

**STRATEGI DAKWAH GUS YUSUF CHANNEL DI MASA PANDEMI
COVID 19 PERIODE JUNI – AGUSTUS 2021**

SKRIPSI

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi TV Dakwah



Oleh :

MUHAMMAD LUQMAN ABDUL HAKIM

1601026099

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2023

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Luqman Abdul Hakim
NIM : 1601026099
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam Televisi Dakwah
Judul : Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel di Masa Pandemi
Covid 19 Periode Juni – Agustus 2021

Dengan ini saya setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 05 April 2023

Pembimbing,



Nilnan Ni'mah, M.S.I
NIP: 198002022009012003

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini murni dari hasil karya penulis sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali bagian yang secara tertulis dirujuk dalam daftar Pustaka.

Semarang, 07 April 2023



Muhammad Luqman Abdul Hakim

NIM: 1601026099

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul
Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel di Masa Pandemi Covid 19
Periode Juni-Agustus 2021

Oleh:

Muhammad Luqman Abdul Hakim
1601026099


Telah diujikan didepan dewan penguji
Pada tanggal 18 April 2023 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji:

Ketua Sidang


H. M. Alfandi, M.Ag.
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris Sidang


Nilnan Ni'mah, M.S.I.
NIP. 19800202 200901 2 003

Penguji I


Ajifa Nur Fitri, M.I.Kom.
NIP. 19890730 201903 2 013

Penguji II


Fitri, M.Sos.
NIP. 19890507 201903 2 021

Mengetahui:

Pembimbing


Nilnan Ni'mah, M.S.I.
NIP. 19800202 200901 2 003

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 28 April 2023


Prof. Dr. Hyas Supena, M. Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Dzat Yang Maha Baik karena dengan rahmat dan karunia-Nya penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan atas Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya hingga nanti di hari akhir kelak. Dengan harapan semoga kita senantiasa mampu menjaga dan melaksanakan perintah agama sebagaimana Rasulullah SAW memberikan *suri tauladan* kepada umatnya, Aamiin. Sesungguhnya karya yang baik dan ideal itu setidaknya dapat menyuguhkan dinamika pemikiran yang dapat mengembangkan keilmuan baik dari kalangan akademis, praktis maupun masyarakat pada umumnya. Begitu halnya skripsi ini dibuat untuk mengetahui strategi dakwah gus Yusuf channel di masa pandemi covid 19 periode Juni-Agustus 2021.

Selain itu, skripsi ini diharapkan dapat memberi ide atau gagasan yang baru bagi pembaca. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa pertolongan dari Allah SWT. Melalui doa dan dukungan dari berbagai pihak hingga akhirnya penulis dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik. Dalam kesempatan kali ini, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufik, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi, M. Ag., selaku Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Nilnan Ni'mah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar membimbing, mengarahkan dan mendampingi dengan tulus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar sesuai harapan.
5. Dosen dan Staf di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membantu mengantarkan penulis menyelesaikan tugas akhir akademik.

6. Para Dewan Penguji Sidang Munaqosah dengan segala kemampuannya untuk menguji dan membantu menyempurnakan penelitian ini supaya menjadi lebih baik.
7. Kepada KH. Muhammad Yusuf Chudlori selaku objek dalam penelitian ini
8. Kedua orangtuaku tercinta ayah Nasikhin dan Ibu Titin Maryanah yang selalu mendoakan tiap saat dan memberi dukungan moral maupun materi dan nasihat yang menambah semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tanggung jawab menyelesaikan studi akademik tahun ini.
9. Keluarga Besar Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Tahun 2016 yang selalu memberikan keceriaan, kebersamaan, dan kenangan yang luar biasa selama ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu menemani dari awal perkuliahan hingga saat ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam mengerjakan tugas akhir penelitian

Penulis hanya mampu berharap dan mendoakan semoga kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini merupakan amal baik yang diterima oleh Allah SWT. Penulis menyadari walaupun segala kemampuan telah tercurahkan, namun mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis sehingga ditemukan berbagai kekurangan dan kekhilafan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus, penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran dari pembaca demi kelayakan dan sempurnanya skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga pembaca pada umumnya, Aamiin.

Semarang, 06 April 2023

Muhammad Luqman Abdul Hakim
NIM: 1601026099

PERSEMBAHAN

Dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Hasil skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Untuk Keluarga,

Ibu Titin dan Bapak Nasikhin kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat setiap saat hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Serta Adik-adikku, Muhammad nida' Hatif dan Achmad Hamdan Ulil Albab, semoga selalu diberikan umur yang barokah, diberikan kesehatan, dilancarkan rezekinya dan segala aktivitasnya. Aamiin.

Untuk Almamater,

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.

Demikian persembahan skripsi ini penulis sampaikan. Semoga dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi semua pihak yang membaca skripsi ini.

MOTTO

فَاَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ

Artinya: “Maka sampaikanlah (Muhammad) secara terang-terangan segala apa yang diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang yang musyrik.” (QS. Al-Hijr : 94)

(Kemenag RI, 2015:267)

ABSTRAK

Nama: Muhammad Luqman Abdul Hakim NIM: 1601026099 Judul: Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel di Masa Pandemi Covid 19 Periode Juni-Agustus 2021

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka segmen baru dalam berdakwah. Menghadapi kondisi demikian, para *da'i* dituntut melek digital dan kreatif. Di saat dunia sedang dilanda pandemi Covid-19, pola kehidupan manusia mengalami perubahan, termasuk dalam hal kebutuhan terhadap teknologi yang semakin meningkat yang berimbas pada kegiatan dakwah. Pada masa ini menunjukkan pentingnya media baru dalam berdakwah. Khususnya Youtube dapat digunakan untuk hal positif adalah dengan menjadikan media sosial Youtube sebagai media Dakwah.

Adapun metode dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil dalam penelitian ini sebagai berikut: strategi yang merupakan sebuah rencana rancangan tindakan dalam kegiatan dakwah termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan sehingga sebagai pendakwah Gus Yusuf melakukan pemahaman dengan melakukan survey terhadap lingkungan, menentukan keadaan lingkungan saat ini, juga menentukan tujuan dalam menyampaikan dakwahnya. Pemanfaatan media sosial youtube sebagai salah satu Strategi dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh Gus Yusuf dalam Gus Yusuf Channel berupa video ceramah singkat.

Kata Kunci: Covid-19, Strategi Dakwah, Youtube

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	I
PERNYATAAN.....	II
PENGESAHAN.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
PERSEMBAHAN.....	VI
MOTTO	VII
ABSTRAK	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat	9
D. Tinjauan Pustaka	10
E. Metode Penelitian.....	14
F. Sumber Data dan Jenis Data.....	15
G. Teknik Pengumpulan Data.....	16
H. Teknik Analisis Data	17
BAB II STRATEGI DAKWAH, MEDIA SOSIAL, YOUTUBE DAN PANDEMI COVID 19.....	22
A. Strategi Dakwah	22
1. Pengertian Strategi	22
2. Pengertian Dakwah	23
B. Pengertian Media Sosial	30
C. Youtube	34
D. Strategi Dakwah Via Youtube	35
E. Pandemi Covid 19.....	37
BAB III KH. M. YUSUF CHUDLORI, YOUTUBE GUS YUSUF CHANNEL	39
A. Profil Gus Yusuf Chudlori	39
B. Gus Yusuf Channel	41
BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH YOUTUBE GUS YUSUF CHANNEL PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERIODE JUNI- AGUSTUS 2021	43
A. Konten Gus Yusuf Channel Periode Juni – Agustus 2021	43

B. Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel Di Masa Pandemi Covid 19 Periode Juni – Agustus 2021	52
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 K.H Yusuf Chudlori	39
Gambar 3. 2 Youtube Gus Yusuf Channel.....	41
Gambar 4. 1 Konten Umroh dan Haji Tahun 2021 Ditiadakan, Tanda Hari Kiamat?	43
Gambar 4. 2 Konten Pandemi Covid 19 belum selesai II patuhi protokol kesehatan	44
Gambar 4. 3 Konten Jihad melawan hoax dimasa PPKM darurat 2.....	45
Gambar 4. 4 Konten Masjid ditutup, mall, pasar dibuka 2 PPKM	46
Gambar 4. 5 Konten Amalan amalan bulan Dzulhijjah II Puasa Tarwiyah, Arofah, Sholat Lailatunnahr	47
Gambar 4. 6 Konten Asal Mula Syari'at Qurban, Nabi Ibrohim AS.....	49
Gambar 4. 7 Konten PPKM diperpanjang dan Jeritan Rakyat	50
Gambar 4. 8 Konten Pandemi belum berakhir kegiatan keagamaan harus dimulai jangan berhenti.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka segmen baru dalam berdakwah. Berbagai metode baru dan kekinian dapat dilakukan oleh para *da'i* (subjek dakwah) untuk menyampaikan syiar agama agar bisa diterima oleh audiens atau *mad'u* (objek dakwah) secara luas. Menghadapi kondisi demikian, para *da'i* dituntut melek digital dan kreatif menemukan formulasi dakwah gaya baru sesuai dengan realitas perkembangan teknologi yang dikuasai generasi saat ini. (Muhammad Rizqy, 2023)

Dakwah melalui teknologi digital menjadi sebuah keniscayaan yang harus dikuasai oleh para *da'i* di era sekarang ini, Era globalisasi telah mempermudah setiap orang untuk menyampaikan serta menyebarkan segala informasi tanpa harus tersekat ruang dan waktu. Para *da'i* dapat memilih beragam platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk berdakwah, diantaranya Youtube, Facebook, Twitter, Instagram dan Tik-tok. (A. H. Ummah, 2020)

Salah satu media sosial yang saat ini sedang diminati oleh banyak pengguna adalah Youtube, Tercatat di App Store Youtube menempati peringkat 3 aplikasi gratis teratas dan peringkat 2 aplikasi foto dan video. Di tahun 2021-2022 Youtube kian populer di Indonesia, dengan berbagai content creatornya. Dilansir wikipedia Youtube adalah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan Paypal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video (Suherlan, 2022).

Youtube merupakan sebuah platform dimana memungkinkan penggunaannya untuk dapat mengunggah video dan berinteraksi melalui kolom komentar. Adanya media sosial atau dalam hal ini Youtube dapat digunakan

untuk suatu hal positif yang dapat memberikan manfaat dan pengaruh pada masyarakat. (Fatty Faiqah, 2016)

Salah satu wujud bahwa media sosial khususnya Youtube dapat digunakan untuk hal positif adalah dengan menjadikan media sosial Youtube sebagai media Dakwah seperti yang dilakukan oleh Gus Yusuf. Dalam melakukan dakwahnya Gus Yusuf berusaha menjadikan akun media sosial Youtubanya tidak hanya memberikan informasi tetapi juga memberikan inspirasi dan pengaruh baik bagi muslim dan muslimah Indonesia dengan strategi yang telah dibentuk sehingga lebih menarik untuk ditonton.

Selain itu pendakwah sekarang ini mulai memodifikasi metode dakwahnya dan menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya, misalnya ustadz Abdul Somad yang berasal dari Sumatra Utara yang sering mengulas berbagai macam persolan agama khususnya kajian ilmu hadis dan ilmu fiqih, ustadz Adi Hidayat yang khas adalah menyampaikan pesan dakwahnya dengan membawa papan tulis layaknya seorang guru di sekolah. Generasi yang ada pada era ini cenderung mengandalkan informasi melalui gadget atau sosial media yang mereka miliki, hal ini dibenarkan lagi bahwa manusia di jaman ini tidak bisa terlepas oleh gadgetnya masing-masing. Maka dari itu metode dakwah di sosial media dianggap efektif untuk dilakukan di jaman sekarang ini.

Di saat dunia sedang dilanda pandemi Covid-19, pola kehidupan manusia mengalami perubahan, termasuk dalam hal kebutuhan terhadap teknologi yang semakin meningkat. Kondisi ini juga berimbas pada kegiatan dakwah yang biasanya dihadiri oleh jamaah (audiens) yang sangat banyak. Selama pandemi Covid-19 ruang gerak manusia untuk berkumpul secara massal sangat dibatasi atau bahkan dilarang. Pada masa ini menunjukkan pentingnya media baru dalam berdakwah. Hadirnya teknologi dan media baru membuat kegiatan dakwah tetap berjalan tanpa terhalang larangan pertemuan langsung dan bahkan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Pandemi Covid-19 menyebabkan beberapa perubahan yang berdampak pada penggunaan teknologi, diantaranya: pertama, *more technology*; semenjak ada pandemi Covid-19, semakin banyak teknologi baru yang muncul dan akan dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menunjang kebutuhan mereka. Kedua, *more automation*; setelah pandemi Covid-19 semakin banyak automasi baru yang muncul di berbagai macam bidang. Ketiga, *less mobility* atau *borderless work*; dengan memanfaatkan fasilitas teknologi digital, aktivitas manusia dapat dilakukan dari jarak jauh (Catriana, 2020).

