maddah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia, bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits.

³⁵ Nurul Laila Hidayat, 'Strategi Komunikasi Dakwah Penyuluh Agama Islam Dalam Pembinaan Keluarga Sakinah', *Indonesian Journal of Islamic Communication*, 3.1 (2020), 40–66
<<https://doi.org/10.35719/ijic.v3i1.632>>.

³⁶ Nur Rahmah Amini Mahmud Yunus Daulay, 'Pengajian-Pengajian Muhammadiyah Dan 'Aisyiyah', ... *Islami: Jurnal Pendidikan ...*, 11.1 (2022), 825–40
<<https://doi.org/10.30868/ei.v11i01.1577>>.

Allah memerintahkan Nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi objek dakwah, meskipun materi tersebut tetap harus konsisten dengan ajaran Islam. Seluruh pesan dakwah bersumber dari pedoman agama Islam.³⁷

Ajaran Islam yang komprehensif, yang berakar pada Kitab Allah dan Sunnah Nabi, berpusat pada tiga prinsip dasar:

1. Aqidah

Sistem kepercayaan kepada Allah SWT menjadi landasan seluruh aktivitas mental dan perilaku seorang muslim. Aqidah Islam, juga dikenal sebagai tauhid, adalah inti dari iman.

2. Syariat

Syariah adalah seperangkat ajaran yang mengatur perbuatan umat Islam dalam segala aspek kehidupan, termasuk apa yang boleh, tidak boleh, halal, haram, dan aspek perilaku lainnya. Termasuk juga hubungan manusia dengan Allah dan hubungan interpersonal (hablum minallah dan hablum minannas).

3. Akhlaq

Pedoman etika yang mengatur hubungan baik secara vertikal dengan Allah SWT maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk Tuhan. Islam menganjurkan etika komprehensif yang memiliki dua atribut

³⁷ Kamaluddin Tajibu Abdul Salam, Muliaty Amin, 'Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)', *Jurnal Washiyah*, 1.3 (2020), 653–65 <<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>>.

penting: keselarasan dengan sifat manusia dan rasionalitas. Karena sifat-sifat tersebut, akhlak Islam tetap relevan dan tidak terpengaruh oleh perubahan sejarah.³⁸

4) Media Dakwah

Media dakwah meliputi sarana, alat, wadah atau *Platform* yang berfungsi sebagai saluran penyebaran dakwah. Kehadiran media, sarana dan perlengkapan sangat menentukan keberhasilan dakwah. Media yang dapat digunakan antara lain: media tradisional, media cetak, media penyiaran, media film, media audio visual, internet dan media elektronik lainnya. Sudah sepatutnya menggunakan media modern dalam kegiatan dakwah, agar dakwah dapat diterima masyarakat secara *komprehensif*.³⁹

Melakukan dakwah tanpa memanfaatkan media dakwah dapat menghambat pencapaian tujuan secara maksimal, karena media dakwah memainkan peran penting dalam mendukung tujuan dakwah. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media, antara lain:

- a. Lisan, bentuk dakwah yang paling sederhana, menggunakan lidah dan suara. Dakwah melalui media lisan dapat berupa pidato, ceramah, diskusi, penyuluhan, dan lainnya.
- b. Tulisan, berdakwah melalui karya tulis seperti buku, majalah, surat kabar, dan lain-lain.

³⁸ M.Ag. Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: KENCANA, 2004).

³⁹ Saeful Malik Supardi, 'Strategi Dakwah Badiuzzaman Said Nursi Dalam Novel Api Tauhid Karya Habiburrahman El Shirazy', *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 1.1 (2020), 50.

- c. Lukisan, media dakwah yang menggunakan gambar, karikatur, dan elemen visual lainnya.
- d. Audio visual, media dakwah yang merangsang indra pendengaran dan penglihatan. Dakwah melalui media audio visual dapat dilakukan melalui televisi, radio, internet, dan *Platform* lainnya.
- e. Akhlak, dakwah melalui tindakan nyata yang melaksanakan ajaran Islam, sehingga dapat disaksikan, didengar, dan direnungkan secara langsung oleh objek dakwah.⁴⁰

Pada hakikatnya penyiaran dakwah dapat memanfaatkan berbagai media yang mampu merangsang seluruh indera manusia sehingga menimbulkan ketegangan dan meningkatkan penerimaan

pesan dakwah. Berdasarkan jumlah khalayak yang menjadi sasaran dakwah, media terbagi menjadi dua bagian :

- 1) Media massa, yaitu digunakan untuk menyampaikan dakwah ketika khalayak atau komunikannya jamak dan bertempat tinggal sangat berjauhan. Keunggulan dakwah menggunakan media massa adalah kemampuannya sebagai pemicu dan menciptakan keseragaman, sehingga menjamin suatu pesan dapat diterima oleh khalayak luas. Media massa memfasilitasi penyebaran pesan dakwah secara luas dan sangat efektif dalam mempengaruhi sikap, perilaku, dan mengubah cara

⁴⁰ Dasep Bayu Ahyar and others, *Strategi Dakwah Multikultural* (Kota Bandung: Media Sains Indonesia, 2022).

pandang objek dakwah secara banyak kuantitas. Media massa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari mencakup surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang berfokus pada informasi dakwah. Selain itu, ada juga berbagai sarana lainnya seperti orang dan benda yang dapat digunakan dalam rapat, pertemuan umum, sekolah, spanduk, buku, selebaran, poster, serta media massa berkala, baik yang berbentuk cetak maupun elektronik, visual, audio, dan audio-visual.⁴¹

- 2) Media non massa umumnya digunakan untuk berkomunikasi dengan individu atau kelompok tertentu, seperti surat non-elektronik, surat elektronik, dan lain-lain. Media ini dikategorikan sebagai non massa karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal. Media nonmassa dimanfaatkan karena nilai simultinitasnya, dan khalayaknya bukan massa. Media non massa lebih bersifat tertutup karena pesan yang disampaikan ditujukan kepada individu atau kelompok tertentu.⁴²

5) Metode Dakwah

Metode dakwah merujuk pada cara-cara penyampaian dakwah kepada individu, kelompok, dan masyarakat luas, sehingga pesan dakwah mudah diterima. Pemilihan metode dakwah hendaknya dilakukan secara tepat, dengan mempertimbangkan situasi dan

⁴¹ Aminuddin, 'Media Dakwah', *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6.1 (2017), 51–66

⁴² Ahyar and others.

kondisi Mad'u sebagai penerima pesan dakwah. Penerapan metode dakwah memerlukan perhatian serius dari para mubaligh.⁴³ Cara penyampaian dakwah sangat menentukan keberhasilan dakwah; Sekalipun pesannya bagus, cara penyampaiannya yang salah bisa berujung pada penolakan.

Secara garis besar ada tiga pokok metode dakwah, yaitu:

- a. Bi al-hikmah, dakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi khalayak sasaran, memusatkan perhatian pada kemampuannya untuk menjamin pemahaman tanpa menimbulkan kebosanan
- b. Mau'idzatul hasanah, yaitu berdakwah dengan memberikan nasehat atau menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kasih sayang dan kelembutan, bertujuan untuk menyentuh hati Mad'u.
- c. Mujadalah billati hiya ahsan, yaitu berdakwah dengan bertukar pikiran atau memberikan jawaban yang sebaik-baiknya tanpa membebani sasaran dakwah.⁴⁴

6) Efek Dakwah

Setiap tindakan da'i menimbulkan reaksi. Oleh karena itu, apabila dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i dengan menggunakan materi dakwah tertentu, wasilah, dan tariqah, maka akan timbul tanggapan dan pengaruh (atsar) terhadap mad'u

⁴³ Supardi.

⁴⁴ Dewi Mustika, 'Metode Dakwah Rasulullah SAW Dalam Menyehatkan Ummat', *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2.2 (2029), 423–51.

(penerima dakwah). Efek Dakwah sendiri berasal dari bahasa Arab yang berarti bekas luka, sisa, atau tanda. Seringkali atsar (efek) disamakan dengan feedback dari proses dakwah, sebuah aspek yang terkadang diabaikan oleh para da'i. Banyak yang beranggapan bahwa begitu dakwah tersampaikan, maka prosesnya sudah selesai. Pada hakikatnya atsar mempunyai arti penting dalam menentukan langkah dakwah selanjutnya. Tanpa analisis yang cermat terhadap prinsip dakwah, kesalahan strategis yang dapat merugikan pencapaian tujuan dakwah bisa saja terulang kembali.

Evaluasi dan koreksi prinsip dakwah harus dilakukan secara menyeluruh, tidak parsial atau setengah hati. Seluruh komponen (elemen) dakwah harus menjalani evaluasi secara komprehensif.

Proses evaluasi ini harus melibatkan dala dengan semangat inklusif, merangkul pembaharuan dan perubahan serta memanfaatkan ilmu pengetahuan. Setelah kesimpulan dan keputusan diambil dari proses evaluasi ini, kesimpulan dan keputusan tersebut harus segera diikuti dengan tindakan perbaikan. Keberhasilan pelaksanaan proses ini akan membentuk mekanisme upaya dakwah yang efektif.

Sebagaimana diketahui bersama, dalam mencapai tujuan dakwah, kegiatan dakwah secara konsisten menyasar pada tiga aspek yaitu pengetahuan, sikap, dan perilaku. Sehubungan dengan aspek tersebut, Moh. Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul "Ilmu Dakwah", mengidentifikasi:

1. Efek kognitif setelah diterimanya pesan dakwah, penerimanya mengalami proses kognitif, menyerap isi dakwah dan mengalami perubahan pengetahuan, pemahaman, dan pemahaman. Efek kognitif ini diwujudkan melalui berpikir, suatu aktivitas yang memanfaatkan konsep dan simbol sebagai pengganti objek dan peristiwa. Tujuan berpikir adalah untuk memahami realitas, mengambil keputusan, memecahkan masalah, dan menghasilkan wawasan baru.

Dengan menerima pesan-pesan melalui kegiatan dakwah, harapannya adalah dapat mengubah proses berpikir seseorang mengenai ajaran agama berdasarkan pemahaman yang hakiki.

Pemahaman atau pemahaman dicapai melalui suatu proses berpikir, dimana seseorang mengorganisasikan pengetahuan yang diperolehnya, bertujuan untuk menyusun secara rapi pengetahuan dan pengalaman yang tidak terorganisir menjadi suatu kesatuan yang koheren. Proses berpikir meliputi:

- a. Identifikasi masalah atau kesulitan yang memerlukan penyelesaian.
- b. Pencarian dan pengumpulan fakta yang relevan untuk pemecahan masalah.
- c. Penemuan atau pemahaman, menemukan cara untuk memecahkan masalah.

d. Kelanjutan melalui penyempurnaan dan validasi solusi.

Berpikir dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti bagaimana seseorang mempersepsikan dan memahami permasalahan, situasi saat ini, keadaan eksternal, pengalaman pribadi, dan tingkat kecerdasan.

2. Efek efektif, Dampak ini merujuk pada pengaruh dakwah yang ditandai dengan adanya perubahan sikap penerima (mitra dakwah) setelah menerima pesan. Sikap, seperti halnya proses belajar, melibatkan tiga variabel pendukung: perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Pada tahap ini, penerima berdasarkan pemahaman dan pemikirannya mengenai pesan dakwah, mengambil keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah tersebut.
3. Efek behavioral, dampak ini berkaitan dengan wujud efek dakwah yang berkaitan dengan pola perilaku mitra dakwah dalam menerapkan materi dakwah yang diterimanya dalam kehidupan sehari-hari. Efek tersebut terwujud setelah menjalani proses kognitif dan efektif, seperti yang diungkapkan oleh Rahmat Natawijaya yang menyatakan perilaku dipengaruhi oleh faktor kognitif yang dipahami individu melalui observasi dan respon, dan faktor efektif yang dirasakan individu melalui respon dan observasi. Dari

perasaan tersebut timbullah keinginan-keinginan dalam diri individu.

Dari sudut pandang ini terlihat jelas bahwa tindakan dan perilaku seseorang bermula dari pemahaman dan kesadarannya, yang disusul oleh respon emosional yang menimbulkan keinginan untuk bertindak atau berperilaku. Sikap positif cenderung mengarah pada perbuatan baik, sedangkan sikap negatif cenderung menghasilkan perilaku yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, tindakan seseorang pada dasarnya merupakan ekspresi pikiran dan perasaannya. Dalam konteks ini, perilaku yang diinginkan selaras dengan tindakan positif sesuai ajaran Islam, yang bermanfaat bagi individu dan masyarakat. Apabila dakwah berhasil mempengaruhi aspek perilaku, memotivasi individu untuk sungguh-sungguh berpegang pada ajaran Islam yang ditekankan dalam dakwah, maka dakwah tersebut dapat dikatakan berhasil. Pencapaian ini mewakili tujuan akhir dakwah.⁴⁵

c. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah

Menurut Al-Bayanuni, yang mendefinisikan, strategi dakwah (manhaj al-da'wah) mencakup "ketentuan dan agenda yang dirancang untuk kegiatan dakwah".⁴⁶ Al-Bayanuni mengklasifikasikan strategi dakwah menjadi tiga bentuk :

⁴⁵ Moh. Ali Aziz.

⁴⁶ Moh. Ali Aziz.

