

SKRIPSI
OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA
DIGITAL STUDI PADA YOUTUBE HANIF LUTHFI

Oleh

Isna Yufita Hamdalah

NPM 1703060010



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO LAMPUNG
TAHUN 1444 H/2023 M

**OPTIMALISAI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL
DI ERA DIGITAL STUDI PADA YOUTUBE HANIF LUTHI
SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**



Oleh :

Isna Yufita Hamdalah

NPM : 1703060010

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing 1 : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I

Pembimbing 2 : Anton Widodo, M.Sos

**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
TAHUN 1444 H/2023 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA
DIGITAL
Nama : Isna Yufita Hamdalah
NPM : 1703060010
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Dosen Pembimbing I,


Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Dosen Pembimbing II,


Anton Widodo, M.Sos.I
NIDN.2007059201



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor :-
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk Dimunaqosyahkan Skripsi**
Saudari Isna Yufita Hamdalah

Yth. Dekan Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah
IAIN Metro
di_

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Isna Yufita Hamdalah
NPM : 1703060010
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul Skripsi : OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.


Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 2 Juni 2022

Dosen Pembimbing I,


Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 19770218200032001

Dosen Pembimbing II,


Anton Widodo, M.Sos
NIDN.2007059201

Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI,

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 19770218200032001



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: B-0050/1n.20.4/D/PP.00.9/01/2023

Skripsi dengan judul: Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Digital Pada Studi Channel Youtube Hanif Luthfi, disusun oleh Isna Yufita Hamdalah, NPM 1703060010 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), telah diujikan dalam sidang munaqosyah di Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah pada hari/tanggal: Senin, 26 Desember 2022 di Ruang Sidang FUAD.

TIM PENGUJI:

Ketua Sidang : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I

Penguji I : Muhajir, M.Kom.I

Penguji II : Anton Widodo, M.Sos

Sekretaris : Zunaidi Nur, M.Ag



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah



Dr. Akla, M.Pd
NIP. 196910082000032005

ABSTRAK

OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL STUDI PADA YOUTUBE HANIF LUTHFI

Oleh :

ISNA YUFITA HAMDALAH

Perubahan zaman yang semakin maju dan canggih mengubah cara dakwah di era sekarang, yaitu era digitalisasi dimana semua aktivitas mengandalkan media sosial, sehingga dakwah melalui media sosial youtube merupakan cara yang dilakukan oleh da'I dalam memanfaatkan teknologi digital di era dimana masyarakat yang berdampingan dengan media sosial, dikarenakan perubahan zaman semakin majuh da'I dituntut untuk mampu menyesuaikannya dan memanfaatkan media sosial sebaik mungkin dalam aktivitas dakwah agar pesan yang disampaikan mampu optimal. Salah satunya channel youtube milik ustad Hanif Luthfi, namun dakwah di media sosial youtube dilakukan secara tidak langsung, maka pentingnya da'I memahami optimalisasi dalam berdakwah di media sosial youtube.

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengkaji lebih dalam bagaimana pengoptimalan penggunaan media sosial youtube dalam berdakwah, dan menemukan teori dan konsep baru maupun yang sudah ada sebelumnya tentang dakwah di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berjenis lapangan dengan teknik pengumpulan data triangulasi dari wawancara, dokumen, jurnal yang mendukung keabsahan sebuah data. Sumber data-data tersebut dianalisis secara induktif.

Hasil penelitian yaitu ini untuk dapat optimal dakwah di media sosial youtube, da'I perlu memiliki ilmu kegamaan islam yang luas sehingga pesan yang disampaikan benar sesuai hadis, Al-Qur'an dan sumber pendukung lainnya, dengan memerhatikan metode yang digunakan, metode *bil-lisan* sudah termasuk cara yang optimal dalam menyampaikan pesan di media sosial youtube, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan penguasaan dalam memahami konten video.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isna Yufita Hamdalah
NPM : 1703060010
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuludin Adab dan Dakwah

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 6 Desember 2022

Yang menyatakan


Isna Yufita Hamdalah

1703060010

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (QS.AN-NAHL:125).

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur dan kehadiran Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua saya Abi Anwar Hamami dan Bunda Elmi Rosita yang selalu mendukung, memotivasi dan mendoakan saya. Terima kasih atas segala cinta kasih sayang, kesabaran dalam mendidik saya dan pengorbanan serta, doa yang selalu ditujukan kepada saya.
2. Umiku tercinta yang sudah bahagia di surganya Allah, saya persembahkan untuk beliau yang selalu ada di dalam hati saya, terima kasih sudah melahirkan saya seorang anak yang tumbuh menjadi perempuan yang tangguh.
3. Kakak kandung saya Aulia Rahman Bil Faqih yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
4. Semua saudara saya, Om aun, Cik Ana, Talitha, Mimi, yang memberikan semangat dukungan kepada saya dan mendoakan saya, terima kasih kepada kalian yang sudah memberikan tempat yang nyaman dan rumah yang hangat kepada saya.
5. Teman-teman seperjuangan KPI A yang sudah menemani perjuangan ini selama masa kuliah sampai merasakan kebersamaan dalam menyelesaikan skripsi hingga wisuda.
6. Semua dosen FUAD yang memberikan ilmu bermanfaatnya saat saya duduk diperkuliahan, yang selalu memotivasi saya untuk semangat dan menjadi insan yang bermanfaat, dan untuk dosen pembimbing skripsi saya bu Astuti dan pak

Anton, terima kasih atas semua arahannya, semoga isna bisa menjadi orang sukses dan bermanfaat untuk masyarakat.

Terima kasih saya ucapkan kepada semua orang yang telah berjasa dalam penyelesaian penelitian ini. Semoga kita semua termasuk kedalam orang-orang yang diberikan kemudahan menuju surga-Nya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidaya serta pertolongan-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan skripsi untuk judul skripsi “Optimalisasi Dakwa Melalui Media Sosial di Era Digital Studi Pada Youtube Hanif Luthfi”. Sholawat serta salam untuk baginda agung Nabi Muhammad SAW, yang dapat membawa kita dari jaman yang gelap menuju jalan yang penuh dengan cahaya saat ini.

Kegiatan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua saya, yang memberikan dukungan dan doa, terima kasih kepada, Rektor IAIN Metro Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag dan Dekan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Dr. Akla, M.Pd serta Pembimbing I Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag, M.Sos.I dan Pembimbing II Anton Widodo, M.Sos yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan kegiatan penelitian skripsi ini dengan penuh ilmu yang berharga. Serta seluruh jajaran staf dan civitas akademika yang telah membantu banyak dalam kegiatan penelitian skripsi

Penulis menyadari adanya kelemahan dan kekurangan dalam kegiatan penelitian skripsi ini, kritik dan saran yang bersifat membangun diterima oleh penulis dengan lapang dada. Semoga hasil kegiatan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu.

Metro, 6 Desember 2022

Penulis



Isna Yufita Hamdalah

1703060010

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relavan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Optimalisasi Dakwah.....	10
1. Pengertian Optimalisasi.....	10
2. Mengoptimalkan Dakwah	12
3. Khalayak, Konten Video, Interaksi Aspek Penting	13
B. Dakwah Tinjauan Umum	17
1. Pengertian Dakwah	17

2. Memahami Tujuan dari Dakwah.....	20
3. Materi yang Digunakan dalam Berdakwah.....	21
4. Metode dalam Berdakwah.....	23
C. Dakwah di Media sosial	27
1. Pengertian Umum Media Sosisal	27
2. Pengertian Media Sosial youtube.....	31
3. Prinsip-Prinsip Dakwah di Media Sosial	33
D. Dakwah di Era Digital.....	36
1. Pengertian Umum Era Digital.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	42
B. Sumber Data.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	44
D. Teknik Penjaminan Keabsahan Data	46
E. Teknik Analisis Data.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Video Ceramah Hukum Jual Beli Emas Secara Kredit dan Secara Online dan Jual Beli Emas Kredit Secara Online	50
B. Metode yang Digunakan Ustad Hanif Luthfi Agar Pesan Dakwah Mampu Optimal di Media Sosial Youtube	63

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	71
B. Saran.....	72

JADWAL PELAKSANAAN PENELITIAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Waktu Pelaksanaan Penelitian
- Lampiran 2 Alat Pengumpulan Data (APD)
- Lampiran 3 Outline
- Lampiran 4 Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5 Izin Pra-Survey
- Lampiran 6 Izin Research
- Lampiran 7 Surat Uji Turnitin
- Lampiran 8 Foto
- Lampiran 9 Formulir Konsultasi Bimbingan

BAB I

PEN DAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah di era digital atau segala kegiatan serba menggunakan media sosial, mengharuskan pendakwah dalam memanfaatkan media, terutama media baru. Saat ini hampir seluruh belahan dunia menggunakan internet dalam mencari informasi, jual beli barang, mengirim informasi dan membaca melalui internet. Perkembangan dan kemajuan teknologi mengubah cara pandang masyarakat dan cara berkomunikasi. Di dalam berdakwah tentunya terdapat yang namanya proses perpindahan yaitu upaya media, tujuan dan metode yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau materi dakwah, sehingga mengalami perubahan dari cara berdakwah, maupun media yang digunakan, pada zaman nabi Muhammad SAW hingga di zaman era digital saat ini, sesuai dengan keadaan dan situasi sosial budaya yang berkembang, berkaitan dengan hal tersebut banyaknya dakwah atau ceramah melalui media sosial youtube atau istilah lain ceramah secara virtual (secara tidak langsung) bisa juga acara dakwah yang diadakan secara langsung namun juga disiarkan secara *live streaming* pada aplikasi media social youtube, tanpa adanya proses editing atau bisa juga, saat ceramah direkam kemudian di *upload* pada media social youtube, contohnya pada dakwah Ustad Hanif Luthfi.

Dinamika berdakwah dari zaman dulu hingga di era digital, berdakwah di youtube menjadi salah satu bukti kemajuan dalam menyiarkan ajaran islam, sebagai bukti dari perubahan ruang dan waktu yang terus mempengaruhi cara berdakwah, metode yang dilakukan, hingga karakteristik dalam menyampaikan dakwah. Jika dilihat dari cara Da'I berdakwah di youtube dengan tampilan berupa video yang sudah mereka edit terlebih dahulu, ketika ustadz menyampaikan dan menjelaskan materi, dapat menampilkan sebuah teks tulisan yang mempermudah audiens dalam memahami materi yang disampaikan. Hal ini pernah dilakukan oleh ustad Hnif Luthfi dalam video ceramahnya yang berjudul Jual Beli Emas Secara Kredit dan Jual Beli Emas Secara Online, video tanggapan Hanif Luthfi terhadap isu-isu yang sebagian terjadi, dan beragam tema dakwah yang sedang terjadi, dengan menggunakan alat berupa media sosial youtube, akan menjadi cara terbaru dakwah di era serba digital, akan tetapi berdakwah di youtube ada beberapa hal yang menyebabkan kurangnya optimal seperti mad'u tida mampu bertemu da'I secara langsung, ataupun tidak bisa bertanya secara langsung.

Hanif Luthfi,Lc.,M.Ag seorang aktifis dakwah yang bersekolah di pondok pesantren Tajul Ulum Babo Tanggunharjo Grobongan Jawa Tengah, denagn lulusan S1 Jamiah al-imam Muhammad bin Saud al-Islamiyyah Jakarta Fakultas Syariah Pebandingan Madzhab dan S2 Institut Ilmu al-Qur'an Jakarta Prodi Syariah, dengan berlatar belakang santri dan pendidikan syariah menjadikan Hanif Luthfi sebagai da'I yang melakukan dakwah tidak hanya secara langsung, namun juga berdakwah melalui media sosial Youtube, Hanif

Luthfi membangun channel youtubanya secara individu dan konsisten Hanif Luthfi lakukan, dengan melihat perkembangan zaman menuntutnya untuk lebih bisa memanfaatkan kemajuan teknologi era digital, dan mengemas pesan dakwah berupa konten-konten video youtube, secara tidak langsung menjadi kelebihan pada peningkatan atau optimalisasi pesan dakwah era digital.

Deskripsi yang terdapat dalam channel miliknya bertuliskan “Pembelajaran Ilmu Syar’I”, yang menjelaskan secara singkat bahwa video milik Hanif Luthfi membahas hukum-hukum syar’I yang bergabung atau terjun di dunia youtube pada tanggal 29 november 2010, dengan jumlah 388.390 kali ditonton oleh pemirsa pengguna youtube. Jumlah pengikut saat ini per tanggal 7 januari yaitu 4,46 ribu dan 238 video yang terdapat pada channel youtube Hanif Luthfi Official. Sehingga kemajuan teknologi di era digital ini menuntut Hanif Luthfi untuk mampu memanfaatkan media social youtube dalam menyebarkan pesan dakwah dengan jangkauan lebih luas lagi, hal ini mampu menimbulkan rasa dilema dalam artian mengoptimalkan dakwah di media sosial youtube tidaklah mudah, yang memiliki beragam kendala, untuk itu Hanif Luthfi menggunakan metode tertentu yang cocok dalam mengoptimalkan dakwah melalui media sosial youtube di era digital saat ini.

Hanif Luthfi dengan sikap optimis dan konsisten membuatnya mahir dalam memanfaatkan media sosial dalam berdakwah, mulai dari memahami fitur-fitur yang ada pada youtube, mengoperasikan youtube, mengemas pesan dakwah dengan konten video yang, hanif luthfi rekam sendiri dan mengeditnya sendiri. Sehingga membuatnya memiliki subscriber yang terbilang cukup banyak untuk da'I yang kurang populer jika dibandingkan dengan Hanan Ataki dan Adi Hidayat. Hanif Luthfi dengan dibekali ilmu agama yang mumpuni dan berlatar belakang pendidikan agama islam, membuatnya konsisten dan pesan dakwah yang disampaikan efektif

Dakwah di era digital saat ini, mampu disebarkan atau disampaikan lewat beragam cara dan beragam media. Diantaranya yaitu yang dikenal pada era sekarang yaitu media sosial, di zaman saat ini media sosial menjadi gejala yang semakin meluas, media sosial yang berbentuk sebuah aplikasi seperti Youtube mampu memberikan informasi bagi masyarakat luas, seperti ceramah, kajian-kajian dakwah, konten Islami, podcast Islami, komik bernuansa Islam, dan masih banyak lagi informasi yang berbentuk konten-konten yang ada pada youtube, tentu youtube sangat praktis dan efektif jika dimanfaatkan sebaik mungkin dalam berdakwah di era digital saat ini dan demi kepentingan umat beragama.

Youtube tentunya memiliki keunggulan dan kekurangan, sehingga pendakwah harus mampu meningkatkan dakwah agar optimal dan efektif, keunggulan Youtube ini mampu menjangkau seluruh usia, dari kalangan anak muda, remaja hingga lansia, hingga berbeda lokasi. Hal ini memudahkan

masyarakat untuk mendapatkan ajaran agama islam, tidak usah berusaha payah datang jau-jauh ke majlis taklim cukup membuka youtube. Namun karena youtube ruang bebas, ada banyak da'I dari kalangan orang biasa tanpa dibekali pengetahuan agama islam, sehingga banyaknya video ceramah yang membid'ahkan ajaran-ajaran agama islam seperti tidak adanya tahlil dan yasin, video ceramah ini banyak bermunculan di Youtube, selain itu ada beberapa orang sebut saja pihak ketiga yang merekam video ceramah tidak jelas keaslian sumbernya, kemudian dipublikasi kembali dengan keterangan yang berbeda, hal ini tentunya dapat menimbulkan perdebatan dan perpecahan, maka pentingnya seorang da'I untuk mengarahkan mad'u pada konten ceramah yang baik dan jelas sumbernya. Kemudahan dalam mengakses youtube, ditambah dengan lebar, dan luasnya koneksi internet masyarakat mampu dengan mudah mengakses kajian dakwah di youtube, tanpa melihat dengan jelas sumber keasliannya.

Oleh karena itu penulis tertarik lebih jauh untuk meneliti dengan judul skripsi Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Digital Studi Pada Akun Youtube Hanif Luthfi, sehingga bagaimanakah cara da'I meningkatkan atau mengoptimalkan pesan dan aktivitas dakwahnya agar tetap lancar sesuai dengan visi dakwah dengan menggunakan media sosial youtube, pada channel youtube Hanif Luthfi, agar da'I yang hendak terjuan di media sosial tetap semangat, konsisten dalam meningkatkan pesan dakwah tidak hanya secara langsung namun juga secara maya.