Berkembangnya pandemi Covid-19 yang terus meningkat, mengakibatkan lahirnya kebijakan-kebijakan dari pemerintah yang membatasi adanya kegiatan-kegiatan yang menimbulkan kerumunan. Hal ini berdampak pada berbagai macam kegiatan diantaranya pendidikan, perkumpulan bahkan juga berpengaruh dalam kegiatan keagamaan. Mulai dari pembatasan terhadap sholat berjamaah di masjid, pembatasan haji dan umroh, hingga pembatasan kegiatan Ramadhan dan hari raya lainnya. Dengan adanya kebijakan pembatasan terhadap aktivitas masyarakat menjadi tantangan bagi para da'i. Dakwah yang biasanya bersifat tatap muka dengan orang banyak, menjadi sulit dilakukan karena adanya pandemi Covid-19, dimana para jamaah yang banyak dapat menimbulkan kerumunan.

Da'i memerlukan adanya inovasi dalam menyampaikan dakwahnya, terutama di masa pandemi Covid-19. Penting bagi da'i mengatur strategi supaya ilmu ke-Islamannya tetap dapat tersampaikan dan diterima oleh masyarakat meskipun tidak dapat melakukan dakwah dengan tatap muka. Oleh karenanya media sosial yang saat ini terus berkembang macamnya, dapat menjadi sebuah media untuk menyampaikan pesan dakwah.

Penggunaan berbagai platform media baru yang semakin berkembang harus menyesuaikan dengan kebutuhan khalayak. Salah satu yang sedang berkembang saat ini adalah Youtube. Banyaknya video Youtube membuat khalayak dengan mudah mencari konten dakwah atau syiar Islami yang sesuai

dengan kebutuhan. Keberadaan Youtube dapat memberikan warna tersendiri dengan berbagai jenis konten audio dan konsep yang berbeda. Youtube juga berfungsi sebagai media untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh para pendengarnya, termasuk pengetahuan keagamaan. Bahkan Youtube bisa dikolaborasikan dengan media yang lain, seperti Instagram dan Facebook untuk menguatkan sisi visualnya. Kolaborasi ini dapat lebih dinikmati oleh khlayak dari sisi audio dan visualnya.

Berdasarkan databoks pada tahun 2021, youtube menjadi platform yang paling sering digunakan pengguna medial sosial di Indonesia. Persentasi pengguna youtube mencapai 88%, selanjutnya adalah whatsapp sebesar 84% dan media sosial lainnya, hal ini dikarenakan youtube memiliki kelebihan dalam berkomunikasi. (Natasya Eka Putri, 2022) Selain mampu berbagi video juga mempunyai durasi yang cukup panjang dalam menyampaikan informasi. Para youtuber menampilkan videonya dengan seni tersendiri agar mampu menarik minat orang lain untuk menonton. Youtube begitu digemari oleh berbagai kalangan, baik dari kalangan anak-anak maupun kalangan orang tua. Karena menampilkan banyak pilihan video yang bisa ditonton.

Ada sebanyak 202,6 Juta orang dari 274,9 Juta orang yang menggunakan internet. Artinya sebanyak 73,7% dari penduduk Indonesia telah mengakses internet. Dan dari data tersebut ada kenaikan sebesar 16% atau 27 Juta pengguna internet di Indonesia dari tahun sebelumnya (Kemp, 2021). Sementara pengguna media sosial aktif tahun 2021 ada sebanyak 170 Juta orang artinya ada kenaikan sebanyak 10 Juta orang atau sebesar 6,3% dari tahun sebelumnya. Rata-rata waktu menggunakan media sosial 3 jam 14 menit setiap harinya.

Perkembangan Youtube saat ini sangat pesat. Dapat dibuktikan dengan banyaknya orang yang berminat dan beralih profesi ke youtuber dengan membuat konten-konten vlog yang menarik. Sehingga, saat ini youtube sangat berpengaruh di seluruh dunia. Begitu juga para pendakwah yang sudah semakin

banyak beralih ke dunia maya dan berusaha tidak ketinggalan dalam memanfaatkan situs ini. Selama ini sudah sering kita melihat dakwah dan pengajian dari televisi atau majelis-majelis. Namun dengan perkembangan teknologi informasi seperti sekarang ini, youtube menjadi tempat baru bagi pendakwah dalam menyampaikan dakwah.

Video ceramah yang diunggah dapat diakses dimanapun dan kapanpun tanpa diperlukannya penyediaan tempat dan waktu untuk para jamaah. Para jamaah juga dapat memilih da'i yang mereka sukai dengan berbagai tema yang dibutuhkan. Youtube merupakan salah satu media yang memiliki kemampuan menyebarkan konten dakwah atau pengajian ke seluruh dunia dan bisa diakses oleh semua kalangan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Youtube juga mampu memberikan akses kepada penggunanya dengan cara mendownload ataupun melihat video dengan cara offline (Hassani, 2019).

Youtube menjadi media dakwah bukan hanya digunakan oleh ustazd-ustazd populer saat ini, akan tetapi diberbagai daerah menjadikan youtube sebagai bagian dari berbagi kegiatan keagamaan, baik itu pengajian, ceramah, maupun kegiatan yang bersifat keagamaan lainnya. Sehingga dalam hal ini, pemanfaatan Youtube sudah menjangkau semua aktifitas yang terjadi diseluruh dunia dengan dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan nantinya. Salah satu contohnya yaitu *Strategi Dakwah K.H Chudlori di Masyarakat Kabupaten Magelang*" yang telah di teliti oleh Zainal Mutaqin pada tahun 2014 dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo. Skripsi ini membahas tentang strategi dakwah oleh K.H Chudlori di masyarakat magelang, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dakwah untuk mengajak masyarakat amar ma'ruf nahi munkar agar masyarakat mengetahui pentingnya agama Islam dalam tatanan bermasyarakat.

Salah satu ulama muslim di Indonesia yang memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media dalam menyampaikan dakwah di era digital adalah KH Muhammad Yusuf Chudlori atau yang biasa di panggil Gus

Yusuf seorang pengasuh Asrama Perguruan Islam (API) Pondok Pesantren Salafi Tegalrejo Magelang. Beliau memiliki konsep strategi dakwah yang menarik. Beberapa strategi dakwah beliau diantaranya menggunakan media pesantren untuk mengembangkan dakwah nya dan melahirkan kader santri yang berilmu, selain itu beliau aktif dengan kegiatan-kegiatan sosial seperti mengelola komunitas kesenian tradisional yang ada di Kabupaten Magelang, menjadi penasehat organisasi Komunitas Gerakan Anti Narkoba dan Zat Adiktif (KOMGANAZ) Kabupaten Magelang, serta mengelola radio komunitas (Fast-FM) yang menyiarkan berbagai program populis untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari kajian keagamaan, mujahadah, berita-berita aktual, konsultasi kesehatan, bincang bisnis, infotainment, dan lainnya. (Hakim, 2020)

Dalam berbagai strategi dakwahnya Gus Yusuf mementingkan substansi ajaran agama islam yang menarik sehingga masyarakat mudah memahami hal-hal yang disampaikan tanpa adanya kekerasan yang dapat membuat masyarakat takut bahkan bisa bercerai berai karena saling memusuhi, Gus Yusuf terus berusaha agar dakwahnya dapat diterima oleh masyarakat salah satunya dengan mengikuti arus millennial melalui bantuan media sosial berupa Youtube beliau dikenal sebagai ulama yang dekat dengan berbagai kalangan hal ini tidak lain karena cara berdakwah beliau penuh hikmah serta mudah dipahami oleh semua kalangan, selain itu beliau juga banyak mencurahkan tenaga dan pemikirannya untuk perjuangan sosial kemasyarakatan, hal ini membuat Channel Youtube Gus Yusuf sangat menarik. Cara Beliau berdakwah yang begitu murni tanpa adanya sebuah editing video yaitu dengan *live streaming*. Terdapat perbedaan dalam isi konten Channel Youtube Gus Yusuf ketika sebelum dan semasa pandemi, hal ini menarik banyak penonton sehingga diminati pada masa pandemic Covid 19.

Berdasarkan analisis yang di dapat oleh peneliti menunjukkan adanya jumlah *viewer* yang meningkat dari sebelum dan sesudah adanya pandemi

Covid-19 yaitu pada bulan Juni – Agustus 2021. Hal tersebut ditunjukkan pada waktu sebelum pandemi, yaitu bulan Mei 2021 pada salah satu video yang berjudul “Masuk Gereja Apakah Kafir” menunjukkan *viewer* yaitu berjumlah 6.203 penonton, adanya peningkatan jumlah *viewer* tersebut dimulai sejak 12 Juli 2021 pada salah satu video yang berjudul “Umroh dan Haji 2021 di Tiadakan, Tanda Hari Kiamat ?”. Video tersebut mulai menunjukkan peningkatan dengan jumlah *viewer* sebanyak 13.975 penonton, dari data tersebut menunjukkan bahwa dakwah Gus Yusuf melalui media sosial youtube telah mengalami peningkatan jumlah *viewer* pada masa pandemi Covid-19. Hingga saat ini, media menjadi paling utama untuk mendapatkan informasi-informasi yang terkait dengan ceramah Gus Yusuf yaitu dengan sosial media youtube. Adapun perbedaan dari isi ceramah Gus Yusuf sendiri dari sebelum pandemi dan setelah pandemi dari tema yang beliau bahas, data sebelum pandemi pada tahun 2020-2021 Januari menunjukkan bahwa video yang diunggah Gus Yusuf lebih memilih tema berdasarkan pondok pesantren salafi atau membahas mengenai kegiatan santri di Tegalrejo, sedangkan setelah pandemi beliau banyak membahas mengenai makna hidup dalam menjalani kehidupan di masa pandemi ini.

Masuknya Islam ke Indonesia melalui beberapa strategi dan konsep, diantaranya perdagangan, pendidikan, perkawinan, kesenian dan kebudayaan, politik serta pengobatan. Oleh karena banyaknya strategi dan konsep dakwah membuat Gus Yusuf menarik untuk di ungkap konsep dan strategi dakwahnya sehingga bisa menjadi acuan bagi kaum milenial sekarang dalam berdakwah, selain strategi yang khas melalui budaya dan seni dari Gus Yusuf menjadi pematik viewernya untuk terus mengikuti dan menonton, karena Gus Yusuf memiliki intelektual mengenai sejarah republik Indonesia ini (Jazuli, 2020).

Gus Yusuf juga mempunyai caranya sendiri dalam menyampaikan komunikasinya di postingan youtube, dengan gayanya yang penuh hikmah dan mudah dipahami oleh audien, beliau coba memperkenalkan nilai-nilai

pesantren agar diketahui khalayak. Ciri beliau adalah selalu menyampaikan pesan dakwah dengan jelas, tenang dan jelas, namun memiliki penekanan, bahasa yang digunakan tidak berbelit-belit dan sederhana agar penonton video tenggelam dan mudah memahami inti dan pesan dakwah. pembawaannya yang ekspresif dan intonasi yang jelas dalam menyampaikan dakwah adalah cara beliau menarik penonton di youtube. Adapun perbedaan channel youtube Gus Yusuf dengan Channel youtube da'i lainnya adalah materi yang diunggah adalah isu-isu yang sedang di perbincangkan, beliau akan membandingkan dengan hukum Islam dengan mempertimbangkan Al-Qur'an, Hadits, Fiqih, dan Kitab Kuning.

Kemudian terkait dengan strategi dakwah Gus Yusuf dalam proses pembuatan video dimulai dengan melakukan diskusi antara Gus Yusuf dengan official untuk menganalisis topik yang sedang ramai di masyarakat (penentuan tema), selanjutnya Gus Yusuf akan menyiapkan materi terkait topik yang akan di bahas melalui pendekatan Islam (materi), setelah itu pembuatan jadwal untuk membuat video dan mengunggah (penentuan jadwal), kemudian membuat cover video yang menarik (*Thumbnail*), setelah siap seluruhnya, dilanjutkan dengan evaluasi hal-hal terkait proses sejak awal pembuatan topik hingga video di Youtube tersebut ditayangkan, dengan evaluasi yang dilakukan diharapkan mampu memperbaiki video yang akan diunggah selanjutnya (Luqman, 2022).

Dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini, Gus Yusuf tetap berupaya mendukung berbagai kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah masjid untuk menjaga kesehatan dan keselamatan masyarakat dari Covid-19. Namun Gus Yusuf juga mengupayakan agar pesan dakwah yang akan beliau sampaikan masih bisa diterima oleh masyarakat. Oleh karenanya Gus Yusuf perlu memanfaatkan media sosial salah satunya melalui video dalam Gus Yusuf Channel, dimana dengan dakwah melalui video-video yangt akan diunggah masyarakat tetap mendapatkan ilmu keagamaan dengan mudah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berkaitan dengan strategi dakwah melalui media sosial di masa pandemi Covid-19, khususnya strategi dakwah yang dilakukan oleh Gus Yusuf dengan judul, Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel Di Masa Pandemi Covid 19 Periode Juni – Agustus 2021

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah :

Bagaimana strategi dakwah Gus Yusuf channel di masa pandemi Covid 19 periode Juni – Agustus 2021 ?

C. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan apa saja program serta Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel Di Masa Pandemi Covid 19 Periode Juni – Agustus 2021.

Dalam arti luas tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang strategi dakwah melalui sosial media Youtube oleh channel Gus Yusuf di masa pandemi *Covid-19* dimana seluruh kegiatan melalui sistem online sebagai upaya menjaga penyebaran *Covid-19* agar tidak berlangsung lama.

Penelitian ini juga diharapkan memiliki manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat teoritis

- a. Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pendakwah, yaitu bagaimana cara mengemas pesan melalui strategi yang disampaikan oleh da'i ketika berdakwah dalam dakwahnya.

- b. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan mampu memberikan pemahaman baru bagi khasanah dakwah Islam, khususnya bagi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi peneliti akan sangat bermanfaat untuk penambahan wawasan, pengetahuan dan keterampilan diri mengenai strategi dakwah.
 - b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan yang dapat digunakan oleh pendakwah dan ulama dalam mengembangkan media untuk menyiarkan dakwahnya.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari adanya kesamaan terhadap penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, penulis mengadakan kajian terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya dan penulis mencoba menelaah beberapa literatur yang ada keterkaitannya dengan penelitian yang akan penulis lakukan, diantaranya adalah :

Pertama, “*Strategi Dakwah K.H Chudlori di Masyarakat Kabupaten Magelang*” yang telah diteliti oleh Zainal Mutaqin pada tahun 2014 dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo. Skripsi ini membahas tentang strategi dakwah oleh K.H Chudlori di masyarakat magelang, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dakwah untuk mengajak masyarakat amal ma’ruf nahi munkar agar masyarakat mengetahui pentingnya agama Islam dalam tatanan bermasyarakat.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis yaitu mengenai Strategi dakwah tetapi penulis meneliti strategi dakwah melalui Youtube, kemudian perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian di atas objeknya adalah Strategi Dakwah mensosialisasikan

pentingnya bermasyarakat, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Strategi Dakwah di masa pandemi covid19.

Kedua, skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh, atas nama Tiara Rahmadaniar dengan judul “*Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdailycom Dalam Mensosialisasikan Hijab*” tahun 2018. Skripsi ini membahas tentang Strategi Dakwah bagaimana cara mensosialisasikan hijab melalui akun media sosial youtube. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dakwah untuk mengajak para muslimah agar selalu menggunakan hijab. Dan disini peneliti mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat strategi dakwah dalam mensosialisasikan hijab, pentingnya menggunakan hijab.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah subjek penelitian, yaitu Strategi dakwah melalui Youtube, kemudian perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian diatas objeknya adalah Strategi Dakwah mensosialisasikan pentingnya menggunakan hijab, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Strategi Dakwah di masa pandemic covid19.

Ketiga, *strategi dakwah habiburrahman el shirazy pada film “dalam mihrab cinta”* yang telah di teliti oleh Ahmad Furqon pada tahun 2019. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo. Skripsi ini membahas tentang strategi dakwah yang dilakukan Habiburrahman El Shirazy pada Film “Dalam Mihrab Cinta”. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Dakwah Habiburrahman El-Shirazy pada film “Dalam Mihrab Cinta”. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah tentang strategi dakwah, namun perbedaan terletak pada penelitian diatas menggunakan strategi dakwah menggunakan film sedangkan penulis menggunakan akun sosial media youtube.

Keempat, *dakwah melalui media sosial youtube (analisis media siber dalam etnografi virtual pada channel youtube transformasi iswahyudi)*, yang telah diteliti oleh Evi Novitasari, Fakultas Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data yang dalam hal ini ialah pendeskripsian mengenai level-level Analisis Media Siber dalam etnografi virtual pada dakwah yang dilakukan Bapak Iswahyudi mulai dari ruang media, dokumen media, objek media, pengalaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa channel YouTube Transformasi Iswahyudi telah sesuai dengan analisis media siber dalam etnografi virtual yang terdiri dari: (1) ruang media (media space) yang berfokus pada prosedur pembuatan channel YouTube, prosedur memublikasikan konten, aspek grafis dari tampilan media, (2) dokumen media (media archive) yang berfokus pada konten video dakwah, (3) objek media (media object) yang berfokus pada interaksi yang muncul antara pemilik channel dan subscriber, (4) pengalaman (*experiential stories*) yang berfokus pada motif yang melandasi pemanfaatan dan pemublikasian video-video dakwah. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah subjek penelitian, yaitu pemilik akun youtube, kemudian perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian diatas objeknya adalah Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber Dalam Etnografi Virtual Pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi), sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Strategi Dakwah pada masa pandemic Covid19.

Kelima, *Metode Dakwah Ustadz Rahmat Abdullah Dalam Film "Sang Murabbi"*, yang telah diteliti oleh Susi Prasetyowati Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo, dalam penelitian susi menggunakan penelitian kualitatif dengan spesifikasi diskriptif, sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan

analisis isi (Content Analysis). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara observasi dan dokumentasi. Tahap-tahap dalam analisis data meliputi dialog tokoh serta gambar (visual) dalam film Sang Murabbi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ustadz Rahmat Abdullah melaksanakan dakwahnya melalui tiga metode dakwah, yaitu a) Metode dakwah Bil Haal, b) Metode dakwah Bil Lisan, c) metode dakwah Bil Qalam. Adapun metode dakwah Bil Haal ustadz Rahmat Abdullah lakukan melalui teater, memberikan contoh secara langsung kepada mad'u (keteladanan), Bil Nikah, sedekah, berhijrah dan kelembagaan yaitu mendirikan yayasan Islamic iqro' Center dan lembaga bernama partai. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah tentang dakwah, namun perbedaan terletak pada penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu menggunakan strategi dakwah menggunakan film sedangkan penulis menggunakan akun sosial media Youtube.

1. Kebaruan Penelitian

Telah banyak penelitian yang mengkaji hal-hal mengenai strategi dakwah baik secara langsung maupun melalui media sosial, dan memiliki karakteristik tersendiri terkait tema tersebut. Hal tersebut berkaitan baik dari penyebab terjadinya permasalahan, siapa saja yang terlibat, hambatan yang dilalui, dan lain-lain. Selain itu fokus masalah yang dikaji mengenai strategi dakwah melalui media sosial khususnya di masa pandemi Covid-19 dalam sebuah forum belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Zainal Mutaqin dengan judul Strategi Dakwah K.H Chudlori di Masyarakat Kabupaten Magelang yang meneliti dengan objek Strategi Dakwah K.H Chudlori yang mensosialisasikan pentingnya bermasyarakat, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian strategi dakwah di masa pandemi Covid-19. Selanjutnya penelitian mengenai strategi dakwah yang dilakukan oleh Tiara

Rahmadaniar dengan judul Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdailycom Dalam Mensosialisasikan Hijab, dimana pada penelitian tersebut objeknya adalah Strategi Dakwah mensosialisasikan pentingnya menggunakan hijab, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Strategi Dakwah Gus Yusuf dalam channel youtubanya di masa pandemic covid19.

Penelitian selanjutnya oleh Ahmad Furqon, dengan judul strategi dakwah habiburrahman el shirazy pada film “dalam mihrab cinta” dan Metode Dakwah Ustadz Rahmat Abdullah Dalam Film “Sang Murabbi”, yang telah di teliti oleh Susi Prasetyowati pada penelitian tersebut Ahmad Furqon dan Susi Prasetyowati meneliti strategi dakwah menggunakan film sedangkan penulis menggunakan akun sosial media youtube. Selanjutnya penelitian dengan judul dakwah melalui media sosial youtube (analisis media siber dalam etnografi virtual pada channel youtube transformasi iswahyudi), yang telah di teliti oleh Evi Novitasari pada penelitian tersebut menganalisis Media Siber Dalam Etnografi Virtual Pada sebuah Channel Youtube sedangkan penulis menganalisis Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel pada masa pandemic Covid19.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode deskriptif menurut Nazir adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 1998 hal. 63). Pendekatan

penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan pendekatan ini penulis mendapatkan pemahaman mengenai strategi dakwah Gus Yusuf dalam Gus Yusuf Channel.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual ini merupakan usaha peneliti memperjelas ruang lingkup penelitian dengan menguraikan beberapa batasan yang berkaitan dengan penelitian, gunanya untuk menghindari kesalah pahaman pemaknaan.

Strategi dakwah menurut Asmuni Syukir adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Sehingga dalam pelaksanaannya penting untuk memperhatikan akan strategi yang digunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah (Syukir, 1983 hal. 20).

Strategi dakwah media sosial youtube adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah dengan media yang mewadahi dan memfasilitasi penggunaanya untuk mengupload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia.

Karena mengingat luasnya bahasan dalam media sosial maka fokus masalah pada penelitian ini hanya pada sosial media youtube, agar tidak meluasnya pembahasan penelitian ini maka data yang diambil dari video ceramahnya Gus Yusuf dari periode bulan Juni sampai Agustus 2021 dan jumlah data video pada penelitian ini berjumlah tiga video pada bulan Juni-Agustus pada tahun 2021 yang paling banyak view nya .

F. Sumber Data dan Jenis Data

Pada penelitian kualitatif, data diartikan sebagai material kasar yang dikumpulkan peneliti yang membentuk dasar-dasar analisis. Data dapat berupa catatan peneliti dari hasil wawancara dan pengamatan lapangan.

Data juga dapat berupa apa yang diciptakan orang lain seperti dokumen resmi, catatan harian, dan fotografi (Sugiyono, 2011 hal. 244).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer, yaitu berupa data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung di lapangan dari sumbernya. Sumber data primer yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan sumber data yang digali langsung dari objek penelitian, dalam hal ini adalah Gus Yusuf dan Crew Gus Yusuf Channel sebagai pengelolaan strategi dakwah dalam video Youtube Gus Yusuf Channel sehingga peneliti mendapatkan data yang jelas mengenai profil serta strategi dakwah dari Gus Yusuf dalam channelnya..

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pendekatan penelitian kualitatif, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan. Beberapa teknik yang dilakukan peneliti dalam menggali data diantaranya:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan yang dilaksanakan secara langsung oleh peneliti dengan cara mengumpulkan data, dimana peneliti mengadakan pengamatan langsung atau berhadapan dengan subyek yang akan diteliti. Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan. (Satori, 2013 hal. 105)

Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi dengan mengamati dan menganalisis secara langsung aktivitas strategi dakwah dari Gus Yusuf dalam proses pengambilan video Youtube dakwah Channel Gus Yusuf dari periode bulan Juni hingga Agustus 2021 yang dimana pada periode tersebut sudah mulai merebaknya virus covid-19 dan perbedaan isi konten sebelum dan semasa pandemi.

b. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2009 hal. 186)

Untuk mendapatkan data yang relevan, penulis, melakukan wawancara langsung dengan Gus Yusuf dan beberapa crew Gus Yusuf Chanel yang berperan dalam proses pembuatan video channel Youtube Gus Yusuf. Metode wawancara guna mencari dan memperoleh data tentang bagaimana Strategi dakwah Gus Yusuf channel di masa pandemi covid-19 periode Juni – Agustus 2021.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang, tertulis. Dokumen memiliki ciri khas untuk menunjukkan hal-hal yang terjadi dimasa lampau, dengan fungsi utama sebagai catatan atau bukti suatu peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, foto, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Ratna, 2010 hal. 234)

Metode dokumentasi ini penulis mengumpulkan data melalui karya-karya Gus Yusuf baik yang berbentuk tulisan maupun foto.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, untuk meningkatkan pemahaman peneliti

tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain (Muhadjir, 1989 hal. 27).

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif kegiatannya pada dasarnya dilakukan secara bersamaan dengan proses pelaksanaan pengumpulan data. Analisis merupakan proses menemukan sebuah kesimpulan penting dari data yang telah terkumpul. Menurut Miles dan Huberman berpendapat bahwa proses analisis adalah proses yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi.