1) Strategi Sentimental (al-manhaj al-athifi), strategi dakwah ini berpusat pada aspek emosional untuk membangkitkan kesadaran dan hubungan emosional dari mitra dakwah. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan nasehat, ajakan, dan panggilan dengan cara yang menarik dan lembut, memastikan dakwah diterima dengan tulus dan beresonansi dengan individu. Strategi ini memerlukan penyesuaian berdasarkan perkembangan psikologis mitra dakwah. Nabi Muhammad menggunakan strategi sentimental ini, khususnya untuk menarik perhatian dan rasa hormat dari kelompok lemah yang akhirnya menjadi pengikutnya. Pendekatan ini cocok bagi mitra dakwah yang terpinggirkan, antara lain anak-anak, perempuan, awam, mualaf, fakir miskin, dan anak yatim.

2) Strategi rasional (al-manhaj al-aqli), metode ini menekankan pada akal dan pemikiran dalam dakwah. Tujuannya adalah untuk mendorong mitra misionaris untuk berpikir, merefleksikan, menafsirkan, dan mengambil pelajaran. Hukum logika, diskusi, dan pengutipan contoh serta bukti sejarah adalah beberapa metode yang digunakan dalam strategi rasional ini. Dakwah yang disampaikan harus secara meyakinkan melibatkan mitra dakwah, tidak hanya memupuk penerimaan tetapi juga kepatuhan sukarela terhadap pesan tersebut. Oleh karena itu, materi yang disampaikan hendaknya mudah dipahami sehingga

mengharuskan khatib menggali pemikiran mitra dakwah untuk menjamin keadilan dalam menyampaikan kebenaran. Dakwah harus menyampaikan pesan yang rasional dan persuasif, mendorong orang lain untuk mengamalkannya.

- 3) Strategi indrawi (al-manhaj al-hissi), yaitu mencakup prosedur dakwah yang menekankan panca indera dan didasarkan pada penyelidikan dan uji coba. Juga dikenal sebagai strategi ilmiah atau eksperimental, strategi ini melibatkan praktik dan contoh keagamaan. Contoh sejarahnya adalah Nabi Muhammad menerapkan strategi indrawi dengan mengamalkan Islam sebagai wujud nyata ajarannya, disertai mukjizat yang disaksikan. Dalam konteks kontemporer, Al-Quran sering digunakan untuk mendukung atau menentang hasil penelitian.⁴⁷

Strategi Indrawi, yang sering digunakan oleh para pemimpin agama, menjadi model untuk memitigasi kenakalan remaja.

Penetapan strategi dakwah juga dapat bersumber dari

Alquran dalam surah Al-Baqarah ayat 129 yang berbunyi :

رَبَّنَا وَأَبْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ
وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ١٢٩

Artinya : “Ya Tuhan kami, utuslah di antara mereka seorang rasul dari kalangan mereka, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat-Mu, mengajarkan kitab suci dan hikmah (sunah) kepada mereka, dan menyucikan mereka. Sesungguhnya

⁴⁷ M Rafa'al, 'Jama'ah Tabligh Dan Dakwah: Strategi Pembinaan Akhlak Pada Remaja Muslim Di Desa Tabahidayah Kabupaten Halmahera Selatan Provinsi Maluku Utara', *MANDAR: Social Science Journal*, 1.2 (2022), 160

Engkaulah Yang Mahaperkasa lagi Maha Bijaksana.” (QS. Al-Baqarah (2) : 129).⁴⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa terdapat tiga strategi dakwah, yaitu :

- 1) Strategi tilawah, yaitu merupakan suatu strategi dakwah yang melibatkan mitra dakwah membaca atau mendengarkan lantunan ayat suci Al-Quran. Khatib memberikan penjelasan atau membaca pesan dakwah dari kitab suci, menjelaskan peristiwa-peristiwa di alam semesta. Metode ini memperkuat iman dan meningkatkan pemahaman pesan Al-Qur'an.
- 2) Strategi tazkiyah (Menyucikan Jiwa), jika strategi tilawah melalui indra pendengar dan penglihatan, maka metode dakwah ini berkonsentrasi pada penyucian jiwa, menggunakan aspek kejiwaan untuk membersihkan jiwa manusia dari gejala ketidakstabilan dan ketidak konsistenan iman, seperti akhlak yang tercela.
- 3) Strategi ta'lim (pengajaran Alquran dan As-Sunnah) mirip dengan strategi tilawah pendekatan ini melibatkan transformasi pesan dakwah yang lebih sistematis dan formal. Namun strategi ta'lim lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya metode ini hanya dapat diterapkan pada misi dakwah yang tetap, dengan kurikulum

⁴⁸ Quran Hadits, 'Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 129', *Quran.Kemenag.Go.Id*, 2024.

yang telah dirancang, dilaksanakan secara bertahap, dan mempunyai sasaran dan sasaran tertentu. Nati SAW mengajarkan Al-Qur'an dengan strategi tersebut, sehingga banyak temannya yang hafal Al-Qur'an dan mampu memahami isinya. Agar mitra dakwah dapat menguasai ilmu Fiqh, Tafsir, ilmu Hadits, maka para khatib perlu membuat tahapan pembelajaran, sumber referensi, target dan tujuan yang ingin dicapai dan lain sebagainya.⁴⁹

d. Tujuan Dakwah

Dalam melaksanakan dakwah, yang bertujuan mengajak manusia kepada Islam, diperlukan penetapan tujuan sebagai landasan. Tujuan dakwah memberikan arah yang harus ditempuh serta luasnya cakupan aktivitas dakwah yang dapat dilakukan.⁵⁰ Dari berbagai istilah terkait tujuan di atas, dapat dipahami bahwa tujuan adalah sesuatu yang diharapkan tercapai setelah usaha atau kegiatan selesai.⁵¹

Dakwah merupakan suatu kegiatan yang memerlukan pemutakhiran secara terus-menerus, baik dari segi isi, cara, strategi, cara maupun kualifikasi pelakunya. Hal ini disebabkan oleh dinamika sasaran dakwah dan lingkungan sosial yang selalu berubah sehingga memerlukan pembaharuan untuk menemukan format yang relevan dan

⁴⁹ Moh. Ali Aziz.

⁵⁰ Ahyar and others.

⁵¹ A Saputra, 'Strategi Evaluasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Smp', *Genta Mulia: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 13.2 (2022), 79
<https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm/article/view/861%0Ahttps://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm/article/download/861/811>.

kontekstual. Gerakan dakwah di era global hendaknya menyajikan konten tidak hanya secara konvensional, namun juga modern dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT), sehingga dapat menjangkau sasaran dakwah yang lebih luas dan lintas batas dengan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan tantangan masyarakat yang baru dan kompleks. , dengan nuansa mendalam namun praktis, didasarkan pada sumber-sumber Islam yang otoritatif.⁵²

Tujuan utama dakwah adalah menyebarkan agama Islam kepada umat manusia, dengan tujuan untuk mengembangkan individu yang mempunyai keyakinan yang kuat, melaksanakan ibadah, dan menunjukkan akhlak yang patut diteladani.⁵³ Dakwah berupaya memberikan kontribusi bagi kebahagiaan dan kesejahteraan manusia baik di dunia maupun di akhirat yang berkah, dengan bimbingan Allah SWT.

Secara umum tujuan dakwah dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- 1) Tujuan Umum (Mayor Objective) merupakan sesuatu yang ingin dicapai dalam seluruh kegiatan atau kegiatan dakwah. Dalam tujuan besar ini tujuannya bersifat umum dan pokok, yang kepadanya seluruh langkah dan proses dalam dakwah harus ditunjuk dan diarahkan hasil akhir yang ingin dicapai dari seluruh

⁵² Waryono Abdul Ghafur, 'Dakwah Bil-Hikmah Di Era Informasi Dan Globalisasi Berdakwah Di Masyarakat Baru', *JURNAL ILMU DAKWAH*, 34.2 (2014), 236–58.

⁵³ Moh. Ali Aziz.

kegiatan atau kegiatan dakwah.⁵⁴ Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan utama tersebut maka segala perencanaan dan tindakan dakwah harus mengarah pada hal tersebut.

- 2) Tujuan Khusus Dakwah (Minor Objective) untuk memberikan kejelasan mengenai aah dan hakikat kegiatan dakwah, perlu dirumuskan tujuan khusus mengelompokkan tujuan berdasarkan tujuan umum dakwah. Tujuan spesifik inii memungkinkan implementasi yang jelas dari semua kegiatan dakwah, menentukan target *audiens*, metode yang digunakan, dan rencana pelaksanaan yang rinci.⁵⁵ Untuk mencapai tujuan dakwah secara menyeluruh, proses dakwah melibatkan berbagai aspek kehidupan dan bidang yang luas. Tidak ada bidang kehidupan yang dikecualikan dai kegiatan dakwah. Oleh karena itu, untuk menjamin efektivitas kegiatan dakwah dalam setiap aspek kehidupan, penting untuk menentukan dan mengartikulasikan nilai-nilai yang harus dicapai melalui kegiatan dakwah dalam setiap konteks.

Dakwah Islamiyah adalah kegiatan yang mempunya tujuan dan sadar. Dalam bentuk asalnya, dakwah merupakan kegiatan kenabian yang melibatkan penyampaian wahyu tuhan kepada umat manusia, yang tujuan utamanya berkaitan erat dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Tujuan utama dakwah adalah mengajak manusia untuk

⁵⁴ Kholifatus Sa'diyah Sunarto, 'Dakwah Islam Dan Implementasinya Terhadap Bimbingan Dan Konseling Islam', *JKaKa Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam*, 2.2 (2022), 70–89.

⁵⁵ Sunarto.

mengukur jalan yang telah ditentukan oleh Allah, karena itulah satu-satunya jalan yang lurus.

Sepanjang sejarah, utusan Allah secara konsisten mengejar tujuan yang sama dalam upaya dakwah yaitu mengajak manusia untuk menuju jalan Allah tanpa ada tujuan lain yang mendasarinya. Para rasul menekankan badah kepada Allah semata, dan menghimbau manusia untuk menahan diri dari menyembah apapun selain Allah. Untuk mencapai tujuan tersebut dan mendapatkan hasil yang optimal, perhatian harus diberikan pada dua aspek penting, tujuan dakwah mengenai objek dan tujuan dakwah mengenai materi.

e. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Dakwah

1) Faktor Pendukung

- a) Da'i, yaitu harus memiliki pengetahuan agama yang mendalam, akhlak yang baik, dan kemampuan bergaul.
- b) Mad'u (Pendengar), yaitu sasaran yang jelas untuk pelaksanaan dakwah.
- c) Materi dakwah, adapun bentuk materi dakwah yaitu:
 1. Materi harus sesuai dengan sasaran dakwah.
 2. Materi disampaikan secara sistematis sesuai dengan kaidah retorika.
- d) Media dakwah, yaitu media yang dapat digunakan dalam dakwah meliputi majalah, TV, radio, dan media sosial.
- e) Metode, adapun beberapa metode dakwah yaitu:

1. Metode bil hikmah, yakni disampaikan kepada golongan cendekiawan atau orang-orang yang mampu berfikir secara kritis.
 2. Metode mau'idzah hasanah, yaitu disampaikan kepada golongan orang awam atau mereka yang belum mampu memahami konsep yang kompleks.
 3. Metode mujadallah billati hiya ahsan, digunakan untuk berdakwah kepada ahli kitab dan penganut agama lain melalui debat yang baik.
- 2) Faktor Penghambat
- a) Kurangnya antusiasme remaja dan kecenderungan mudah terpengaruh.
 - b) Lingkungan pergaulan yang sangat bebas dan aktivitas maksiat yang tidak layak diikuti, seperti komunitas Punk yang bisa mengarah pada perilaku negatif.
 - c) Adanya penolakan dari kalangan remaja.
 - d) Kurangnya fasilitas yang memadai.
 - e) Lemahnya komunikasi yang baik dan berkelanjutan dengan masyarakat.

2. Era Digital

A. Pengertian Era Digital

Era digital adalah masa di mana sebagian besar masyarakat mengandalkan sistem digital dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan

Communication Technology Timeline yang dikutip oleh Dan Brown, berbagai jenis media elektronik mulai berkembang sejak awal 1880-an, dimulai dengan alat komunikasi seperti telepon, *tape recorder*, dan radio. Barang elektronik lainnya seperti televisi, TV kabel, dan telepon selular baru banyak digunakan oleh masyarakat pada tahun 1940-1970-an.⁵⁶

Awalnya, teknologi komunikasi media elektronik menggunakan sistem analog, yang kemudian beralih ke sistem digital. Hal ini ditandai dengan munculnya produk media digital seperti *e-book*, internet, koran digital, *e-library*, dan *e-shop*. Masa ini sering disebut sebagai revolusi digital, yang dimulai pada awal 1990-an. Era digital ditandai dengan aliran informasi yang jelas, akurat, dan cepat melalui berbagai media komunikasi.⁵⁷

Perkembangan teknologi digital mencakup munculnya komputer, internet, ponsel, dan jejaring sosial. Contoh perangkat digital termasuk televisi, perangkat permainan genggam, jam digital, *smartphone*, komputer, dan laptop. Contoh konversi teknologi antara lain buku cetak menjadi *e-book*, surat menjadi email, mesin ketik menjadi komputer, telepon menjadi ponsel, *gramofon* menjadi kaset, kemudian CD, dan

⁵⁶ Ahmad Firdaus, 'Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digital', *Saraq Opat: Jurnal Administrasi Publik*, 5.1 (2023), 86–103 <<https://doi.org/10.55542/saraqopat.v5i1.609>>.