Dalam sebuah jurnal mengenai menakar efektivitas dakwah melalui media sosial karya wahyuddin menjelaskan bahwa di sebuah wawancara seorang da'I, beliau berkata bahwa yang menjadi tantangan dakwah melalui media sosial adalah soal bagaimana mubaligh (pendakwah) mampu kreatif dan kreasi serta mampu mengoptimalkannya agar dakwah yang disampaikan menarik perhatian mad'u, dikarenakan media sosial akan menjadi tantangan dalam aktivitas dakwah, jika da'I tidak mampu mengoperasikan media sosial secara baik maka itu bisa menjadi tantangan tersendiri karena tidak bisa menguasai media sosial. Contohnya saja seorang da'I kurang memahami akan penggunaan media sosial youtube, menjadi salah satu bukti dari tantangan dakwah melalui media sosial di era digital, seharusnya memang da'I dan aktivitas dakwah lainnya seperti tausiyah, ceramah melakukan aktivitasnya yang mampu menguasai teknologi informasi atau aplikasi media sosial youtube dan sebagainya, agar dakwah yang dilakukan mampu secara optimal kemudian tersampaikan pada khalayak. Dapat dijelaskan bawah menggunakan media sosial youtube dalam berdakwah tidak bisa dimanfaatkan dengan sebesar-besarnya atau penuh dakwah dilakukan lewat media sosial bagi kesuksesan dakwah. Peneliti mengambil contoh sebuah msaah yang terjadi pada seorang da'I yaitu Muhammad Kece dalam konten videonya berisikan ajaran agama Islam namun tidak sesuai dengan ajaran agama Islam yang *shalih li kulli zaman wa makan dan habullu minallah wa habllu minannas* , dan ia melakukan penistaan agama dengan memplesetkan ucapan salam

“assalamuallaikum warrahmatuyesus wabarakatu” ia juga menyebut bahwa ajaran nabi Muhammad SAW tidak benar.

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi dalam sebuah pertanyaan rencana penelitian sebagai berikut:

Bagaimana mengoptimalkan dakwah melalui media sosial di era digital ?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Adapaun kegiatan penelitian bertujuan yaitu:

- a. Menemukan langkah atau cara dalam mengoptimalkan atau meningkatkan pesan dakwah melalui video-video yang ada pada youtube, sehingga dapat memudahkan da'I dalam menyampaikannya

2. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan di atas maka kegiatan penelitian ini memiliki manfaat yang diharapkan dapat membantu memecahkan permasalahan yang ada, yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih dalam bidang dakwah melalui media sosial youtube, khususnya pengoptimalan atau efektifitas dakwah melalui media sosial.

b. Manfaat Praktis

Kegiatan penelitian ini dapat dijadikan materi dalam kegiatan pembelajaran di instansi ataupun perguruan tinggi dan sebagai bahan pertimbangan yang mampu membantu masyarakat ataupun mahasiswa dalam menganalisis permasalahan yang ada.

D. PENELITIAN RELAVAN

Bagian peneliti relavan ini berisikan uraian secara terstruktur dan sistematis tentang hasil dari penelitian terdahulu atau *prior research* yaitu permasalahan yang akan dibahas, dihubungkan baik dari isi maupun judul penelitian tersebut, dengan membandingkannya bertujuan untuk menemukan persamaan dan perbedaannya. Adapun pencarian rencana penelitian ini menemukan beberapa peneliti terdahulu yang berkaitan dengan optimalisasi dakwah melalui media sosial di era digital:

1. Dakwah Melalui Media Sosial Youtube ditulis oleh Evi Novitasari, jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Skripsi ini mengkaji dakwah yang dilakukan melalui media sosial youtube menganalisa media siber dalam etnografi virtual pada channel youtube transformasi Iswahyudin, memiliki perbedaan pada rencana penelitian penulis yang lebih membahas mengenai pengoptimalan media sosial youtube dengan menggunakan analisis deskriptif studi pustaka. Namun dengan kesamaan menganalisis media sosial youtube sebagai media dalam berdakwah

2. Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Taqy Malik (Analisis Semiotika Roland Barthes) ditulis oleh Adita Nuzila Mahira jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Sifuddin Zuhri Purwokerto. Skripsi ini mengkaji konten youtube yang berisi pesan-pesan dakwah yang memudahkan mad'u dalam mendapatkan informasi atau pengetahuan keagamaan yang dikemas oleh ustad Taqy Malik dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Memiliki kesamaan yaitu meneliti pesan dakwah pada channel Youtube seseorang yang sudah ditentukan objek penelitiannya.
3. Pemanfaat Channel youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung) ditulis oleh Gyta Rastyka Dhela, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Intan Lampung. Penelitian skripsi ini mengkaji pemanfaatan media sosial youtube pada akun masjid Addua sebagai media untuk berdakwah dengan menggunakan metode analisis data. Penelitian skripsi ini memiliki kesamaan yaitu dengan kesamaan melihat dan menganalisis pada akun youtube dalam memanfaatkan teknologi yang dinamakan media sosial youtube.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. OPTIMALISASI DAKWAH

1. Pengertian Optimalisasi

Optimalisasi dalam kamus besar bahasa Indonesia merupakan kata yang berasal dari dasarnya optimal yang memiliki arti tertinggi, cara, terbaik, keuntungan, pengoptimalan proses, menjadikan paling baik diantara yang baik, menjadikan paling tinggi, dan sebagainya. Optimalisasi adalah proses mengoptimalkan sesuatu hal menjadi tinggi dan sering dimaknai dengan sebuah ukuran keperluan dari kegiatan yang dilaksanakan. Sedangkan definisi optimalisasi secara umum adalah mencari nilai terbaik dari yang ada dari berbagai bidang konteks atau memaksimalkan fungsi dari sebuah aspek.¹

Optimalisasi menurut Winardi adalah takaran atau ukuran tercapainya sebuah tujuan, optimalisasi dakwah melalui media sosial di era digital ini diharapkan agar bisa meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari aktivitas dakwah tersebut, seperti pada ungkapan Azahru Husain:

Berawal kita harus saling menyebarkan ilmu dan menanamkan kepercayaan kepada pendengar. Setelah itu membuat tim khusus untuk dokumentasi dan menyebarkan di akun media sosial dan juga membuat website yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan di masyarakat. Selain itu membuat konten-konten sesuai dengan kondisi yang ada.²

¹ Muhammad Habibi "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial", *Al-Hikmah Jurnal Dakwah*, vol 12/no1/2018, 105

² Faridatun Nikmah "Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial", *Muasarah Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, vol2/no1/2020, 48

John Wiley dan Sons mendefinisikan optimalisasi merupakan proses untuk memperoleh nilai yang maksimal atau efektif dari suatu fungsi. Maka pengertian optimalisasi dapat disimpulkan bahwa optimalisasi merupakan hasil yang diraih sesuai dengan kemauan, maka optimalisasi adalah sebuah pencapaian dari hasil yang diharapkan secara efisien dan efektif. Dakwah menggunakan sosial media youtube, facebook dan instagram pasti diharapkan penggunaan yang optimal untuk menyebarkan ajaran dakwah dan memberikan kelancaran dalam berdakwah, baik dari segi pesan yang disampaikan maupun tepat sasaran.

Dalam konteks kajian rencana penelitian ini, optimalisasi yang dimaksud yaitu langkah, upaya atau metode yang digunakan untuk mengoptimalkan penyampaian dakwah sehingga mampu diterima secara meluas dan secara cepat, dengan adanya optimalisasi dakwah mampu meningkatkan efektifitas dari aspek biaya, proses dan waktu. Tahapan dalam melakukan optimalisasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan sebuah teknologi informasi yaitu media sosial Youtube, dan teknologi komunikasi lainnya, dikarenakan teknologi dan dakwah tidak bisa dipisahkan, jika berdasarkan pada konsep dakwah kontemporer yang sangat mudah diterima oleh masyarakat masa kini.³

³ Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial", Al-Hikmah jurnal Dakwah, vol12/n01/2018, 105

2. Mengoptimalkan Dakwah

Dakwah itu sendiri memiliki tujuan untuk mempengaruhi dan merubah sikap batin, perilaku masyarakat menjadi individu yang saleh, dengan memberikan pesan-pesan keagamaan ajaran islam supaya berada di jalan yang lurus. Selain itu dakwah mempunyai tujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman dengan berbagai bentuk ajarannya agar diterima dalam cara bertindak, berperilaku, dan cara berpikir.⁴ Penyampaian dakwah sebetulnya tidak hanya dapat diterima dan dipahami oleh mad'u melainkan mampu memberikan *impact* lebih besar dan lebih baik bagi masyarakat berdasarkan kebenaran. Supaya tujuan dakwah dalam penyampaian pesan-pesan dapat dilakukan secara optimal maka perlunya memiliki prinsip seperti sikap profesional da'I, dan metode relevan yang digunakan da'I dalam menyampaikan pesan dakwah.

Optimalisasi dakwah berarti terjadi apabila pesan-pesan dakwah yang disampaikan da'I sampai kepada mad'u dan mad'u mampu memahami serta melakukan ajakan dakwah da'i. Dalam teori komunikasi bahwa dakwah mampu optimal dari bebrapa kemunculan tanda-tanda, yaitu:

- a. Menciptakan perasaan senang, yaitu ketika seseorang menerima pesan, dalam artian mad'u merasakan bahwa ajakan yang disampaikan oleh da'I mampu menimbulkan perasaan senang, menghibur dan ketenangan batin, tidak menyakitkan walaupun

⁴ Suprianto, "Konsep Dakwah Efektif", Mawa'izh, vol 9,no.2,2018,240

sifat tegurannya secara lantang, akan tetapi dakwah tidak termasuk tontonan hiburan dimana da'I tidak harus menjadi pelawak, atau lelucon.

- b. Menimbulkan hubungan yang lebih baik, dalam artian berkomunikasi antara da'I dan mad'u. Hal ini mampu mempererat hubungan da'I dan mad'u agar semakin dekat dan akrab.
- c. Menghasilkan pengertian, yaitu pesan yang disampaikan mampu dimengerti oleh penerima, jadi ketika da'I menyampaikan pesan yang mampu dicermati oleh mad'u.⁵
- d. Memberikan pengaruh kepada sikap mad'u, dalam artian seruan dan ajakan yang disampaikan da'I dalam ceramahnya mampu memberikan pengaruh kepada mad'u, contohnya dari sikap masa bodo dengan lingkungan menjadi peduli dan simpati, dari sikap merasa benar sendiri menjadi mengharagai antar sesama manusia.
- e. Menghasilkan sebuah tindakan, yaitu ketika seorang da'I melakukan dakwah secara terus menerus, sehingga mad'u terdorong tidak hanya pada sikap melainkan melakukan apa yang dianjurkan da'I. Misalnya yang tidak rajin solat menjadi rajin solat, yang bersikap kasar menjadi lemah lembut. Dari semua tanda-tanda optimalnya sebuah dakwah, tanda ini merupakan sebuah keberhasilan dari suatu dakwah.

⁵ Supriyanto, Konsep Dakwah Eefektif, Mawa'izh Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan, vol.9, no.2(2018),243

Dengan demikian, jika seorang da'I melakukan dakwah setiap hari namun mad'u tidak memahami pesan yang disampaikan, melainkan kesal kepada da'I maka akan menimbulkan jarak yang jauh antara keduanya, ajakannya tidak mampu mendorong masyarakat untuk melakukan perintah, ini menjadi salah satu tanda bahwa dakwah tidak optimal, maka unsur komunikasi yang ampuh atau efektif mencangkup penyampaian pesan yang ringan sehingga mudah dimengerti oleh masyarakat. Untuk itu da'I perlunya memahami konsep pemanfaatan konten dalam menyampaikan pesan dakwah di youtube, agar pesan yang disampaikan mampu optimal, selain itu tentunya da'I harus memahami apa itu khalayak di dunia maya, konten video youtube, dan memahami interaksi seperti apa yang ada pada media sosial youtube.

3. Khalayak, Konten Video dan Interaksi Sebagai Aspek Penting dalam Mengoptimalkan Dakwah di Youtube

Menentukan cara terbaik dalam melakukan dakwah di Youtube menjadi hal yang penting bagi da'i, dengan memahami konten video, khalayak sebagai mad'u yang berada di dunia maya, dan kemudian interaksi yang bagaimana yang ada pada kegiatan dakwah melalui Youtube mampu meningkatkan proses penyampaian pesan dakwah.

- a. Khalayak media sosial atau dalam teori komunikasi massa kajian media, kata khalayak merupakan sekelompok atau orang yang menerima pesan, atau khalayak yang mengakses informasi di internet atau media sosial. Sehingga konten dengan khalayak berkaitan erat,

dalam hal ini khalayak ikut terlibat dan menjadi bagian dari produksi konten hingga penyebaran konten.⁶

Kehadiran media sosial memberikan pengertian khalayak dengan media, dalam kata lain da'I dan mad'u termasuk kedalam khalayak dimana da'I sebagai khalayak yang memproduksi informasi dan mad'u sebagai khalayak yang mengakses dan menerima pesan dakwah.

- b. Konten video menjadi cara dalam meningkatkan dakwah di youtube, dan termasuk karakteristik media sosial memiliki istilah *user generetad content* ditunjukan bagi pengguna konten (da'i).⁷ Jordan mengatakan *their own individualized* yaitu pertanda jika media sosial khalayak bukan hanya menghasilkan konten di ruang akan tetapi mengkonsumsi konten yang dihasilkan atau diperoduksi oleh penggunanya. Misalnya seorang da'I menggunakan media sosial youtube untuk berdakwah yaitu berupa konten video, tentunya pada youtube menyediakan fasilitas berupa perangkat pembuat *channel* atau kanal . Jadi da'I harus memiliki *channel* pada akun media sosialnya, baik da'I maupun mad'u harus memilikinya sebab memudahkan dalam mengoperasikan infromasi di youtube. Di channel ini pengguna (da'I) mampu mengunggah video ceramahnya berdasarkan jenis ataupun kategori yang diinginkan, sama halnya dengan akanal stasiun televise yang ada di perangkat Tv. Contohnya Channel Ustad Hanif dengan nama Hanif Luthfi Official, di dalamnya terdapat video ceramah

⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Budaya dan Sosioteknologi*(Bandung, SimbiosisRekatama Media), 85-94

⁷ Ibi., 31

dengan pembahasan yang berbeda beda. Sehingga pentingnya da'I membuat konten video sebagai cara dalam mengoptimalkan dakwah di youtube agar menarik perhatian mad'u sebaga khalayak.

- c. Selanjutnya interaksi, termasuk kedalam karakteristik media sosial namun berbeda dengan interaksi yang terjadi di dunia nyata melainkan interaksi yang berbentuk jaringan antarpengguna, hal ini mampu meningkatkan follower pada akun channel da'I dengan mambangun dan membentuk interaksi da'I denga mad'u yaitu secara sederhananya interkasi yang terjadi di media sosial youtube dengan saling mengomentari atau memberikan like pada konten video da'I.⁸

Da'I juga perlu memahami bahwa video yang di *upload* pada akun media sosial Youtube mampu mendapatkan banyak komentar bukan

Dari pengguna youtube yang memang sengaja mengunjungi channel youtubanya, bisa melalui *platform* lainnya yang mendukung, yaitu ketika da'I mensahre link konten video berupa ceramahnya ke media sosial lainnya.

Bisa diartikan dakwah mampu optimal dengan cara da'I mampu memahami apa itu khalayak media sosial, dan mampu memahami dalam pengelolaan channel youtube dan mampu menggunakan konten youtube untuk menarik perhatian mad'u, serta untuk lebih meningktakan lagi dakwah di youtube penting adanya interkasi yang terjadi antara keudanya, supaya video dakwahnya mampu diakses oleh khlayak luas. Istilah ini

⁸ Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi(Bandung: simbiosis Rekatama Media2020),25

disebut *religion online* atau informasi keagamaan yang ditampilkan secara online yang mengutamakan agama sebagai sebuah pengetahuan atau informasi yang mampu diakses secara online, selain itu muncul istilah *online religion* yang tetpa memiliki perbedaan secara fundamental yaitu, mengarah pada beragama secara online dan lebih mengarah pada kegiatan atau aktivitas keagamaan dilakukan secara online sebagaimana semestinya yang dilakukan dalam dunia aslinya.⁹ Ketika semuanya diberjalan lancar dan konten dakwah mudah menarik perhatian mad'u serta digemari maka dakwah di era digital dapat dikatakan optimal, dengan mampu memahami mad'u sebagai khalayak di media sosial, dan mampu memanfaatkan channel berupa konten video youtube.

