

**STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE KATA USTADZ DALAM
MENANAMKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN TERHADAP REMAJA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah

Disusun Oleh:

Egy Fhirnanda (1801026034)

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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (Lima) Eksemplar
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 : Egy Fhirnanda
NIM : 1801026034
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam / Teievisi Dakwah
Judul : Strategi Dakwah Chanuel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 Maret 2023
Pembimbing,



Alifa Nur Fitri, M.L.Kom
NIP. 198907302019032017

PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH

SKRIPSI

STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE KATA USTADZ DALAM
MENANAMKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN TERHADAP REMAJA

Disusun Oleh:

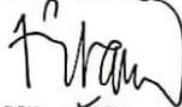
Egy Fhirnanda

1801026034

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 April 2023 dan dinyatakan **LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang



Nilnan Ni'mah, M.S.I

NIP.19800202 200901 2 003

Sekretaris Sidang



Alifa Nur Fitri, M.I.Kom

NIP.1989073019032017

Penguji I



Aderi, M.A

NIP.199101202019031006

Penguji II



Fitri, M.Sos

NIP.198905072019032021

Mengetahui, Pembimbing



Alifa Nur Fitri, M.I.Kom

NIP. 1989073019032017

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal April 2023



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Egy Fhirnanda

NIM : 1801026034

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil dari kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 28 Maret 2023

Peneliti

Egy Fhirnanda

1801026034

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah *rabbil'alam*, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat, nikmat iman hingga Kesehatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhsammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya.

Peneliti telah melewati proses yang panjang dalam pembuatan skripsi ini hingga, skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja” dapat terselesaikan. Keberhasilan menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan serta pihak yang sangat membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti berharap besar semoga hasil penelitian ini bermanfaat untuk banyak orang di masa yang akan datang. Dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam atas dedikasinya terhadap jurusan sangat patut untuk diteladani.
4. Ibu Dra. Amelia Rahmi, M.Pd. selaku dosen walis studi yang telah membimbing dan pemberi nasehat sejak awal masuk kuliah hingga akhir.
5. Ibu Alifa Nur Fitri, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang penuh sabar dan senantiasa menyempatkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi hingga akhir.
6. Segenap dosen dan seluruh staf dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

7. Bapak, Ibuk serta mamak tersayang sebagai support system utama peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yang kasih sayangnya tiada tara.
8. Kakak dan Adik, Kak Lusy Afrianti dan adek Rahmad Siddik Syahputra, terima kasih senantiasa menemani peneliti selama ini.
9. Terima kasih kepada Nurul Fadillah Adri yang telah menemani, membantu serta segala hal baik yang telah diberikan kepada peneliti sehingga banyak membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman terdekat menemani membantu selama berkuliah di UIN Walisongo Semarang, Muhammad Ibnu Shina, Lukmanul Khakim, Shobri Fadlullah, Nauval Maulana Sadewa, Suci Sri Rezeki dan Rizky Amylia.
11. Seluruh teman-teman mahasiswa KPI angkatan 2018, terutama KPI-A. Terimakasih telah menjadi keluarga yang baik selama di Semarang.
12. Segenap keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
13. Dan seluruh pihak yang terlibat dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas nama-nama yang peneliti sebutkan diatas. Semoga segala kebaikan menjadi amal jariyah dan senantiasa mendapatkan ridho Allah SWT. Peneliti berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat serta memberikan wawasan bagi para pembaca. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti meminta maaf dan mohon untuk diberikan kriti serta saran demi penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PERSEMBAHAN

Dengan segala ketulusan serta kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang terdekat yang berperan penting di dalam hidup saya , teruntuk orang-orang yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa serta semangat dan dukungan yang tiada hentinya:

1. Orang tua tecinta, bapak mamak dan Ibuk yang selalu mendoakan anaknya, hingga di posisi sekarang serta segala cinta dan kasih sayang yang tiada henti.
2. Kakak dan adik tercinta Lusy Afrianti dan Rahmad Siddik Syahputra yang selalu memberikan semangat dan dukungan
3. Universitas tercinta dan semua orang-orang baik didalamnya.

MOTTO

“Kalau kita baik ke orang, orang juga akan baik ke kita. Berteman dengan siapa saja dan ambil sisi baiknya”

(Bapak)

ABSTRAK

Peneliti dengan nama Egy Fhirnanda 1801026034 dengan judul skripsi Strategi Dakwah Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja.