⁵⁷ Nasir, 'Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Era Digital', *YUME : Journal of Management*, 6.2 (2023), 64–71.

akhirnya MP3/MP4, serta jam analog menjadi jam digital kemudian *smartwatch*.⁵⁸

Era digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda, mengubah pola hidup, termasuk cara belajar dan penyebaran informasi. Era kertas perlahan akan tergeser. Kamus digital yang mudah dan murah diperoleh, misalnya dalam bentuk aplikasi di HP, mengancam keberadaan kamus cetak. Jika terjemahan diperlukan, orang dapat membuka "*Pocket Dict*" di HP, dan hanya mencari kamus cetak jika perlu. Seiring dengan kemajuan teknologi, kemampuan HP yang semakin baik dan keberadaan kamus digital yang lengkap akan membuat kamus cetak semakin jarang dibutuhkan. Kamus digital lebih murah dan fleksibel penggunaannya.

Jurnal ilmiah yang biasanya mahal karena jumlah cetakannya terbatas, kini mulai beralih ke bentuk digital. Perpustakaan lebih memilih berlangganan jurnal online karena lebih murah dan tidak memerlukan ruang penyimpanan. Hampir semua koran kini memiliki versi online, dan buku teks juga mulai tersedia dalam versi digital. Dengan demikian, penyebaran informasi benar-benar bergeser menuju digitalisasi.⁵⁹

⁵⁸ Naning Hidayati and others, 'Implementasi Pembelajaran Projek Pada Sekolah Penggerak Di Era Digital', *Journal of Education and Teaching (JET)*, 4.1 (2022), 68–82
<<https://doi.org/10.51454/jet.v4i1.200>>.

⁵⁹ Puji Rahayu, 'Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak', *Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 2019.

3. Youtube

A. Pengertian Youtube

YouTube adalah situs berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan mengunduh video secara online. Dalam slogan “*Broadcast Yourself*” situs ini memberikan kebebasan kepada siapa pun untuk mengunggah dan mengakses video yang ada di database-nya. Slogan ini mencerminkan fungsi YouTube yang mirip dengan televisi, menawarkan berbagai jenis video dari berbagai acara. Sejak diluncurkan pada tahun 2005, YouTube telah menarik ribuan, bahkan jutaan anggota yang secara rutin mengunggah, mengunduh, atau sekadar menonton video. Situs ini menyediakan berbagai kategori video, mulai dari politik, *trailer film*, musik, hobi, hingga iklan.⁶⁰

B. Sejarah Perkembangan Youtube Dan Sebagai Media Dakwah

YouTube diciptakan oleh tiga mantan pegawai *PayPal* yaitu *Chad Hurley*, *Steve Chen*, dan *Jawed Karim*. Situs ini mulai beroperasi pada 5 Februari 2005, dan berkantor pusat di San Bruno, California. Perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap hari dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari. Aplikasi YouTube dapat digunakan kapan saja dan di mana saja oleh siapa pun dengan akses internet. Seiring perkembangan zaman, YouTube telah menjadi inovasi baru dalam pencarian informasi video, memungkinkan setiap orang untuk menontonnya secara langsung.

⁶⁰ Mila Hidayatullah , ‘ Analisis Pengaruh Cyber Public Relations Terhadap Kesadaran Merek Sebuah Perguruan Tinggi Swasta Menggunakan Structure Equation Modelling (Sem)’, *Jurnal TAMBORA*, 5.1 (2021), 80–85.

Pada tahun 2006, perkembangan YouTube sangat pesat dan menjadi media terpopuler yang menawarkan berbagai manfaat. Awalnya hanya digunakan untuk mengunggah video sederhana, sekarang YouTube dapat digunakan untuk live streaming dan sebagai media dakwah, serta banyak manfaat lainnya.⁶¹ Pada tahun 2006, YouTube disebut sebagai penyedia video online paling dominan di Amerika Serikat dan bahkan dunia, menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video diunggah ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar tayangan per hari. YouTube kini memenuhi berbagai kebutuhan penggunanya dengan fitur-fitur canggih yang sangat membantu berbagai aspek kehidupan.

Dengan lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari pengguna internet, setiap hari orang menonton ratusan juta video di YouTube dan menghasilkan miliaran penayangan. YouTube secara keseluruhan telah menjangkau lebih banyak pemirsa berusia 18-24 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel mana pun di dunia.⁶² Bahkan sekarang, anak-anak juga sudah mahir menggunakan YouTube. Saat ini, YouTube juga digunakan oleh para da'i untuk menyebarkan pesan dakwah berupa nasihat agama. YouTube berisi konten video yang diklasifikasikan sebagai media audio-visual, yaitu gambar dan suara,

⁶¹ Gyta Rastyka Dhela, 'Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).

⁶² Pramesta Arvi Putri.

sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak.

C. Fungsi Youtube

Media sosial seperti YouTube memiliki berbagai fungsi yang bermanfaat bagi penggunanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya "Sukses Menjadi Artis dengan YouTube," fungsi-fungsi tersebut antara lain:

- 1) Memperluas interaksi, YouTube memungkinkan interaksi berdasarkan kesamaan nilai, karakteristik, atau pengalaman sebelumnya, yang dapat memunculkan nostalgia bersama.⁶³
- 2) Menambah wawasan atau pengetahuan, YouTube menyediakan sarana informasi, berbagi (sharing), dan komentar yang memperkaya pengetahuan
- 3) Pencitraan atau memasarkan, Platform ini dapat digunakan untuk memasarkan diri secara positif, terkait dengan prestige dan keinginan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi informasi.
- 4) Media transaksi dan pemikiran, Youtube dapat digunakan dalam perdagangan, politik, budaya, dan bahkan pendidikan.
- 5) Media eskalasi, Selain itu YouTube dapat berfungsi sebagai media intelijen, mengungkap kejahatan, membantu dalam situasi darurat, dan menjadi sarana jurnalisme warga

⁶³ P P Wicaksono, 'Kampanye Melalui Youtube Sebagai Solusi Untuk Melestarikan Kesenian Lengger Lanang', *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 2022, 25–47

- 6) Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif, YouTube juga bisa menjadi media rekreasi, misalnya menonton film lucu, menemukan penemuan baru, atau bermain game.

D. Karakteristik Youtube

YouTube memiliki beberapa karakteristik yang membuatnya nyaman digunakan oleh banyak orang :

- 1) Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video, berbeda dengan beberapa aplikasi lain seperti Instagram atau Snapchat.
- 2) Sistem pengamanan yang mulai akurat. Youtube memiliki sistem pengamanan yang mencegah unggahan video yang mengandung SARA, ilegal, dan menanyakan konfirmasi sebelum mengunggah video.
- 3) Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral di manamana, YouTube menawarkan pembayaran bagi pengguna yang videonya mencapai minimal 1.000 penonton.
- 4) Sistem *offline*. Youtube memungkinkan pengguna menonton video secara offline setelah mengunduhnya terlebih dahulu.
- 5) Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna bisa mengedit video sebelum mengunggahnya, termasuk memotong video, memfilter warna, atau menambah efek transisi.

YouTube dianggap lebih menarik dan tidak membosankan dibandingkan dengan televisi karena menawarkan kebebasan menonton berbagai konten tanpa batasan durasi.⁶⁴

E. Kategori Youtube

YouTube mempunyai banyak sekali video, mulai dari video perilaku pribadi penggunaannya hingga video yang jarang kita lihat di televisi.

YouTube memiliki berbagai kategori video, antara lain :

1. *Autos & vehicles* (otomotif dan kendaraan)
2. *Comedy* (komedi)
3. *Entertainment* (hiburan)
4. *Film & animation* (film dan animasi)
5. *Gadgets & game* (peralatan dan permainan)
6. *Music* (musik)
7. *News & politics* (berita dan politik)
8. *People & blog* (orang dan blog)
9. *Pets & animals* (binatang dan binatang peliharaan)
10. *Sports* (olahraga)
11. *Travel & places* (perjalanan dan tempat)

Berbagai macam kategori yang telah disebutkan pengguna dapat memilih video sesuai kategori yang diinginkan atau menggunakan kolom pencarian untuk menemukan video tertentu. Jika video yang

⁶⁴ Fatty Faiqah, Muh Nadjib, and Andi Subhan Amir, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram, Jurnal Komunikasi KAREBA*, 2016, v.

dicari tidak ditemukan, YouTube biasanya menyarankan video yang relevan.

F. YouTube sebagai Media Dakwah

Secara umum, definisi dakwah bertujuan untuk membawa perubahan positif, meningkatkan iman, dan memberikan solusi atas berbagai masalah kehidupan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dakwah harus dikemas dengan menarik, aktual, faktual, dan kontekstual. Salah satu cara efektif untuk berdakwah adalah melalui YouTube.⁶⁵

Alasan YouTube efektif sebagai media dakwah meliputi :

- 1) Ekonomis yaitu YouTube gratis diakses semua kalangan. Disini, YouTube dapat diakses secara gratis sehingga memungkinkan penggunaanya secara leluasa menontonya.
- 2) Interaktif yaitu YouTube memfasilitasi kita untuk berdiskusi ataupun melakukan tanya jawab membuat dakwah persuasif lebih mudah diterima.
- 3) Praktis yaitu YouTube mudah digunakan oleh semua kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa.
- 4) Shareable yaitu YouTube memiliki fasilitas link HTML, video dakwah di Youtube dapat dibagikan melalui link di berbagai jejaring media sosial.
- 5) Potensial yaitu YouTube sebagai situs populer, Youtube memudahkan penyebaran dakwah kepada *audiens* yang luas.

⁶⁵ Hadi Subhan, 'Pola Komunikasi Dakwah Mui Di Indonesia Pada Era Society 5.0', *Al-Tsiqoh : Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 8.1 (2023), 34–51 <<https://www.e-journal.ikhac.ac.id/index.php/altsiq/article/view/3683>>.

Berdasarkan ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa media YouTube merupakan media yang dapat digunakan untuk menyebarkan berbagai macam informasi dan memperoleh informasi. Media Youtube juga dapat dijadikan sebagai media dakwah melalui konten video ceramah. Menggunakan media Youtube memudahkan dalam menyampaikan dan melihatnya.⁶⁶

G. Kelebihan dan Kekurangan YouTube

Beberapa kelebihan dan kekurangan YouTube. Keunggulan YouTube antara lain melatih diri untuk berani berbicara dan berhadapan dengan orang lain, mampu mengiklankan barang milik sendiri atau milik orang lain, mampu menjual kumpulan video yang telah diunggah, menumbuhkan kreativitas diri, dan mampu mempublikasikan video untuk peraturan penerbitan.

Keunggulan lain dari YouTube adalah situs YouTube disediakan secara gratis, YouTube dapat diakses melalui perangkat seperti ponsel, tablet, komputer, laptop dan notebook, akses YouTube tidak dibatasi waktu dan YouTube menyediakan video-video terkait pembelajaran yang dapat dipelajari dengan mudah. Sedangkan kekurangan YouTube adalah tidak semua orang bisa mengakses situsnya. Selain itu, membutuhkan uang untuk membeli kuota internet. Tidak semua video layak ditonton bahkan ada yang mengandung konten pornografi. Informasinya banyak sekali, perlu disaring oleh pemirsanya agar tidak

⁶⁶ Juniarti Iryani and Nurwahid Syam, 'Peran Media Sosial Dalam Menyebarkan Pesan Agama Dan Perubahan Sosial', *Pusaka*, 11.2 (2023), 359–72
<<https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Boghdan dan Taylor, metode kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶⁷ Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi virtual. Etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk melakukan eksplorasi terhadap entitas (*user*) yang menggunakan internet. Penelitian dilakukan untuk mengetahui cara dakwah yang diterapkan Gus Iqdam di era digital, khususnya melalui *platform* Youtube.

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yakni di channel Youtube Gus Iqdam *Official*, <https://youtube.com/@gusiqdamOfficial1024?si=HwinzndE4CCIKFn1>.

C. Subyek Penelitian

Sebuah penelitian memerlukan sumber data untuk membuktikan tingkat valid sebuah data dalam penelitian.

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari informasi tertentu mengenai suatu permasalahan dari individu-individu yang berkaitan dengan penelitian (sumber informasi). Data primer penelitian ini meliputi

⁶⁷ Harmoko et al., Buku Ajar Metodologi Penelitian (CV Feniks Muda Sejahtera, 2022) 19.

mengumpulkan dan menganalisis komentar yang diberikan oleh *audiens* pada video-video di kanal YouTube Gus Iqdam.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung dalam suatu penelitian yang berfungsi melengkapi data utama. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup referensi buku, karya ilmiah relevan, dan beberapa situs internet yang membantu memvalidasi data penelitian. Penulis menggunakan data sekunder seperti buku, artikel, dan jurnal yang sesuai dengan tema penelitian dan analisis kanal YouTube Gus Iqdam *Official*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah strategis dalam penelitian. Berikut adalah beberapa metode digunakan, yaitu :

1. Observasi

Penulis melakukan observasi non-partisipan, di mana peneliti tidak terlibat langsung dengan objek penelitian tetapi bertindak sebagai pengamat independen. Hasil observasi yang diperoleh peneliti melakukan pengamatan pada video – video populer di kanal youtube Gus Iqdam *Official*, terutama yang berkaitan dengan strategi yang digunakan dalam menyebarkan pesan dakwahnya.