B. Dakwah Tinjauan Umum

1. Pengertian Dakwah

Dakwah dari etimologi atau bahasa arabnya yaitu *da'a* yaitu mengajak, *yad'u* yaitu menyeru, serta *da'watun* yakni memanggil. Maksudnya yaitu mengajak umat muslim untuk mengikuti ajaran Islam guna menghindari dari siksa api neraka dan lebih mendekatkan diri pada ajaran-ajaran agama Islam yang bersifat amal ma'ruf nahi mungkar. Warson Munawir, ia menyebutkan arti dari dakwah adalah memanggil umat manusia (*to call*), mengundang (*to invite*) mereka untuk mau

⁹ Moch Fakhruji, *Dakwah Di Era Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media: 2019), 124

mendapatkan ajaran Islam, dan menyeru (*to propose*) dengan berbicara atau terlebih dahulu mengobrol.¹⁰

Cangkupan pengertian istilah dakwah tidak secara terus terang oleh Rasulullah, maka umat Nabi Muhammad bebas merujuk tingkah laku sebagai kegiatan dakwah, berkaitan hal ini, lahirlah beberapa definisi dakwah yaitu:

- a. Dakwah merupakan keinginan yang mengarah memperbaiki permasalahan yang ada di kehidupan.
- b. Dakwah adalah mendakwahi manusia dengan nilai kemanusiaan, tingkah laku, pribadi yang menyeleweng.¹¹
- c. Dakwah merupakan ajakan kepada manusia dengan cara bijaksana, jalan lurus dan benar berdasarkan perintah Allah SWT. Dakwah merupakan ajakan dan mendorong dengan memberikan motivasi untuk umat manusia senantiasa mengikuti dan melaksanakan ajaran Allah SWT yang dibawakan oleh Nabi Muhammad Saw.¹²

Sedangkan menurut terminology yang didefinisikan oleh para ahli mengenai pengertian dakwah itu sendiri

Menurut Prof. Toha Yahya Oamr, M.A. ia menjelaskan bahwasannya manusia memiliki cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

M. Natsir, ia menjelaskan pengertian dakwah yakni suatu usaha dengan menyuarakan atau menarik perhatian dengan suara lalu menyampaikannya secara perorangan, kelompok maupun menyeluruh. Menggubah pandangan dan tujuan hidup umat Islam

¹⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*(Jakarta:Amzah,2009),1

¹¹ Muhammad Sulton, *Desain Ilmu Dakwah*(Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2003),8

¹² *Ibid.*,8

di dunia ini, yang berisikan *al-amar bil al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar*.¹³

Pengertian dakwah dapat dijumpai pada QS.Yusuf ayat 33:

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي
كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ ﴿٣٣﴾

Yang artinya: Yusuf berkata: “Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai dari pada memenuhi ajakan mereka kepadaku.”(QS.Yusuf (12):33)

Bagian dari segi dakwah yang tidak dapat dipisahkan namun mampu dibedakan yaitu, berkaitan dengan isi dan bentuknya, forma, susbtansi dan pesan, cara penyampaian pesan dakwah, esensi, dan metode atau cara, dijelaskan substansi dakwah adalah pesan keagamaan , bahwa agama adalah pesan.¹⁴ Di era digital saat ini, mustahil dakwah masih dengan memakai pengajian majelis ta’lim di masjid atau mushalla. Namun menggunakan media informasi digital atau moderen , mesti harus dimanfaatkan kehadirannya untuk hajat menyampaikan ajaran Islam. Perkembangan zaman membawa perubahan dalam aktivitas dakwah, namun dakwah harus memiliki tujuannya yang jelas dan relavan tujuan dakwah ini bersifat ugensi dikarenakan tujuan dakwah harus diketahui apa yang mau dilakukan oleh seorang da’I agar memiliki makna didalamnya, dua jenis tujuan dakwah yaitu tujuan umun dengan mendakwahi semua

¹³ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*(Jakarta:Amzah,2009),3

¹⁴ Wahyu Ilahi,*Komunikasi Dakwah*(Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2013)17

umat manusia yang beragama atau tidak beragama, dan tujuan khusus dakwah yaitu mengetahui dengan jelas dari kegiatan, alur, metode yang digunakan, dan identitas da'i.¹⁵

2. Memahami Tujuan dari Dakwah

Tujuan dilaksanakannya dakwah adalah untuk memupuk rasa kesadaran, pengertian, menghayati dan pengenalan ajaran agama Islam dan juga mempertahankan kesadaran umat manusia tentang perlunya percaya kepada Allah SWT (tauhid) dan mampu mengamalkan ajaran Islam.¹⁶ Agar aktivitas dakwah dapat efektif, maka perlu merangkum dan menetapkan hasil apa yang hendak diraih, tujuannya bisa meliputi sebagai berikut:

- a. Membimbing mental agama Islam untuk kaum yang baru masuk Islam atau muallaf.
- b. Mengajak umat muslim untuk selalu senantiasa meningkatkan rasa ketaqwaan kepada sang pencipta Allah SWT.
- c. Mengajak dan Mendidik agar tidak melakukan perilaku menimpang.
- d. Mengajak umat manusia untuk beriman kepada Allah yaitu memeluk agama Islam.¹⁷

Ada dakwah ada da'I yaitu berarti orang yang mengajak orang secara langsung atau tidak langsung, juga dikenal dengan sebutan muballigh, ustadz, ajeng, kiai, syaikh dan lain-lain. Seorang da'I

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah: Jakarta, 2009) 60

¹⁶ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet", *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Islam*, vol1/no1/2013, 94

¹⁷ *Ibid.*, 63

diibaratkan pemandu untuk orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat, da'I memiliki posisi yang sangat penting di tengah masyarakat, da'I harus menciptakan hubungan komunikasi yang kuat, baik dengan masyarakat, maka da'I harus mampu melihat dan mengetahui keadaan dan latar belakang masyarakat yang dituju. Setelah memiliki dan menentukan tujuan dakwah, point selanjutnya adalah dakwah harus memiliki materi atau pesan dakwah yang harus disampaikan da'I kepada mad'u (yang menerima pesan dakwah). Disisi lain Sambas mengatakan bahwa proses dari penyampaian dakwah lebih menekankan pada bagian penggunaan media, metode, dan pesan yang mampu disesuaikan dengan keadaan dan situasi mad'u.¹⁸

3. Materi yang Mampu digunakan dalam Berdakwah

Seorang da'I harus memahami apa itu materi dan juga apa saja yang mampu menjadi materi dalam menyampaikan pesan dakwah, materi dakwa atau dalam bahasa Arabnya *Maddah Ad-Da'wah* merupakan pesan-pesan dakwah atau sesuatu yang harus disampaikan da'I kepada mad'u. yaitu menyampaikan semua ajaran Islam yang ada di dalam Sunnah Rasul ataupun Al-Qur'an dan Hadis.¹⁹ Materi dakwah harus disampaikan sudah terkandung dalam surah Al-Ashr ayat 103, yang berbunyi "Saling menasehati dalam kesabaran dan saling menasihati dalam kebenaran". Materi dakwah tergantung berdasarkan tujuan dari dakwah yang ingin diraih.

¹⁸ Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Bandung:Simbiosis Rekatama Media,2019) 3

¹⁹ Samsul Munir,*Ilmu Dakwah*(Jakarta:Amizah,2013)88

Secara umum materi dakwah dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Masalah tentang keislaman atau syariat, berisikan perundang-undangan dan semua hukum yang ada dalam Islam, baik yang berhubungan manusia dengan Tuhan yaitu ibadah, ataupun hubungan manusia dengan manusia seperti muamalat.
- b. Permasalahan yang berkaitan keimanan atau aqidah, pembahasan ini tertuju pada permasalahan yang wajib diimani, tetapi materi dakwah ini membahas permasalahan yang dilarang, seperti syirik, dan ingkar.
- c. Permasalahan yang berkaitan dengan budi pekerti atau akhlak, merupakan materi yang membahas sikap dan perilaku seorang umat muslim.

Sebutan materi dalam komunikasi diistilahkan sebagai pesan atau *Maddah Ad-Da'wah* dan sumber materi dakwah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis dengan perincian materi dakwah menurut Barmawi Umar ada tuju bagian yaitu:

- a. Akhlah (budi pekerti), materi ini sebagai materi dakwah pelengkap yaitu untuk melengkapi keIslaman dan keimanan seseorang.²⁰
- b. Aqidah atau keimanan, materi ini menjelaskan keyakinan dalam agama Islam, yang mencakup permasalahan erat kaitannya dengan rukun iman.
- c. Ukhuwah, permasalahan tentang persaudaraan dan sikap toleransi.

²⁰ Barmawi Umar, *Azaz-Azas Ilmu Dakwah* (Solo: CV Ramadhani, 1987), 57-58

- d. Pendidikan, mengenai persoalan seputar pendidikan Islam, pengetahuan dan tokoh-tokoh Islam.²¹
- e. Sosial, menjelaskan sikap solidaritas menurut ajaran agama Islam, gotong royong (tolong menolong), dan kesatuan hati (kerukunan) sesuai ajaran agama Islam.
- f. Kebudayaan, mengenai perkembangan budaya.
- g. Kemasyarakatan, menjelaskan bagian konstruksi masyarakat berisi ajaran Islam yang memiliki tujuan adil dan makmur.
- h. *Amar ma'ruf Nahi Munkar*, yaitu materi yang mengajak untuk berbuat baik dan menjauhi yang dilarang oleh agama.

4. Metode dalam Berdakwah

Definisi metode menurut bahasa berasal dari dua kata yaitu *meta* yang berarti melalui dan *hodor* berarti jalan dan cara. Sehingga dapat dikatakan metode merupakan jalan atau cara yang harus dilalui demi mencapai tujuan. Sumber lain menjelaskan bahwa metode berasal dari kata *methodica* yang dalam bahasa Jerman, artinya ajaran tentang sebuah metode. Sedangkan dalam bahasa Yunani yaitu *methodos* yang artinya jalan yang jika dalam bahasa Arab yaitu *Thariq*. Jika disimpulkan metode adalah cara yang sudah diatur dan sudah melewati proses pemikiran untuk meraih tujuan.²² Dari pengertian ini semua metode dakwah merupakan cara yang dilakukan oleh da'I sebagai komunikator atau yang menyampaikan pesan, kepada mad'u untuk mencapai dari tujuan dakwah

²¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 92

²² Supriyanto, "Jonsep Dakwah Efektif", *Mawa'izh Jurnal Dakwahdan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, vol.9, no..2.2018, 254

tersebut, yang berdasarkan kasih sayang dan kepedulian. Pendekatan dalam berdakwah memiliki artian yaitu dakwah harus sebagai dasar dari suatu aliran *human oriented* meletakkan penghargaan yang mulia dari diri manusia. Metode dakwah terkandung dalam surat an-Nahl : 125

Wahai Nabi Muhammad Saw, serulah(semua orang) kepada jalan (yang ditunjukkan) Tuhan pemelihara kamu dengan Hikmah (dengan kata-kata bijak sesuai dengan tingkat kepandaian mereka dan pengajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan (cara) yang terbaik. Sesungguhnya Tuhan pemelihara kamu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.²³

Perinsip penggunaan dakwah atau pedoman dasar pada metode dakwah islam menunjukkan bahwa prinsip dakwah tidak membuat da'I kaku, melainkan menunjukkan keluwesan yang tinggi. Ajakan dakwah tidak mengharuskan cepatnya sebuah keberhasilan dengan satu metode, akan tetapi da'I mampu menggunakan beragam metode yang sesuai dengan keadaan dan situasi mad'u. Kemampuan dalam menggunakan metode dakwah memberikan pengaruh begasi sebuah keberhasilan dari kegiatan dakwah.²⁴ Penggunaan metode dakwah juga harus memperhatikan faktor-faktor da'I dalam memilih metode mana yang akan digunakan, antara lain yaitu, tujuan dakwah yang ingin dicapai, sasaran dalam menyampaikan dakwah, situasi mad'u, media atau fasilitas yang digunakan dalam berdakwah, dan keperibadian dan keahlian da'I dalam menyampaikan dakwah.

²³ M.Qurais Shihab, *Al-Qur'an dan Maknanya* (Tangerang:Lentera Hati, 2010)281

²⁴ Samsul Munir Amin,*Ilmu Dakwah*(Jakarta:Amzah,2013) 97

Metode dakwah yang terdapat dalam surat An-Nahl ayat 125 yaitu sebagai berikut:

- a. Bi Al-Hikmah merupakan pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar ajakan yang lurus dan benar, dengan menggunakan bahasa yang lembut, memberi semangat, menyampaikan pesan atau mengajak dengan kesabaran, dan mampu menempatkan pada tempatnya.²⁵
- b. Mujadalah dan Mau'izah Hasanah, yaitu dengan nasehat.

Dalam berdakwah selain tujuan, materi dan metode, terdapat pesan dakwah, yaitu sesuatu yang disampaikan oleh pengirim untuk penerima.²⁶ Pesan merupakan segala sesuatu yang dapat disampaikan oleh seseorang baik individu maupun kelompok kepada orang lain, yang berisikan sebuah keterangan, sebuah pernyataan, pikiran dari sikap.²⁷ Dalam proses komunikasi pesan merupakan yang disampaikan oleh pengirim untuk atau kepada penerima informasi tersebut. Pesan memiliki artian sebagai lambing yang bermakanya yang selanjutnya disampaikan komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima), berisikan ide, gagasan, pendapat dengan tujuan untuk memberikan pengaruh kepada komunikan.²⁸

²⁵ *Ibid*, 99

²⁶ Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998),23

²⁷ Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997),10

²⁸ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktik* (Bandung: Bina Cipta,1997),7

Setelah da'I memahami tujuan dari dakwah, materi yang mampu disampaikan kepada mad'u, dan metode yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau materi dakwah, maka perlunya memahami strategi guna dakwah yang disampaikan dalam terlaksanakan dan pencapaian setara dengan optimalnya sebuah dakwah. Strategi dakwah dalam artian langkah, taktik dan metode yang digunakan dalam aktivitas dakwah. Maka diperluhkannya strategi dalam menunjang keberhasilan dan optimalnya dakwah dengan kebijaksanaan (hikmah), nasihat-nasihat baik (mau'izah hasanah), dan diskuis (mujadalah), hal ini mmapu digunakan baik dawah secara langsung maupun melalui media sosial.

Dakwah melalui media sosial youtube merupakan kemajuan dakwah masa depan di era digital, maka untuk menghadapi era digital ada tiga hal yang harus dilakukan yaitu membina kepada calon da'I dengan menanami keimanan mendalam, pemahaman yang baik serta cermat mengenai islam, kemudian menerapkan dawkah ke masyarakat dengan menggunakan media sosial sebagai percepatan penyebaran pesan dakwah, selanjutnya dakwah diarahkan pada bagaimana da'I dan mad'u mengenal dakwah, begitu sebaliknya dakwah mampu memahami umatnya, yaitu kemauan saling memahami atau *Tafahum Al-Ummat Al-Islamiyyah* . Penggunaan strategi dakwah yang sesuai dengan keadaan mad'u, mampu menghasilkan dakwah yang efektif dan optimal.²⁹

²⁹ Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah(Jakarta:Amzah,2013),110

C. Dakwah Melalui Media Sosial Youtube

1. Pengertian Media Sosial

Media memiliki istilah yang artinya alat komunikasi, definisi media yang pada sifat massa karena melihat dari teori-teori yang ada dalam komunikasi massa, pandangan media dari teknologi dan bentuknya yaitu ketika menyebutkan kata “media”, maka yang ada dibenak adalah sarana yang disertai dengan teknologinya. internet yang merupakan representasi media jejaring sosial atau media online.³⁰ Media berasal dari bahasa Latin yaitu median adalah bentuk jamak atau lebih dari satu secara etimologi yang memiliki arti alat perantara informasi dengan penerima informasi.³¹

Wilbur Schramm mengartikan media sebagai teknologi informasi yang bisa digunakan pada aktivitas belajar mengajar. Secara khusus pengertian media adalah alat-alat fisik yang dapat menerangkan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, video, film, slide dan sebagainya.³²

Sedangkan pengertian sosial secara teori lebih berdekatan dengan ranah sosiologi, menurut Fusch ia memiliki pertanyaan dasar terkait sosial, misalnya yang berhubungan dengan kesadaran dan informasi, seperti apa individu itu adalah manusia yang memiliki karakter sosial atau seorang manusai bisa disebut sosial saat ia sadar melakukan hubungan interaksi satu dengan individu lainnya. Teori sosiologi menjelaskan bahwa media

³⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 3

³¹ Rustam Aji, "Digitalisasi Era Tantangan Media Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Komunikasi Menyongsong Era Digital" Editor Online Tribun Jateng, vol1/no1/2016, 44

³² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 113

sebenarnya adalah sosial dikarenakan media adalah aspek dari masyarakat yang dipresentasikan dalam segi perangkat teknologi yang dimanfaatkan oleh masyarakat saat ini. Weber menyatakan bahwa sosial mengarah pada relasi sosial atau sesuatu yang berkaitan. Relasi sosial bisa dilihat dari sebuah tindakan atau aksi.³³

Fuch menambahkan media sosial diawali dengan pertumbuhan web 2.0, mengarah dari media internet sebagai penghubung antara pengguna dengan aplikasi internet. Van Dijk menjelaskan bahwa media sosial sebagai penyampaian sebuah pesan yang bersifat personal kemudian saling berbagi ke personal lainnya. seseorang dengan berinteraksi sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual atau maya, dalam dunia jejaring bisa disebut media sosial itu sebagai *platform* nya³⁴ Sedangkan pengertian media sosial menurut beberapa ahli sebagai berikut :

- a. Menurut Shirky media sosial yaitu alat untuk menaikan keahlian pengguna untuk berbagi, dan bekerja sama dengan pengguna lainnya dan mampu melakukan aksi secara kerjasama.
- b. Menurut Van Dijk media sosial merupakan *platform* media yang mengarahkan pada keberadaan pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkolaborasi dan beraktivitas. Sebab media sosial mampu dilihat sebagai medium atau penyedia online yang mampu memperkuat hubungan anatar pengguna sebagai sebuah ikatan sosial.