Langkah-langkah yang digunakan penyusunan dalam menganalisis data ini adalah (Sugiyono, 2016 hal. 246):

1. Reduksi data, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
2. Penyajian data, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh buktibukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dalam analisis data, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana melakukan penelitian, peneliti akan mencoba mendiskripsikan fakta

dari semua hasil penelitian di lapangan, menganalisa dan menginterpretasikannya sehingga penelitian ini bisa ditarik suatu benang merah dari Strategi Dakwah Gus Yusuf pada masa pandemic Covid-19.

BAB II

STRATEGI DAKWAH, MEDIA SOSIAL, YOUTUBE DAN PANDEMI COVID 19

A. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Karl Von Clausewitz berpendapat bahwa strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan pertempuran guna memenangkan suatu peperangan. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan (Sumarsono, 2001 hal. 139).

Strategi menurut Stephani K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono, strategi di denefisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Umar, 2001 hal. 31).

Beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah serangkaian rencana suatu program atau kegiatan yang dilaksanakan agar mencapai tujuan yang diinginkan. Mintzberg berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan empat hal, yaitu (Mintzberg, 1991):

- a. *Strategy as plan*, strategi merupakan rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan,
- b. *Strategy as pattern*, strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama,

- c. *Strategy as position*, strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan produk atau jasa tertentu dalam pesan yang spesifik,
- d. *Strategy as a perspective*, strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan versi dan budaya organisasi.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah rencana atau cara yang ditentukan untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan. Strategi menjadi rancangan proses yang akan dilakukann seseorang individu maupun organisasi, strategi seperti ini rancang sedemikian rupa agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai secara befektif dan efisien.

2. Pengertian Dakwah

a. Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu da'a, yad'u, da'wan, du'a, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah tabligh, amar ma'ruf dan nahi munkar, mau'idzoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khotbah (Ilaihi, 2009 hal. 17).

Pengertian dakwah secara terminologi mempunyai makna yang beragam, menurut Departemen Agama RI dalam buku " Metodologi Da"wah Kepada Suku Terasing " yaitu dakwah adalah setiap usaha yang mengarah untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak, sesuai dengan kehendak dan tuntutan kebenaran.menurut istilah, dakwah mengandung beberapa makna yang berbeda, namun tujuan dan arti dakwah itu sendiri sama (RI, 1979).

Dakwah secara terminologi dapat kita lihat dari berbagai pendapat ulama, yaitu:

Ali Makhfudh dalam kitabnya “Hidayatul Mursyidin” mengatakan, dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk agama, menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Mahfuz hal. 17).

Hamzah Ya’cub dalam Zaidallah pengertian dakwah secara umum adalah suatu pengetahuan yang mengajarkan dan tehnik menarik perhatian orang, guna mengikuti suatu idiologi dan pekerjaan tertentu. Adapun definisi dakwah Islam adalah mengajak ummat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul (Zaidallah, 2002 hal. 4).

Ahmad Ghalwasy dalam bukunya “ad Dakwah al-Islamiyyah” mengatakan bahwa, Ilmu dakwah adalah ilmu yang dipakai untuk mengetahui berbagai seni menyampaikan kandungan ajaran Islam, baik itu akidah, syariat, maupun akhlak (Ilaihi, 2009 hal. 19).

Secara keseluruhan dapat di garis bawahi bahwa dakwah adalah kegiatan menyampaikan ajaran atau beberapa nilai keislaman kepada orang lain. Dakwah juga termasuk ajakan untuk mengajak kepada jalan Allah, melakukan kebaikan yang di perintahkan Allah dan menjauhi larangannya.

1) Unsur – Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan komponen penting yang harus dipahami dalam berdakwah. Unsur-unsur dakwah adalah yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah, diantaranya (Aziz, 2004 hal. 75):

a) **Dai (Pelaku Dakwah)**

Dai (Pelaku Dakwah) secara umum sering disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran islam) namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan bahwa mubaligh sebagai

orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya.

Peranan dai di dalam kegiatan dakwah sangatlah esensial, sebab tanpa dai ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Biar bagaimanapun baiknya ideologi Islam yang harus disebar di masyarakat, ia akan tetap sebagai ide, ia akan tetap sebagai cita-cita yang tidak terwujud jika tidak ada manusia yang menyebarkannya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan, dai merupakan ujung tombak dalam menyebarkan ajaran Islam sehingga peran dan fungsinya sangat penting dalam menuntun dan memberi penerangan kepada umat manusia (Saerozi, 2013).

b) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan (Nashrulloh, 2016 hal. 161).

Mad'u terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri misalnya profesi, ekonomi, dan seterusnya. Penggolongan mad'u tersebut antara lain sebagai berikut (Saerozi, 2013):

- Sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marginal dari kota besar,
- Struktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan, dan santri, terutama pada masyarakat Jawa,
- Tingkatan usia,
- Tingkatan sosial ekonomis,
- Jenis kelamin
- Khusus ada masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana, dan sebagainya.

c) Maddah (Materi Dakwah)

Maddah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan dai pada mad'u. materi dakwah yaitu ajaran-ajaran agama Islam. Garis besar ajaran agama Islam yang dijadikan maddah dakwah dikelompokkan menjadi empat, yaitu (Sukayat, 2015):

- Masalah Akidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiyah. Akidah dan keimanan menjadi materi utama dalam dakwah. Karena aspek iman dan akidah merupakan komponen utama yang akan membentuk moralitas atau akhlak umat.

- Masalah Syariat

Hukum atau syariat sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, peradaban mencerminkan diri dalam hukum-hukumnya.

- Masalah Muamalah

Masalah Muamalah Islam merupakan agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar porsinya daripada

urusan ibadah. Ibadah muamalah dipahami sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan sesama makhluk dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT.

- Masalah Akhlak

Akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi kondisi jiwa.

d) Wasilah Dakwah (Media Dakwah)

Wasilah (media) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah, diantaranya (Amin, 2009 hal. 14):

- Media Cetak

Semua jenis tulisan atau barang cetakan disebut media cetak. Media cetak dapat disebut sebagai media dakwah bila isi cetakan mengandung pesan amar ma'ruf nahi munkar atau pesan-pesan Islam. Jenis media cetak antara lain surat, brosur atau buletin, banner, spanduk, surat kabar, (koran), majalah dan buku.

- Media Audio

Media audio adalah media yang dapat didengar. Pesan-pesan dakwah hanya dapat didengar dan tidak dapat dilihat. Media audio dipandang cukup efektif terutama untuk kepentingan dakwah Islam. Jenis-jenis yang tergolong dalam media ini antara lain radio dan tape recorder.

- Internet

Di era teknologi informasi saat ini, peranan new media dan sosial media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di internet. Internet sudah sangat akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui handphone. Masyarakat yang sibuk dengan aktivitasnya tidak sempat untuk menonton televisi maupun membaca koran untuk mendapatkan informasi. Hal ini adalah kesempatan yang baik bagi dai untuk memanfaatkan internet sebagai media dakwah (Amin, 2009 hal. 14).

Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi empat macam, yaitu (Amin, 2009 hal. 14):

- Lisan, inilah *wasilah* dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespodensi), spanduk dan sebagainya.
- Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau pengelihatannya dan kedua-duanya, televisi, internet dan sebagainya.

b. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Hal ini selaras

dengan Asmuni Syukir yang mengatakan bahwa strategi dakwah adalah metode, siasat, taktik, atau manuver yang digunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah (Syukir, 1983 hal. 20). Strategi adalah sebuah seni dalam menentukan rancangan untuk membangun sebuah perjuangan (pergerakan) yang dapat dijadikan siasat yang biasanya lahir dari pemikiran, penelitian dan pengalaman seseorang untuk mencapai tujuan (Halim, 2002 hal. 43).

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu, yang artinya arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya (Aziz, 2004).

Untuk memperoleh strategi dakwah yang kondusif, perlu dipertimbangkan beberapa jenis kegiatan yaitu (Mahmuddin, 2004 hal. 24):

- 1) *Self-audit* (menentukan keadaan organisasi sekarang).
- 2) Survey terhadap lingkungan
- 3) Menentukan tujuan (objektives)
- 4) *Forecasting* (ramalan keadaan-keadaan yang akan datang)
- 5) Melakukan tindakan-tindakan dan sumber pengerahan
- 6) *Evaluate* (pertimbangan tindakan-tindakan yang diusulkan)
- 7) Ubah dan sesuaikan "*revise and adjust*" rencana-rencana sehubungan dengan hasil-hasil pengawasan dan keadaan-keadaan yang berubah-ubah.
- 8) *Communicate*, berhubungan terus selama proses perencanaan.

Dalam strategi dakwah terdapat dua hal yang sangat penting untuk diperhatikan, yaitu : (Pimay, 2005 hal. 50-55)

- 1) Strategi merupakan rencana rancangan tindakan dalam kegiatan dakwah termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai

sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.

- 2) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Dimana maksud segala penyusunan guna tercapainya suatu tujuan. Oleh karenanya, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Berdasarkan kedua hal diatas dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah menjadi sebuah proses untuk menentukan cara dan serta daya upaya untuk menghadapi tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah merupakan siasat serta taktik atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah.

B. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media adalah sarana disertai dengan teknologinya. Sedangkan sosial adalah kenyataan sosial yang bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi masa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet (Nurudin, 2010 hal. 83). Berikut ini beberapa definisi media sosial dapat dilihat dari pendapat beberapa ahli, antara lain (Nasrullah, 2017 hal. 11):

- a. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten.
- b. Menurut Shirky, Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama di antara pengguna dan melakukan tindakan secara

kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi

- c. Menurut Boyd, media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.
- d. Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.
- e. Menurut Meike dan Young, media sosial adalah konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Pada dasarnya, media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual, sehingga para pengguna bisa menyebarkan konten mereka sendiri. Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya, yaitu:

a. Jaringan (*network*)

Kata jaringan (*network*) berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya.³⁰ Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial yang terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun, struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya

beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektrik (Nasrullah, 2018 hal. 69).

b. Informasi (*informations*)

Informasi menjadi entitas yang penting dalam media sosial. Sebab, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi. Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah, seperti informational, serta pengetahuan atau knowing.

c. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Sebuah video yang diunggah di YouTube bisa jadi mendapat banyak komentar bukan dari pengguna yang mengunjungi YouTube, melainkan melalui platform lainnya. Bisa jadi video itu dibagi melalui media sosial lainnya.

d. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Konten oleh pengguna sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut sebagai “their own individualised place”, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Ini

merupakan kata kunci untuk mendekati media sosial sebagai media baru. Teknologi yang memungkinkan produksi serta sirkulasi konten yang bersifat massa dan dari pengguna. Bentuk ini adalah format baru dari budaya interaksi di mana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang online pada lain sisi.

Misalnya di YouTube, media sosial yang kontennya adalah video, memberikan perangkat atau fasilitas pembuatan kanal atau channel. Kanal ini dimiliki oleh khalayak yang telah memiliki akun. Di kanal ini pengguna bisa mengunggah video berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan. Ibarat sebuah kanal stasiun televisi di perangkat TV, kanal yang dibentuk oleh pengguna ini merupakan gambaran atau sebagai model produksi dari TV secara mikro di media sosial (Lister, 2003 hal. 227-228).

Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks ini, pengguna media lama atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya. Sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

Dari pemaparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah media sosial adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah dengan media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (Da'i).

C. Youtube

YouTube adalah salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunaannya untuk meng-upload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan YouTube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya YouTube memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisinya lalu menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain. Sama seperti Google juga mengakuisi blogger. YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2006 YouTube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di YouTube adalah flv yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki plugin Flash Player (Nanuru, 2013 hal. 2-3).

Youtube merupakan salah satu (bahkan bisa dikatakan yang terbesar) website yang memberikan kemudahan pengguna internet untuk meng-upload dan menonton video yang kita miliki. Tetapi masalahnya, secara default video di youtube tidak bisa di download kecuali pemilik dari video tersebut memberikan link download dari video (Puspitasari, 2018 hal. 18).

Fenomena youtube yang sekarang menjadi bagian dari perusahaan Google tampaknya tidak pernah habis dibahas. Sisi negatif atau positif youtube tergantung kita untuk menyikapinya. Youtube merupakan sebuah media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hampir setiap orang dari usia muda hingga tua ikut berpartisipasi dalam menggunakan youtube. Hal ini menyebabkan banyak youtuber-youtuber yang mengunggah konten atau video miliknya ke dalam media youtube (Nikmah, 2018 hal. 45).

Media youtube merupakan media yang juga dimanfaatkan oleh para tokoh agama untuk mensyiarkan pesan dakwah. Dengan mengunggah ceramah-ceramah agama yang diharapkan dapat memudahkan seseorang untuk dapat memperoleh informasi mengenai keagamaan. Konten ini juga merupakan jenis konten yang banyak diminati oleh masyarakat (Nanuru, 2013 hal. 5-6).