Ceramah dakwah dalam kemasan konten video banyak digemari oleh kalangan remaja. Namun tidak semua kalangan menonton dan mencerna ceramah dan dakwah yang disampaikan para ulama dan da'i khususnya kalangan remaja yang tidak sedikit berpendapat kesulitan dan kurang menarik menonton konten-konten agama karena durasi yang panjang serta pembahasan yang terlalu serius, meskipun ceramah tersebut disampaikan oleh ustadz-ustadz ternama sekalipun. Melalui konten-konten segar eksklusif dari channel youtube Kata Ustadz. Maka dalam berdakwah di youtube dibutuhkan strategi dakwah yang matang untuk mencapai pesan-pesan dakwah kepada mad'u.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dakwah channel youtube kata ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keislaman terkadap remaja. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Metode dari pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara bersama tim channel youtube Kata Ustadz dan juga dokumentasi terkait channel yotube Kata Ustadz itu sendiri. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan tiga tahap yaitu, reduksi, penyajian data dan kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian menunjukkan strategi dakwah channel youtube kata ustadz dalam menanamkan nilai keislaman seperti Aqidah, akhlak dan syariat yaitu dengan menggunakan tahapan strategi seperti perumusan, implementasi hingga evaluasi menunjukkan dalam mengemas konten dakwah memadukan QnA menarik namun tetap informatif dengan pemilihan tema yang dekat dengan anak muda, talent yang mewakili keragaman remaja di Indonesia dan diakhiri ceramah singkat diakhir video oleh ustadz yang pembawaan dan materi dakwah yang disampaikan terkesan tidak menggurui.

Kata kunci: Strategi, Dakwah, Youtube, Kata Ustadz

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN LEMBARAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	9
2. Definisi Konseptual	10
3. Sumber dan Jenis Data	10
4. Teknik Pengumpulan Data	11
5. Teknik Analisis Data	11
BAB II STRATEGI DAKWAH, YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DAN NILAI-NILAI ISLAM DAN REMAJA	14
A. Strategi Dakwah	14
1. Strategi	14
2. Dakwah	17
3. Strategi Dakwah	19
B. Youtube Sebagai Media Dakwah	22
C. Nilai-nilai Islam	24
1. Pengertian	24
2. Sumber	24
3. Aspek	25
D. Remaja	26
1. Pengertian	26
2. Ciri-ciri	26
BAB III CHANNEL YOUTUBE KATA USTADZ DAN STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE KATA USTADZ DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN TERHADAP REMAJA	28
A. Profil Channel Youtube Kata Ustadz	28
B. Visi dan Misi Kata Ustadz	29
C. Playlist channel youtube Kata Ustadz	31
1. Kata Ustadz <i>Short</i>	31

2. Renungan Ramadhan Bersama Cede	32
3. Kata Ustadz Junior	33
4. Amalin Yuk	34
5. Muslim <i>Talks</i>	34
6. Kata Ustadz	35
D. Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Kesilaman Terhadap Remaja	36
E. Temuan Data Strategi Dakwah Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman terhadap Remaja	37
1. Tahap Perumusan, Implementasi dan Evaluasi Strategi Dakwa Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja	38

BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOUTUBE KATA USTADZ DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN TERHADAP REMAJA45

A. Tahapan Strategi Perumusan, Implementasi dan Evaluasi Strategi Dakwah Channel Youtube Kata Ustadz	46
1. Perumusan Strategi	46
2. Implementasi Strategi	50
3. Evaluasi Strategi	62
B. Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja	65

BAB V PENUTUP68

A. Simpulan	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA70

LAMPIRAN-LAMPIRAN74

DAFTAR RIWAYAT HIDUP79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan suatu proses berkelanjutan yang mengacu kepada perbaikan, pembinaan yang menuju kepada pembentukan masyarakat bahagia melalui ajakan berkelanjutan ke hal-hal kebaikan dan mencegah dari hal-hal yang mengarah kepada munkar. Dakwah menata kehidupan masyarakat beragama menuju terciptanya masyarakat yang bahagia dan harmonis, melalui dakwah manusia terselamatkan dari hal-hal yang dapat membawa kepada kehancuran. Kehidupan beragama sangat bergantung pada aktifitas dakwah yang berjalan terus tanpa akhir, tanpa kegiatan dakwah akan berhenti dan stagnan dalam berkembangnya agama Islam (Aziz, 2004). Islam memberikan dorongan kepada umatnya untuk melakukan perbuatan terpuji dan mengajak setiap orang menjadi manusia yang lebih baik, berakhlakul karimah dan berilmu wawasan luas. Terkait agama Islam dan kegiatan berdakwah memiliki kesinambungan satu sama lainnya, dakwah membutuhkan Islam sebagai landasan dalam menyampaikan pesan, dan agama Islam memerlukan dakwah untuk menyampaikannya (Eko, 2016).