³³ Rulli Nasrullah, *Media Sosia Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 7

³⁴ *Ibid.*, 15

- c. Menurut Mandibergh media sosial merupakan media yang mampu menjadi wadah kerja sama di antara pengguna yang mampu menghasilkan sebuah konten.³⁵

Kesimpulan dari pengertian media sosial dapat dijelaskan bawah media sosial adalah *platform* atau aplikasi yang berbasis media online atau internet dimana pengguna bisa membuat *web page* atau halaman web utama dari situs web yang bisa diakses oleh pengguna saat awal masuk situs tersebut. Contohnya saat pengguna mengetik alamat internet <http://blog.com> maka mereka akan mengarahkan langsung pada halaman utama dari alamat yang diketik.³⁶ Jaringan atau *Network*. Informasi, dalam media sosial tentunya terdapat sebuah informasi yang berbentuk konten video, berupa foto dan tulisan-tulisan, pengguna media sosial mengkreasiannya dalam bentuk tersebut. Arsip, yang dimaksud arsip yaitu ketika sebuah informasi tersimpan kemudian pengguna dari manapun bisa mengaksesnya, contohnya konten video yang diunggah di youtube tidak akan hilang seiring bergantinya hari, bulan dan tahun.³⁷ Interaksi dalam media sosial yaitu mengomentari atau sekedar memberikan tanda *like* postingan, Simulasi sosial, yaitu menggambarkan bagaimana keadaan di media, dan yang terakhir penyebaran.

Berdasarkan data statistik pengguna youtube Sebanyak 170 juta pengguna, komentar, doa ketika bangun tidur, kisah teladan nabi, nasehat

³⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekartama Media, 2020), 11

³⁶ Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial", *Al Hikmah Jurnal Dakwah* 112, no1 (2018), 105

³⁷ *Ibid.*, 22

keagamaan, konten video, dan konten yang terdapat di media sosial merupakan bentuk komunikasi yang muncul di era digital, menjadikan hal yang tidak boleh dilewatkan penggunaannya oleh aktivitas dakwah.³⁸ Penggunaan media sosial penduduk Indonesia mengalami kenaikan yang sangat meningkat setiap tahun berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia menerbitkan jumlah pengguna internet di Indonesia 2017 berjumlah 143,26 juta jiwa atau 54,68 persen dari seluruh total penduduk Indonesia berjumlah 262 juta jiwa.³⁹

2. Pengertian Media Sosial Youtube

Jenis media sosial yang digunakan oleh Da'I untuk menyebarkan pesan dakwah yaitu menggunakan Youtube, karena Youtube merupakan situs berbagi video sharing, melalui youtube aktivitas dakwah dapat tersebar meluas dan melalui youtube masyarakat mampu mendapatkan informasi keagamaan tanpa perlu datang ke majlis ta'lim dan sebagainya, bahkan dakwah melalui youtube mampu menghasilkan uang dengan melalui konten video yang diupload dengan kualifikasinya. Terkait dengan video dakwah banyak dijumpai pada media sosial youtube, hal ini menunjukkan bahwa menjadi sarana pilihan yang sangat menarik untuk menyampaikan pesan dakwah, sebab youtube bisa menampilkan pesan dakwah dengan bentuk audio visual, sehingga da'I mampu meng-upload (mengunggah) video dakwah yang sudah dirangkai ke youtube tanpa

³⁸ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekartama Media, 2017), 1

³⁹ Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial", *Al-Hikmah Jurnal Dakwah* 12, no. 1 (2018), 110

perlu membayarnya dan bisa diakses dengan mudah, gratis oleh masyarakat. Serambi Minang dijadikan da'i sebagai media dalam berdakwah dan tempat berkumpulnya da'i.⁴⁰ Seperti pada channel youtube Ustad Hanif Luthfi.

Definisi youtube yaitu situs jejaring sosial yang dapat memberikan sarana atau fasilitas berupa visual dan suara kepada penggunanya. Sedangkan youtube saat ini banyak digemari oleh kawula muda, dikarenakan mampu melihat secara langsung visualisasi yang bergerak. Menurut ahli Sianipar mengartikan youtube sebagai database video yang termasyur di dunia internet, dan sebagai situs video yang memfasilitasi berbagai informasi memuat gambar bergerak. Youtube menyediakan bagi pengguna untuk mereka yang ingin mencari informasi video dan melihatnya.⁴¹

Sebagai media dalam berdakwah merupakan aspek dari proses kultural (budaya) dakwah yang melihat potensi yang dimiliki oleh budaya masyarakat era digital atau teknologi informasi saat ini. Berkaitan dengan penggunaan media sosial dalam berdakwah untuk takaran optimal atau tidaknya aktivitas dakwah tergantung pada isi pesan yang da'I sampaikan dan bagaimana da'I mampu menyampaikan pesan dakwah dengan konsep yang unik dan menarik perhatian mad'u (khalayak) penonton, sehingga bisa mempengaruhi mad'u. Bersumber dari hasil wawancara pada sebuah

⁴⁰ Irta Sulastri, "Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwah Tudy Terhadap Da'I di Kota Padang", *Al-Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 11, no 2 (2020), 159.

⁴¹ Fransiska, Dwi, Purwaka dkk "Efektifitas Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa Studi", *Record and Library Journal*, vol.4, no.2, (2018).86

jurnal dengan bersumber bahwa kadar optimal dakwah itu bisa dilihat disaat da'I mampu memberikan kreasi, metode dan segala sesuatu yang baru dalam menyampaikan isi pesan dakwah atau materinya. Seperti disaat da'I menyampaikan konten dakwah melalui media sosial melalui youtube, facebook, instagram dikemas dengan menarik dan sedemikian rupa menambahkan backsound, music, instrument yang menarik tentunya aktivitas dakwah yang disampaikan mampu memberikan dampak yang efektif terhadap masyarakat yang melihat tayangan konten dakwah.

3. Prinsip-Prinsip Dakwah Media Sosial

Berdakwah melalui media sosial tentunya memiliki dasar atau prinsip dalam mengubah sasaran dakwah melalui media sosial, hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan mampu tepat sasaran sehingga aktivitas dakwah melalui media sosial terjalin optimal dan efektif, maka terdapat dua bagian yang menjadi dasar prinsip dalam mengubah sasaran dakwah via media sosial yaitu :

- a. pertama memanfaatkan kekuatan sosial, seperti sumber yang kredibilitas lagi kuat dari ayat Al-Qur'an, hadits, rawi dan komunitas-komunitas sosial, hal ini dilakukan supaya mendapatkan penerimaan materi dari pesan dakwah, materi yang disampaikan secara sederhana dan tidak banyak opini dari da'I dan meningkatkan materi dakwah hendaknya dilakukan dengan menghubungkan fenomena yang terjadi pada mad'u. Sasaran dakwah dengan tipe elaborasi tinggi mampu diterima dengan mudah sebab da'I menyampaikannya dengan sedikit

pertimbangan nalar logika pesan, agar terhindar dari perdebatan dan keraguan.

- b. Kedua dengan memberikan spirit, untuk mengubah dengan ajakan yang memotivasi tanpa memberikan desakan, realisasi pada prinsip ini mampu dilakukan oleh da'I dalam dua bentuk yaitu, pertama intensi perubahan harus dengan kapabilitas sasaran dakwah, seorang da'I tidak harus menjelaskan secara detail perilaku yang idea ini kemungkinan terlalu sulit dan jauh dilakukan mad'u(sebagai sasaran). Jika hal ini disampaikan dalam aktiviats ceramah ataupun lainnya maka akan berakibat pada rasa pesimis keputus asaan mad'u, Karena sulitnya sikap yang ingin diraih dan telalu berat untuk diwujudkan. Berikutnya yaitu memberikan keleluasan kepada sasaran (mad'u) dalam berubah, da'I cukup sebagai yang mendorong dan konsultan, memberikan arahan dan sasaran dakwah yang menentukan dirinya sendiri bagaimana ia menetapkan sikapnya untuk berubah.⁴²

Muhyidin mengungkapkan bawah patokan atau ukuran sebagai pedoman utama aktivitas dakwah sebagai latar belakang komunikasi keagamaan yaitu: *Khatib al-nas'ala qadri buthunihim* (berkomunikasi dengan manusia sesuai dengan adaptasi ekonomi), *Khatib al-nas bi Lisani qawmihi* (berdakwah sesuai dengan bahasa mad'u atau yang menjadi objek dalam dakwah) , dan *Khatib al-nas 'ala qadri aqulihim* (berkomunikasi sesuai kapasitas intelektual mad'u). Kaidah dakwah ini bertujuan tepat

⁴² Musthofa, "Prinsip Dakwah Via Media Sosial", *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 16, no.1(2016):53-54

sasaran dan mampu selalu *up tu date* di hadapan mad'u *khatib al-nas bilisani qawmihi* yang diartikan sebagai dakwah dengan menggunakan bahasanya mad'u. untuh memahami apa yang dimaksud oleh objek dakwah.⁴³

Gary R.Bunt mengungkapkan bahwa “penggunaan internet telah memberikan efek transformasi pada cara umat Islam mempraktikkan Islam, cara norma-norma Islam direpresentasikan di dunia yang lebih luas dan pada cara masyarakat Islam mempersiapkan dirinya kepada pihak lain”.⁴⁴

Postingan da'I seperti, Ustadz Abdul Salam, M.Si, Ustadz Irsyad Syafar, Bya Masoed Abidin, dan Buya H.Gusrizal, Lc., MA, dan Ustad Hanif Luthfi, mereka memposting konten keagamaan ada yang rutin setiap hari dan ada juga memposting beberapa kali dalam satu bulan di Youtube, yang mereka gunakan sebagai media dalam berdakwah di internet, isi kontennya dari yang sederhana hingga konten dengan isi pembahasan yang mendalam dan panjang dilengkapi dengan dalil, argumentasi menjadi penguat dalam isi kontennya. Cara da'I dalam berdakwah via media sosial pada postingan atau unggahan youtube ada yang dilaksanakan dengan mengaitkan pada orang lain (kelompok) dan secara individu, seperti Ustadz Abdul Salam yang memposting sendiri konten ajaran agama Islam.⁴⁵

Media sosial memiliki keunggulan sebagai media dakwah, yaitu sebagai berikut:

⁴³ Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Interne* (Bandung: Simbiosis Rekartama Media, 2017), 45

⁴⁴ *Ibid.*, 127

⁴⁵ Irta Sulastri, Arifah Yenni Gustia, “Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'I di Kota Padang”, *Al Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no.2 (2020): 159

- a. Tidak terbatas ruang dan waktu, sebab dakwah di media sosial bisa diakses dimana saja dan kapan saja
- b. Pengguna media sosial meningkat otomatis mad'u atau objek dakwah juga semakin banyak, hal ini merupakan kabar baik bagi da'I yang hendak menyebarkan ajaran agama Islam di media – media sosial.
- c. Dakwah jadi memiliki sifat bervariasi dan aktivitas dakwah tidak disampaikan dengan konvensional (kesepakatan), karena adanya cyber memberikan dampak, terutama cara dalam menyampaikan isi pesan dakwah.
- d. Berdakwah via media sosial menjadi hemat energy dan biaya , menyajikan konten-konten dakwah di media sosial, membuat mad'u tidak keluar rumah untuk menemui da'I atau sekedar membeli buku untuk menjawab permasalahan, agar mad'u tidak mengeluarkan tenaga dan biaya untuk mendapatkan informasi keagamaan.⁴⁶

D. Dakwah dan Era Digital

1. Pengertian Era Digital

Era digital merupakan era dimana pengguna media sosial dapat dengan mudah, cepat dan terjangkau mengakses semua hal, nama lain dari akses cepat dan menyebar dengan luas yaitu *viral* , hal inilah yang

⁴⁶ Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Millenial", *Al Hikmah Jurnal Dakwah* 12, no.1(2018):112

membuat para pendakwah berusaha memanfaatkan media sosial sebagai alat atau media yang digunakan dalam menyebarkan pesan dakwah.⁴⁷ Media sosial merupakan media baru pada zaman digital saat ini sebagai media komunikasi digital yang memiliki sifat baru, dengan kata lain media sosial adalah jenjang dari perjalanan media komunikasi yang terus mengalami peningkatan dan perubahan sesuai dengan zaman dan media digital dibangun oleh aturan yang cakap bersifat interface atau konsep peralihan struktur jejaring ke koneksi system yang berbeda, konsep ini membahas batasan antara manusia dan mesin, maksudnya dihubungkan melalui jejaring yang mampu menjangkau tempat tinggat manusia secara lebih mudah.⁴⁸

Digital merupakan sebuah metode gabungan, dan fleksibel menjadikannya inti dalam kehidupannya manusia, sedangkan teori digital merupakan konsep tentang pemahaman dari sebuah kemajuan zaman mengenai sains dan teknologi, semua hal yang bersifat manual menjadi otomatis, dari yang rumit menjadi ringkas. Lev Monovich mengenalkan ada lima karakteristik digital yaitu, *moudlaritas* (langkah menyelesaikan masalah besar menjadi kecil), *numeric representasi* (sesuatu yang diukur, dicetak dimonitor), *transcoding* (konversi digital ke digital langsung dari satu pengkodean yang lain), *variabilitas* (berubah-

⁴⁷Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital", *STAIN An-Nawawi Purworejo*, vol3, no2(2019): 341

⁴⁸ Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivitas Dakwah di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 56

ubah), otomatisasi (penggantian tenaga manusai ke tenaga mesin secara otomatis).⁴⁹

Lev Monovich menambahkan penjelasannya bahwa menurutnya, teori digital memiliki hubungan yang kuat dan erat dengan media, sebab media selalu mengalami perkembangan seiring dengan majuhnya sebuah teknologi dari media lama ke media baru, sehingga mempermudah segala aktivitas manusia kaitannya dengan teori digital. Teori digital sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu “Digitus” atau jari jemari dengan jumlah 10 dari angka nol, karena digital adalah gambaran dari sebuah kondisi bilangan yang terdiri dari nol dan satu, menjadi alasan system computer menggunakan system digital sebagai garis dasar datanya.

Teknologi digital tidak lagi menggunakan tenaga pada manusia atau dengan cara manual, namun lebih mengarah pada system pengoperasian otomatis yang mampu dianalisis oleh computer, sistem digital yang merupakan kemajuan dari system analog (sinyal data dalam bentuk gelombang). Perpindahan sistem analog ke system digital ini memberikan perubahan dalam industri media, yang lebih dikenal dengan sebutan media baru (media interaktif) istilahnya yaitu internet, media sosial hadir dikehidupan manusia sebagai media baru dengan bermodalkan koneksi jaringan internet. Kehadiran media sosialpun memberikan manfaat yang besar bagi kehidupan manusia dimana manusai dapat terhubung secara lusa sehingga berkomunikasi terasa mudah.

⁴⁹ Rustam Aji, “Digitalisasi Era Tantangan Media Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital”, *Islamic Communication Journal* vol1,no1,(2016):44

Media digital sendiri memiliki sifat yaitu *take for granted* (menerima dengan yakin), meskipun pengertian digital adalah media baru informasi yang mampu ditukarkan dan dibagikan dalam ukuran besar oleh pengguna, teknologi digital berbasis computer dan aplikasi *smartphone* ini mengubah semua bentuk media sebelumnya, termasuk alat perekam, televisi, radio, kamera, video dan sebagainya, bentuk media inilah kemudian tergabung menjadi satu dalam sebuah aplikasi di *smartphone* yang lebih dikenal saat ini yaitu *Realplayer*, *youtube*, *instagram*, *facebook* dan sebagainya.⁵⁰

Internet atau media sosial *youtube* memberikan ruang yang berbeda-beda dalam partisipasi aktif khalayak, memosisikan secara bergantian khalayak kapan sebagai konsumen, dan kapan sebagai produsen, bahkan bisa menjadi keduanya di waktu bersamaan.⁵¹

Kenaikan dakwah Islam melalui media sosial sudah ada saat penggunaan situs jejaring sosial *Myspace* dan *Friendser*, penggunaan media sosial *facebook*, *instagram*, dan *youtube* atau dengan media sosial lain adalah cara yang efektif dan kreatif di era digital saat ini untuk menarik perhatian mad'u. Kehadiran media sosial sebagai media baru dengan saling berinteraksi dan saling berhubungan, dipandang sebagai media yang menjadi penyalur dari cara globalisasi informasi. Era digital seperti hadirnya media sosial *youtube* ini mampu memberikan ruang bagi

⁵⁰ Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 56-57

⁵¹ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya dan Sositoteknologi di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020), 63

da'I untuk menyiarkan ajaran agama islam dengan sebagai wadah mad'u dalam memperoleh informasi keagamaan.

Gary R.Bunt mengatakan bahawa eksistensi umat Islam di internet bukan hanya merupakan ekspresi seorang muslim modern yangnet-literate, melainkan juga merupakan bentuk identifikasi dar sebagai seorang muslim.⁵²

Melihat perkembangan zaman tentunya aktivitas dakwah harus mengikuti sesuai dengan tata cara perkembangan zaman yang mengalami perubahan sangat cepat, sehingga dakwah memiliki visi yaitu memperbaiki kualitas hidup masyarakat dalam segala bidang dan misinya yaitu semua aksen kehidupan mampu bejalan sesuai dengan nilai-nilai keIslaman dan nilai leluhur yang akhirnya berkembang di kehidupan masyarakat. Dakwah tidak hanya berisi perencanaan, strategi, kebijakan namun lebih dari itu, di dalam dakwah terdapat sebuah proses dimana harus bisa mengikuti arus perkembangan zaman dan menghasilkan sebuah solusi, maka pentingnya memahami prinsip *khatib al-mas bi-lisan qawmihi* pada konteks aktivitas dakwah yang merupakan karakter pemahaman “memahami” bukan menghakimi khalayak.⁵³ Media sosial youtube menjadi salah satu bukti kemajuan era digital, youtube sendiri memiliki pengertian sebagai sebuah situs media digital atau video yang mampu di *download*, di *upload* (unggah), dan mampu dibagikan ke seluruh wilayah, ataupun negara.