Dari pemaparan mengenai strategi dakwah, media sosial, dan youtube di atas maka bisa di ambil kesimpulan bahwa pengertian dari strategi dakwah media sosial youtube adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah dengan media yang mewadahi dan memfasilitasi penggunaanya untuk meng-upload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia.

D. Strategi Dakwah Via Youtube

Dalam menyampaikan ajaran Islam di masa sekarang memerlukan pengembangan yang supaya dapat diterima dan diminati oleh masyarakat, sehingga Strategi dakwah Islam yang ada saat ini menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Dakwah Islam pada masa kini terus eksis dan terus berkembang, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, kesadaran umat Islam semakin meningkat dan lebih memperhatikan agamanya. Adapun secara eksternal, banyaknya jumlah masyarakat di berbagai negara yang memeluk Islam setelah sebelumnya beragama lain. Faktor yang membuat terjadinya peningkatan yang sangat signifikan terhadap perkembangan dakwah adalah adanya wadah dakwah yang siap meneruskan risalah Rasulullah dengan model-model dakwah yang mereka gunakan, sesuai dengan kreatifitas dan perkembangan zaman.

Saat ini besar masyarakat yang mulai bergantung dengan media sosial, karena segala informasi terbaru dari berbagai wilayah lebih mudah untuk didapatkan. Berdasarkan dari beberapa kenyataan bahwa pertumbuhan media sosial seperti salah satunya yaitu Youtube menunjukkan kepada kita bahwa masyarakat telah memandang akan pentingnya media sosial dalam kehidupan.

Di berbagai kalangan masyarakat media sosial ini menjadi suatu ajang yang sangat potensial untuk misi menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam. Dalam hal ini strategi dakwah melalui media sosial merupakan bagian dari pada metode menyampaikan nilai-nilai ke Islam. Materi dakwah dan strategi penyebarannya dikemas melalui hal-hal yang mengikuti keadaan trend media sosial saat ini, yaitu mesti lebih aktual, faktual, kontekstual dan dikemas dalam bentuk yang lebih menarik. Dengan materi dan strategi yang mudah untuk dipahami dan diakses oleh masyarakat, maka akan lebih mudah diterima dalam kehidupan masyarakat.

Pesatnya perkembangan penggunaan media sosial salah satunya yang berbasis chanel video seperti Youtube semakin menjadi fenomena di tengah masyarakat, hal ini yang menciptakan berbagai konten di media tersebut baik dari aspek positif maupun negatif. Oleh karenanya, para ulama ataupun tokoh agama dapat menjadikan Youtube menjadi media dalam penyampaian materi dakwah dengan mengikuti perkembangan era digitalisasi. Pemanfaatan jasa iptek sangat dibutuhkan guna menjadi salah satu media penyampaian informasi dakwah dari para ahli dakwah memungkinkan untuk memanfaatkan media untuk menggapai cita-cita umat islam. (Arif Ramdan Sulaeman, 2020)

Menurut Hamdan dan Mahmudin terdapat beberapa bentuk strategi dakwah yang dapat digunakan dalam berdakwah melalui Youtube. Beberapa model tersebut adalah sebagai berikut: (Mahmudin, 2021)

- a. Video Ceramah Serial: suatu program ceramah serial dengan durasi yang cukup panjang (lebih dari 50 menit). Serial maksudnya tema dan judul yang diangkat tersusun sebagai suatu rangkaian. Misalnya, dimulai dari tema thaharah 10 seri, salat 10 seri, puasa 10 seri, dan seluruh yang terkait dengan ibadah.
- b. Video Ceramah Singkat: video yang berisikan ceramah berdurasi pendek (10-15 menit) dengan membahas persoalan tertentu. Tema dan

- judul yang diangkat tidak terikat, dan dapat pula disesuaikan dengan kondisi- kondisi aktual,
- c. Video Potongan Ceramah: video singkat saat dai melakukan ceramah di tempat tertentu dalam kegiatan tertentu,
 - d. Video Musik/lagu: berupa pesan-pesan dakwah melalui musik atau lagu yang diunggah di kanal Youtube, baik dalam bentuk asli maupun cover,
 - e. Video Cerita Singkat; yakni membuat video singkat yang isinya memiliki “jalan cerita” layaknya film,
 - f. Aliran Langsung: siaran langsung untuk setiap ceramah seorang dai di suatu tempat,
 - g. Video Komunitas: yakni video yang diproduksi oleh komunitas tertentu yang memiliki visi dakwah. Isi video yang diproduksi bergantung pada scop dan fokus komunitas tersebut.

Keterkaitan media Youtube dan dakwah terletak pada tiga hal diantaranya: keduanya memiliki sasaran yang sama, keduanya memiliki segmentasi penonton dengan berbagai macam, serta Youtube dan dakwah memiliki kebutuhan silang. Program dakwah via Youtube memiliki kesempatan yang sangat menjanjikan, baik dari segi efektivitas maupun dari ekonomi. Hal ini disebabkan Youtube memiliki fitur yang memudahkan pengguna untuk mengunggah videonya untuk ditonton para penggunanya dan memungkinkan untuk memperoleh honorarium, serta memudahkan pengguna untuk menemukan hal-hal yang diinginkan.

E. Pandemi Covid 19

Covid 19 adalah nama resmi yang langsung diberikan dan diumumkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia atau World Health Organization (WHO). Covid 19 (Coronavirus Disease 2019) adalah penyakit yang disebabkan oleh

jenis coronavirus baru yaitu Sars-CoV-2, yang pertama kali di Wuhan, China pada Desember 2019 (Kemkes.go.id).

Menurut studi klinis yang dilakukan, gejala Covid 19 yang umum dirasakan oleh pasien terinfeksi adalah demam (83-98%), batuk (59-82%), sesak napas (19-55%), dan sakit otot (11-44%). Gejala-gejala ini mirip infeksi pada SARS dan MERS sehingga hal ini juga mempersulit petugas kesehatan melakukan diagnosis tepat dan cepat pada pasien Covid 19. Akan tetapi, pada beberapa kasus yang dilaporkan gejalanya asimtomatik, yaitu tidak ada keluhan khas yang dirasakan oleh pasien, namun ditemukan hasil positif dari pemeriksaan penunjang seperti pemeriksaan darah rutin dan foto *rontgen* dada yang dilakukan (Notonegoro, 2020 hal. 49).

Dalam menyikapi wabah corona diharapkan kita melakukan segala upaya, seperti menjaga kesehatan, memperhatikan kebersihan, dan memperkuat kekebalan tubuh. Namun kita tidak bisa meniadakan peran do'a, bahkan sudah dibuktikan secara ilmiah. Alexis Carel, peraih Nobel bidang Fisiologi atau Kedokteran tahun 1912 dan penulis terkenal *Man the Unknown*, menyatakan bahwa do'a adalah pengaruh dalam agama yang terbesar bagi kehidupan manusia, karena dalam keadaan itu jiwa manusia terbang kepada Tuhan. Selain itu, Alexis mengungkapkan bahwa do'a merupakan energi yang sangat kuat yang dapat berdampak pada penyembuhan.

Dalam hal ini, sains dapat digunakan sebagai pintu gerbang untuk memahami agama, sebaliknya dinding sains dapat sepenuhnya dieksplorasi melalui pintu agama; dan optimalisasi keduanya akan mengarah pada peneguhan "tauhid" (Notonegoro, 2020 hal. 240-241).

BAB III

KH. M. YUSUF CHUDLORI, YOUTUBE GUS YUSUF CHANNEL

A. Profil Gus Yusuf Chudlori



Gambar 3. 1 K.H Yusuf Chudlori

K.H Muhammad Yusuf Chudlori atau lebih dikenal dengan sebutan khas pesantren, yakni Gus Yusuf. Panggilan ini didasarkan oleh faktor latar belakang beliau yang merupakan salah satu dari sebelas putra dan putri ulama kharismatik Tegalrejo Magelang yaitu almarhum K.H Chudlori yang telah wafat pada tahun 1977, pendiri Ponpes Asrama Perguruan Islam Tegalrejo Magelang yang didirikan pada tahun 1944 M. Berdasarkan data terakhir vaksinasi pada tahun 2020 Ponpes Asrama Perguruan Islam Tegalrejo Magelang tersebut memiliki keseluruhan ± 11.000 santri putra maupun santri putri.

Gus Yusuf lahir di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, pada hari Senin, 9 Juli 1973. Beliau merupakan pengasuh Asrama Perguruan Islam (API)

Pondok Pesantren Salafi Tegalorejo Magelang yang didirikan oleh KH. Chudlori sejak tahun 1944. Intensitas Gus Yusuf sebagai pangasuh API Tegalorejo semakin dikenal sejak kakaknya, KH. Abdurahman Chudlori (Mbah Dur), meninggal pada 2011. Kemudian beliau dipilih sebagai Pengasuh API yang bertugas di bagian urusan antarlembaga. Bukan hanya sebagai pengasuh pondok pesantren, namun beliau juga melakukan dakwah keagamaan kepada masyarakat di berbagai majelis ta'lim, serta menyalurkan baik tenaga maupun pikiran untuk perjuangan sosial dan kemasyarakatan.

Dalam bidang menuntut ilmu, Gus Yusuf memulai pendidikannya pada usia dini sampai usia SD dengan menuntut ilmu di pondok pesantren ayahnya sendiri. Selanjutnya beliau melanjutkan menimba ilmu agama pada beberapa pondok pesantren. Selepas wafatnya ayah beliau KH Chudlori, Gus Yusuf kemudian diasuh oleh Mbah Dur. Selesaiannya beliau dalam menempuh Sekolah Dasar pada tahun 1985, Gus Yusuf kemudian melanjutkan sebagai santri di Pesantren Lirboyo Kediri Jawa Timur di bawah asuhan KH. Idris Marzuki hingga tahun 1994.

Gus Yusuf melanjutkan menimba ilmu di Pesantren Salafiyah Kedung Banteng Purwokerto dan terakhir beliau memperdalam ilmu keagamaan di Pesantren Salafiyah Bulus, Kebumen. Latar pendidikan pesantren inilah yang melahirkan sosok Gus Yusuf dengan transformasi kelimuan melalui tradisi lisan (tutur) sudah menjadi bagian dari sosok diri. Beliau menikah dengan Vina Rohmatul Ummah dan dikaruniai tiga anak yaitu Ahmad Haikal Tanjani Khumaid, Yusufina Zahru Tsania, dan Aqila Alaya Sya'an.

Bukan hanya eksis dalam bidang keagamaan, namun Gus Yusuf juga bergiat dalam bidang seni dan budaya dengan menggelar perhelatan seni budaya bertajuk Suran Tegalorejo setiap tahunnya. Selain itu ia juga mengelola stasiun radio Fast FM yang siarannya menjangkau segmen anak muda. Bersama Sutanto Mendut, beliau juga berpartisipasi dalam acara Komunitas Lima Gunung. Sebagai kyai muda Gus Yusuf melebarkan strategi dakwahnya

dengan membentuk akun Youtube Gus Yusuf Chanel hal ini menciptakan citra dakwah dan ceramah beliau menjadi penuh hikmah serta mudah dipahami oleh semua kalangan.

B. Gus Yusuf Channel



Gambar 3. 2 Youtube Gus Yusuf Channel

Perkembangan globalisasi dan teknologi saat ini membentuk masyarakat yang menginginkan ilmu ataupun informasi yang dicari dengan lebih mudah dan bisa diakses dimanapun serta kapanpun mereka inginkan. Hal ini juga disadari oleh Gus Yusuf sebagai pendakwah yang sangat memahami keinginan masyarakat sosial. Maka Gus Yusuf membuat sebuah channel Youtube sebagai salah satu strategi dakwah yang dilakukan oleh beliau. Gus Yusuf Channel mulai dibentuk sejak 19 September 2017, hingga saat ini Gus Yusuf Channel memiliki \pm 213 ribu subscriber yang mengikuti channel Youtubanya. Konten-konten yang dipilih adalah konten tentang berbagai kegiatan dakwah Gus Yusuf baik mengaji dengan berbagai kitab salah satunya *Washiyatul Musthofa*. Bukan hanya kegiatan dakwahnya yang membahas berbagai kitab, namun Gus Yusuf juga menyampaikan dakwahnya dengan berbagai kegiatan dakwahnya seperti pengajian kliwonan pondok tegalrejo, pengajian seninan dan lain-lain. Gus Yusuf Channel telah membaginya dalam berbagai playlist dengan ini dapat memudahkan para subscriber untuk dapat mencari topik yang diinginkan.