Strategi dakwah hadir dalam mengimplementasikan penyampaian pesan dalam tujuan dakwah. Peranan strategi dakwah sangat menentukan keberhasilan dalam pengupayaan pencapaian tujuan dakwah (Aziz, 2009). Strategi dakwah adalah suatu metode, siasat metode atau manuver memadukan perencanaan serta manajemen dakwah dengan target mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan itu strategi dakwah harus memperlihatkan bagaimana taktik yang harus dilakukan, dengan kata lain pendekatan bisa berubah atau berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Alim, 2020).

Ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan dampak yang menguntungkan, kemajuan perkembangan ilmu pengetahuan, namun juga memberikan dampak negatif seperti hancur dan jatuhnya moralitas generasi bangsa terkhusus remaja. Fakta bahwa pandangan *konsumersme*, *hedonistic* dan *sekularis* merupakan buktinya nyata awal dari penurunan moral sebagai dampak negatif dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Maka Pendidikan agama merupakan titik penting dalam pertumbuhan moral yang harus ditingkatkan kembali perannya dalam menghadapi permasalahan ini (Iskarim, 2016). Berpacaran, melakukan seks bebas, merokok oleh anak dibawah umur, penyalahgunaan obat-obat terlarang, gaya hidup yang berlebihan tau hedonism merupakan sedikit dari permasalahan serius yang harus dibenahi dengan penanaman nilai-nilai keagamaan terhadap remaja saat ini (kumparan, 2021).

Penurunan kualitas pemahaman terhadap nilai-nilai Islami dalam kehidupan sehari-hari pada kalangan remaja, menjadikan pentingnya strategi dakwah yang baik dan mumpuni guna mengatasi permasalahan tersebut. Strategi dakwah yang dimaksud adalah bentuk komunikasi dengan komunikator menyerukan pesan-pesan dengan khas yang bersumber sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang tidak lain tujuannya adalah mengajak komunikasi atau orang lain berbuat kebaikan sesuai dari isi pesan yang disampaikan (Ahmad, 2022). Di tengah permasalahan dan tantangan dakwah di era globalisasi semakin jelas dan kompleks karena pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa dan internet memunculkan ide-ide dan tawaran- tawaran dari nilai yang dikemas dalam suatu sajian yang menarik. Hal ini memberikan pengaruh positif yang dimanfaatkan dalam media berdakwah (Mahfud, 1999).

Media sosial sangat digemari dalam mengakses informasi. Salah satu media sosial yang sangat populer adalah platform youtube. Di tahun 2002 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mempercayai youtube sebagai media yang paling banyak dikonsumsi dengan total pemakainya hingga 139 juta atau sama dengan 50 persen dari keseluruhan jumlah

penduduk Indonesia (Syaipudin, 2022). Berdakwah dengan memanfaatkan youtube dan media sosial memberikan dampak tersendiri. Memanfaatkan media sosial youtube sebagai saluran penyebar dakwah dapat diupayakan sebagai wujud dari pada mengikuti arus modrenisasi dan digitalisasi. Dakwah melalui digital dirasa lebih mudah dan efisien digunakan, karena dengan melalui platfrom digital seperti youtube maka akan banyak menjangring mad'u secara meluas bahkan jangkauannya bisa ke seluruh dunia. Dakwah digital juga lebih efisien digunakan, da'i hanya perlu memiliki strategi dalam pembuatan isi konten yang tepat untuk sarana dakwahnya. Keuntungan bagi para mad'u juga lebih fleksibel dalam mengakses dakwah sesuai jam luang mereka, selain itu mad'u tidak perlu datang ke majelis taklim. Hal ini merupakan jawaban bahwa dakwah digital tidak mengenal batas ruang maupun waktu (Tirto.id, 2017).

Youtube sebagai media berdakwah juga dimanfaatkan oleh channel youtube Kata Ustadz dalam menyebarkan dakwah melalului konten-konten yang target utamanya adalah kalangan remaja. Kata Ustadz merupakan channel *social experiment* anak muda seputar agama Islam. Channel Youtube Kata Ustadz memberikan konten anak muda yang dikemas secara menarik, lucu, kekinian dan berbeda dari channel religi lainnya (<https://www.youtube.com>). Kata Ustadz adalah konten youtube milik TV one. Kata Ustadz menyajikan konten-konten yang beragam, inovatif dan kekinian dengan menghadirkan ustadz-ustadz ternama tanah air dalam memahami Islam. Kata Ustadz bergabung dengan youtube sejak 25 Febuari 2015 dengan jumlah penonton kurang lebih 104.635.048 kali tayangan dengan jumlah 1,8 juta subscriber (Hikmawati, 2022).