2. Da'I dan Mad'u Sebagai Masyarakat Jejaring Era Digital

⁵² Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 197

⁵³ *Ibid.*, 46-47

Era digital membentuk masyarakat jejaring atau masyarakat informasi yang ditandai dengan bentuk kehidupan masyarakat yang mengarah kepada sebuah inovasi teknologi informasi, da'I dan mad'u menjadi bagian dari teori masyarakat informasi dan berjejaring. Manuel Castells menggunakan istilah masyarakat informasi untuk menjelaskan sebuah masyarakat mayoritas hidupnya bersandar pada informasi. Sadar akan informasi sudah menjadi syarat utama sebagai manusia yang beradab atau *civilized*. Dalam kehidupan sehari-hari baik da'I maupun mad'u membaca surat kabar online, mendengarkan ceramah di media sosial, menerima dan mengirim pesan email, memposting foto di sosial media, menggunakan video di youtube atau sekedar menonton televisi merupakan bukti dari manusia saat ini menjadi bagian dari masyarakat yang bergantung pada teknologi informasi.

Secara sederhana, masyarakat informasi mampu memfokuskan kepada memproduksi informasi atau konten, bertukar informasi atau pesan dan mengonsumsi informasi media sosial.⁵⁴ Istilah masyarakat informasi merujuk pada informasi pesan didalamnya, namun konsep masyarakat informasi tidak hanya kondisi melainkan mode kehidupan baru era digital yang dipenuhi dengan informasi dan konten. Kehadiran media sosial sebagai media baru di era digital dengan aktivitas dakwah di dalamnya, mampu memberikan kemudahan dalam menyebarkan informasi keagamaan.

⁵⁴ Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekartama Media, 2019), 18

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Kegiatan penelitian dengan judul Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Digital ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data secara triangulasi, objek dari kegiatan penelitian ini adalah akun media sosial youtube ustadz Hanif Luthfi, Lc.,M.Ag. Pendekatan penelitian ini dinamakan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan berjenis lapangan atau *field research* yang melangsungkan dengan memecahkan permasalahan, dan mempelajarinya secara intensif tentang bagaimana latar belakang situasi, interaksi sosial, lembaga, individu, kelompok, masyarakat, dan menganalisis kasus, mengetahui fakta terkait pengoptimalan dakwah melalui media sosial youtube, oleh Ustadz Hanif Luthfi Muthohir dan melihat bagaimana respon penonton yang melihat video dakwahnya di youtube.

B. Sumber Data

Suharsimi Arikunto, mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan sumber data pada penelitian yaitu subjek dimana data didapatkan, sumber utama pada penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selengkapanya hanya berupa data tambahan seperti dokumen, jurnal, buku dan lain-lain. Mempertimbangkan dalam memilih permasalahan pada rencana penelitian lebih dulu memulainya dengan pemilihan sumber data yang berupa lokasi

ataupun tempat subjek dan objek yang akan diteliti, sumber data bisa berupa manusia, benda, tempat, yang dibagi menjadi dua macam yaitu sumber data primer merupakan sumber data diperoleh secara langsung tanpa adanya perantara dan sumber data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan dari sumber-sumber lainnya yang dijadikan penunjang memperkuat fakta dan bukti.⁵⁵

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah segala fakta atau informasi mengenai masalah penelitian yang didapatkan dari sumber utamanya. dalam kegiatan penelitian optimalisasi dakwah melalui media sosial di era digital, menggunakan data-data yang ada pada media sosial seperti media sosial channel youtube ustad Hanif Luthfi yang melakukan sebagian aktivitas dakwahnya di media sosial , dan ustad Multazam seorang tokoh agama 50 tahun, Siti Nur Aini 46 tahun seorang guru agama sebagai masyarakat pengguna youtube, dan Ayuha 19 tahun anak muda yang suka bermain sosial media, Ditho 29 tahun sebagai penyiar radio yang gemar melihat ceramah di Youtube, dari sudut pandang masing-masing kalangan yang berbeda profesi, akan mampu memberikan jawaban dan tanggapan terkait da'I yang berdakwah melalui youtube.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*(Bandung:Alfabeta,2016),137

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah segala berita atau fakta tentang masalah penelitian yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau tangan kedua, misal dari arsip resmi atau melalui orang lain, dan pada kegiatan penelitian ini yaitu sebagai sumber data utama yang diperoleh dari teori-teori ilmu dakwah, teori media sosial, jurnal mengenai dakwah di media sosial youtube, menggunakan riset kepustakaan yang berasal dari jurnal, artikel, buku-buku yaitu "Dakwah di Era Media baru Teori dan Aktivisme di Internet", buku dengan judul "Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi di Internet", kemudian dari buku "Media Sosial Interaksi Identitas dan Modal Sosial" dan buku dengan judul "Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi" majalah dan lain-lain yang berhubungan kuat dengan dakwah melalui media sosial di era digital.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu langkah awal dalam sebuah penelitian, dikarenakan tujuan awal dari sebuah penelitian adalah untuk memperoleh data, sehingga jika tidak mengetahui data mana yang memenuhi kualifikasi data yang sudah ditetapkan atau mendapatkan data namun dengan cara yang tidak benar atau tidak tepat, ada berbagai macam teknik pengumpulan data yang mampu dilakukan peneliti agar peneliti mendapatkan data yang akurat dan valid. Teknik pengumpulan data tersebut yaitu :

1. Wawancara

Teknik wawancara merupakan pertemuan antara dua orang atau lebih yang melakukan kegiatan tanya jawab untuk bertukar gagasan dan informasi yang kemudian nantinya hasil dari wawancara dapat disusun dalam suatu topic pembahasan tertentu. Kegiatan penelitian menggunakan teknik wawancara untuk melakukan penyelidikan maupun pengalaman dari responden dan wawancara dilakukan untuk memperoleh sebuah informasi yang valid tentang optimalisasi dakwah melalui media sosial di era digital. Penelitian ini melakukan wawancara dengan ustad Hanif Luthfi da'I yang berdakwah di Youtube, sebagai narasumber utama, sehingga peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan terkait pengotimalan dakwah di youtube dan peneliti mencatat atau merekam apa yang disampaikan oleh narasumber.

Peneliti juga mewawancarai narasumber tambahan yaitu, Ustadz Multazam sebagai tokoh agama yang berdakwah tanpa menggunakan media sosial dan Siti Nur'aini sebagai guru di agama Madrasah Ibtidaiyah, Ayuha sebagai anak muda, dan wawancara ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respond mereka terhadap ceramah yang disampaikan oleh ustadz Hanif Luthfi di Youtube, sehingga mengetahui mana bagian yang optimal dan yang kurang optimalnya dakwah yang

dilakukan melalui media sosial di era digital youtube, kemudian respon masyarakat melihat ceramah ustadz Hanif Luthfi di Youtube.

2. Dokumentasi

Kegiatan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi yaitu teknik yang bukan bersumber dari manusia tetapi berasal dari catatan buku, rekaman foto, surat, jurnal dan lain sebagainya.⁵⁶ Kegiatan penelitian ini mencari data yang sudah tersimpan di jejak digital, seperti pada video ceramah youtube utsad Hanif Luthfi yang sudah diposting dichannel youtubanya, dan yang erat kaitannya dengan judul seperti dakwah di media sosial, dakwahdi era media baru, penggunaan media sosial internet dalam berdakwah yang mengungkapkan problem dakwah masa kini, dan jurnal-jurnal seputar dakwah di youtube, ilmu dakwah, teori-teori media sosial interaksi identitas modal sosial, teori media sosial perspektif komunikasi budaya dan sosio teknologi dan ilmu dakwah, dan dokumen yang berasal dari jurnal-jurnal kajian yang membahas dakwah di internet atau media sosial, dan dokumentasi melalui teknik wawancara berupa foto, rekaman terhadap narasumber dan catatan yang berkaitan dengan dakwah melalui media sosial.

⁵⁶ Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Bandung:Alfabeta,2017),146

D. Teknik Keabsahan Data

Kegiatan penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif yang menggunakan teknik Triangulasi, yaitu teknik yang memanfaatkan atau menggunakan data lain sebagai tambahan, untuk mengecek keabsahan data dalam rencana penelitian ini, Denzi menyebutkan ada empat dalam membedakan teknik triangulasi dalam pemeriksaan narasumber yaitu dengan sumber, penyidik, teori dan metode.⁵⁷ Rencana penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan penyidik.

1. Triangulasi Sumber

Patton menjelaskan bahwa triangulasi sumber yaitu mengecek dan membandingkan kembali kebenaran dari informasi yang sudah didapatkan melalui alat dan waktu yang berbeda dalam penelitian berjenis kualitatif.⁵⁸ Sehingga dalam rencana penelitian ini, peneliti membandingkan dari hasil wawancara yang sudah diamati, dan peneliti membandingkan hasil wawancara mengenai dakwah di youtube dengan video ceramah ustad-ustad atau da'i di youtube.

2. Triangulasi penyidik

Triangulasi penyidik yaitu dimana peneliti memanfaatkan pengamatan atau penelitian lainnya guna mengecek kembali kebenaran atau keaslian data yang diperoleh dari wawancara mengenai dakwah ceramah ustad Hanif di media sosial youtube, dan hasil

⁵⁷ Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Bandung:PT Remaja Rosdakarya),331

⁵⁸ *Ibid.*,334

pengamatan dari jurnal peneliti lain yang ada kaitanya dengan dakwah di Youtube, sehingga peneliti mampu mengetahui dan mengurangi apa saja kesalahan dalam mengumpulkan data mengenai dakwah di youtube pada era digital saat ini, dan peneliti membandingkan hasil kerja peneliti yang menganalisis dengan analisis lain.

E. Teknik Analisis Data

Setelah data yang sudah diteliti diperoleh dan terkumpul, maka langkah yang terakhir yaitu dengan menganalisa data tersebut. Pengertian teknik analisis data itu sendiri, merupakan upaya yang dilakukan untuk membahas permasalahan atau membagi focus kajian menjadi bagian yang mampu tersusun sebagai bagian yang terurai secara jelas, dikarenakan maknanya terlihat terang dan jelas dimengerti letak permasalahannya. Menurut Bogdan & Biklen menyampaikan bahwa analisis data kualitatif merupakan usaha yang dilakukan dengan cara jalan bekerjanya sebuah data, mengategorikan, menemukan pola, mengorganisasikan data, menemukan point terpenting dan mana yang perlu dipelajari, pada dasarnya analisis kualitatif menggunakan pemikiran yang logis atau logika, induksi, deduksi, komparasi dan deduksi. ⁵⁹

Maka teknik analisis data yang digunakan pada kegiatan penelitian ini adalah dengan metode kualitatif, dikarenakan data yang diperoleh dan yang sudah terkumpul berisikan uraian-uraian penjelasan yang linear diperoleh melalui wawancara kepada da'I dan masyarakat pengguna youtube, selanjutnya kesimpulan diperoleh dengan menggunakan analisis berifat deskriptif dengan cara berfikir induktif atau menjelaskan data secara khusus dalam menentukan kesimpulan dai berdakwah di youtube secara umum, dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang memiliki sifat induktif, merupakan analisis berdasarkan data yang didapatkan, kemudian

⁵⁹ *Ibid.*,201

dikembangkan menjadi sebuah pola hubungan tertentu, adapun analisis induktif pada kegiatan penelitian ini menganalisis video ceramah Ustad Hanif Luthfi di youtube. Dalam artiannya sesudah memahami konsep dakwah di media sosial, yang selanjutnya penulis memakai teknik induktif untuk mengorganisir hal yang berhubungan dengan dakwah di media sosial. Pengambilan Kesimpulan atau *Verification* langkah terakhir dari analisis data ini adalah dengan menyimpulkan dan memverifikasi sebuah data atau membuktikan dengan memakai data-data baru yang sudah mempunyai bukti lain dan lebih kuat sehingga mampu diperoleh keabsahan data yang akurat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Channel Youtube Hanif Luthfi

Hanif Luthfi, Lc., M.Ag seorang aktifis dakwah yang bersekolah di pondok pesantren Tajul Ulum Babo Tanggunharjo Grobongan Jawa Tengah, dengan lulusan S1 Jamiah al-imam Muhammad bin Saud al-Islamiyyah Jakarta Fakultas Syariah Pebandingan Madzhab dan S2 Institut Ilmu al-Qur'an Jakarta Prodi Syariah, dengan berlatar belakang santri dan pendidikan syariah menjadikan Hanif Luthfi sebagai da'I yang melakukan dakwah tidak hanya secara langsung, namun juga berdakwah melalui media sosial Youtube, Hanif Luthfi membangun channel youtubenya secara individu dan konsisten Hanif Luthfi lakukan, dengan melihat perkembangan zaman menuntutnya untuk lebih bisa memanfaatkan kemajuan teknologi era digital, dan mengemas pesan dakwah berupa konten-konten video youtube, secara tidak langsung menjadi kelebihan pada peningkatan atau optimalisasi pesan dakwah di era digital.

Deskripsi yang terdapat dalam channel milik Hanif Luthfi bertuliskan "Pembelajaran Ilmu Syar'I", yang menjelaskan secara singkat bahwa video milik Hanif Luthfi membahas hukum-hukum syar'I yang bergabung atau terjun di dunia youtube pada tanggal 29 november 2010, dengan jumlah 388.390 kali ditonton oleh pemirsa pengguna youtube. Jumlah pengikut saat ini per tanggal 8 januari 2023 yaitu 4,47 ribu dan 238 video yang terdapat pada channel youtube Hanif Luthfi Official. Tema dakwah yang ada pada

konten video channel Hanif Luthfi, seperti tentang Fiqih Syariah, ceramah umum, video berisikan membaca kita atau ngaji kitab-kitab kuning, dan terdapat diskusi-diskusi umum yang Hanif angkat menjadi konten video dakwah, namun terdapat juga mengenai khilafah atau perbedaan pendapat para ulama atas permasalahan yang ada, dan terdapat video tutorial seperti cara-cara mandi wajib, cara menyolati orang yang sudah meninggal, semua video dakwahnya tidak terlepas dengan permasalahan masyarakat yang sedang dialami terkini.

Seperti salah satu video dakwah ustad Hanif dari salah satu banyaknya video ceramah di channel youtubnya mengenai “Hukum Jual Beli Emas Secara Kredit dan Online” dengan jumlah penonton 166 kali di unggah tanggal 26 agustus 2020, ini memiliki kaitannya dengan era digital pada zaman sekarang yang serba melakukan aktivitas mulai dari sekolah, keagamaan hingga berbelanja menggunakan media atau internet. Dalam ceramahnya ustad Hanif memaparkan penjelasan bahwa jual beli emas secara kredit sudah muncul pada zaman dulu, yang disebut jual beli emas secara utang, dan bagaimana para ulama melihat hukum emas diperjual belikan secara online dan secara kredit (hutang), dan jual beli emas dengan kredit namun melalui online.

Secara umum jual beli online sama halnya dengan jual beli tidak langsung dengan melalui alat komunikasi dan melakukan penawaran. Menurut Al-Arif jual beli online adalah transaksi yang dilakukan lewat media internet yang berkembang di era digital saat ini, seperti faebook, instagram, shopped

an lainnya.⁶⁰Menurut Ahmad Zahro memaparkan bahwa jual beli online sah hukumnya, namun dengan syarat tidak diperbolehkan keluar dari syariat, jika terjadi penipuan maka berubah hukumnya, akan tetapi tidak ada dasar mengenai pembahasan jual beli online. Adapun rukun dan syarat jual beli emas yaitu ketika melakukan aktivitas jual beli emas masyarakat, harus memahami hukum jual beli di dalam jual beli pun harus memiliki syarat atau rukun ketentuan terpenuhinya jual beli, rukun yang pertama yaitu, 1) adanya ijab-qobul, 2) ada yang berakad penjual dan si pembeli, 3) objek: adak barang dan uang.

Seperti ketika hendak membeli emas diharuskan adanya orang yang menjual dan orang yang memberi, mereka saling mengucap setuju deal atas barang yang dibeli dengan membayarnya berupa uang tunai, atau disebut dengan *bai' al-mu'atah*. memiliki ketentuan syaratnya secara umum yaitu, hadir di saat transaksi dan ada barangnya, objek akad secara syarat dimiliki yaitu benda diperbolehkan untuk diperjual belikan contoh racun tikus boleh dijual namun haram dikonsumsi, dan akad bisa diserahkan. Transaksi ini dipertegas oleh Rasulullah SAW dalam hadis tentang riba fadhil, emas dan mata uang adalah satu kelompok benda ribawi meskipun berbeda jenis. Sehingga syarat pertukarannya berlaku, yaitu boleh mengambil nilai yang lebih atau tidak setara, namun harus dilakukan pada waktu saat melunasi.