Gus Yusuf Channel telah mempublikasikan 929 video, dengan rata-rata penonton disetiap videonya 4ribu-162ribu penonton. Dalam setiap video banyak diantara para penonton memberikan komentarnya di kolom komentar dengan komentar positif yang menyejukkan hati para penonton setia channel Gus Yusuf tersebut. Pembuatan channel youtube Gus Yusuf Channel memiliki tim khusus (Santri Pondok Pesantren Salaf Tegalrejo) yang mengelola semua kegiatan atau semua konten yang akan dipublikasi di Gus Yusuf Channel. Mulai dari pengambilan video, mengedit video, menentukan tema yang akan dibuat konten video youtube, serta mempersiapkan segala sarana prasarana yang digunakan untuk prosesi pembuatan konten video youtube akan dipublikasi di Gus Yusuf Channel. Gus Yusuf Channel memiliki *crew* yang berjumlah 3 orang, yaitu Fatoni, Nafis, dan Arifin. Dalam mengelola setiap kontennya, setiap video akan diunggah setiap pukul 21.00 WIB.

Dalam menentukan tema yang akan dibahas dalam konten Gus Yusuf biasanya ditentukan dengan melihat isu-isu yang sedang banyak diperbincangkan. Misalnya, adanya bencana alam maka konten yang akan dibuat oleh Gus Yusuf yaitu konten tentang berbagi, bersedekah, menolong sesama umat muslim yang sedang dalam musibah, salah satunya dengan tema keagamaan di masa pandemi Covid 19 dan syariat Islam lainnya

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DAKWAH YOUTUBE GUS YUSUF CHANNEL PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERIODE JUNI-AGUSTUS 2021

A. Konten Gus Yusuf Channel Periode Juni – Agustus 2021

1. Umroh dan Haji tahun 2021 ditiadakan, tanda hari kiamat ? (21 Juni 2021)



Gambar 4. 1 Konten Umroh dan Haji Tahun 2021 Ditiadakan, Tanda Hari Kiamat?

Konten yang berjudul “ Umroh dan Haji Tahun 2021 Ditiadakan, Tanda Hari Kiamat? “ yang diunggah pada tanggal 21 Juni 2021 memiliki penonton yang berjumlah ± 3500 viewers, dengan 119 likes dan 12 komentar. Dalam dakwahnya beliau menjelaskan bahwa Haji merupakan panggilan Allah SWT, jika memang Allah SWT telah mentakdirkan kita untuk dapat berangkat haji, maka tentu Allah SWT akan memberikan jalan untuk melaksanakan ibadah Haji. Sebagai hamba Allah SWT kita telah menggugurkan kewajiban, karena ketika kita telah niat mendaftar dan membayar Haji. Sebagai hamba Allah SWT sebaiknya kita tidak boleh mempercayai berita hoax mengenai ibadah Haji dan

Umroh, karena ditundanya pemberangkatan Haji dan Umroh tentu berdasarkan keadaan pandemi covid 19 yang tidak dapat dihindari.

2. Pandemi Covid 19 belum selesai II patuhi protokol kesehatan (25 Juni 2021)



Gambar 4. 2 Konten Pandemi Covid 19 belum selesai II patuhi protokol kesehatan

Konten yang berjudul “ pandemi Covid 19 belum selesai II patuhi protokol Kesehatan “ yang diunggah pada tanggal 25 Juni 2021 memiliki penonton yang berjumlah ± 3500 viewers, dengan 118 likes dan 15komentar. Dalam dakwahnya beliau menjelaskan bahwa dalam menghadapi situasi Pandemi kita harus dan wajib menjaga kesehatan diri kita, menjaga keselamatan jiwa raga mesti juga harus menjaga agama. Sebagai masyarakat yang baik, kita harus tetap menjaga kesehatan, mengikuti tata tertib pemerintah, dan terus memohon perlindungan, kesehatan bagi diri sendiri, keluarga serta seluruh saudara-saudara kita.

3. Jihad melawan hoax dimasa PPKM darurat II (11 Juli 2021)



Gambar 4. 3 Konten Jihad melawan hoax dimasa PPKM darurat 2

Konten yang berjudul “Jihad melawan hoax dimasa PPKM darurat II” yang diunggah pada tanggal 11 Juli 2021 memiliki penonton yang berjumlah ± 4400 viewers, dengan 168 likes dan 22 komentar. Dalam dakwahnya beliau menjelaskan bahwa memiliki anak yang shaleh dan shalehah merupakan investasi yang sangat besar. Dilihat dari perkembangan zaman, terutama di era pandemi Covid 19 dimana anak-anak tidak bersekolah dengan tatap muka, memaksa anak-anak harus menggunakan gadget. Dalam menghadapi pandemi Covid 19, kita perlu menjaga kesehatan, bukan hanya kesehatan jasmani namun juga rohani. Maraknya konten-konten dimedia sosial yang dengan mudah diakses, kita perlu hati-hati dalam memilih sumber dan informasi. Sebagai pengguna media sosial kita tidak boleh dengan mudahnya mempercayai informasi hoax. Begitu halnya pada konten agama, jika kita ingin belajar melalui media sosial, kita juga perlu mencari guru secara langsung yang dapat dipercaya yang jelas sanadnya.

4. Masjid ditutup, mall, pasar dibuka II PPKM (16 Juli 2021)



Gambar 4. 4 Konten Masjid ditutup, mall, pasar dibuka 2 PPKM

Konten yang berjudul “Masjid ditutup, mall, pasar dibuka II PPKM” yang diunggah pada tanggal 16 Juli 2021 memiliki penonton yang berjumlah ± 4800 viewers, dengan 169 likes dan 24 komentar. Dalam dakwahnya beliau menjelaskan bahwa berdasarkan kaidah menjaga kesehatan didahulukan dari pada agama *hifdzun nafs muqaddamun ‘ala hifzuddin*, namun bukan berarti kita boleh menyepelkan agama. Kita dapat melakukan ibadah masih bisa dilakukan dirumah, namun kita tidak bisa membeli kebutuhan rumah apabila kita tidak membelinya di pasar. Ditutupnya masjid, tidak dapat menghalangi kewajiban kita untuk tetap beribadah dirumah. Hal ini bertujuan untuk menjaga kesehatan di masa Pandemi Covid-19.

5. Amalan amalan bulan Dzulhijjah II Puasa Tarwiyyah, Arofah, Sholat Lailatunnahr (18 Juli 2021)



Gambar 4. 5 Konten Amalan amalan bulan Dzulhijjah II Puasa Tarwiyyah, Arofah, Sholat Lailatunnahr

Konten yang berjudul “Amalan Amalan Bulan Dzulhijjah II Puasa Tarwiyyah, Arofah, Sholat Lailatunnahr” yang diunggah pada tanggal 18 Juli 2021 memiliki penonton yang berjumlah ± 4700 viewers, dengan 168 likes dan 19 komentar. Dalam dakwahnya beliau menjelaskan bahwa meskipun dalam situasi pandemi Covid-19 hari raya idul adha harus tetap dijalankan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, dimana pengambilan daging korban dilakukan oleh panitia yang membagi disetiap rumahnya. Setiap orang yang mampu harus pernah melakukan qurban meskipun hanya satu kali seumur hidup.

Dibulan dzulhijjah terdapat amalan sunnah puasa tarwiyyah dan puasa arafah. Puasa tarwiyyah (memikirkan) merupakan hari dimana Nabi Ibrahim masih dalam keadaan ragu atas perintah Allah SWT untuk menyembelih Nabi Ismail. Dan kemudian pada puasa arafah merupakan hari dimana Nabi Ibrahim telah yakin bahwa perintah tersebut benar adanya perintah dari Allah SWT. Dalam bulan dzulhijjah terdapat 2 hari puasa sunnah yaitu pada tanggal 8 dan 9 Dzulhijjah. Selain itu terdapat pula amalan untuk melaksanakan shalat sunnah

arafah. Shalat sunnah arafah dilaksanakan setelah shalat Zuhur sebelum shalat Ashar dengan jumlah 4 rakaat dengan 2 salam. Setiap rakaat membaca al-fatihah kemudian surat al-ikhlas 50 kali, sehingga dalam 4 rakaat tersebut membaca 200 kali surat al-Ikhlash. Niat shalat arafah “ *Usholli Sunnatan Liyaumi Arafata Rok'atini Mustaqbilal Qiblati Lillahi ta'aala*” shalat sunnah arafah dilaksanakan setelah shalat Dzuhur pada tanggal 9 Dzulhijjah. Selanjutnya membaca dzikir “*Laa ilaaha illallaahu wahdahu laa syariikalahu, lahul mulku walahul hamdu wahuwa 'alaa kulli syai-in qadiir*” sebanyak 100x dan dilanjutkan shalawat “*Allahumma Sholli 'Ala Muhammad Wa'Ala Ali Muhammadin Kama Shollaita 'Ala Ali Ibrahima Wa'Ala Ali Ibrahima, Innaka Hamidun Majid*” dibaca 100x dilanjutkan surat al-Ikhlash 100x dan diakhiri doa yang akan dipanjatkan.

Dilanjutkan pada malam idul adha terdapat amalan shalat sunnah lailatunnahr, dimana Allah SWT mnjanjikan bahwa hamba yang mengamalkannya akan dutilis nama olehNya di surga. Shalat lailatunnahr berjumlah 4 rakaat, namun boleh dilaksanakan hanya 2 rakaat setiap rakaat membaca surat Al Fatihah 15 kali, surat Al Ikhlash 15 kali, surat Al Falaq 15 kali, dan surat An Naas 15 kali. Selepas salam membaca ayat Kursi 3 kali, dan Istighfar 15 kali. Dengan niat shalat:

إِمَامًا لِلَّهِ تَعَالَى / أَصَلَّى سُنَّةً لِإِخْيَآءِ لَيْلَةِ النَّحْرِ رَكَعَتَيْنِ مَأْمُومًا

6. Asal Mula Syari'at Qurban, Nabi Ibrohim AS (23 Juli 2023)



Gambar 4. 6 Konten Asal Mula Syari'at Qurban, Nabi Ibrohim AS

Konten yang berjudul “Asal Mula Syari’at Qurban Nabi Ibrohim As” yang diunggah pada tanggal 23 Juli 2021 memiliki penonton yang berjumlah ± 4400 viewers, dengan 105 likes dan 12 komentar. Dalam dakwahnya beliau menceritakan sejarah mengenai Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail Asal mula qurban berawal dari lahirnya nabi Isma’il As. Pada saat itu dikisahkan bahwa Nabi Ibrahim As tidak memiliki anak hingga di masa tuanya, lalu beliau berdoa kepada Allah. Kemudian Allah SWT mengabulkan do’a Nabi Ibrahim dengan menganugerahkan seorang putra yang diberi nama Isma’il. Pada saat Nabi Isma’il As mencapai usia remaja, Nabi Ibrahim As mendapat mimpi bahwa ia harus menyembelih puteranya Isma’il. Mimpi seorang nabi adalah salah satu dari cara turunnya wahyu Allah SWT., maka perintah yang diterimanya dalam mimpi itu harus dilaksanakan oleh Nabi Ibrahim As. Nabi Ibrahim As pun akhirnya menyampaikan isi mimpinya kepada Isma’il untuk melaksanakan perintah Allah SWT untuk menyembelih Isma’il.

Dengan keimanan yang luar biasa, Nabi Ismail ikhlas melakukan apa yang telah Allah SWT perintahkan. Dan berjanji kepada ayahnya akan menjadi seorang yang sabar dalam menjalani perintah itu. Nabi Ibrahim As. lalu

membaringkan Nabi Isma'il As. dan bersiap melakukan penyembelihan. Nabi Ibrahim As. dan Nabi Ismail As. nampak menunjukkan keteguhan, ketaatan dan kesabaran dalam menjalankan perintah itu. Saat Nabi Ibrahim As. hendak mengayunkan pedang, Allah SWT menggantikan tubuh Nabi Isma'il As. dengan sembelihan besar, yakni berupa domba jantan dari Surga, yang berwarna putih, bermata bagus dan bertanduk. Kejadian tersebut merupakan suatu mukjizat dari Allah SWT. yang menegaskan sampai sejauh mana cinta dan ketaatan mereka kepada Allah SWT. Dan melihat apa yang telah dilakukan, Nabi Ibrahim As. dan Nabi Isma'il As. Nabi Ibrahim As. telah menunjukkan kesetiaan yang tulus dengan mengorbankan puteranya untuk berbakti melaksanakan perintah Allah SWT. Sedangkan Nabi Isma'il As. tidak sedikit pun ragu atau bimbang dalam menjalankan perintah Allah SWT. dengan menyerahkan jiwa raganya untuk dikorbankan.