2. Dokumentasi

Dokumentasi mencakup data tertulis seperti catatan, buku, naskah, arsip, dan dokumen-dokumen terkait topik penelitian. Dokumentasi ini dipelajari untuk membantu peneliti mengumpulkan data dan informasi

yang relevan dengan isu penelitian. Hasil data diperoleh dari mengumpulkan data yang berkaitan dengan profil channel youtube Gus Iqdam *Official* dengan melihat dan mengamati channel youtube Gus Iqdam *Official* di kanal youtube.

E. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode induktif, yang merinci fakta-fakta sebelum mencapai tingkat teori. Tujuan metode ini adalah menghindari manipulasi data, dimulai dengan mengidentifikasi data baru lalu menyesuaikannya dengan teori. Peneliti menarik kesimpulan dari informasi spesifik. Proses pengumpulan dan analisis data saling terkait dan tidak dapat dipisahkan.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman tahun 2014, yang terdiri dari :

1. Reduksi data yakni mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal penting, fokus pada aspek-aspek penting, dan mencari tema serta pola. Peneliti mengumpulkan data primer dan sekunder melalui observasi dan dokumentasi, lalu merangkum atau menggolongkannya, menyisihkan data yang tidak relevan. Rangkuman tersebut disajikan dalam bentuk profil Gus Iqdam, latar belakang dakwah di YouTube, dan penampilan dakwah Gus Iqdam.
2. Penyajian Data, data disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, tabel, dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data paling sering menggunakan teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan, kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Jika kesimpulan awal didukung oleh bukti valid dan konsisten, maka kesimpulan tersebut menjadi kredibel.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan agar peneliti memperoleh tingkat kepercayaan terkait seberapa jauh kevalidan hasil penelitian. Dalam hal ini, peneliti perlu memberikan sejumlah bukti keabsahan data dalam hasil penelitian ini agar temuannya menjadi ilmiah. Oleh karena itu, dalam membuktikan keabsahan maka perlu diteliti terkait kredibilitas dengan melakukan observasi lebih dalam memakai beberapa sumber, metode, teori dan lain-lain.

1. Ketekunan Pengamatan

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen penelitian yang kualitasnya sangat mempengaruhi keterpercayaan dan keandalan hasil penelitian. Peningkatan ketekunan dapat membantu menemukan fokus penelitian dan mencapai kedalaman data yang diperlukan. Bentuk ketekunan pengamatan dalam penelitian ini adalah peneliti secara sungguh-sungguh mengamati video dari akun Gus Iqdam *Official* dengan memperhatikan keseluruhan konten.

2. Kecukupan Referensi

Kecukupan referensi adalah alat untuk memeriksa keabsahan data dengan memperbanyak sumber referensi. Hal ini melibatkan menonton dan mendengarkan video dakwah dari akun Gus Iqdam *Official* dari awal hingga

akhir, serta mencari buku-buku, penelitian terdahulu, jurnal, dan video lain yang berkaitan dengan penelitian. Referensi ini digunakan sebagai patokan untuk menguji analisis dan penafsiran data yang dilakukan.

G. Tahapan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini, penulis menggunakan tiga tahap. Tahapan-tahapan dalam sebuah penelitian terdiri dari tahapan pra lapangan, tahapan penelitian lapangan, dan tahapan akhir penelitian lapangan.

1. Tahap pra-lapangan

Tahap pra-lapangan adalah fase persiapan sebelum peneliti memasuki lapangan objek studi. Pada tahap ini, peneliti menentukan masalah yang akan diteliti dan mencari referensi yang relevan dengan penelitian. Langkah-langkahnya meliputi :

a. Menyusun rancangan penelitian

Dalam menyusun rencana ini peneliti menetapkan beberapa hal seperti judul penelitian, alasan penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, objek penelitian, dan metode yang digunakan.

b. Memilih dan memanfaatkan informan

Setelah mengetahui kebutuhan informasi, pemilihan informan didasarkan pada kedalaman pemahaman atau pengalaman informan terkait kebutuhan informasi penelitian.

c. Menilai keadaan lapangan

Penilaian lapangan akan terlaksana dengan baik apabila peneliti menilai kondisi lapangan dengan membaca kepustakaan atau memperoleh informasi dari orang dalam tentang situasi dan kondisi lokasi penelitian, serta menyesuaikan diri dengan lingkungan penelitian.

d. Mempersiapkan perlengkapan penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mempersiapkan alat-alat yang diperlukan untuk mengumpulkan data, seperti menyusun instrumen wawancara dan dokumentasi.

2. Tahap penelitian lapangan

Setelah persiapan matang dan izin penelitian diperoleh, peneliti memasuki tahap penelitian lapangan. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan melalui beberapa metode, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang valid.

3. Tahap analisis data

Tahap terakhir ini mencakup analisis dari semua data yang telah dikumpulkan. Peneliti kemudian menyusun laporan secara sistematis dan menarik kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

Pada bagian ini, berisikan penyajian gambaran umum mengenai obyek penelitian dan dilanjutkan dengan sub-bab yang sesuai dengan fokus masalah yang diteliti.

1. Biografi Agus Muhammad Iqdam Kholid (Gus Iqdam)

Agus Muhammad Iqdam, lahir pada 27 September 1994, adalah seorang pendakwah muda yang merupakan putra seorang kyai dari Pondok Mamba'ul Hikam II di Desa Karanggayam, Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar. Gus Iqdam tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan nilai-nilai agama, Gus Iqdam mengembangkan pemahaman agama yang mendalam dan semangat berdakwah yang tinggi).⁶⁸ Gus Iqdam dikenal sebagai pendakwah muda yang karismatik dan inovatif, Gus Iqdam mendirikan Majelis Ta'lim Sabilu Taubah pada tahun 2018. Majelis ini berfokus pada pembinaan spiritual anak-anak marginal dan komunitas jalanan. Inisiatif ini dimulai dari keinginan Gus Iqdam untuk mengajak anak-anak yang kecanduan rokok dan kopi untuk berpartisipasi dalam kegiatan positif seperti pengajian dan diskusi keagamaan. Pendekatannya yang modern dan mudah diterima, terutama oleh kaum milenial, menggabungkan kegiatan sosial dengan dakwah.

⁶⁸ Aisyatul Mubarakah, Alif Albian, and Anhdita Risko Faristiana, 'Strategi Dakwah Bil Lisan Gus Iqdam Dalam Meningkatkan Religiusitas Mad'u Melalui Majelis Ta'lim Sabilu Taubah', *Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 4.2 (2023), 112–22
<<https://doi.org/10.59059/tabsyir.v3i3.117>>.

Salah satu programnya yang terkenal adalah "Sabilu Taubah" di mana ia mengajak anak-anak muda untuk belajar Al-Qur'an dalam suasana santai sambil menikmati kopi. Nama Sabilu Taubah berasal dari Bahasa Arab, dengan "Sabilu" berarti jalan dan "Taubah" berarti taubat. Oleh karena itu, Sabilu Taubah dapat dimaknai sebagai jalan taubat, mengingat mayoritas mad'u (jemaat) dalam majelis ta'lim ini adalah anak-anak yang berlatar belakang jalanan, terpinggirkan, dan sering terlibat dalam tindak kriminal.⁶⁹

Popularitas Gus Iqdam semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah jamaah yang kini mencapai ribuan. Gaya dakwahnya yang ramah dan tidak menghakimi membuatnya populer di kalangan anak muda. Gus Iqdam juga aktif di media sosial, khususnya YouTube melalui kanal "Gus Iqdam Official," yang memiliki ribuan *subscriber* dan jutaan penonton. Di awal pendirian majelis, Gus Iqdam menghadapi berbagai tantangan dan keraguan dari berbagai pihak, namun dengan dukungan tokoh-tokoh agama seperti Gus Diyak, ia berhasil mengatasi hambatan dan menjadikan majelis ini sebagai pusat kegiatan dakwah yang dinamis dan berpengaruh.

2. Akun Youtube Gus Iqdam Official

Di bawah ini adalah gambaran mengenai channel Youtube Gus Iqdam Official yang memuat video dakwah beliau :

⁶⁹ Muh. Ruslan Zamroni, 'Dakwah Melalui Humor Ala Gus Iqdam', *Jurnal Sains Student Research*, 1.2 (2023), 170–81 <<https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.125>>.



Gambar 4. 1
Tampilan Youtube Gus Iqdam *Official*

Gus Iqdam memiliki kanal YouTube bernama “Gus Iqdam *Official*,” yang dibuat sejak 1 April 2020. Ia mulai berdakwah di YouTube dengan video pertama yang membahas Dawuh Gus Iqdam untuk Majelis Ta’lim Sabilu Taubah, durasi 33 menit 45 detik. Dakwahnya yang santai dan mudah diterima membuatnya populer di kalangan pengguna YouTube. Kanal ini kini memiliki 1,22 juta subscriber, yang terus bertambah, mencerminkan pengaruh dan popularitas Gus Iqdam di komunitas digital. Selain itu, 423 video yang mendapatkan ribuan hingga jutaan tayangan, Gus Iqdam telah menjadi salah satu pendakwah muda yang berpengaruh di media sosial. Kanal ini didedikasikan untuk menyebarkan dakwah Islam yang inklusif dan edukatif, terutama bagi milenial dan komunitas marginal.

Gus Iqdam menyasar *mad’u* dari generasi millennial hingga generasi Z sesuai dengan mayoritas dari pengguna aplikasi tersebut yaitu merupakan kalangan anak muda. Melalui pendekatan dan bahasa yang fleksibel, dakwahnya terasa ringan dan mudah diterima oleh penontonnya. Kanal

“Gus Iqdam *Official*” telah menjadi salah satu kanal dakwah yang populer di kalangan anak muda dengan gaya dakwah yang santai, relevan, dan penuh empati yang menarik banyak penonton.

Konten di kanal ini mencakup ceramah agama dan kajian mendalam tentang berbagai topik dalam Islam, serta pembahasan isu-isu terkini yang viral di kalangan anak muda. Istilah “Ngaji Ngopi” atau ngatur jiwo ngolah pikir sering digunakan untuk menggambarkan kegiatan ini. Gus Iqdam juga memberikan nama panggilan unik kepada jamaahnya, yaitu “ST Nyell,” singkatan dari “Sabilu Taubah” dan “Nyell” dalam bahasa Jawa Timur yang berarti total atau semua. Selain itu, istilah “Dekengane Pusat,” yang berarti dukungan langsung dari Allah, sering muncul dalam ceramahnya, menyampaikan pesan bahwa orang yang bertaqwa kepada Allah akan mendapatkan dukungan langsung dari-Nya. Gus Iqdam menyampaikan materi dengan cara yang mudah dipahami dan menarik bagi penonton dari berbagai usia.

B. Penyajian Data Dan Analisis

1. Strategi Dakwah Gus Iqdam di Channel YouTube

Pembahasan ini mencakup proses pengolahan data untuk memastikan validitas konten strategi dakwah di saluran YouTube resmi Gus Iqdam. Untuk memvalidasi kategori-kategori strategi dakwah di saluran YouTube resmi Gus Iqdam, peneliti mengumpulkan konten Muhammad Iqdam Kholid sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan.

Peneliti mendengarkan sambil menulis isi dakwah yang disampaikan, setelah semua konten dakwah terkumpul. Kemudian, isi dakwah tersebut dikelompokkan oleh peneliti sesuai dengan kategori strategi dakwah Islam. Konten dakwah yang dianalisis dalam penelitian ini adalah video-video ceramah Gus Iqdam yang terkait dengan strategi dakwah menurut Moh. Ali Aziz, yang diunggah di channel YouTube Gus Iqdam *Official*.