⁶⁰ Muhammad Izazi, Dena, camellia, "Jual Beli Online dan Penentuan Hukum yang Terjadi di dalamnya", *Al-Qanun : Jurnal Pemikiran dan Pembahasan Hukum Islam*, vol.24, no.2, (2021):347

Objek akad jelas dan diketahui kedua pihak. Adapun beberapa syarat jual beli secara khusus yaitu: Jika sesama barang ribawi, merupakan barang yang dapat mengakibatkan terjadinya akad riba jika terjadi kelebihan dalam salah satu jual beli. Seperti emas dan perak, Jika sesama barang ribawi sama sifatnya dan beda jenisnya. Jika sesama barang ribawi yang berbeda sifat, maka syaratnya tidak harus sama kuantitas dan waktu. Contoh emas dengan gandum. Jual beli online yang dibenarkan syariah yaitu dimana jika penjual menerapkan system akad salam atau istisha. Dalil diperbolehkannya melakukan akada tersebut yaitu

“Ketika Nabi Shallallahu’alaihi wa sallam tiba di kota Madinah, penduduk Madinah telah biasa memesan buah kurma dengan waktu satu dan dua tahun. Maka beliau Shallallahu’alaihi wa sallam bersabda, “Barangsiapa meemesan kurma, maka hendaknya ia memesan dalam takaran, timbangan dan tempo yang jelas (diketahui belah pihak)”⁶¹

Ibnu Taimiyah pada kitab Majmu’ Al-Fatwa menjelaskan bahwa boleh dilakukan jual beli perhiasan dari perak dan emas sama jenisnya tanpa adanya syarat sama kadarnya, baik jual beli dengan pembayaran uang tunai atau kredit. Imam Nawawi menyebutkan bolehkan jual beli mas dengan emas itu yang mana ada syaratnya harus sama kuantitas, sama waktu. Ini mencakup semua macam emas dan perak, baik emas bagus dan yang jelek ataupun yang sudah pecah, dan perhiasan-perhiasan. Imam An-nawawi mengatakan bahwa jika sejenis maka tidak boleh nasiah (pengambilan atau pemberian tambahan pada suatu barang atau modal yang ditangguhkan dan diakhiri pembayaran). Beberapa ulama yang memperbolehkan yaitu Ibnu Taimiyyah menyatakan

⁶¹ Muhammad, Dena, Camelia, “Jual Beli dan Penentuan Hukum yang terjadi di dalamnya”, *Al-Qanun* Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam no.2/desember 2021, 248

bahwa tidak dianggap menjadi nilai tukar maka tidak ada riba fadhil dan nasiah, yaitu ketika emas tidak menjadi alat tukar karena emas sudah dianggap kehilangan alat tukar, dalam artian sudah menjadi hukum seperti biasanya, contohnya barang-barang yang diperjual belikan pada umumnya, sehingga dibolehkan ada kredit di dalamnya, Ibnu Qoyyim menjelaskan jika tidak menjadi tukar maka seperti barang dagangan lainnya, sebagaimana tidak ada riba di barang dagangannya. Pertanyaanya ketika emas sudah menjadi perhiasan maka sudah hilang nilai tukarnya atau tidak? Sedangkan pada zaman ini nilai tukar kita bukan dengan emas, ulama-ulama kontemporer.

Ulama Sobi menanggapi pendapat Ibnu Taimiyyah, Ibnu Taimiyyah dan Ibnu Qoyyimah, yaitu memperbolehkan jual beli emas secara kredit, di dalam fatwa majelis mesir disebutkan emas dan perak yang dicetak menjadi perhiasan dan tidak memiliki alat lagi yang menjadi alat tukar, sehingga tidak menjadi benda riba, maka emas itu menjadi barang benda dagangan lainnya yang dibeli secara tunai atau boleh secara kredit⁶². MUI juga memperbolehkan dengan keterangan hukum jual beli emas secara kredit (uang).

Jual beli emas secara kredit namun melalui media sosial atau online seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi di zaman sekarang, mulai dari transaksi jual beli yang mengalami perubahan konsep yang sudah disepakati secara umum. Konsep yang dimaksud adalah perubahan jual beli secara online, dengan dukungan internet, namun tidak jauh berbeda dengan jual beli secara tradisional yang membedakan hanya pelaku tidak bertemu

⁶² Yaumul Refianti, "Pandangan Ibnu Qoyyim Al-Jauziyah terhadap Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai dan Relevansinya dengan Fatwa DSN-MUI", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* no2, 2021,600

secara langsung dalam satu majelis melainkan bertemu dalam media sosial atau jejaring sosial lainnya. Menurut para ulama jual beli emas kredit secara online itu boleh, yang uangnya belum ada saja diperbolehkan, apalagi uangnya ada tetapi tidak bertemu antara penjual dan pembeli dalam satu tempat.

Selain tema video berjudul jual beli emas secara online dan kredit namun online, video unggahan terbaru milik Hanif Luthfi yaitu Video Tutorial Menambahkan Kitab Baru di Maktabah Syamiah, dengan 326 kali ditonton dan masa pengunggahan empat bulan yang lalu, video bertemakan Tips Rejeki Diluaskan Allah Sepanjang Tahun dengan 145 kali ditonton unggahan pada tahun 2022, Video bertemakan Opini Pandangan Ulama Mengenai Muslim Masuk Gereja ditonton 173 kali diunggah tahun 2022. Dalam pemaparan salah satu video ceramah Ustad Hanif yang masih berkaitan dengan media sosial dan era digital, respon masyarakat atau sebagai mad'u mampu memahaminya dengan baik, dan sebagian lainnya kesulitan saat memahami pesan yang dijelaskan oleh Ustad Hanif tersebut, sebab ada kosakata yang kurang dipahami oleh mad'u seperti apa itu komoditi, yadan bin yadin, dalam beberapa kosakata, tidak diperjelaskan lagi oleh da'I yang akhirnya mad'u sedikit kesulitan memahaminya, ada beberapa kalimat yang belum familiar atau bahasa ilmiahnya masih cukup tinggi untuk kalangan mad'u remaja, dan warga dengan mata pencaharian petani, Ayuha menyatakan kesulitan saat memahami ceramah yang disampaikan Ustad Hanif Luthfi pada channel youtubnya.

1. Wawancara pada Ayuha remaja 19 tahun ia menjelaskan jika “Melihat video ceramah ustad Hanif sudah bagus, dengan tampilan yang membuat saya suka yaitu ada tulisan keterangan di videonya, tapi ada kata-kata yang susah dipahami, terus mungkin karena videonya seperti dakwah online tapi pakai zoom meeting, jadinya tampilannya ada sebagian yang terpusus-putus atau patah-patah”.
2. Hasil wawancara dengan pemilik channel youtube yaitu Hanif Luthfi, “saya ataupun ustad pendakwah lainnya menurut saya pengguna medisa sosial yaoutube, dilakukan sebagai cara dalam menyebarkan dakwah zaman sekarang yang serba media soial, dan berdakwah di youtube juga bisa menjadi sumber tambahan, atau sumber penghasilan, yang dilakukan secara individu dan secara teratur ia unggah walau sedikit ada jarak dalam penggungahan video konten”.
3. Wawancara Ditho 29 tahun penyiar Ramayana, setelah melihat video ceramah Hanif Luthfi membrikan tanggapan jika “Ustad-ustad yang berdakwah di youtube sudah cukup bagus karena kita kadang jarang datang ke majelis-majelis ta’lim, tapi karena adanya para da’I yang berdakwah di youtube membuat kita mudah saat mendapatkan infomasi ceramah atau tausiyah, tapi untuk pribadi saya melihat ceramah Hanif Luthfi sudah bagus, walaupun bahasa atau kata-katanya kurang universal jadi menurut saya untuk kalangan masyarakat biasa bakal sulit memahaminya, kalo untuk saya pribadi tidak menjadi masalah.Video dakwahnya sudah bagus,walaupun saya tidak

terlalu mengenalnya, saya tetap senang melihat ustada atau da'I sekarang bisa memanfaatkan peluang yang ada.

Dalam video ceramah Hanif Luthfi ini menampilkan sketsa tulisan sehingga mad'u mampu memahami apa yang sudah disampaikan oleh ustad Hanif dan seklaigus membaca teks yang sudah dipaparkan pada videonya. Media sosial youtube menjadi suatu tren saat ini yang disukai oleh hampir setiap da'I atau ustad-ustad terkenal pengguna layanan internet youtube dalam menyiarkan ajaran agama Islam, maupun mad'u sebagai pengakses informasi keagamaan pada era digital atau informasi, penelitian menunjukkan bahwa lingkungan yang penuh dengan teknologi informasi mampu mengubah pola keagamaan, baik dari aspek pemahaman hingga praktik. Hadirnya forum keagamaan di media sosial hingga istilah lainnya merupakan beberapa bagian contoh dari keterlibatan teknologi internet dalam kehidupan ke agamaan. Sehingga penggunaan youtube dalam berdakwah sesuatu yang baik, dan bagus dirasa da'I mampu melihat dari kemajuan era dan teknologi dan kebutuhan informasi masyarakat.

Kehidupan masyarakat digital saat ini, aktivitas dakwah banyak dipahami sebagai tugas yang dilaksanakan oleh kyai, ulama, ustadz dan tokoh agama lainnya, baik yang terkenal ataupun da'I yang baru memulai berdakwah di youtube, pemahaman ini mampu berubah dengan kehadiran media sosial. pengertian da'I menurut Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah bahwa da'I merupakan orang yang melakukan dakwah baik secara tulisan, lisan, perbuatan baik individu, organisasi, kelompok ataupun lembaga, maka

pengguna media sosial terlihat sering *share* atau meng-upload video berisikan pesan dakwah. Mengunggah dan menyebarkan video tersebut termasuk perbuatan baik, sesuai dengan pengertian di atas, maka penyebar video tersebut mampu disebut sebagai seorang da'I, dalam artian luas yaitu seorang yang menyampaikan pesan kebaikan di Jalan Allah SWT. Berdakwah melalui media sosial tentunya memiliki cara tersendiri dalam menyebar, dan menyampaikan pesan keagamaan agar optimal di era digital, di antaranya yaitu:

1. Penggunaan Metode Bil-Lisan Cara yang Ampuh

Berdakwah yang mampu mengoptimalkan pesan keagamaan melalui media sosial youtube yaitu dengan metode *bil-lisan*, dengan ceramah yang merupakan metode digunakan dengan maksud tertentu menyampaikan petunjuk, keterangan, penjelasan berkaitan permasalahan kepada mad'u dengan memakai lisan atau ucapan. Metode ceramah (*bi-lisan*) mayoritas banyak dipergunakan oleh da'I dan berisikan warna-warni sebuah karakteristik yang ciri khas penyampaian atau pembawaan da'I pada kegiatan dakwah di Youtube, metode tersebut secara tidak langsung dapat menuntut da'I pandai dalam beretorika, forum diskusi bertujuan mendapatkan rasis simpati dari masyarakat pengguna youtube.

Metode ceramah mampu berkembang menjadi cara berdakwah seperti tanya jawab, dan diskusi. Dengan melihat melalui komentar yang terdapat di dalam komentar youtube, Ustad Hanif ataupun pendakwah lainnya mampu melihat respon mad'u tersebut. Dalam hasil wawancara

terhadap da'I Ustad Hanif Luthfi, beliau menggunakan metode *bil-lisan* baik ceramah secara panjang lebar ataupun ceramah pendek pada channel youtube miliknya, hal ini tentunya memiliki alasan tersendiri yaitu, cara yang lebih mudah saat menyampaikan pesan dakwah dibanding dengan metode-metode lainnya, dengan menggunakan metode ini juga memudahkan mad'u dalam menyerap pesan dan memahaminya. Penggunaan media sosial youtube merupakan media yang baik dalam memanfaatkannya di aspek berdakwah era digitalisasi saat ini, lapisan masyarakat mendukung adanya da'I yang berdakwah melalui youtube, seperti Ditho 29 tahun, yang suka melihat ceramah di youtube dan menanggapi bahwa da'I yang berdakwah di youtube sesuatu yang bagus, dikarenakan da'I dapat melihat dan tidak ketinggalan zaman.

Hasil wawancara mengenai materi dalam video Hanif Luthfi mengenai jual beli online dan mengenai sekilas video yang ada youtube miliknya. Multazam 50 tahun seorang tokoh agama islam yang berdakwah tidak melalui youtube memberikan tanggapan yaitu “ materinya sudah bagus, walaupun tampilannya sedikit berbeda dan saya melihat beberapa videonya mengambil judul yang sederhana, dan arena mengambil tema jual beli dan nada banyak tadi dijelaskan pendapat para ulama, kalo bisa jangan membid'ahkan, video dan materinya sudah cukup bagus, tinggal bahasanya disederhanakan saja, soalnya belibet-libet”.

2. Materi yang optimal dalam dakwah di youtube

Penentuan materi mampu menjadi faktor dalam pengoptimalan sebuah pesan dakwah di youtube, yaitu Ustada Hanif melihat kondisi maupun peristiwa yang dialami oleh masyarakat (mad'u), ataupun persoalan yang sedang viral, seperti persoalan jual beli online. Tentunya dikemas dengan lebih menarik lagi. Ketika da'I sudah menentukan metode yang digunakan dan materi yang akan disampaikan kepada mad'u di youtube dan dirasa semuanya mampu optimal, selanjutnya penerapan tersebut, dengan disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh mad'u, penjelasan yang mudah dimengerti oleh mad'u. Namun disalah satu video ceramah milik ustad Hanif Luthfi membahas Jual Beli Online, disampaikan dengan bahasa yang sulit dimengerti oleh sebagian masyarakat sebagai reponden (mad'u), dan terdapat pengulangan kalimat. Hal tersebut menyulitkan mad'u dalam mencerna pesan, repon tersebut berdasarkan mad'u remaja Yuha 19 tahun, dan masyarakat biasa, untuk masyarakat kalangan intelek seperti Dito 29 tahun, Multazam 53 tahun, hal tersebut tidak menjadi masalah namun akan lebih baik menggunakan bahasa yang universal dengan menyantumkan referensi hadis, dan Al-Qur'an yang dapat mendukung dan mengkuatkannya.

Dakwah ustad hanif dalam channel youtube miliknya terdiri dari materi dengan pembahasan seputar fiqih syari'ah, ceramah umum, baca kitab dan diskusi umum, dari keseluruhan materi tersebut, pembahasan mengenai persoalan ahli waris, mengenai tutorial-tutorial permasalahan

masyarakat yang dialami terkini, dan pembahasan tentang khilafah perbedaan pendapat para ulama, dengan penonton yang banyak dibandingkan pembahasannya lainnya. Sedangkan saat mengunggah video ceramah di youtube, ustad Hanif menjelaskan bawah waktu subuh yang baik dan efektif dalam mengunggah video ceramah miliknya. Selain itu Ustad Hanif dalam dakwahnya di youtube juga, mementingkan dalam memperhatikan sasaran, seperti tidak jauh berbeda dengan dakwah secara langsung, tujuannya untuk mengetahui respond dan siapa masyarakat yang melihat video dakwahnya, ini juga tidak jauh berbeda dakwah secara langsung atau tatap muka. Sebagai acuan dalam menentukan konten dakwah di youtube.

3. Respon dan tanggapan da'I yang berdakwah di youtube

Ustad Hanif Luthfi memaparkan dalam tanggapannya mengenai da'I harus berdakwah di youtube tidak perlu melakukan dakwah di youtube, namun jika mampu berdakwah di youtube yang tentunya da'I harus mampu mengetahui fitur-fitur yang ada pada media sosial youtube dan istilah dalam pembuatan konten youtube, menurutnya dakwah di youtube hanya sebagai sampingan, karena sifatnya mampu dijadikan sebagai tempat mencari nafkah. Selain tanggapan ustad Hanif, berbeda dengan masyarakat, mereka merasa bangga dan senang melihat da'I yang mampu berdakwah di youtube, membuktikan bahwa da'I mampu memanfaatkan kemajuan teknologi era digital, dan hal ini dapat memberikan kemudahan bagi mad'u dalam mendapatkan informasi

keagamaan, sehingga masyarakat tidak perlu jauh-jauh datang ke majlisnya, cukup dengan mengakses melalui youtube.

Dibalik kelebihanannya, yang mampu diakses dengan mudah tidak mengenal tempat dan waktu, tentu memiliki kekurangannya yaitu mad'u tidak dapat bertemu secara langsung atau menanyakan secara langsung, hal ini sangat disayangkan dan dirasakan beberapa responden atau mad'u setelah melihat video ceramah ustad hanif, Salah satu ustad yang berdakwah tidak menggunakan youtube memberikan tanggapan jika, da'I tentunya tidak mengetahui standar pemahaman masyarakat terdiri dari kelas bawah, bukan berlatar belakang pesantren, bahkan teralu awam dengan konten yang disampaikan oleh da'i. Apabila menyampaikannya tidak mencantumkan dalil akan memberikan kesalah pahaman, dikarenakan youtube itu sendiri sifatnya umum, maka masyarakat (mad'u) memilih konten youtube yang mudah bahasanya, keculai masyarakat berlatar belakang intelek yang lebih memilih ceramah ilmiah, sebab dapat menyesuaikan cara berfikir masyarakat agar mudah dipahami. Namun ada hal yang dapat memperlambat dalam pengoptimal dakwah, menurut ustad Hanif yaitu, perasaan malas yang kerap muncul saat proses syuting (rekaman), sedangkan faktor yang mendukung yaitu masyarakat yang memberikan komentar, dan like. Untuk itu ustad Hanid berpesan untuk da'I yang ingin berdakwah di youtube agar konsisten dan istiqomah.