7. PPKM diperpanjang dan Jeritan Rakyat (5 Agustus 2021)



Gambar 4. 7 Konten PPKM diperpanjang dan Jeritan Rakyat

KonKonten yang berjudul “PPKM diperpanjang dan Jeritan Rakyat” yang diunggah pada tanggal 5 Agustus 2021 memiliki penonton yang berjumlah \pm 3500 viewers, dengan 151 likes dan 12 komentar. Dalam dakwahnya beliau menjelaskan bahwa pemerintah harus segera menggerakkan dana bantuan sosial agar PPKM tetap bisa berjalan dengan baik. Antara pemerintah dan masyarakat harus bekerja sama dengan baik dalam menghadapi PPKM yang diperpanjang ini.

8. Pandemi belum berakhir kegiatan keagamaan harus dimulai jangan berhenti (25 Agustus 2021)



Gambar 4. 8 Konten Pandemi belum berakhir kegiatan keagamaan harus dimulai jangan berhenti

Konten yang berjudul “Pandemi belum berakhir kegiatan keagamaan harus dimulai jangan berhenti” yang diunggah pada tanggal 25 Agustus 2021 memiliki penonton yang berjumlah \pm 1700 viewers, dengan 68 likes dan 9 komentar. Dalam dakwahnya beliau menjelaskan bahwa meskipun dimasa

pandemi Covid-19 namun kegiatan mengaji harus tetap berjalan dan tidak boleh berhenti. Meskipun sedikit demi sedikit.

B. Strategi Dakwah Gus Yusuf Channel Di Masa Pandemi Covid 19 Periode Juni – Agustus 2021

Melihat perkembangan zaman dimasa sekarang perlu adanya inovasi dalam menyampaikan ajaran Islam di masa supaya dapat diterima dan diminati oleh masyarakat, sehingga Strategi dakwah Islam yang ada saat ini menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Dakwah Islam pada masa kini terus eksis dan terus berkembang, baik secara internal maupun eksternal.

Besar jumlah masyarakat saat ini yang bergantung dalam kesehariannya dengan media sosial, karena segala informasi terbaru dari berbagai wilayah lebih mudah untuk didapatkan. Salah satunya yaitu Youtube menunjukkan kepada kita bahwa masyarakat telah memandang akan pentingnya media sosial dalam kehidupan. Di berbagai kalangan masyarakat media sosial ini menjadi suatu ajang yang sangat potensial untuk misi menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam.

Dalam menyampaikan pesan dakwah Gus Yusuf telah memperhatikan beberapa hal yang sangat penting dalam strategi dakwah, yaitu :

- 1) Dalam merancang strategi dakwahnya, Gus Yusuf melakukan self-audit (menentukan keadaan organisasi sekarang) atau internal audit dengan para crew Gus Yusuf Channel, karena dalam melaksanakan strategi tentu memerlukan kesiapan baik materi, maupun kesiapan baik dari para crew dan fasilitas alat yang digunakan dalam melakukan dakwah melalui media sosial.
- 2) Strategi yang merupakan sebuah rencana rancangan tindakan dalam kegiatan dakwah termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Gus Yusuf lakukan dengan sebagai pendakwah perlu memahami dengan melakukan *survey* terhadap lingkungan, menentukan keadaan lingkungan saat ini, juga menentukan tujuan dalam menyampaikan dakwahnya. Dalam menjalankan strategi dakwahnya, Gus Yusuf selalu berusaha untuk

dapat menyesuaikan tema dan media yang digunakan dalam menyampaikan setiap bagian dakwahnya, hal ini beliau menyampaikan bahwa:

“ Sebagai pendakwah kita harus mengikuti keinginan masyarakat seperti saat ini, dimana ditengah tengah kesibukan masyarakat saat ini. Seperti radio yang kemudian saya juga membuat channel Youtube, instagram, facebook. Karena pada saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan media sosial. Media sosial ini menjadi sebuah wasilah untuk menyampaikan pesan dakwah agar mudah diterima di masyarakat saat ini ”

- 3) Selanjutnya, strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Dimana maksud segala penyusunan guna tercapainya suatu tujuan. Oleh karenanya, dalam melaksanakan dakwahnya, Gus Yusuf selalu berusaha membawakan segala tema dakwahnya sesuai dengan mad'u yang akan beliau hadapi. Secara umum beliau sampaikan bahwa objek dakwah adalah seluruh masyarakat, namun karena masyarakat juga bermacam-macam seperti anak muda maupun orangtua maka beliau akan menyesuaikan baik melalui tatanan bahasa dalam menyampaikan pesan dakwahnya berikut isi kandungannya. Hal ini beliau sampaikan dalam wawancara, bahwa:

“ secara umum objek dakwah ya masyarakat secara umum, namun karena di media sosial ini kebanyakan masih anak muda, maka saya menggunakan tema tema yang mudah diterima dan menyesuaikan baik secara bahasa dan tema supaya lebih mudah diterima oleh masyarakat ”

- 4) Setelah dilaksanakannya penyampaian dakwah Gus Yusuf melakukan evaluasi bersama para crew. Dengan adanya evaluasi ini maka dapat ditemukan kekurangan apa saja hingga hal-hal apa saja yang perlu disiapkan untuk pelaksanaan strategi dakwah selanjutnya. Dalam evaluate ini para crew dapat menyampaikan sumbangan usul serta rekomendasi untuk materi, maupun objek dakwah yang akan dituju kedepannya, serta bagaimana agar pesan dakwah dapat lebih mudah untuk diterima.

- 5) Hal selanjutnya yang sangat diperhatikan dalam strategi dakwah Gus Yusuf, yaitu menjaga komunikasi. Komunikasi ini terutama pada crew Gus Yusuf Channel, hal ini untuk mengurangi adanya *miss communicaton* antar *crew* dan *da'i*. Selain itu komunikasi dengan para *mad'u* berdasarkan dengan bahasa dan tuturkata yang dapat diterima oleh masyarakat.

Hal tersebut beliau lakukan supaya pesan dakwah yang disampaikan tepat sasaran sehingga mudah diterima oleh *mad'u*. Seperti halnya yang ada dalam konten salah satu video Gus Yusuf Channel yang berjudul Amalan amalan bulan Dzulhijjah II Puasa Tarwiyyah, Arofah, Sholat Lailatunnahr, dimana mayoritas merupakan jamaah yang sudah berlanjut usia, beliau menggunakan bahasa jawa supaya jamaah yang menjadi *mad'u* nya lebih dapat memahami pesan dakwah yang beliau sampaikan. Dalam dakwahnya beliau menyampaikan bahwa jamaah - jamaah tersebut dimohonkan untuk bersabar, dikarenakan akibat Covid 19, menyebabkan waktu Haji yang telah dijanjikan sebelumnya menjadi mundur. Gus Yusuf berkata dalam dakwahnya:

“...krana nang wulan Dzulhijjah Niki situasi tasih dereng sae, iseh akeh penyakit yo haji nih ditunda jenengan mboten saged tindak tahun meniko Pakde mbokde, jenengan sing sabar tahun ngarep mugo-mugo iso mangkat Allahumma Amin. karena Haji niku tertentu iso ning laksanaake nang wulan Dzulhijjah awak dewe mboten saged nindakaken haji tahun Niki iseh ono meneh Amaliah sing utomo yo kuwi ngelaksanaake ibadah qurban...”

Dalam pesan dakwahnya, beliau menyampaikan bahwa karena tahun tersebut tidak dapat berangkat haji saat ini, maka kita bisa melaksanakan Qurban. Namun dalam pelaksanaan qurban di era pandemi Covid 19 maka pembagian daging harus dari rumah kerumah, untuk mengurangi perkumpulan.

Salah satu upaya Gus Yusuf dalam menjalankan strategi dakwahnya yaitu melalui Youtube, jika diamati berdasarkan beberapa konten beliau selama periode Juni-Agustus 2021 terdapat 11 konten dengan rata-rata hampir 4000 viewers

disetiap video yang diunggahnya. Selama pandemi Covid-19 channel Youtube mengalami peningkatan viewers dan subscriber. Berdasarkan konten-konten Gus Yusuf yang telah dipaparkan sebelumnya, tampak beberapa materi beliau yang baik berupa video ceramah yang berdurasi 50 menit hingga potongan potongan video, mengandung materi – materi keagamaan yang dikaitkan dengan pandemi Covid 19.

Dimana dalam beberapa kontennya, beliau menyampaikan dukungannya terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah. Hal ini seperti yang beliau sampaikan dalam konten ceramahnya yang berjudul pandemi Covid 19 belum selesai II patuhi protokol kesehatan, beliau berkata:

“....saya ingin mengingatkan bahwa ini masih dalam situasi pandemic Covid 19 maka kita harus berhati-hati, hifdzun nafas muqaddamun ala histidin bahwa menjaga kesehatan ini hukumnya adalah wajib menjaga keselamatan jiwa raga ini harus didahulukan meski dengan menjaga agama artinya ya tadi haji itu kan hifdzuddin menjaga agama, tapi karena pandemic Covid 19, maka Anda hari ini tidak Haji dulu tidak apa-apa tidak apa-apa karena itu untuk menjaga keselamatan jiwa kita Hai ini maka saya mengajak untuk kita lebih berhati-hati Ayo terapkan terus dimanapun protokol kesehatan banyak istirahatnya....”

Dan sebagai masyarakat yang baik, kita harus tetap menjalankan ibadah kita dengan khusyuk meskipun hanya dirumah saja. Pilihan beliau untuk memilih media sosial sangat tepat dalam strategi dakwahnya terutama dimasa pandemi, dimana masyarakat tidak diperbolehkan untuk menyelenggarakan pengajian atau perkumpulan, sehingga masyarakat tetap bisa mendengarkan kajian-kajian keislaman dari media sosial.

Strategi dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh Gus Yusuf dalam Gus Yusuf Channel berupa:

- 1) Video ceramah singkat seperti pada judul: pandemi Covid 19 belum selesai II patuhi protokol Kesehatan, Jihad melawan hoax dimasa PPKM darurat II, Masjid ditutup mall, pasar dibuka II PPKM, Pandemi

belum berakhir kegiatan keagamaan harus dimulai jangan berhenti, PPKM diperpanjang dan Jeritan Rakyat,

- 2) Video potongan ceramah seperti pada judul: Umroh dan Haji Tahun 2021 Ditiadakan, Tanda Hari Kiamat?, Amalan Amalan Bulan Dzulhijjah II Puasa Tarwiyyah, Arofah, Sholat Lailatunnahr, Asal Mula Syari'at Qurban, Nabi Ibrahim As.

Dalam setiap strategi dakwah, setiap pendakwah tentu saja akan menemukan beberapa kendala, namun Gus Yusuf dalam menjalankan dakwahnya melalui *youtube* Gus Yusuf Channel, hingga saat ini belum menemukan adanya kendala. Kendala yang beliau hadapi ketika melaksanakan dakwah secara langsung, terutama ketika mengunjungi beberapa daerah yang sulit dijangkau. Hal ini beliau sampaikan dalam wawancara:

“namanya orang berjuang pasti memiliki kendala, apalagi waktu covid 19 kita tidak bisa berdakwah secara langsung akhirnya bagaimana cara agar dakwah kita tetap tersampaikan, salah satunya kita buat konten-konten di youtube, namun untuk youtube hingga saat ini kita belum memiliki masalah serius, karena untuk waktu dan penayangan kami menentukan sendiri. Namun kendala yang dihadapi yaitu ketika dakwah secara langsung, yang terutama pada sekitar daerah yang sulit dijangkau.”

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam strategi dakwah Gus Yusuf channel di masa pandemi Covid 19 periode Juni – Agustus 2021, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi yang merupakan sebuah rencana rancangan tindakan dalam kegiatan dakwah termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan sehingga sebagai pendakwah Gus Yusuf telah memenuhi lima dari delapan indikator strategi dakwah yaitu dengan melakukan self-audit (menentukan keadaan organisasi sekarang) dengan mempersiapkan hal-hal pendukung baik crew maupun meteri dalam proses pembuatan konten dakwah, survey terhadap lingkungan yaiu dengan menyesuaikan tema materi serta media dakwah dengan mad'u yang akan dituju, menyusun strategi agar tercapainya tujuan (objektives) dalam menyampaikan dakwahnya Gus Yusuf menggunakan tata bahasa yang sesuai dengan mad'u supaya pesan dakwah mudah di pahami dan diterima, melalui evaluate para crew dapat menyampaikan sumbangan usul serta rekomendasi untuk materi, maupun objek dakwah yang akan dituju kedepannya, dan terakhir menjaga komunikasi baik dengan para crew maupun mad'u yang dihadapinya.

Sedangkan dari tujuh model strategi dakwah melalui media sosial, strategi dakwah yang dilakukan oleh Gus Yusuf dalam Gus Yusuf Channel berupa video ceramah dan video potongan ceramah. Channel Youtube Gus Yusuf channel di masa pandemi Covid 19 periode Juni – Agustus 2021 mengalami kenaikan viewers dan subscriber. Dalam periode tersebut terdapat 8 unggahan video dengan rata-rata 4000 viewers.