Berikut adalah tabel klasifikasi pesan dakwah dari saluran YouTube resmi Gus Iqdam *Official*, beserta dengan strategi dakwah yang terkandung di dalamnya:

Tabel 4. 1
Konten Youtube Berdasarkan Kategori Strategi Dakwah

No	Judul Konten	Tanggal	Kategori Strategi Dakwah
1	[GUS IQDAM] pasrah, sabar dan perbanyak istighfar	06 April 2020	Strategi Sentimental
2	Keutamaan Taqwa Pengajian Rutin Malam Selasa	01 September 2020	Strategi Sentimental
3	Sependosa apapun diri kita, tetaplah cinta kepada Ulama'	20 Januari 2021	Straetegi Sentimental
4	"Semarak Hari Kemerdekaan" Sabilu Taubah 17 Agustus	17 Agustus 2021	Strategi Sentimental

No	Judul Konten	Tanggal	Kategori Strategi Dakwah
5	Gus Kautsar : "Wong Iku Lek Apik-Apik Terus, Gak Bakal Awet Uripe" Sabilu_Taubah Part Iv	01 November 2021	Strategi Sentimental
6	Syaikh Muhammad Syadzi Mustofa Arbash Dari Syiria_Sabilu Taubah	09 Februari 2022	Strategi Sentimental
7	[Cuplikan Live] "Menggapai Kebahagiaan dengan Syukur - Gus Iqdam" Pare	08 November 2023	Strategi Sentimental
8	Memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW Bersama Gus Iqdam Di Markas Sabilu Taubah	11 November 2023	Strategi Sentimental
9	[Cuplikan Live] "Kemerdekaan dalam Perspektif Islam: Tantangan dan Tanggung Jawab Umat"	15 November 2023	Strategi Sentimental
10	[Cuplikan Live] "Pengajian Superkirun Gus Iqdam di Trenggalek: Menyelami Kebaikan Hati"	23 November 2023	Strategi Sentimental

No	Judul Konten	Tanggal	Kategori Strategi Dakwah
11	"Berpegang Teguh kepada Allah: Hikmah dan Petunjuk dari Pengajian Gus Iqdam"	27 November 2023	Strategi Sentimental
12	"Pelajaran Hikmah: Sabar dalam Marah - Inspirasi dari Pengajian Gus Iqdam"	05 Desember 2023	Strategi Sentimental
13	"Haul Syuhada Haji: Pengajian Penuh Makna bersama Gus Iqdam"	07 Desember 2023	Strategi Sentimental
14	"Rutinan Malam Jum'at II Ada Jamaah Muallaf"	08 Desember 2023	Strategi Sentimental
15	Gus Iqdam Rutinan Malam Selasa "Meningkatkan Kualitas Ibadah: Nasihat Bijak"	04 Januari 2024	Strategi Sentimental
16	"Menggapai Berkah: Majelis Pengajian dan Sholawat Gus Iqdam di Banjarsari"	27 Februari 2024	Strategi Sentimental

No	Judul Konten	Tanggal	Kategori Strategi Dakwah
1	Dawuh gus iqdam untuk majelis ta'lim sabilu_taubah	02 April 2020	Strategi Rasional
2	Orang Taqwa Pasti Di Hormati Orang lain Pengajian Rutin Majelis Sabilu Taubah Blitar	09 September 2020	Strategi Rasional

No	Judul Konten	Tanggal	Kategori Strategi Dakwah
3	Fadhilah Kesunnahan Wudhu Yang Luar Biasa Di Dunia Dan Akhirat	15 Juni 2021	Strategi Rasional
4	Orang Yang Istiqomah Dalam Hal Kebaikan Pasti Mendapatkan Balasan Yang Baik Pula Sabilu Taubah	21 Juni 2021	Strategi Rasional
6	Sugeng Ambal Warso Gus Iqdam History Perjalanan Hidup "Agus Kotak" Sampai Nyantri Di Sabilu Taubah	27 September 2021	Strategi Rasional
7	[Cuplikan Live] "Bersama Gus Iqdam: Memahami Arti Kebahagiaan Dalam Kehidupan" Panjer Kediri	03 November 2023	Strategi Rasional
8	[Cuplikan Live] Gus Iqdam "Berbenah Hati di Bulan Muharram: Pelajaran Kehidupan"	17 November 2023	Strategi Rasional
10	Pengajian Gus Iqdam: Menyikapi Masa Lalu yang Tidak Sempurna Menuju Masa Depan yang Berkilau 01 Desember 2023	01 Desember 2023	Strategi Rasional
11	"Pengajian Terbaru Gus Iqdam: Memahami Makna Kesabaran Brengos Audio"	04 Desember 2023	Strategi Rasional
12	"Membangun Iman	07 Desember	Strategi Rasional

No	Judul Konten	Tanggal	Kategori Strategi Dakwah
	dan Taqwa Bersama Gus Iqdam: Ceramah Motivasi Islami"	2023	
13	"Pengajian Gus Iqdam di Sumberasri Ilmu dan Inspirasi Islami untuk Jiwa Anak Muda"	07 Februari 2024	Strategi Rasional
14	"Keutamaan Sholat Dhuha dan Kunci Ketahanan Hidup dengan Gus Iqdam"	29 Februari 2024	Strategi Rasional
15	Pengajian Gus Iqdam Memperkuat Silaturahmi Dalam Menyambut Bulan Syawal	14 Mei 2024	Strategi Rasional

Setelah mengetahui kategori strategi dakwah dari setiap konten tersebut, langkah berikutnya adalah mengevaluasi strategi dakwah yang terkandung di dalamnya.

a. Strategi sentimental

Strategi dakwah yang berfokus pada aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin pendengar. Menyampaikan pesan dakwah dengan santun serta menarik perhatian dari mitra dakwah dengan penggunaan bahasa yang lembut.

Dalam menyampaikan dakwahnya, Gus terkenal dengan penyampaian isi pesan dakwahnya yang santun dan tegas. Hal ini tentu dapat menggerakkan perasaan mad'u yang mendengarnya. Dalam hal ini Gus Iqdam menggunakan strategi dakwah sentimental karna penyampaian isi

pesan dakwahnya berfokus pada aspek hati sehingga dapat menggerakkan hati mitra dakwah tersebut. Ketika menyampaikan dakwahnya, Gus Iqdam juga tentu sering menyampaikan pesan dakwah yang berkesan. Baik dalam kondisi khutbah atau ceramahnya beliau tentunya banyak menyampaikan dakwah yang disampaikan dengan santun serta menggunakan metode kelembutan penyampaian dakwahnya dalam mengklasifikasikan berbagai kondisi saat berdakwah sehingga memiliki kesan yang didapat oleh para mad'u nya.

Gus Iqdam menggunakan penyampaian dakwah yang memfokuskan pada aspek hati ini, Gus Iqdam sering kali menggunakan metode Mau'izhoh Hasanah dengan menyampaikan perkataan atau nasehat yang baik yang di dalamnya terdapat unsur-unsur pengajaran, bimbingan, kisah-kisah teladan, pendidikan, serta peringatan yang dapat dijadikan petunjuk atau pedoman hidup seseorang agar manusia tersebut dapat memperoleh manfaat serta keselamatan baik dunia maupun akhirat.

Contoh dari ceramah Gus Iqdam yang menggunakan strategi sentimental adalah video berjudul "Majelis Pengajian dan Sholawat Gus Iqdam di Banjarsari." Berikut adalah isi dakwah yang disampaikan oleh Gus Iqdam :



Gambar 4. 2

Cuplikan Dakwah Gus Iqdam

Wong sing gelem ngurip-ngurip sya'ban niki sya'ban iki kok manfaatnya sing tenanan ngoten nggih to nek syakban niki nan manfaat sing tenanan lah dawuhe gusti allah niku wau nopo nek jenengan gelem ngurip-nguripne wulan sya'ban iki kanthi tenanan khususse malam nisfu sya'ban iki kok uripe dadi semisal awan yo poso bengi iki maeng kok uripne minimal jenengan shalat jamaah opone pas malam nisfu sya'ban dadi ora saiki tok ora ning jerone wulan syaban tok tapi malam nisfu syaban niki jenengan urip-urip sing tenanan minimal jamaah magrib minimal jamaah isya syukur-syukur qiyamullail syukur-syukur tahajud lah kok njenengan uripne niki dawhipun allah subhanahu wa ta'ala kok enek umate kanjeng nabi sing gelem-gelem ngurip malam nisfu sya'ban niki ngalah-ngalahi wong sing tirakat wong sing ibadah selama 400 tahun.⁷⁰

Selain itu ceramah Gus Iqdam yang berjudul “Rutinan Malam Selasa”

Dengan Tema “Meningkatkan Kualitas Ibadah : Nasihat Bijak”

⁷⁰ Isi pesan dakwah Gus Iqdam *Official*, 27 Februari 2024



Gambar 4. 3

Cuplikan Dakwah Gus Iqdam

Bertakwa Ning gusti Allah lakonono perintahe gusti Allah adohono larangane gusti Allah kono sak temene gusti Allah kui Maeng teliti dengan apa yang kamu lakukan gusti Allah niku piro sampeyan kudu iso manfaatnya waktune panjenengan Kanti sae berarti umure tambah tuwek taune tambah tuwek kontrakmu Ning dunyo iki mundak titik mundak mepet waktune wis entek lah miturut Imam al qusyairi wonten kitabipun tafsir laatful isyarah menjelaskan tentang ketakwaan Niki dipun tafsiri ngeten enek rong arti maksude awake dewe Niki wau kon ngakoni ketakwaan Mari kui kon evaluasi intropeksi diri kiro-kiro taune tambah umure tambah Iki wis duwe sangu durung ng sesuk Ning akhirat.⁷¹

b. Strategi Rasional

Strategi Rasional adalah dakwah yang menggunakan berbagai metode yang menekankan aspek akal dan pikiran. Strategi ini mendorong penerima dakwah untuk berpikir, merenung, dan mengambil pelajaran.⁷²

Ceramah Gus Iqdam berjudul "Keutamaan Sholat Dhuha dan Kunci Ketahanan Hidup dengan Gus Iqdam" merupakan contoh

⁷¹ Isi pesan dakwah Gus Iqdam *Official*, 04 Januari 2024

⁷² Ahyar and others.

dakwah yang mengandung unsur strategi dakwah rasional ini. Berikut adalah isi dakwah yang disampaikan oleh Gus Iqdam:



Gambar 4. 4

Cuplikan Dakwah Gus Iqdam

Jenengan Nek gelem berupaya ngibadah kados sing dipun aturaken teng kitab Niki wau Insyallah tanpa panjenengan sadari tiba-tiba jenengan Niki koyok lolos dalam ujian-ujian panjenengan terus Grade kehidupanmu tiba-tiba tambah tertata Tapi nek jenengan barno kok mumet mek pasrah tok ora en ikhtiar tidak hanya jenengan akan diam saja derajatmu stabil tapi iso-iso malah melorot malah melorot derajatmu malah muduk milo nek pancen pengin ditoto derajate jajal upaya nyedeki gusti Allah.⁷³

Kemudian dalam ceramah Gus Iqdam yang berjudul “Pengajian Gus Iqdam di Sumberasri” juga mengandung pesan strategi rasional. Dengan Tema “Ilmu dan Inspirasi Islami untuk Jiwa Anak Muda”

⁷³ Isi pesan dakwah Gus Iqdam *Official*, 29 Februari 2024



Gambar 4. 5

Cuplikan Dakwah Gus Iqdam

Nek wong gelem menuju ketaatan dan meninggalkan kemaksiatan-kemaksiatan dalam hidupnya sifat yang Mahmudah Allah akan memuliakan tanpa membutuhkan bantuan orang lain wong kui biyen uduk sopo-sopo pak yo gak terkenal yo gak duwe duek yo gak sangar Ning sumber Asri ora enek sing ero tapi wonge kui istiqomah ibadah Ning gusti Allah nyedek Ning gusti Allah bahkan dulu itu sampah masyarakat dia tapi ketika dia terus berjuang tak lawan iki kemaksiatanku aku kudu iso leren lehku Mendem aku kudu iso leren maksiat aku kudu iso leren wani ning wong tuaku Aku kudu iso leren nek dadi bajingan Allah akan memuliakan orang tersebut moro-moro muncul disawang ketok menarik moro-moro to Luwih Toto daripada liyaa liane kono nyapo dimulyan gusti Allah.⁷⁴

Kemudian ceramah ustad Gus Iqdam yang berjudul “Pengajian Gus Iqdam Memperkuat Silaturahmi Dalam Menyambut Bulan Syawal” tanggal 14 Mei 2024 juga mengandung pesan strategi rasional.

⁷⁴ Isi pesan dakwah Gus Iqdam *Official*, 07 Februari 2024



Gambar 4. 6

Cuplikan Dakwah Gus Iqdam

Masyaallah mulakno Ya Allah Niki yo masalahe usum media kados panjenengan sedoyo ngeten niki Niki kan mboten penak Niki kan mertahane kerukunan wong sak minimbane niku ket mulai cah cilik ngeten niki tk-tek paut-paut ngeten niki bodo seneng ngaji sampek sing sepuh sampek sing waras sampek sing ora patek waras lho Nggih seneng ngaji kabeh Masyaallah Milo ampun ngantos kerukunan ngeten niki kenek digoyang karo wong-wong sing duwe niat Awon piye carane awake dewe niku ben gampang dadi wong pinter naluk ngapuro gampang naluk ngapuro enteng njaluk ngapuro pertama ora rumongso paling apik ora rumongso paling bener ora rumongso paling super kedua genake dwe niku ora lumangso paling bener priapun carane Jangan pernah mengetalase keburukan orang lain di dalam hati kita.⁷⁵

c. Strategi Indrawi

Strategi indrawi, atau praktik agama yang berorientasi pada panca indera, adalah strategi dakwah yang penting untuk diterapkan.⁷⁶ Metode ceramah ini sangat dipengaruhi oleh karakteristik berbicara seorang da'i dalam aktivitas dakwah. Contoh dakwah indrawi yang

⁷⁵ Isi pesan dakwah Gus Iqdam *Official*, 14 Mei 2024

⁷⁶ Ronaldo Ronaldo, Ahmad Zuhdi, and Dendy H Nanda, 'Analisis Strategi Dakwah Guru Ngaji Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlak Di Desa Pidung Kecamatan Keliling Danau', *Journal of Da'wah*, 1.2 (2022), 148–71 <<https://doi.org/10.32939/jd.v1i2.1606>>.

dilakukan oleh Gus Iqdam adalah rutinitas pembacaan Maulid Simtudduror setiap malam Jumat.



