

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi saat ini telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat, termasuk dalam aktivitas keagamaan seperti dakwah. Kehadiran media sosial sebagai bagian dari media baru (*new media*) menjadikan proses penyampaian pesan dakwah lebih dinamis, luas jangkauannya, dan mudah diterima berbagai kalangan. Di antara berbagai platform digital, YouTube menjadi salah satu media dominan yang digunakan dalam pembelajaran agama. Hal ini didukung oleh penelitian Suci Ramadanthi Febriani dan Ayu Desrani (2021), yang menyatakan bahwa 87,2% responden mahasiswa berusia 19–25 tahun menggunakan YouTube sebagai sarana untuk belajar agama, menjadikannya lebih unggul dibandingkan media sosial lain seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

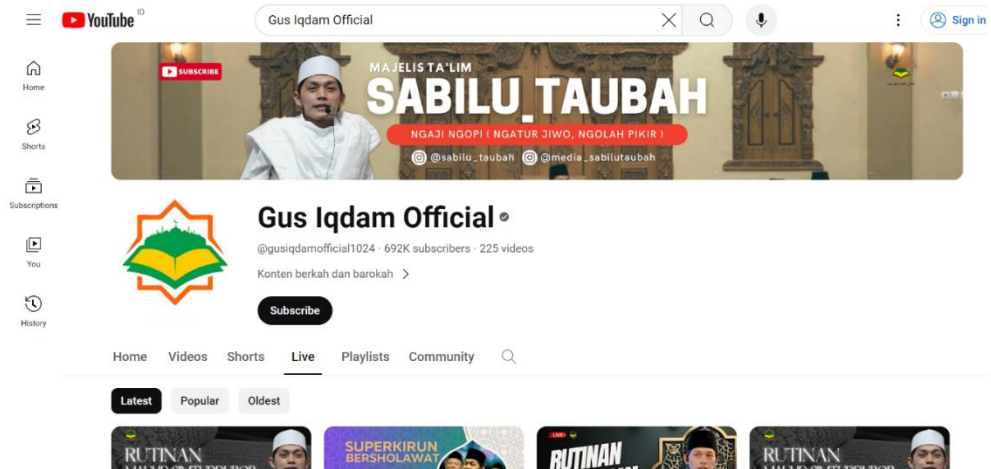
YouTube tidak hanya menawarkan kemudahan akses, tetapi juga mendukung bentuk dakwah visual dan audio secara langsung melalui fitur *live streaming*, serta memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah melalui kolom komentar. Melalui platform ini, pesan dakwah bisa disampaikan secara interaktif, *real time*, dan emosional, yang mendekatkan da'i dengan mad'u secara lebih personal. Ini menjadikan YouTube sebagai ruang potensial untuk menyampaikan ajaran Islam secara lebih inklusif, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Salah satu figur dakwah yang memanfaatkan media YouTube adalah Muhammad Iqdam Kholid atau yang akrab disapa Gus Iqdam, merupakan seorang da'i muda asal Blitar, Jawa Timur, yang dikenal karena pendekatan dakwahnya yang unik, fleksibel, dan dekat dengan realitas sosial masyarakat. Gus Iqdam mulai berdakwah secara aktif sejak mendirikan Majelis Ta'lim Sabilu Taubah pada tahun 2018, yang awalnya hanya beranggotakan tujuh orang, namun kini jamaahnya berkembang menjadi puluhan ribu jamaah yang tersebar di berbagai daerah.

Ciri khas Gus Iqdam terletak pada gaya komunikasinya yang tidak kaku, bahkan cenderung menghibur dan penuh keakraban. Ia kerap menyelipkan hiburan seperti sholawat, candaan, musik dangdut koplo, hingga jargon khas yaitu *ST nyell* (asli sabilu taubah) dan *wonge teko* (orangnya datang?) yang kerap dilontarkan saat kajian, serta sebutan garangan untuk membangun ikatan emosional dengan jamaahnya yang sebagian berasal dari kalangan jalanan dan berandalan. Selain itu, juga terdapat istilah “*dekengan pusat*” yang berarti dukungannya pusat, kata pusat disini memiliki makna yang merujuk dan berarti pusatnya pusat yaitu Allah SWT.

Gus Iqdam aktif berdakwah dalam beberapa agenda antara lain rutinan malam Selasa dan rutinan malam Jumat di Pondok Pesantren Mambaul Hikam II Desa Karanggayam, Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Serta agenda undangan pengajian Gus Iqdam di berbagai daerah. Agenda-agenda tersebut dilakukan secara *offline* dan disiarkan secara *online* melalui *live streaming* yang kemudian juga diunggah pada akun YouTube “Gus Iqdam Official”.

Akun youtube Gus Iqdam Official telah memiliki 659 ribu pelanggan dan 203 video postingan dengan jumlah tontonan 34.093.198 *views*, dari seluruh postingan video dapat diketahui bahwa video didominasi hasil dari *live streaming* dengan rincian 33 video, 1 short video, dan 169 video *live*. Jumlah postingan akan terus meningkat seiring berjalannya waktu dikarenakan adanya agenda-agenda rutin dakwah Gus Iqdam. Adanya partisipasi khalayak adalah salah satu indikator keberhasilan komunikasi persuasif. Khalayak secara aktif berpartisipasi dalam presentasi komunikator (Wahyuni, 2021).