B. Saran

1. Penulis berharap Gus Yusuf tetap mempertahankan konsistensinya dalam melaksanakan strategi dakwahnya sebagai seorang da'i, serta memperluas dakwahnya baik secara virtual maupun tatap muka.
2. Karena mad'u dari Gus Yusuf Channel berasal dari berbagai generasi dan golongan, alangkah baiknya supaya unggahan yang akan ditayangkan selalu mengikuti berita yang sedang ramai dengan kalimat yang lebih menarik dan sederhana sehingga maksud pesan da'i lebih mudah untuk dapat diterima oleh pemahaman mad'u.

DAFTAR PUSTAKA

- A. H. Ummah M. Khatoni, dan M. Khairurromadhan** Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan [Jurnal]. - [s.l.] : Komunike, 2020. - Vol. 12 No.2.
- Amin Samsul Munir** Ilmu Dakwah [Buku]. - (Jakarta : Sinar Grafika Offse, 2009.
- Arif Ramdan Sulaeman Anhar Fazri, Fairus** Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh [Jurnal]. - Banda Aceh : COMMUNICATION, 2020. - Vol. VOL. 11 NO.1.
- Aziz Ali** Ilmu Dakwah [Buku]. - Jakarta : Prenada Media, 2004.
- Aziz Moh. Ali** Aziz, Moh. Ali. 2004. Ilmu Dakwah. Jakarta: Raja Grafindo Persada [Buku]. - Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004.
- Catriana Elsa** Dampak Pandemi Covid-19 ke Penggunaan Teknologi [Online] // KOMPAS.com. - Kompas, 18 Juni 2020. - 16 Februari 2022. - <https://money.kompas.com/read/2020/06/18/210000826/dampak-pandemi-covid-19-ke-penggunaan-teknologi>.
- Fatty Faiqah Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir** Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram [Jurnal]. - Makassar : Jurnal Komunikasi KAREBA, 2016. - Vol. 5. No.2.
- Hakim Arif Rahman** Profil Gus Yusuf Chudlori Pengasul Pondok Pesantren API Tegalrejo Magelang [Online] // PeciHitam.Org. - PeciHitamOrg, 13 06 2020. - 10 12 2022. - <https://pecihitam.org/gus-yusuf-chudlori/>.

Halim A Strategi Dakwah Yang Terabaikan [Jurnal]. - [s.l.] : Jurnal Ilmu Dakwah, 2002.

Hassani Guntur Cahyono dan Nibros Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran [Jurnal]. - Salatiga : Jurnal Al-Hikmah, 2019.

Ilaihi Muhammad Munir dan Wahyu Manajemen Dakwah, Edisi Cetakan ke 2 [Buku]. - Jakarta : Prenada Media Group, 2009.

Ilaihi Muhammad Munir dan Wahyu Manajemen Dakwah: Edisi Cetakan ke 2 [Buku]. - Jakarta : Prenada Media Group, 2009.

Jazuli Imam Gus Yusuf Chudlori, Idola Generasi Milenial NU [Online] // TribunNews.com. - Tribun News, 12 Mei 2020. - 10 September 2021. - <https://m.tribunnews.com/amp/tribunners/2020/05/12/gus-yusuf-chudlori-idola-generasi-milenial-nu>.

Kemkes.go.id Pertanyaan dan Jawaban Terkait COVID-19 Kementerian Kesehatan [Online]. - 23 September 2021. - [ps://www.kemkes.go.id/article/view/20030400008/FAQ-Coronavirus.html](https://www.kemkes.go.id/article/view/20030400008/FAQ-Coronavirus.html).

Kemp Slimon DIGITAL 2021: INDONESIA [Online] // Data Reportal. - DataReportal – Global Digital Insights, 11 Februari 2021. - 25 Juli 2021. - <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.

Lister Dovey, Giddings, Kelly, Grant New Media [Buku]. - California : A Critical Introduction, 2003.

Luqman Wawancara Official channel youtube Gus Yusuf pada pada tanggal 13 juni 2022 wib 08.00-10.00 melalui email [Laporan]. - 2022.

Mahfuz Ali Hidayat al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'zi wa al-Khitabath [Buku]. - Beirut : Dar alMa'arif, tt.

- Mahmuddin** Ilmu-Ilmu Dakwah [Buku]. - Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2004.
- Mahmudin Hamdan** Youtube sebagai Media Dakwah [Jurnal]. - Makassar : Journal of Social Religion Research, 2021. - Vol. April-2021, Vol.6, No.1, hal.63-80.
- Mintzberg H & Quinn..** The Strategy, Process, Concept, Contens, Cases, Second Edition [Buku]. - New Jersey : Prentice Hall, Inc, 1991.
- Moleong Lexy J.** Metodologi Penelitian Kualitatif [Buku]. - Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhadjir Noeng** Metodologi Peneletian Kualitatif. Edisi Revisi [Buku]. - Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1989.
- Muhammad Rizqy Nur Salsa Auliya Zachani, Saniyatul Fajri, Meity Suryandari** Pengaruh Media Teknologi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0 [Jurnal]. - [s.l.] : Aladalah: Jurnal Politik Sosial, Hukum dan Humaniora, 2023. - Vol. 1 No. 1.
- Nanuru Ricardo F.** Seni Berwawasan Teknologi Modern [Jurnal]. - 2013. - Vol. 3 Nomor 1.
- Nanuru Ricardo F.** Seni Berwawasan Teknologi Modern [Jurnal]. - 2013. - Vol. Volume 3 Nomor 1.
- Nashrulloh Alaika** Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an [Jurnal]. - Banyuwangi : Journal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam, 2016. - Vol. 8.
- Nasrullah Rulli** Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber [Buku]. - Jakarta : Prenadamedia Group, 2018.
- Nasrullah Rulli** Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi [Buku]. - Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017.

Natasya Eka Putri Arju Susanto, Tdjuddin Nur Pengaruh Konten Youtube Gaming Terhadap Pemerolehan Bahasa Anak Usia Tiga Sampai Enam Tahun [Jurnal]. - Jakarta : [s.n.], 2022.

Nazir M Metode Penelitian [Buku]. - Jakarta: : Ghalia Indonesia, 1998.

Nikmah Dyah Ayu Salsabila Skripsi: Analisis Resepsi Viewers Terhadap Personal Branding Positive Content Creator Gita Savitri Devi Melalui Youtube [Laporan]. - Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018.

Notonegoro Abdullah Sidiq Agama, Sains, dan Covid-19: Mendialogkan Nalar Agama dan Sains Modern [Jurnal]. - [s.l.] : Jurnal Maarif - Maarif Institute for Culture and Humanity, 2020. - Vol. Vol. 15, No. 1.

Nurudin Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi [Jurnal]. - [s.l.] : Jurnal Komunikator, 2010. - Vol. 5.

Pimay Awaluddin Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah, Prof KH Syaifudin Zuhri [Buku]. - Semarang : Rasail, 2005.

Puspitasari Indi Nur Skripsi: Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube [Laporan]. - Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018.

Ratna Nyoman Khuta Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya [Buku]. - Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010.

RI Departemen Agama Metodologi Dakwah kepada Suku Terasing [Buku]. - Jakarta : Proyek Penerangan Bimbingan dan Dakwah/Khutbah Agama Islam, 1979.

Saerozi Ilmu Dakwah [Buku]. - Yogyakarta : Ombak, 2013.

Satori Djam'an dan Aan Komariah Metodologi Penelitian Kualitatif [Buku]. - Bandung : Alfabeta, 2013.

Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D [Buku]. - Bandung : Alfabeta, 2011.

Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D [Buku]. - Bandung : Alfabeta, 2016.

Suherlan Ryan 5 Media sosial yang paling banyak digunakan tahun 2021 [Online] // lifestyle.kontan.co.id. - 11 Februari 2022. - <https://lifestyle.kontan.co.id/news/5-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-tahun-2021>.

Sukayat Tata Ilmu dakwah [Buku]. - Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Sumarsono S. Pendidikan Kewarganegaraan [Buku]. - Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001. - Vol. Hlm. 139.

Syukir Asmuni Dasar-dasar Strategi Dakwah [Buku]. - Surabaya : Al-Ikhlash, 1983.

Syukir Asmuni Dasar-dasar Strategi Dakwah [Buku]. - Surabaya : Al-Ikhlash, 1983.

Umar Husein Strategic Management in Action [Buku]. - Jakarta : Gramedia Pustaka Utam, 2001.

Zaidallah Alwisral Imam Strategi Dakwah dalam membentuk Dai dan Khotib Profesional [Buku]. - Jakarta : Kalam Mulia, 2002.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gambar Lampiran 1 : Wawancara bersama Gus Yusuf Chudlori



Gambar Lampiran 2 : Wawancara bersama Crew Gus Yusuf Channel



Gambar Lampiran 3 : Ruang Editing Gus Yusuf Channel



Gambar Lampiran 4 : Proses editing konten Gus Yusuf Channel

Draf Wawancara Gus M. Yusuf Chudlori

1. Bagaimana definisi dakwah menurut Gus M. Yusuf Chudlori?
2. Apa yang memotivasi Gus M. Yusuf Chudlori untuk berdakwah?
3. Bagaimana proses dakwah yang dilakukan Gus M. Yusuf Chudlori.?
4. Apa saja aktivitas dakwah yang dilakukan Gus M. Yusuf Chudlori.?
5. Seperti apakah media social dan bagaimana perkembangannya menurut Gus M. Yusuf Chudlori?
6. Bagaimana penerapan strategi dakwah yang diterapkan dalam setiap dakwah yang dilakukan oleh Gus M. Yusuf Chudlori pada masyarakat?
7. Sejak kapan chanel Youtube Gus M. Yusuf Chudlori ini mulai dibuat?
8. Mengapa Gus M. Yusuf Chudlori memilih Youtube sebagai media untuk menyampaikan dakwah kepada masyarakat ?

9. Bagaimana langkah yang Gus M. Yusuf Chudlori tempuh agar dakwah yang disampaikan Gus M. Yusuf Chudlori dapat diterima oleh masyarakat?
10. Bagaimana pendapat Gus M. Yusuf Chudlori dakwah di era pandemic Covid-19?
11. Apakah dakwah Gus M. Yusuf Chudlori menggunakan perkataan (qaulan-qaulan) menurut gaya bahasa Al-Qur'an? Jika iya, apa saja bentuknya?
12. Masyarakat yang bagaimana yang menjadi objek dakwah Gus M. Yusuf Chudlori?
13. Bagaimana materi-materi yang disampaikan oleh Gus M. Yusuf Chudlori dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat?
14. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi ketika menjalankan strategi dakwah melalui media social khususnya Youtube?
15. Hal-hal apa saja yang mendukung tercapainya dakwah Gus M. Yusuf Chudlori melalui Chanel Youtube?

Dratf Wawancara dengan *Crew* Chanel Gus M. Yusuf Chudlori

1. Sejak kapan awal mula Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?
2. Bagaimana visi dan misi dari Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?
3. Bagaimana struktur Crew Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?
4. Ada berapa anggota Crew Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?
5. Bagaimana keadaan jamaah sebelum terbentuknya pengajian rutin?
6. Sejak kapan mangetahui tentang Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?
7. Menurut anda, bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?
8. Apakah strategi dakwah dalam Channel Gus M. Yusuf Chudlori dapat memberikan pengaruh positif terhadap masyarakat?
9. Apa saja materi yang disampaikan dalam Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?
10. Bagaimana cara para crew Chanel Gus M. Yusuf Mudhori dalam upaya memposting video dakwah Gus M. Yusuf Chudlori agar dapat disimak dan dinikmati oleh masyarakat?
11. Menurut anda, apa saja kendala dan pendukung yang dihadapi dalam mengolah Chanel Gus M. Yusuf Chudlori?

CURICULUM VITAE

1. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Muhammad Luqman Abdul Hakim

Tempat/tgl lahir : Temanggung, 26 September 1997

Jenis kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Status : Mahasiswa/Pelajar

Nama Ibu : Titin Maryanah

Nama Bapak : Nasikhin

Suku/bangsa : Jawa/Indonesia

Alamat : Jetis Lor RT 01/RW 03 Kec. Parakan Kab. Temanggung

No. Hp : 081329449400

Email : luqman.a.hakim2@gmail.com

2. Riwayat Pendidikan

SEKOLAH	JURUSAN	TAMAT
SDN 2 Parakan Kauman		Tahun 2010
SMP Negeri 1 Parakan		Tahun 2013
SMK Syubbanul Wathon Api Asri Tegalrejo Magelang	Multimedia	Tahun 2016
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang	Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)	Tahun 2023