Gambar 4. 7

Cuplikan Dakwah Gus Iqdam

Penonton video-video Gus Iqdam bisa sangat menarik karena beberapa alasan berikut seperti yang diungkapkan

2. Efek Dakwah Gus Iqdam Terhadap *Audiens*

Efek dakwah merujuk pada pengaruh yang dialami oleh komunikan, yaitu mad'u yang merupakan subscriber Channel YouTube Gus Iqdam *Official*, setelah menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh dai melalui *Platform* tersebut. Pengaruh ini mencakup efek kognitif, afektif, dan perilaku.

a) Efek Kognitif

Subscriber atau penonton Channel YouTube Gus Iqdam *Official* memperoleh berbagai pengetahuan dan informasi mengenai pesan dakwah yang disampaikan oleh Gus Iqdam.

akun @arinadhiyaah7888 ikut berkomentar :

Ya Allah.... Banyak ilmu dan hikmah yang di ambil dr tayangan video 3thn lalu. Mugi manfaat dateng kulo gus, matur suwun sanget ilmupun gus, mugi dipun Ridhoi Allah SWT terus dakwah ipun panjenengan gus aamiin ya rabbal alamiin.⁷⁷

@miaratnah700 juga berkomentar :

Masyallah takbarokallah wow Keren allhamdulillah terimakasih ilmunya Baru ketemu video YG Lama semoga dapat barakah NYA aamin dan semoga Gus NYA Dan santri nya seluru dunia semuanya sehat wal afiat badannya Di mulaikan hati nya Di penuhijeriki nya bahagia sukses Di dunia Dan Di akirat aamin Dan Lelah NYA Gus NYA menjadi pimpin seluru dunia barokah aamin.⁷⁸

Komentar @anikmuyastatik6132 :

Aquarius dari malang hadir ,sy paling suka dengar ceramah Gus Iqdam, mudah di mengerti mudah di cerna apa yg di sampaikan Gus...sehat selalu selalu di limpai rezeki yg barokah.⁷⁹

Akun @rezzazheanovista7847 ikut berkomentar :

assalamualaikum Gus Iqdam saya juga rutin dengerin tausiyah...Gus...di tiktok di youtube...di IG...semkn mendengarkan hati saya mudah brubh...ingin selalu mndgrkn trs di setiap pengajian gus Iqdam...mampu muat hati saya adem damai mudah di trima di amalkan...⁸⁰

Dari ungkapan tersebut, dapat diketahui bahwa *audiens* atau subscriber menerima pesan dakwah Gus Iqdam mengenai pentingnya beribadah. Mereka tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang ibadah tersebut, tetapi juga mampu memahami konsep-konsep baru

⁷⁷ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁷⁸ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁷⁹ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁸⁰ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

yang disampaikan melalui penjelasan yang mudah dipahami. Hal ini memungkinkan mereka untuk menerapkan pengetahuan baru dalam kehidupan sehari-hari sehingga meningkatkan kualitas dan makna dari ibadah mereka.

b) Efek efektif

Efek efektif merujuk pada respons emosional yang dialami oleh mad'u (penonton atau pelanggan) setelah menonton konten yang disajikan di Channel Youtube Gus Iqdam *Official*. Respons emosional ini bisa mencakup berbagai perasaan, seperti kesenangan, kesedihan, terharu, dan lain sebagainya, yang timbul sebagai hasil dari pengalaman menonton konten tersebut.

Sebagai contoh, penonton mungkin merasa terharu atau tersentuh oleh ceramah atau kisah yang disampaikan oleh Gus Iqdam, yang dapat memicu perasaan keinsafan atau refleksi diri. Di sisi lain, konten yang mengangkat cerita inspiratif dan motivasional mungkin memicu perasaan semangat atau kegembiraan pada penonton. Selain itu, konten yang memberikan solusi atau pandangan positif terhadap masalah-masalah kehidupan sehari-hari juga bisa menghasilkan perasaan lega atau berdaya.

Efek efektif dapat dilihat di kolom komentar video Channel YouTube Gus Iqdam *Official*. Banyak komentar positif yang mencerminkan perasaan para penonton, seperti senang, sedih, terharu, dan lain sebagainya. Berikut beberapa komentar yang mencerminkan

perasaan penonton di kolom komentar Channel YouTube Gus Iqdam *Official*.

Efek efektif yang dialami oleh penonton Channel YouTube Gus Iqdam *Official* bisa dilihat dari berbagai komentar positif yang telah peneliti tangkap layar (*screenshot*) dari kolom komentar.

Salah satu contohnya adalah akun @rinanew9722 yang menulis di kolom komentar:

Alhamdulillah gus... nambah nuwun ilmune. Kulo brebes mili. Bab menahan diri dari amarah. Mugi2... kito sedoyo saget belajar mengamalkan sifat2 Kanjeng Nabi Muhammad SAW.⁸¹

Ada juga @novianaariskanovianaariska turut berkomentar :

Selalu berlinang air mata pas ngaji bareng gus iqdam...bawaanya keinget dosa...habis itu lega banget d hati.⁸²

Dan akun @itaselvia2239 juga berkomentar :
Assalamualaikum gos ngaos njenengan sedoyo ndamel adem ayem ati kulo sak leres kulo tiyang susah pool tapi saget adem sak Niki Mugi 2 gos iqdam panjang umur sehat teros amiin.⁸³

@user-fy6jl4zt5y berkomentar :

Subekhanallah luar biasa tauziahnya gus, lgi2 q gak pernah bosan selalu ndrek ngaos nadyan lewt strimeeng, nki gus iqdam sking kehumen mugi2 dongane klo sger istikomah nadyan klo pun tuo nembe mualaf swuuuun anget gus, mugi njenengan shat, panjang umur, murh rezeki berkh barokah amiiiiin.⁸⁴

akun @tuturartinular9741 meninggalkan komentar :

gus pengajian yg sangat menyentuh hati dan mudah diterima ,insya ALLOH suatu saat pasti ikut pengajian gus IQDAM.⁸⁵

⁸¹ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁸² Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁸³ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁸⁴ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁸⁵ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

@user-to3wr7pq4b mengatakan :

Alkhamdulillah kulo murengaken pangaosan majelis sabiluraubah , adeem wonten ati lan ayem guus matur suwun sanget mirengaken saking youtube.⁸⁶

Akun @user-vc5bv3rh5e juga berkomentar :

assalamu'alaikum wr wb ngaji Gus iqdam teng yutup dipuer* terus tambah berkah LAN adem neng ati Marem.⁸⁷

@maysarohmay2291 dalam komentar :

Yg awal² ini bikin terenyuh.. Hati seraya... Ya alloh..? Sekan dosa ini udh menutup seluruh anggota tubuh. ASTAGFIRLLOHAL AZIMM.⁸⁸

akun @arifinzainal2436 berkomentar :

Assalamualaikum Gus Kulo asli Suroboyo ,,,,ningali trs ngeungokno pengajian panjenengan ati adem Gus Kulo boten tau ningali penceramah seasyik panjenengan..... Mugi2 diparingi sehat trs Gus iqdam.⁸⁹

@user-do7zx5st1y berkomentar :

Ya Alloh, trenyuh banget ngajine gus iqdam tadi malam, jg sholawatan bareng mba soimah , hati jd tentrem adem ayem,, semoga semuanya dapat berkahnya guse, bahagia bgt hati ini bisa berkumpul dg orang2 yg sholeh,,,⁹⁰

Akun @ninikwahyu juga berkomentar :

Leres mae,,, Gus Iqdam is the best ceramahnx mak jleb di hati dg cara beliau yg merangkul smua kalangan,,, yo guyon ho ngaji ngena di hati,,, mae sehat sehat nggeh,, Gus sehat sehat nggeh,,

⁸⁶ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam Official

⁸⁷ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam Official

⁸⁸ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam Official

⁸⁹ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam Official

⁹⁰ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam Official

Berdasarkan efek efektif yang terlihat, dapat disimpulkan bahwa Channel YouTube Gus Iqdam *Official* memiliki pengaruh terhadap perasaan penerima pesan, yaitu para penonton atau *subscriber*. Mereka merasakan ketenangan dan kebahagiaan saat mendengarkan ceramah dari Gus Iqdam.

c) Efek behavioral

Efek behavioral mengacu pada perubahan yang terjadi pada perilaku mad'u setelah menonton konten di Channel YouTube Gus Iqdam *Official*. Perubahan ini dapat berupa tindakan nyata atau kebiasaan baru yang terbentuk sebagai hasil dari pengaruh konten yang ditonton. Mengenai pengaruh dakwah Gus Iqdam terhadap perilaku keagamaan sehari-hari, banyak yang menjadi lebih rajin beribadah.

Dari efek perilaku ini, terlihat bahwa pesan dakwah menimbulkan tindakan nyata dari para penonton atau subscriber. Hal ini dibuktikan dengan partisipasi mereka dalam pengajian yang sering disebutkan di kolom komentar Channel Gus Iqdam *Official*.

Seperti akun @ines424 turut berkomentar :

assalamualaikum warrohmatullohi wabbarrokatu gus
terimakasih banyak karena saya lihat di youtube gus iqdam
menyuruh sholat, Alhamdulillah gaji saya bulandepan naik
gus. mohon infonya saya mau zakat krn sy tdk pernah zakat
dan tdk tau tentang zakat. salam dari hongkong
Wassalamualaikum warrohmatullohi wabbarrokatu.⁹¹

⁹¹ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

Akun @user-yj9uo5ze3n berkomentar :

saya ingin sholat duha tp saya gak hafal dg bacaan waduha, nya jd saya gak sholat takut kurang sempurna, apakah boleh sholat duha...tanpa membaca waduha...⁹²

@rezzazheanovista7847 berkomentar :

assalamualaikum Gus Idam saya jg rutin dengerin tausiyah...Gus...di tiktok di youtube...di IG...semkn mendengarkan hati saya mudah brubh...ingin selalu mndgrkn trs di setiap pengajian gus Idam...mampu muat hati saya adem damai mudah di trima di amalkan....⁹³

Dilihat dari dampak perilaku, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah memicu tindakan yang dilakukan oleh penerima pesan, yaitu para penonton atau subscriber. Ini terbukti dengan perubahan kebiasaan yang terlihat sebagai hasil dari pengaruh konten yang mereka tonton, seperti yang tergambar dalam kolom komentar Channel YouTube Gus Iqdam *Official*, dan juga diamati selama proses wawancara di mana mereka menerapkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

C. Pembahasan Temuan

Setelah mengumpulkan data dari observasi, dan dokumentasi serta menganalisisnya, peneliti mengacu pada fokus penelitian yang telah dirumuskan, yaitu tentang Strategi Dakwah Kreatif Gus Iqdam di Era Digital (Studi Kasus Channel YouTube Gus Iqdam *Official*). Dalam konteks ini, peneliti akan memaparkan temuan yang ditemukan di lapangan. Berikut adalah hasil temuan penelitian :

⁹² Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

⁹³ Komentar *audiens* di channel Gus Iqdam *Official*

1. Strategi Dakwah Gus Iqdam di Channel YouTube

Dalam menganalisis strategi dakwah Gus Iqdam di channel YouTube, penulis mengacu pada konsep strategi dakwah dari Moh. Ali Aziz, yang mencakup tiga jenis strategi yakni sentimental, rasional, dan Indrawi.⁹⁴ Strategi dakwah sebelumnya telah didefinisikan sebagai perencanaan yang terdiri dari serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah. Setelah melakukan pengamatan, peneliti menginterpretasikan bahwa strategi dakwah yang digunakan Gus Iqdam di YouTube melibatkan strategi-strategi tersebut, dengan hasil sebagai berikut :

a) Strategi Sentimental

Berdasarkan pengertiannya, disebutkan bahwa strategi sentimental ialah strategi yang mempunyai tujuan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan mad'u, menjakak (persuasif) dengan cara yang baik.⁹⁵ Strategi dakwah Gus Iqdam yaitu dengan memperhatikan perasaan dan hati mitra dakwah yaitu hati *audiens* sebelum melakukan pendekatan.

Ada beberapa cara strategi sentimental, dan salah satunya digunakan oleh channel youtube Gus Iqdam *Official* yaitu dengan melakukan nasihat yang baik melalui peringatan. Beberapa taktik dalam strategi ini antara lain memberikan nasihat yang baik, memanggil dengan lemah lembut, atau memberikan pelayanan yang

⁹⁴ Moh. Ali Aziz

⁹⁵ Rosyidah, A. (2022). Tantangan dan Strategi Da'i Muda Dalam Berdakwah di Era Digital. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 7(2), 1-11.

baik. Pendekatan ini sangat efektif bagi mereka yang masih awam (kurang pengetahuan), mualaf, orang-orang lemah seperti perempuan, anak-anak, dan mereka yang kurang mampu.