4. Hal yang harus dilakukan da'I berdakwah di youtbe

Salah satu hasil wawancara kepada ustada Hanif dalam memulai dakwah di YouTube tentunya dengan didahului niatan dengan tidak memperdulikan komentar buruk orang, dan memiliki kendala tersendiri yaitu, da'i tentunya harus konsisten dalam pembuatan konten dakwah, mengeditnya dan membagikannya. Dan merasa kurang optimal jika da'i tidak cekatan dalam membuat konten video YouTube, yaitu memulai dengan merkam lalu mengeditnya merupakan sebuah keahlian yang tentunya da'i harus mahir melakukannya, untuk da'i yang baru memulai atau tidak sebesar ustada Abdul Somad ini menjadi tantangan, namun Ustad Hanifi tidak mempermasalahkannya, dengan tetap konsisten dan terfokus pada akhirnya akan menjadi optimal. Ia menambahkan bahwa media sosial YouTube dapat meningkatkan dakwah di era digital, sebab masyarakat suka mencari jawaban dari permasalahan di Google atau YouTube ceramah-ceramah, yang masih ada kaitannya dengan internet.

B. Metode yang Digunakan Ustad Hanif Luthfi Agar Pesan

Dakwah Mampu Optimal di Media Sosial Youtube

Munculnya da'I di media sosial youtube sebagai trend masa kini, disebut sebagai pengganti media televise, da'I yang menggunakan youTuBe sebagai alat untuk berdakwah, da'I yang sering tampil di televisi hingga jarang, dari yang terkenal hingga da'I yang belum terkenal. Kehadiran media sosial youtube yang tidak jauh beda dengan televise ini mampu menghadirkan da'i-da'I baru yang mampu mengalahkan media televisi, kegiatan berdakwah yang memanfaatkan media sosial youtube menjadi trend yang kebanyakan diminatin oleh pengguna media sosial atau masyarakat jejaring.

Ustadz Hanif Luthfi merupakan da'I termasuk banyak ditontin video ceramahnya dengan akun youtube bernama Hanif Luthfi Official 4,19 ribu subscriber dan 235 video, terlepas siapa yang mengunggah dan menyebarkan videonya ini menunjukkan adanya sebuah tim yang bekerja untuk mempublikasikan video-video ceramah tersebut agar mampu ditonton dan dinikmati oleh khalayak luas. Kemunculan ulama dan ustadz di media sosial youtube memperlihatkan bahwa adanya peran aktif dari sebagian orang baik individu, yang sengaja menghadirkan atau menampilkan ustadz dengan berbagai tujuan, apapun tujuannya, kehadiran da'I di media sosial youtube memberikan pengetahuan keagamaan dan wawasan keagamaan bagi masyarakat jejaring.

Sebuah konsep dimana segala sesuatu memiliki kelebihan dan kekurangannya ada pada media sosial youtube, pada media sosial youtube dakwah dilakukan memiliki kelebihan yang dapat mengoptimalkan dalam mempercepat proses penyampaian pesan dakwah, walau disatu sisi dakwah yang dilakukan melalui media sosial youtube mad'u tidak dapat bertanya secara langsung, namun dakwah youtube untuk menutupi kekurangan tersebut, menyiapkan sebuah tempat untuk bertanya atau berinteraksi yaitu kolom komentar. dan metode yang optimal dilakukan oleh da'I berdasarkan pengalaman Ustad Hanif Luthfi yaitu:

Konten youtube menjadi cara utama yang harus dapat da'I lakukan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah, dengan kemunculan youtube dapat meberikan kemudahan miliaran orang untuk mencari, menonton, membagikan video. Youtube sendiri menyediakan sebuah tempat untuk penggunanya baik da'I maupun mad'u untuk saling berhubungan, saling memberi informasi, dan penggunany dapat bergerak sebagai tempat dalam memproduksi konten video. Melalui youtube da'I mampu dengan mudah mempercepat penyebaran informasi dakwahnya, dengan adanya youtube memudahkan segalanya dalam penyebaran informasi berbentuk konten video, jika video da'I tersebut mendapatkan respon yang baik dari mad'u, jumlah penontonpun semakin tinggi sehingga bebrapa pengiklan memasang iklan video dakwah tersebut, pesan dakwah menjadi optimal denagn kehadiran youtube.

Sehingga semua orang mampu menjadi bagian didalamnya untuk menonton, membuat video, atau sekedar mengaksesnya, ini merupakan tujuan dakwah yaitu kewajiban untuk menyampaikan, menerima pesan dakwah, dan secara tidak langsung da'I yang berdakwah di youtube akan mendatangkan pundi rupiah. Media youtube menjadi pilihan yang baik bagi da'I, digunakan dalam kegiatan dakwah dan memanfaatkan kemajuan teknologi era digitalisasi ini, youtube juga memberikan dampak yang baik dalam mempengaruhi dan memperkenalkan youtube kepada kegiatan dakwah, sehingga youtube menjadi sarana efisien dan optimal dalam menyampaikan pesan dakwah tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Dengan catatan da'I mampu membuat materi sesuai dengan kebutuhan, dan problem yang dirasakan oleh masyarakat saat ini.

Penyampaikan pesan dakwah da'I dituntut untuk memiliki keahlian akademis, pengetahuan keagamaan islam Al-Qur'an, Hadis, sebagai fungsi pemberi petunjuk, pelajaran, dan nasihat bagi yang membutuhkan dan penguat sumber informasi pada pesan dakwah. Sedangkan hal yang sunnah da'I sedikitnya dapat mengetahui pengetahuan mengenai riwayat nabi, riwayat rasulullah dan hadis, dan mengetahui hukum-hukum islam, dan mengenai fiqh islam. Ciri seorang da'i ya'I memiliki ilmu yaitu, tidak berani mengucapkan yang tidak dikuasanya dengan menggunakan kata-kata yang sudah dipakai oleh seseorang yang sudah ahlinya, dari sini akan terlihat mana da'I yang cerdas ataupun sebaliknya, ketika ia berbicara sesuatu yang tidak diketahuinya.

Konten oleh pengguna mengarah pada kontribusi penggunaannya (da'i) pada media sosial era teknologi, yang memberikan sebuah kesempatan dan kebebasan pengguna (da'I dan mad'u) untuk berpartisipasi. Konten oleh pengguna da'I maupun mad'u sebagai indikator jika media sosial youtube tidak hanya menghasilkan konten pada ruang terbuka. Sehingga ketika da'I memulai berdakwah di youtube memahami konten, tentunya memiliki keilmuannya yang memumpuni agar pesan dakwah sesuai kebenarannya, dan mampu membina mad'u ke jalan yang lurus

Menyampaikan pesan dakwah menjadi menarik yaitu da'I ketika sudah menentukan materi yang akan disampaikan hendaknya menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh mad'u sesuai dengan mereka, petunjuk dalam Al-Qur'an QS.Ibrahim ayat 4 yang menjelaskan *“kami tidak mengutus seorang Rasul pun melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang dan jelas kepada mereka. Maka Allah menyesatkan kepada siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan Dia-lah Tuhan Yang Maha Kuasa Lagi Maha Bijaksana”*. Penjelasannya dapat diambil jika da'I berdakwah harus sesuai dengan kadar kemampuan pemahaman mad'u, dan menyesuaikan bahasa mad'u.

Seperti halnya dalam pemahaman *bi lisani qaumihi* pada ayat diatas, dalam artian bukan berarti berdakwah dengan orang china menggunakan bahasa china, akan tetapi seperti ibarat bahasa orang kota tentunya berbeda dengan bahasa orang desa, bahkan orang intelek dengan orang awam berbeda bahasanya, maka bi lisan qaumihi bukan sekedar bahasa yang digunakan

dalam berbicara namun memperhatikan bagian budaya, sosial, pengalaman, pengetahuan, dan lain sebagainya. Maka da'I dituntut untuk memiliki pengetahuan luas yang selanjutnya disampaikan kepada mad'u sesuai dengan kadar pengetahuan mereka, pemahaman, metode dan materi yang disesuaikan dengan kondisi mad'u. Selain penyampaian dan isi tampilan konten video da'I harus dapat menarik perhatian mad'u dan dapat melogikan pesan dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami, yaitu kata-kata yang mampu menjadi dorongan, contohnya karena jelasnya pesan, suara yang berwibawa, memberikan optimism, luapan berisikan ibarat.

Da'I harus mampu membalut materi yang dapat diterima oleh mad'u yaitu semua kalangan, sehingga menjauhi dari munculnya perdebatan atau konflik dan signifikan permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat, da'I tentunya dapat memberikan wawasan pengetahuan masa dalam pemecahan masalah era digital saat ini. Berdawah di youtube harus dapat menghindari segala sesuatu yang dapat memicu perdebatan paham agama, atau bid'ah membid'ahkan, dan hindari fanatsime. Perlu diperhatikan bahwa memberikan kesan, dan menjauhi persoalan paham keagamaan yang baik lewat media sosial tidaklah mudah. Pengguna youtube yang memiliki intelektual yang tinggi tentunya dapat dengan mudah memahaminya dan mampu mengetahui sumber informasi yang disampaikan oleh da'I benar atau tidak, beda halnya dengan pengguna youtube berlatar belakang orang awam tentunya dapat dikhawatirkan tidak dapat membedakan mana informasi yang aktual, kalangan ini dengan mudah menerima informasi tanpa melihat sumber

kebenarnya, dikarena media sosail youtube merupakan ruang bebas dan terbuka, dapat diakses oleh segala kalangan.

Keberhasilan da'I dalam berdakwah di youtube menentukan metode yang digunakan terlebih pada era digitalisasi kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan di tempat masjid-masjid, lapangan dan tempat lainnya, akan dakwah saat ini mulai masuk ke dalam dunia media sosial youtube, tentunya metode yang dipergunakan sangat diperhatikan sebab pesan dakwah mudah dan cepat tersebar di penjuru dunia. Seorang da'I harus berhati-hati saat menyampaikan pesan dakwah, maka da'I harus dapat memahami prinsip-prinsip metode bertujuan menghindari mudarat dan pesan yang disampaikan dapat optimal.

Metode *bi al-hikmah* dilakukan oleh ustda Hanif seperti pada setiap isi konten dakwahnya yang berisikan ajakan kebaikan, memberi informasi hukum jua beli bahwasanya hukumnya boleh, dan didalam video dakwahnya tentunya berisikan nasihat-nasihat yang baik, petunjuk dan lainnya, dan metode mujadalah yaitu dakwah yang dilakukan dengan cara berdiskusi yang baik, sopan, tidak arogan. Metode ini mampu digunakan sebagai cara melihat respon dari mad'u. Ustad Hanif menggunakan metode ketiga dalam penyampaian pesan dakwah di youtube dengan balutan ceramah atau metode *bi-lisan* dengan menyajikan beberapa video yang berisikan pendapat dari ulama empat mazhab dengan intonasi lembut.

Apapun metode yang digunakan tentunya da'I harus dapat memilih sesuai dengan topik pembahasannya dan menggunakannya dalam berdakwah di media sosial youtube era digitalisasi, dengan maksud pesan dakwah yang disampaikan tidak menimbulkan kesalahpahaman, kesulitan mad'u saat memahami isi pesan dakwah, dan dapat terjalin secara optimal dakwah melalui youtube. Sikap yang profesional juga perlu ada di dalam diri seorang da'I yang paham yang mengajarkan jika sebuah pekerjaan harus dilakukan oleh orang yang sudah profesional, yaitu pekerjaan yang dilakukan dengan niatan karena Allah Swt semata. Maksudnya dilakukan atas kesadaran perintah Allah, sehingga profesi dalam islam dijalani karena merasa jika itu merupakan perintah Allah, maka da'I yang baru memulai dakwah di youtube atau da'I tersebut tidak sebesar ustad Abdul Somad, atau ustad Hanan Ataki yang memiliki pengikut dengan jumlah besar baik di duni nyata maupun di media sosial, untuk tidak berkecil hati dan tidak pantang menyerah.

Dakwah yang mampu mencapai optimal ditentukan dari pembawaan da'I tersebut, mulai konsentitas, ilmunya yang cukup dan pengetahuan yang luas, metode yang tepat dalam menyampaikan pesan dakwah, pemilihan materi harus dapat disesuaikan oleh kondisi mad'u saat ini, dengan pembawaan yang jelas bahasanya mudah dimengerti oleh setiap kalangan, dan da'I tentunya pandai dalam mengemas pesan dakwah berbentuk konten video agar optimal, walaupun dibutuhkannya sebuah tim dalam pembuatan konten video, namun untuk da'I yang baru memulai dakwah di youtube, tidak perlu memusingkannya, cukup dengan konsisten, tekun, dan semua dikerjakan

dengan niat, membimbing umat manusia ke jalan yang benar, di Ridhoi Allah, tentunya diberikan jalan kemudahan.

BAB IV

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdakwah dengan pendekatan-pendekatan saat ini tidak cukup lagi hanya dengan menggunakan cara pada zaman dulu, karena pendekatan yang dilakukan harus menggunakan cara sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat untuk menuntut dalam menyesuaikan. Sehingga aktivitas dakwah harus lebih optimal yang disampaikan melalui media sosial seperti youtube yang banyak penggunanya, sebab masyarakat saat ini mengandalkan atau bergantung pada media sosial disegala aspek kehidupan dan keseharian masyarakat mulai dari belajar, berbelanja hingga di aspek keagamaan mau tidak mau pendakwah harus mampu memanfaatkan media sosial tersebut demi efektifitasnya ajaran agama Islam di era digital saat ini.

Da'I harus mampu memanfaatkan aplikasi youtube, dan digunakan semaksimal mungkin dalam bentuk menjangkau mad'u yang lebih meluas jangkauannya sehingga pesan-pesan dakwah mampu terserap lebih banyak lagi, dengan membuat konten videoyoutube, penggunaan metode yang perlu diperhatikan, dan pemilihan materi yang sesuai dengan kondisi yang dialami oleh setiap golongan mad'u. Berdakwah di media sosial harus memperhatikan cara dalam pengoperasiannya, teknik publikasinya, dan pesan atau materi harus disesuaikan. Walaupun ceramah atau berdakwah di youtube ada banyak kekurangan-kekurangan seperti tidak bisanya tatap muka secara langsung,

dan tidak bisa melakukan sesi tanya jawab secara langsung, namun dakwah di youtube mamp didengar ataupun dilihat kapanpun tanpa batas ruang dan waktu.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat. Bagi para akademis dan pembaca untuk perlu memperluas penelitian dan lebih meningkatkan lagi dalam menganalisis data, dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang mampu digunakan sebagai salah satu sumber data dan rujukan untuk penelitian dan dilakukan penelitian lebih lanjut yang berdasarkan informasi yang lebih lengkap dan lebih meluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital", *STAIN An-Nawawi Purworejo*, vol3, no2 (2019)
- Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet", *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Islam*, vol1/ no1/2013,
- Barmawi Umar, *Azaz-Azas Ilmu Dakwah* (Solo: CV Ramadhani, 1987), 57-58
- Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), 146
- Fadhil "Haram dan Dilarang dilakukan di Medsos Menurut MUI". Dalam <https://kominfo.go.id>. Diunduh pada 12 januari 2022
- Faridatun Nikmah "Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial", *Muasarah Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, vol2/ no1/2020,
- Fransiska, Dwi, Purwaka dkk "Efektifitas Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa Studi", *Record and Library Journal*, vol.4, no.2, (2018)
- Irta Sulastri, Arifah Yenni Gustia, "Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'I di Kota Padang", *Al Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no.2 (2020)
- Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- M. Qurais Shihab, *Al-Qur'an dan Maknanya* (Tangerang: Lentera Hati, 2010)
- Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2017),
- Muhammad Habibi "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial", *Al-Hikmah Jurnal Dakwah*, vol 12/ no1/2018,
- Muhammad Izazi, Dena, camellia, "Jual Beli Online dan Penentuan Hukum yang Terjadi di dalamnya", *Al-Qanun : Jurnal Pemikiran dan Pembahasan Hukum Islam*, vol.24, no.2, (2021)
- Muhammad Sulton, *Desain Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003),
- Musthofa, "Prinsip Dakwah Via Media Sosial", *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 16, no.1 (2016)
- Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya dan Sioteknologi di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020)
- Rustam Aji, "Digitalisasi Era Tantangan Media Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Komunikasi Menyongsong Era Digital" *Editor Online Tribun Jateng*, vol1/ no1/2016,
- Rustam Aji, "Digitalisasi Era Tantangan Media Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital", *Islamic Communication Journal* vol1, no1, (2016)
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016),

Suprianto,"Konsep Dakwah Efektif", Mawa'izh, vol 9,no.2,2018,

Supriyanto, Konsep Dakwah Eefektif, Mawa'izh Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan, vol.9, no.2(2018),

Wahyu Ilahi,*Komunikasi Dakwah*(Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2013)

LAMPIRAN

JADWAL WAKTU PELAKSANAAN PENELITIAN

TAHUN 2022/20233

No	Keterangan	Juli	Agus	Sept	Okt	Nov	Des	Janua
1	Penyusunan Proposal	■						
2	Seminar Proposal		■					
3	Pengurusan Izin dan Pengiriman		■					
4	Izin Dinas (Surat Menyurat)			■				
5	Penentuan Sampel Penelitian				■			
6	Kroscek Kevalidan Data					■		
7	Penulisan Laporan					■	■	
8	Sidang Munaqosah						■	
9	Penggadaan Laporan dan Publikasi							■

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA
SOSIAL DI ERA DIGITAL

A. PEDOMAN WAWANCARA

1. Da'I yang berdakwah melalui media social youtube

- 1) Bagaimana cara anda dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media social youtube?
- 2) Apa saja materi yang biasa disampaikan dalam berdakwah di youtube ?
- 3) Materi yang seperti apa yang lebih banyak penontonnya dan yang yan lebih banyak dibahas?
- 4) Kapan waktu yang tepat saat meng-upload video ceramah di youtube ?
- 5) Apakah menentukan sasaran dkawah tetap penting dilakukan dalam menyebarkan dakwah di media social youtube?
- 6) Bagaimana tanggapan ustad Hanif terhadap respon masyarakat atau pengikut di channel youtube, setelah melihat video dakwah ustadz Hanif di youtube ?
- 7) Menurut Ustad Hanif adakah perubahan terdahap mad'u setelah melihat video dakwah di youtube ?
- 8) Apakah ada factor penghambat dan pendukung yang dilakukan ustad Hanif dalam proses menyampaikan dakwah di Youtube?
- 9) Bagaimana cara ustad Ahanif dalam mengoptimalakan atau meningkatkan pesan-pesan dakwah di youtube?
- 10) Menurut ustad anda apakah da'l saat ini diharuskan mampu dalam memanfaatkan media social youtube untuk berdakwah ?