Gambar 1.1 Tampilan akun YouTube Gus Iqdam Official

Sumber: YouTube (*Channel Gus Iqdam Official*, diakses pada 10 Juli 2023)

Peneliti mengambil contoh salah satu video dengan penonton terbanyak yaitu video *live* berjudul “Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar Bersama Happy Asmara” tayang pada tanggal 10 Juli 2023, panjang durasi 4.16.28, telah ditonton sebanyak 1.428.751 kali, 52 ribu suka, dan 35 komentar (Official, 2023). Dalam video ini mendapatkan respon positif dari ma’du melalui komentar positif terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Misalnya pada akun @siticholila9429 mengatakan:

“Masyaallah aku seneng banget sama ceramah nya lucu apalagi jama’ah nya ada Heppy asmara walaupun udah aku ulang2 gak bosen mendengarnya”

Akun @sulastry8765 menyatakan:

“Alhamdulillah NU khususnya PP Ploso berhasil Mengkader , menghadirkan ditengah masyarakat seorang da’i muda ,idola umat dg metode da’wah mendidik ,adem ,humoris merangkul TDK memukul dg referensi kitab2 ulama salaf semoga Gus iqdam selalu diberikan kesehatan dan yuswo panjang Amin”.

Respon-respon tersebut memperlihatkan efektivitas komunikasi persuasif dalam dakwah Gus Iqdam. Komunikasi persuasif sendiri adalah suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan mempengaruhi kepercayaan, perilaku, dan sikap seseorang agar bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk dan meyakinkan tanpa paksaan sehingga mudah menerima pesan yang disampaikan (Rahman & Yasya, 2020).

Gus Iqdam dalam menyampaikan pesan menerapkan komunikasi satu arah dan dua arah. Komunikasi satu arah dilakukan dengan menyampaikan pesan melalui materi berupa ngaji kitab dan pada komunikasi dua arah Gus Iqdam melakukan diskusi dengan memberikan waktu berbicara dengan jamaah untuk mengungkapkan ketertarikan datang dalam kajian Gus Iqdam, jamaah yang berkesempatan berbicara dengan Gus Iqdam juga memberikan testimoni dan menyampaikan perasaan mereka. Hal ini dilakukan Gus Iqdam untuk memotivasi para jamaah lain untuk lebih menyukai datang majelis ilmu bukan hanya pada Majelis Sabilu Taubah akan tetapi semua majelis ilmu yang dapat menambah pengetahuan serta meningkatkan religiusitas dalam mentaati aturan dan menjauhi larangan sesuai yang diajarkan dalam agama Islam. Pendekatan ini sejalan dengan konsep dakwah bil hikmah, yaitu penyampaian pesan dengan cara yang bijak, memperhatikan konteks sosial, usia, dan psikologis mad'u (Alhidayatillah, 2019).

Keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh efektivitas komunikator dalam menyampaikan pesan dakwah untuk menghasilkan *feedback* atau hasil yang diharapkan. Dalam konteks dakwah, da'i berperan sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan. Dakwah menurut Arifin (2011) adalah fenomena keagamaan yang bersifat normatif sekaligus sosial yang rasional dan empiris sebagai bagian dari sunnatullah. Sedangkan Masruroh (2020) mendefinisikan dakwah sebagai proses penyampaian pesan yang berisi ajakan kepada kebaikan secara bil hikmah.

Setiap proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia terdapat teknik-teknik tersendiri. Unsur yang dimiliki komunikasi persuasif adalah teknik komunikasi persuasif. Menurut Onong Uchjana teknik komunikasi persuasif adalah cara menyampaikan pesan kepada orang lain dengan memperhatikan aspek psikologis dengan kata lain cara ini mendasarkan bagaimana kesadaran pribadi tanpa adanya paksaan (Nasor, 2013). Melalui kegiatan dakwah, da'i dapat menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk menarik perhatian ma'du dengan memberikan penjelasan yang mudah dimengerti. Hal ini memiliki tujuan agar terciptanya keberhasilan komunikasi persuasif.

Studi terdahulu terkait teknik komunikasi persuasif pernah dilakukan oleh Kelaut Dia dan Sri Wahyuni berjudul Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?” menyatakan bahwa dalam dakwah yang dilakukan oleh KH. Yahya Zainul Ma’arif (Buya Yahya) menerapkan teknik komunikasi persuasif membuat dakwah lebih menarik, mudah dipahami, dan menjawab kebutuhan ma’du. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat tujuh teknik komunikasi persuasif dalam dakwah Buya Yahya antara lain: teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran atau *pay-off technique*, teknik *Putting it up to you*, teknik *transfer*, teknik *bandwagon*, teknik *don’t ask if, ask which*. (Wahyuni, 2021)

Berdasarkan uraian di atas, YouTube sebagai media dakwah terbukti efektif untuk menjangkau masyarakat umum termasuk generasi muda. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji isi pesan dakwah Gus Iqdam melalui video-video *live streaming* yang memiliki penonton tertinggi pada akun YouTube Gus Iqdam Official, untuk menonjolkan keberhasilan komunikasi dakwah Gus Iqdam dalam menarik ma’du melalui media sosial pada platform YouTube.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah peneliti paparkan pada latar belakang masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam dakwah Gus Iqdam melalui akun YouTube Gus Iqdam Official?

1.3 Tujuan Penelitian

Rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif dalam dakwah Gus Iqdam melalui akun YouTube Gus Iqdam Official.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi positif secara akademis dengan menjadi bahan inspirasi dan melahirkan ide bagi para peneliti yang lain, memperkaya kajian tentang komunikasi persuasif dalam dakwah khususnya dakwah Gus Iqdam. Serta

penelitian ini dapat menjadi referensi keilmuan untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan ide kreatif dan bahan evaluasi bagi aktivis dakwah, da'i, lembaga, dan pihak terkait untuk dapat menyajikan konten dakwah yang lebih menarik audiens, serta dapat mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dakwah secara optimal agar lebih menarik sehingga sesuai dengan sasaran yang dituju.