Beberapa judul konten yang peneliti ambil untuk penelitian yang menggunakan strategi sentimentil dan juga sudah peneliti rangkup sesuai dengan nilai-nilai Islam yaitu Aqidah, Syariah, dan Akhlak yaitu :

- 1) "Menggapai Berkah: Majelis Pengajian dan Sholawat Gus Iqdam di Banjarsari"

Dalam ceramahnya, Gus Iqdam mengilustrasikan secara rinci tentang keistimewaan malam Nisfu Syaban, menjelaskan dengan penuh semangat dan kehangatan tentang potensi spiritual yang

terkandung di dalamnya. Dengan kata-kata yang kuat dan penuh makna, beliau berhasil menciptakan suasana yang membangkitkan keinginan untuk memahami dan merenungi pesan yang disampaikan. Melalui penyampaian yang khas dan penuh kearifan, Gus Iqdam mampu menembus relung-relung hati para mad'u, membangkitkan kepekaan mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

- 2) "Rutinan Malam Selasa" Dengan Tema "Meningkatkan Kualitas Ibadah : Nasihat Bijak"

Pesan dakwah yang ditekankan oleh Gus Iqdam adalah pemahaman tentang pentingnya menjalankan ibadah, yang berarti

selalu bertakwa kepada Allah dan melaksanakan ibadah sebagai bekal di akhirat nanti. Selain itu, Gus Iqdam juga memberikan harapan dan motivasi kepada pendengar untuk meraih masa depan yang lebih baik. Beliau menegaskan bahwa setiap orang memiliki kesempatan untuk berubah menjadi lebih baik, suatu pesan yang sangat dibutuhkan oleh pendengar yang berada dalam kebimbangan. Gus Iqdam juga mengingatkan untuk selalu mengingat Allah dalam segala situasi dan di manapun berada, karena pada hakikatnya, Allah yang berkuasa atas segala sesuatu.

Agus Muhammad Iqdam Kholid, yang dikenal sebagai Gus Iqdam, adalah pemilik akun YouTube Gus Iqdam Official. Menurut Al-Ghazali, seorang da'i adalah pemberi nasehat, pemimpin, dan pemberi peringatan yang menyampaikan nasehat dengan santun dan baik.

Berdasarkan pengertiannya, disebutkan bahwa strategi sentimentil ialah strategi yang mempunyai tujuan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan mad'u, mengajak dengan cara yang baik.⁹⁶ Maka dengan adanya kutipan di atas, peneliti menganalisa bahwa Gus Iqdam menggerakkan hati dan batin dari mad'u untuk membaca istighfar agar meminta pengampunan dari Allah SWT, tidak hanya itu Gus Iqdam juga memberikan harapan serta motivasi kepada mad'u untuk memiliki masa depan yang lebih

⁹⁶ Sukarta, S., & Mahmudin, M. (2024). Metode Komunikasi dan Penyiaran Islam LP3IK Universitas Muhammadiyah Mataram dalam Merealisasikan Nilai-Nilai Keislaman. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(2), 48-56.

baik lagi. Beliau menegaskan kalau setriap orang punya kesempatan untuk berubah menjadi lebih baik lagi dimana hal ini sangat diperlukan oleh mad'u saat berada dimasa kebimbangan dimana beliau juga mengatakan untuk selalu mengingat Allah dalam keadaan apapun dan dimanapun karena pada hakikatnya Allah lah yang maha berkehendak atas segala sesuatu, dimana dalam strategi ini terletak pada pesan dakwah nya yang tidak memaksa mad'u dengan apa yang beliau katakan, akan tetapi dengan menyentuh hati dan perasaan mad'u.

Dalam ceramahnya Gus Iqdam tidak monoton, beliau juga menyelipkan lelucon untuk membuat ceramahnya lebih menarik.

Dari video tersebut, dapat disimpulkan bahwa Gus Iqdam

menggunakan strategi komunikasi persuasif. Gus Iqdam dalam menyampaikan pesan dakwahnya tentu menggunakan langkah-langkah strategi komunikasi agar pesan dakwahnya dapat diterima oleh pendengar.

Dari video ceramah tersebut, penulis menyimpulkan bahwa dalam penyampaian pesan dakwahnya, Gus Iqdam menggunakan strategi komunikasi persuasif. Selain itu, Gus Iqdam juga menerapkan strategi sentimental dalam ceramahnya. Video-video tersebut mengandung makna yang sesuai dengan pengertian strategi sentimental, yaitu dakwah yang menyentuh hati dan mempengaruhi emosi serta pemikiran pendengar (mad'u).

Hampir semua video yang ditayangkan di channel youtube Gus Iqdam memiliki ciri-ciri menggunakan strategi sentimentil, dari tutur kata yang lemah lembut agar menyentuh perasaan penerima dakwah, nasihat-nasihat yang baik, menceritakan kisah yang menyentuh, dll. Tetapi untuk kepentingan penelitian, peneliti hanya mengambil beberapa contoh video yang relevan dan memiliki kesan yang khusus.

b) Strategi Rasional

Strategi Rasional adalah metode dakwah yang menekankan aspek pemikiran logis dan intelektual.⁹⁷ Strategi ini mendorong pendengar untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran dari pesan yang disampaikan. Beberapa metode yang digunakan dalam strategi rasional meliputi penggunaan logika, diskusi, serta contoh dan bukti sejarah.

1) Keutamaan Sholat Dhuha dan Kunci Ketahanan Hidup dengan Gus Iqdam

Pesan dakwah yang ditekankan di sini adalah pemahaman tentang keutamaan sholat Dhuha. Tujuan pesan dakwah dalam ceramah tersebut adalah untuk mendorong mitra dakwah untuk merenungkan manfaat yang diperoleh dari melaksanakan sholat Dhuha.

⁹⁷ Bukhari, M. A. (2012). Dakwah Humanis Dengan Pendekatan Sosiologis-Antropologis. *Al-Hikmah*, 4, 111-130.

Judul yang dipilih sesuai dengan masalah umum dalam kehidupan manusia yang seringkali lalai dalam menjalankan ibadahnya, sehingga pesan dakwah dalam video tersebut menggunakan strategi rasional.

2) "Pengajian Gus Iqdam di Sumberasri | Ilmu dan Inspirasi Islami untuk Jiwa Anak Muda"

Dapat disimpulkan bahwa video ceramah tersebut menyampaikan pesan dakwah tentang pentingnya istiqomah dalam beribadah dan mengajak pendengar untuk menerapkan pelajaran tersebut. Oleh karena itu, pesan dakwah dalam video tersebut menggunakan strategi rasional.

Dalam konten tersebut, disimpulkan bahwa pesan dakwah yang ditekankan di sini adalah pemahaman mengenai manfaat memperkuat silaturahmi dengan sesama manusia. Gus Iqdam mengajak mitra dakwahnya untuk mengambil pelajaran dari hal tersebut dan menerapkannya. Oleh karena itu, pesan dakwah dalam video tersebut menggunakan strategi rasional.

Dari video ceramah Gus Iqdam di atas, dapat disimpulkan bahwa Gus Iqdam menggunakan strategi rasional. Video tersebut mengandung makna yang sesuai dengan definisi strategi rasional, yaitu strategi yang mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Gus Iqdam juga mengajak pendengarnya untuk menerapkan pelajaran tersebut, sehingga

pesan dakwah yang disampaikan dalam video tersebut merupakan salah satu metode dari strategi rasional.

c) Strategi Indrawi

Strategi indrawi dinamakan sebagai strategi eksperimen atau strategi ilmiah, digambarkan sebagai sistem dakwah atau kumpulan teknik dakwah yang mengandalkan temuan ilmiah dan berfokus pada panca indera.⁹⁸ Metode ini mencakup penggunaan keteladanan, teknik dramatik, dan ritual keagamaan.

Gus Iqdam juga memakai strategi ini meskipun bentuk dakwah agama Gus Iqdam melalui channel youtube, tetapi Gus Iqdam tetap melaksanakan rutinan tetapi pada malam Kamis malam Jumat khusus untuk sholawatan maulid Simtudduror.

Dalam hal ini, strategi dakwah melibatkan berbagai metode dan teknik komunikasi yang digunakan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi *audiens* agar mereka memahami serta menerima pesan-pesan agama Islam. Sasarannya adalah untuk mengkampanyekan nilai-nilai agama, meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang Islam, serta mendorong perbuatan baik dan kesadaran akan kebenaran ajaran agama di tengah-tengah masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah di era digital yang digunakan oleh Gus Iqdam melibatkan pendekatan perasaan dan ajakan dengan kelembutan. Gus

⁹⁸ Rafa'al, M. (2022). Jama'ah Tabligh Dan Dakwah: Strategi Pembinaan Akhlak Pada Remaja Muslim di Desa Tabahidayah Kabupaten Halmahera Selatan Provinsi Maluku Utara. *MANDAR: Social Science Journal*, 1(2), 157-164.

Iqdam mengemas metode dakwahnya menggunakan bil hikmah dan mauidhah hasanah, dengan strategi yang lebih dominan pada pendekatan sentimental. Strategi sentimental ini memanfaatkan gerakan batin atau hati dalam memberi ajakan dan nasihat kepada mad'u.

Selain itu, Gus Iqdam juga menerapkan strategi dakwah yang disesuaikan dengan kondisi mad'unya. Misalnya, saat menerapkan strategi dakwah sentimental, ia menggunakan komunikasi persuasif dan gaya bicara modern yang mudah dipahami. Strategi ini dapat memicu emosi dan kesenangan batin mad'u, memberikan nasihat yang mengesankan, dan mengajak secara bersama. Kelembutan ini merupakan cara bagi seorang da'i (komunikator) untuk memberikan teladan yang baik kepada mad'unya (komunikan), sehingga mad'u dapat meniru sikap dan perilaku tersebut.

2. Efek Dakwah Gus Iqdam Terhadap *Audiens*

Dakwah yang dilakukan oleh Gus Iqdam, khususnya melalui *platform* YouTube di kanal Gus Iqdam *Official* menunjukkan dampak yang signifikan terhadap *audiens*, terutama kalangan remaja. Berdasarkan temuan ini, ada dua efek utama yang dihasilkan dari dakwah Gus Iqdam antara lain efek kognitif dan efek efektif. Satu efek utama dari dakwah Gus Iqdam adalah peningkatan pemahaman dan pengetahuan agama *audiens* sedangkan efek efektif berkaitan dengan sikap emosi dan penilaian seseorang. Para *audiens* melaporkan bahwa mereka dapat memahami

dengan baik pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Ini menunjukkan bahwa metode penyampaian Gus Iqdam efektif dalam menyampaikan pengetahuan agama yang penting dan relevan dengan cara yang mudah dipahami oleh remaja.

Selain pemahaman dasar, para *audiens* juga merasa bahwa mereka memperoleh pengetahuan agama yang lebih mendalam. Konten yang disajikan oleh Gus Iqdam tidak hanya bersifat informatif tetapi juga mendidik, sehingga membantu remaja untuk lebih mengerti dan menghayati ajaran agama mereka. Efek dakwah Gus Iqdam juga terlihat dari respon *audiens* dalam ungkapan syukur dan harapan doa yang di tulis *audiens* dalam komentar channel Youtube Gus Iqdam *Official*.

Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dari dakwah tersebut, adapun efek dakwah yang disampaikan menunjukkan bahwa respon yang diberikan apabila *audiens* merasa terharu dan sedih setelah menonton konten tersebut. Selain peningkatan frekuensi ibadah, para *audiens* juga mengungkapkan bahwa mereka lebih berusaha untuk mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah Gus Iqdam berhasil menanamkan semangat dan dorongan untuk hidup sesuai dengan ajaran agama, yang tercermin dalam perilaku sehari-hari para remaja. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah yang dilakukan oleh Gus Iqdam melalui YouTube memberikan efek yang sangat positif bagi kalangan remaja. Dengan adanya peningkatan pemahaman agama dan perubahan perilaku yang lebih baik, dakwah Gus Iqdam tidak

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan peneliti tentang “Strategi Dakwah Gus Iqdam Di Era Digital (Studi Kasus Channel Youtube Gus Iqdam *Official*)” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan strategi dakwah Al-Bayanuni, strategi dakwah yang diterapkan oleh Gus Iqdam melalui saluran YouTube-nya menunjukkan keberhasilan dalam menggunakan strategi sentimental dan rasional dalam menyampaikan pesan dakwah. Gus Iqdam menggunakan pendekatan emosional dalam video ceramahnya untuk menjangkau hati dan perasaan *audiens* (mad'u). Pendekatan ini membantu menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan penonton, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima dan dihayati.

Gus Iqdam juga menggunakan pendekatan rasional dalam ceramahnya di YouTube. Video-video ceramah tersebut dirancang untuk mendorong pendengar berpikir, merenung, dan mengambil pelajaran. Dengan menggunakan argumen yang logis dan penjelasan yang mendalam, Gus Iqdam mampu memengaruhi cara berpikir *audiensnya* dan mengajak mereka untuk mempertimbangkan pesan dakwah secara lebih kritis. Selain strategi sentimental dan rasional, Gus Iqdam juga menerapkan strategi indrawi dalam menyampaikan pesan dakwah di *platform* YouTube. Penggunaan visual dan audio yang menarik, serta penyajian konten yang

interaktif, membantu meningkatkan daya tarik video dan membuat pesan dakwah lebih mudah diingat oleh penonton.

2. Berdasarkan efek kognitif dan efek behavioral yang dikemukakan oleh Moh. Ali Aziz, dakwah Gus Iqdam terbukti efektif dalam beberapa aspek berikut. Dakwah Gus Iqdam berhasil meningkatkan pemahaman dan pengetahuan agama di kalangan remaja. Banyak remaja yang mengikuti ceramahnya melaporkan bahwa mereka dapat memahami pesan-pesan yang disampaikan dengan baik. Ceramah Gus Iqdam yang informatif dan mendidik membantu remaja menghayati ajaran agama dengan lebih mendalam dan komprehensif.