- 11) Menurut anda dakwah di media social youtube apakah bisa optimal di era digital saat ini?
- 12) Apa saja program yang ada dalam dakwah ustad Hanif?

2. Masyarakat Pengguna Media Sosial Youtube

- 1) Bagaimana pandangan anda tentang da'li yang berdakwah di media social seperti youtube ?
- 2) Apakah ada kesulitan yang dirasakan dalam memahami isi pesan dakwah yang disampaikan ustad Hanif di youtube?
- 3) Apa dampak yang anda rasakan setelah menonton ceramah ustad Hanif di youtube?
- 4) Apakah ceramah ustad Hanif bisa memberikan manfaat bagi anda sebagai masyarakat yang hidup di era digital?
- 5) Apa ada kritik dan saran yang ingin anda sampaikan selama menonton ceramah ustad Hanif?
- 6) Berapa kali sekali anda dalam menonton ceramah di youtube, terutama video ceramah ustad Hanif?
- 7) Apakah terkenal atau tidaknya da'li mempengaruhi minat anda dalam menonton ceramah atau dakwah di youtube?
- 8) Menurut anda apakah seorang da'li harus mampu berdakwah dengan media social youtube ?
- 9) Apakah saudara mengenal ustad Hanif ?
- 10) Apakah kesan yang didapatkan setelah menonton video ceramah ustad Hanif?

**OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA
SOSIAL DI ERA DIGITAL**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Optimalisasi Dakwah

B. Dakwah Tinjauan Umum

C. Dakwah di Media Sosial

D. Dakwah di Era Digital

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

2. Sumber Data Sekunder

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

2. Dokumentasi

D. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

1. Triangulasi Sumber

2. Triangulasi Penyidik

E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Video Ceramah Tentang Jual Beli Emas

B. Program Dakwah Ustad Hanif Luthfi Muthohar

C. Optimalisasi Dakwah di Era Digital

D. Dilema Dakwah di Era Digital

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

B. Penutup

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, 28 Juli 2022

Peneliti



Isna Yufits Hamdalah
1703060010

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I



Dr. Astuti Ratminingsih, M.Sos.I
NIP 197702182000032001

Dosen Pembimbing II



Anton Widodo, M.Sos
NIDN. 2007059201



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Jingsrayo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41607, Faksimil (0725) 47296, Website: www.iainmetro.ac.id, e-mail: iain@iainmetro.ac.id

Nomor : 708/In.28.4/D.1/PP.00.9/11/2020
Lampiran :-
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

18 November 2020

Yth.
1. Dr. Asfati Patminingsih, S.Sos., M.Kom.I
2. Anton Widodo, M.Sos
di -
Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Isna Yuffia Hamdalah
NPM : 1703060010
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Pengaruh Media Sosial dalam Optimalisasi Dakwah di Era Digital

Dengan ketentuan :

1 Pembimbing

Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:

- Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
- Pembimbing II, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.

Mahasiswa

Mahasiswa melakukan bimbingan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Pasca seminar Proposal mahasiswa wajib melakukan pendalaman BAB I, II dan III kepada pembimbing I & II.
 - Mahasiswa mengajukan surat research setelah mendapat persetujuan (ACC) BAB I, II dan III dari Pembimbing I & II.
 - Pengajuan Ujian Skripsi (Munaqasyah) minimal 1 bulan setelah surat research dikeluarkan.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Bimbingan/Surat Penunjukan Pembimbing dikeluarkan.
- 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2018.
- 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
- Pendahuluan ± 2/8 bagian.
 - isi ± 3/6 bagian.
 - Penutup ± 1/8 bagian.

Demikian surat ini disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan I
Bidang Akademik dan Kelembagaan

Hemlan Elhany

PERMOHONAN SURAT IZIN PRASURVEY

Kepada Yth.,
Dekan Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-
Metro

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isna Yufita Hamdalah
NPM : 1703060010
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Semester : 9 (Sembilan)
Total SKS Sementara : 138 SKS
IPK Sementara : 3,63 (Tiga Koma Enam Tiga)
Alamat Tempat Tinggal : BANYUASIN SEMBAWA SUMATERA SELATAN
HP. 081367240540

Dengan ini mengajukan permohonan Surat Izin Prasurvey dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.
Judul dan Tempat prasurvey sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir/Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM OPTIMALISASI DAKWAH DI ERA IGITAL
Tempat Prasurvey : Channel YouTube AL-Bahjah Tv

Sebagai bahan pertimbangan, berikut ini saya lampirkan persyaratannya:

1. Asli Transkrip Nilai Sementara (bukti telah lulus minimal 110 SKS dan lulus matakuliah Metode Penelitian)
2. Foto Copy pengajuan judul skripsi yang telah disetujui oleh Pembimbing Akademik dan Ketua Jurusan/Prodi.

Demikian Surat Permohonan ini saya sampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.



Metro, 13 November 2021
Pendaftar,

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010

PERMOHONAN SURAT IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas
di-
IAIN Metro

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isna Yufita Hamdalah
NPM : 1703060010
Fakultas : Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Semester : 10 (Sepuluh)
IPK Sementara : 3,63 (Tiga Koma Enam Tiga)
Alamat Tempat
Tinggal : BANYUASIN SEMBAWA SUMATERA SELATAN
HP. 081367240540

Dengan ini mengajukan permohonan Surat Izin Research dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi. Judul dan Tempat Research sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir/Skripsi : OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL
Tempat Research : DUSUN III TANGGUL ANGIN KECAMATAN PUNGGUR LAMPUNG

Sebagai bahan pertimbangan, berikut ini saya lampirkan persyaratannya:


1. Asli Kartu Rencana Studi (KRS) terbaru (memprogram Tugas Akhir/Skripsi)
2. Fotokopi Pengesahan Proposal
3. Fotokopi Surat Bimbingan Skripsi yang dikeluarkan Jurusan
4. Fotokopi Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi Acc BAB I-III (untuk S1), Acc Outline (untuk D3)

Demikian Surat Permohonan ini saya sampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.



Metro, 02 Juli 2022
Pendaftar,


Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Facebook : Fuad iainmetro Instagram : fuad_iainmetro Web : fuad.metro.uin.ac.id Radio : 90.50 FM Radio Shawtuna

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-1659/In.28/J.1/PP.00.9/12/2022

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Metro menerangkan bahwa :

Nama : Isna Yufita Hamdalah
NPM : 1703060010
Judul : Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Digits!

Sudah melaksanakan uji plagiasi ~~Proposal~~ / Skripsi* melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 23 %.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Metro, 19 Desember 2022
Ketua Jurusan,

Astuti Permingsih

*coret yang tidak perlu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47206; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1227/ln.28/S/U.1/OT.01/10/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Isna Yufita Hamdalah
NPM : 1703060010
Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/ Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1703060010

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 17 Oktober 2022
Kepala Perpustakaan

Dr. Asad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP. 19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Kl. Haji Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metroiaiv.ac.id Website : www.fuad.metroiaiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	5-12-2022	Ace Bab IV, V Pendahuluan: - Abstrak - Uraian - Lampiran : screen shot foto Vidéo - Jurnal : Riset penelitian	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metroniv.ac.id Website : www.fuad.metroniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<p>Analisis A. Gambaran Umum peneliti D. Pembahasan Isinya Analisis dan teori yg digunakan & data yang.</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id, Website : www.fisaf.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1-	7-12-2022	Bea Manajemen	

Dosen Pembimbing I

Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Mahasiswa ybs,

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metroniv.ac.id, Website : www.fuad.metroniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	26/2022 /9	Perubahan Sistemka penulisan or Per Tambahan Footnot dalam penulisan	

Dosen Pembimbing II

Anton Widodo, M.Sos
NIDN. 2007059201

Mahasiswa ybs,

Isna Yufita Hamdalah
NPM. 1703060010





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metroainiv.ac.id Website : www.fuad.metroainiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29/2022 /8	* Tambahan Forme pada Lembar Bab 9 * Langkah Semaya * Daftar Pustaka PLU	 

Dosen Pembimbing II



Anton Widodo, M.Sos
NIDN. 2007059201

Mahasiswa ybs,



Isna Yufita Hamdalah
NPM. 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id Website : www.fund.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	30/10/2022	Acc Bab 1 & 2 Cara ke peminang I	
	30/10/2022		

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id Website : www.fuad.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	9/7 /2022	Acc Bab 1 II III Acc Bab Dan artikel 9/7 /2022 Anton Widodo	

Dosen Pembimbing II

Anton Widodo, M.Sos
NIDN. 2007059201

Mahasiswa ybs,

Isna Yufita Hamdalah
NPM. 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metroainiv.ac.id Website : www.fuad.metroainiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 4 Juli 2022	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki Tujuan Penelitian- Perbaiki judul koni yg di gunakan serta fokus peneliti- Analisis sumber data apakah sudah tepat / benar	

Dosen Pembimbing I

Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Mahasiswa ybs,

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id Website : www.iain.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		Praktik Pura MPTDF Pematikan	

Dosen Pembimbing II

Anton Widodo, M.Sos
NIDN. 2007059201

Mahasiswa ybs,

Isna Yufita Hamdalah
NPM. 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41307, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metroniv.ac.id Website : www.fuad.metroniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	20/09/2022	Acc BAB 4 Dan 5 Layar ke pembimbing I	
	30/09/2022		

Dosen Pembimbing II

Anton Widodo, M.Sos
NIDN. 2007059201

Mahasiswa ybs,

Isna Yufita Hamdalah
NPM. 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id, Website : www.fuad.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	5 juli 2022	Ace Bab I, II, IV Ace APD, out line - Lanjutan Riset	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringsalyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id, Website : www.fuad.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Isna Yufita Hamdalah Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
NPM : 1703060010 Semester/TA : XI/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	5/10/2022	<ul style="list-style-type: none">- sesuaikan antara judul dg latarbelakang dg pembahasan yg jelas- Tambah teori dikurs melalui youtube- hasil pembahasan kaitkan dg peneliti sebelumnya.	

Dosen Pembimbing I

Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Mahasiswa ybs,

Isna Yufita Hamdalah
NPM 1703060010

Gambar 1 Tampilan Video Ceramah Youtube Ustad Hanif Luthfi



Komentar

Teratas

Terbaru

@ibnuadwinanto · 2 thn lalu
Nyimak tadzz...pas bgt dg jaman emas skrg.
Syukron tad

@albymuktiono8819 · 2 thn lalu (diadit)
Ustadz, apakah boleh menjual barang yang barang itu ada tapi posisinya tidak di majlis akad?
Misal A menjual sepeda motor miliknya yang berada di rumahnya.
A berada dirumah 8 saat menjual (membuat akad) sepeda motornya, seharga 5 juta tidak tunai.
A menyerahkan BPKB, B menyerahkan uang 1 juta.
Lalu mereka berpisah.
B boleh mengambil sepeda motornya kapan saja (misal esok harinya).
Bolehkah seperti itu Ustadz?



RedDoorz Indonesia
Iklan · reddoorz.com

Learn more

Jual Beli Emas Kredit dan Online

164 x ditonton 2 thn lalu ...selengkapnya

Hanif Luthfi Official 4,4 rb

11



Bagikan



Remix

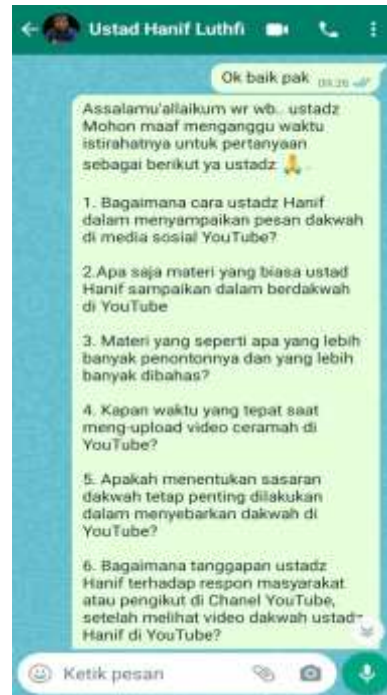
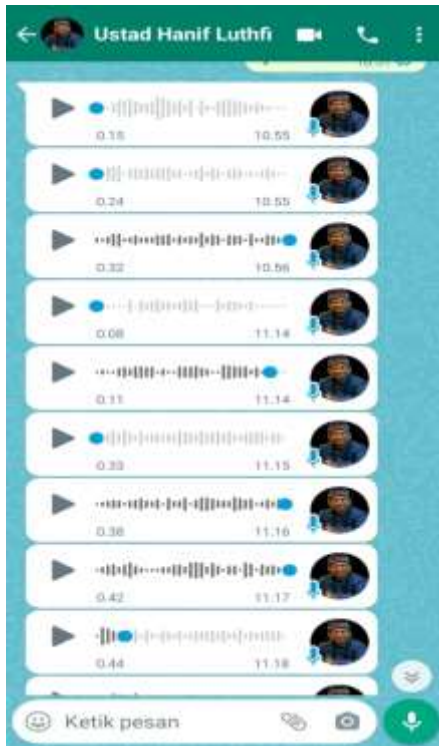


Do

Komentar 3



Gambar 2. Wawancara berupa voice note dengan Ustad Hanif Luthfi



Gambar 3. Wawancara berbentuk rekaman suara
Dengan warga ustad Multazam



Gambar 4. Wawancara berbentuk
rekaman suara dengan Ayuha



Gambar 5. Wawancara berbentuk rekaman suara
dengan Ibu Rumah Tangga Siti Nur'aini



Gambar 6. Wawancara berbentuk rekaman suara Ditho

RIWAYAT HIDUP



Isna Yufita Hamdalah lahir di Lampung pada tanggal 28 September 1999, anak ke tiga dari empat bersaudara, anak dari pasangan bapak H.Anwar Hamami dan ibu Siti Mardiah. Penulis memulai jenjang dari Pendidikan Taman Kanak Kartika yang berda di Punggur Lampung Tengah, dilanjutkan dengan Pendidikan SD 33 Purwosari Banyuasin Sumatera Selatan lulus tahun 2011, kemudian penulis melanjutkan pendidikannya menjadi santri di Pondok Pesantren Sabilul Hasanah di Kecamatan Banyuasin, Kabupaten Sembawa Sumatera Selatan Madrasa Tsanawiyah 2014, dan Madrasah Aliyah, selesai pada tahun 2017

Penulis melanjutkan Pendidikan S1 di Institut Islam Negeri Metro Lampung masuk pada tahun 2017 mengambil jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dan lulus tahun 2022.

Selama menjadi mahasiswi penulis, aktif berorganisasi mulai dari mengikuti UKM LDK Ukhuwah Islamiyah, UKM Kronikas (Pers Mahasiswa), UKM IMPOR (Mahasiswa Pecinta Olahraga), dan kerap mengikuti lomba-lomba online mengenai Voice Over, Jurnalistik. Penulis aktif di salah satu organisasi kewartawanan yaitu, AWPI (Asosiasi Wartawan Indonesia) di Kota Metro, dan mengisi beberapa acara Talk Show pada Tv One local, penulis semasa kuliah juga bekerja sebagai penyiar radio Ramayana 98,8 Fm Kota Metro