Hal ini menunjukkan bahwa dakwahnya efektif dalam memberikan pengetahuan agama yang lebih luas kepada *audiens*. Dakwah Gus Iqdam mendorong perubahan positif dalam perilaku keagamaan remaja. Banyak informan yang menyatakan bahwa mereka menjadi lebih rajin beribadah setelah mengikuti ceramah Gus Iqdam. Remaja yang terpengaruh oleh dakwah Gus Iqdam menunjukkan peningkatan frekuensi ibadah dan lebih berusaha mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah Gus Iqdam berhasil menanamkan semangat dan dorongan bagi remaja untuk hidup sesuai dengan ajaran agama, yang tercermin dalam perilaku sehari-hari mereka.

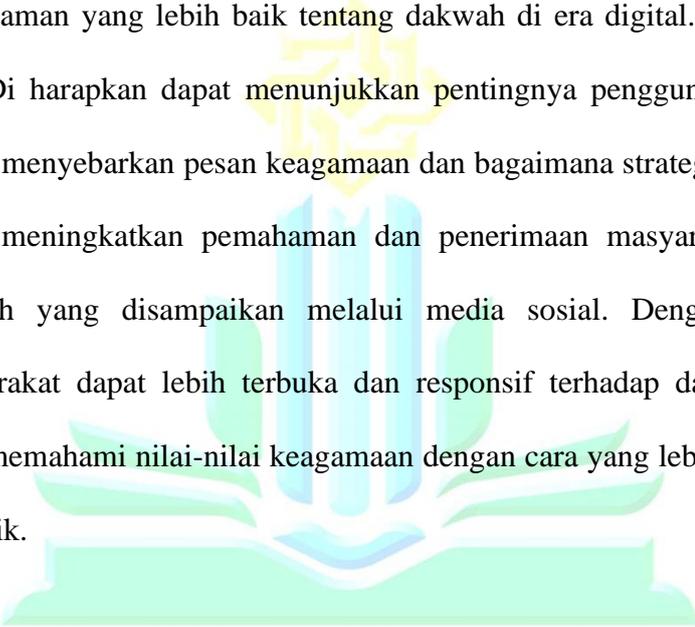
B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan rekomendasi dan pandangan mengenai strategi kreatif yang diterapkan oleh Gus Iqdam dalam menyajikan konten dakwah sebagai berikut :

1. Bagi Gus Iqdam, dapat optimal dalam memanfaatkan seluruh *platform* media sosial yang dimilikinya, tidak hanya terbatas pada YouTube, tetapi juga memperluas kehadiran ke *platform* lain seperti Instagram, TikTok, dan Twitter. Tentu saja, hal ini akan didukung oleh sebuah tim yang bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial tersebut.
2. Bagi peneliti, Di harapkan untuk lebih banyak mengkaji sumber dan referensi terkait dakwah digital. Terutama dalam proses analisis, disarankan menggunakan teknik yang berbeda agar hasil penelitiannya bisa lebih baik dan komprehensif. Selain itu, peneliti selanjutnya perlu mempersiapkan pengambilan dan pengumpulan data dengan matang. Akan lebih baik jika melakukan wawancara langsung untuk mendapatkan data yang lebih aktual dibandingkan hanya mengandalkan data rekaman dari internet.
3. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini Di harapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang dakwah di Era Digital serta startegi-strategi yang digunakan seorang da'i dalam berdakwah di era digital. Penelitian ini khususnya bermanfaat bagi pelajar atau mahasiswa yang berada di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, agar mereka dapat

mempersiapkan inovasi-inovasi dalam dakwah yang sesuai dengan perkembangan teknologi terkini.

4. Bagi masyarakat, Di harapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dakwah di era digital. Penelitian ini juga Di harapkan dapat menunjukkan pentingnya penggunaan teknologi dalam menyebarkan pesan keagamaan dan bagaimana strategi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap dakwah yang disampaikan melalui media sosial. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih terbuka dan responsif terhadap dakwah digital, serta memahami nilai-nilai keagamaan dengan cara yang lebih relevan dan menarik.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam, Muliaty Amin, K. T. (2020). *Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)*. Jurnal Washiyah, 1(3), 653–665. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>
- Ahyar, D. B., Akhyar, R. M., Supriyatno, T., Romdhoni, P., Tahir, M., Wibisono, I., Alam, A. S., Hakim, M. F., & Falimu. (2022). *Strategi dakwah multikultural*. In *Dakwah Multikultural*.
- Aisyatul Mubarakah, Alif Albian, & Andhita Risko Faristiana. (2023). *Strategi Dakwah Bil Lisan Gus Iqdam dalam Meningkatkan Religiusitas Mad'u Melalui Majelis Ta'lim Sabilu Taubah*. Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora, 4(2), 112–122. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v3i3.117>
- Anisa Citra Sasabila. (2022). *Strategi Kreatif Kanal Youtube Viva Digital Venture Company (Vdvc) Religi Dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Program Kata Ustadz*. In *Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Anisa Listiana. (2022). *Filsafat Dakwah*. Kudus : Media Ilmu.
- Arifin Zain, Maimun, M. F. (2017). *Identifikasi Ayat-Ayat Dakwah*. Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam, 1(2), 176.
- Aziz Ali Moh. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Kencana.
- David. (2002). *Manajemen Strategis : Konsep*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ervina Rahmawati, Yuni Pujiati, Laila Turahmi, Aji Pangestu, M. P. (2023). *Strategi Pengelolaan Zakat Dalam Pemberdayaan Umat*. Jurnal Locus:Penelitian & Pengabdian, 2(2), 190. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i2.887>

- Fatikah, F., Muslimin, E., & Widoyo, A. F. (2023). *Strategi Periklanan Busana Muslim Aflaha Hijab Expert Syar'i Sebagai Media Komunikasi Dakwah. Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(1), 265.
- Ferdinand Salomo, Andi Ardhila Wahyudi, M., Hamdana Hadaming, Ms., Ernawati, Ms., Gadis Deslinda, Ms., Editor, P., & Nugroho Susanto Putro, A. (2023). *Memaksimalkan Potensi Youtube sebagai Guru Virtual*.
- Fitriana, A. Z. (2020). *Implementasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial YouTube di Yayasan Masjid Menara Makam Sunan Kudus (Studi Kasus Channel Menara Kudus)*. IAIN Kudus.
- Gyta Rastyka Dhela. (2020). *Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Kotler, P. (1994). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lilik Jauharotul Wastiyah. (2020). *Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan)*. Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah , 3(1).
- Mahmud Yunus Daulay, N. R. A. (2022). *Pengajian-Pengajian Muhammadiyah Dan 'Aisyiyah. ... Islami: Jurnal Pendidikan ...*, 11(1), 825–840.
<https://doi.org/10.30868/ei.v11i01.1577>
- Muh. Ruslan Zamroni. (2023). *Dakwah Melalui Humor ala Gus Iqdam*. Jurnal Sains Student Research, 1(2), 170–181. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.125>
- Mustika, D. (2029). *Metode Dakwah Rasulullah SAW Dalam Menyehatkan Ummat*. Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 2(2), 423–451.

- Permatasari, C., Yahya, M. W., & Siddiq, A. A. (2023). *Analisis Swot Strategi Dakwah dalam Media Sosial TikTok*. Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication, 3(2), 371–379. <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v3i2.9329>
- Pramesta Arvi Putri, D. D. (2023). *Analisis Resepsi Masyarakat Terhadap Konten Youtube Cokrotv Segmen Logika Ade Armando: Hentikan Pameran Kemewahan*. UPN Veteran Jatim.
- Puji Rahayu. (2019). *Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak*. Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab.
- Rafa'al, M. (2022). *Jama'ah Tabligh Dan Dakwah: Strategi Pembinaan Akhlak Pada Remaja Muslim di Desa Tabahidayah Kabupaten Halmahera Selatan Provinsi Maluku Utara*. MANDAR: Social Science Journal, 1(2), 160. <https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandarssj/article/view/2289%0Ahttps://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandarssj/article/download/2289/1124>
- RI, P. B. D. P. N. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Balai Pustaka.
- Saputra, A. (2022). *Strategi Evaluasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Smp*. Genta Mulia: Jurnal Ilmiah Pendidikan, 13(2), 79. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm/article/view/861%0Ahttps://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm/article/download/861/811>
- Sunarto, K. S. (2022). *Dakwah Islam Dan Implementasinya Terhadap Bimbingan Dan Konseling Islam*. JKaKa Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam, 2(2), 70–89.
- Supardi, S. M. (2020). *Strategi Dakwah Badiuzzaman Said Nursi Dalam Novel Api Tauhid Karya Habiburrahman El Shirazy*. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah, 1(1), 50.

- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). *Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan*. *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, *XII*(2), 210–234.
<https://inet.detik.com/cyberlife/d->
- Uswatun Niswah, Nurbini, A. Z. (2023). *Strategi Dakwah Kiai Akhid Ismani Dalam Meningkatkan Religiusitas Masyarakat Tlogoharum Pati*. *3*(1), 17.
- Waryono Abdul Ghafur. (2014). *Dakwah Bil-Hikmah Di Era Informasi Dan Globalisasi Berdakwah Di Masyarakat Baru*. *Jurnal Ilmu Dakwah*, *34*(2), 236–258.
- Yanti, N., & Ridayanti. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, *2*(2), 2442.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kharisma Fitrotul Hidayah
NIM : 204103010033
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan yang sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 29 Mei 2024

Saya yang menyatakan



Kharisma Fitrotul Hidayah

NIM : 204103010033

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Judul Penelitian	Variabel	Sub variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Dakwah Kreatif Gus Iqdam Di Era Digital (Studi Kasus Channel Youtube Gus Iqdam <i>Official</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Strategi Dakwah Kreatif Era digital Youtube 	<ol style="list-style-type: none"> Strategi Dakwah <i>channel youtube</i> Efek Dakwah 	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian Strategi dakwah Bentuk-bentuk Strategi dakwah <ol style="list-style-type: none"> Kategori-kategori Efek dakwah 	<ol style="list-style-type: none"> Ceramah Muhammad Agus Iqdam Kholid dalam <i>Channel Youtube Gus Iqdam Official</i> Penonton channel dan penonton yang memberikan komentar dalam <i>channel youtube gus iqdam Official</i> Dokumentasi 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan Penelitian kualitatif deskriptif Jenis penelitian Metode Pengumpulan Data <ol style="list-style-type: none"> Observasi Dokumentasi Wawancara Teknik Analisis Data <ol style="list-style-type: none"> Reduksi data Penyajian data Penarikan kesimpulan Keabsahan Data <ol style="list-style-type: none"> Ketekunan Pengamatan Kecukupan Referensi 	<ol style="list-style-type: none"> Apa saja strategi dakwah kreatif yang digunakan Gus Iqdam di channel YouTube Gus Iqdam <i>Official</i>? Bagaimana efek dakwah kreatif Gus Iqdam terhadap <i>audiens</i>, terutama kalangan remaja?

Lampiran 2

HASIL DOKUMENTASI



Gambar 1

Efek Dakwah Efektif



Gambar 2

Efek Dakwah Efektif



Gambar 3

Efek Dakwah Efektif



Gambar 4

Efek Dakwah Efektif



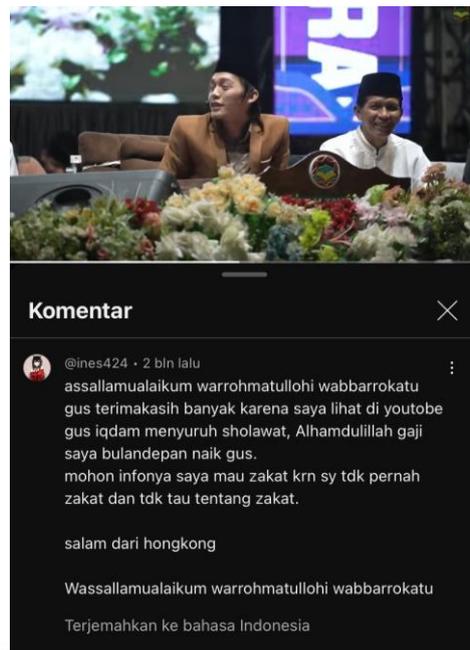
Gambar 5

Efek Dakwah Efektif



Gambar 6

Efek Dakwah Efektif



Gambar 7

Efek Behavioral



Gambar 8

Efek Behavioral

BIODATA PENULIS



C. Biodata Pribadi

Nama : Kharisma Fitrotul Hidayah
 Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 12 Desember 2001
 Alamat : Ds. Sumengko RT. 10 RW. 02 Kec. Duduksampeyan
 Kab. Gresik
 Email / No. Telp. : kharismafitrotulhidayah@gmail.com / 085866084583
 NIM : 204103010033
 Fakultas : Dakwah
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

D. Riwayat Pendidikan

1. TK Muslimat NU 71 Tarbiyatus Shibyan
2. MI Tarbiyatus Shibyan
3. MTsN Gresik
4. MAN 1 Gresik
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

E. Pengalaman Organisasi

1. Organisasi Daerah IKMAMEBA
2. HMPS KPI