Strategi berdakwah melalui youtube, pesan dakwah harus dikemas semenarik mungkin agar memiliki daya tarik sehingga dapat diterima dengan baik oleh mad'u. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Ceramah dakwah dalam kemasan konten video banyak digemari oleh kalangan remaja. Namun tidak semua kalangan menonton dan mencerna ceramah dan dakwah yang

disampaikan para ulama dan da'i khususnya kalangan remaja yang tidak sedikit berpendapat kesulitan dan kurang menarik menonton konten-konten agama karena durasi yang panjang serta pembahasan yang terlalu serius, meskipun ceramah tersebut disampaikan oleh ustadz-ustadz ternama sekalipun.

Konten-konten segar eksklusif dari channel youtube Kata Ustadz, diharapkan para remaja bersemangat belajar syariat, aqidah dan akhlak agama dalam menanamkan nilai-nilai keislaman sesuai tuntunan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dikarenakan dalam channel youtube Kata Ustadz membahas isu-isu yang erat kaitannya dengan problematika kalangan remaja dalam kehidupan sehari-hari (Viva.co.id, 2021).

Channel youtube kata Ustadz memiliki ciri khas dalam pengemasan sajian kontennya, dimulai dari pemilihan tema terkini, pembuatan *thumbnail* serta judul yang *frontal* serta pemilihan *talent* yang sangat dekat sebagai contoh besar keragaman remaja di masa sekarang. Berbeda dengan channel dakwah pada umumnya yang kebanyakan mencari aman dalam pembuatan judul hingga *Thumbnail*, channel youtube Kata Ustadz hadir dengan program-program yang membahas permasalahan terkait nilai-nilai keislaman dengan tepat sasaran bahkan hingga ke kajian yang lebih dalam.

Nilai-nilai agama Islam memiliki kebenaran yang hakiki. Nilai-nilai Islam adalah pedoman, pedoman dan motivasi bagi manusia untuk memecahkan masalah kehidupan seperti agama, ekonomi, politik, sosial, budaya dan sebagainya untuk membentuk motivasi, tujuan hidup dan perilaku manusia yang mengarah pada keridhaan Tuhan Allah Swt. (Yuzarion, 2020).

Berangkat dari latar belakang diatas, berdakwah dengan target remaja dan tujuan menanamkan nilai-nilai keislaman ditengah arus globalisasi harus mampu menggunakan startegi yang matang dan juga kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah yang ringan dan mudah diterima ditengah masyarkaat terkhusus kalangan remaja.Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian terkait strategi dakwah channel youtube

Kata Ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keislaman terhadap remaja berdasarkan latar belakang diatas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi dakwah channel youtube kata ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keislaman terhadap remaja”

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh channel youtube kata ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keislaman terhadap remaja.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh channel youtube kata ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keislaman terhadap remaja.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian secara teoritis diharapkan agar memiliki manfaat, yaitu:

- a. Tulisan ini diharapkan bisa menambah wawasan khasanah pengetahuan pada keilmuan dakwah secara umum yang ada relevansinya dengan konten dakwah.
- b. Memberi manfaat bagi kemajuan media baru yaitu youtube Indonesia khususnya dalam penyebaran dakwah terhadap remaja.
- c. Memberikan manfaat yang berkaitan dengan Strategi dakwah di youtube dalam bidang kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

3. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian secara praktis peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

- a. Diharapkan kepada content creator atau youtuber Indonesia untuk lebih memperhatikan perkembangan konten dakwah.

- b. Memajukan konten creator dakwah yang memiliki ciri khas dalam pengemasan kontennya agar tetap bertahan dan berkembang di tengah masyarakat khususnya remaja.
- c. Memberikan manfaat pada penikmat konten youtube yang menghibur dan mudah dipahami terutama pada generasi muda agar lebih menggemari konten dakwah ditengah perkembangan zaman.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu memberikan pemahaman yang lebih detail dan terperinci terkait dengan pembahasan strategi dakwah yang akan diteliti, peneliti mendapatkan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Hal ini ditujukan sebagai alat ukur dari hasil penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, diantaranya:

1. Skripsi dari Amidah Mutiara Putri (2020) Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah dengan Judul : “Strategi Dakwah Channel Youtube Film Maker Muslim Dalam Menanamkan pemahaman Nilai-Nilai Islam”. Penelitian yang dilakukan oleh Amidah Mutiara Putri bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi sentimental, rasional dan inderawi channel youtube Film Maker Muslim dalam menanamkan pemahaman nilai-nilai Islam. Kajian yang diambil adalah channel youtube Film Maker Muslim. Pada penelitian ini Amidah Mutiara Putri menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Teknik Pengumpulan data yang digunakan oleh Amidah Mutiara Putri adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari penelitian tersebut, Amidah Mutiara Putri menemukan bahwa Film Maker Muslim memfokuskan channelnya untuk mengikuti perkembangan zaman terutama milenial untuk tetap bisa menyebarkan nilai-nilai Islam melalui video-video dan film-film modernnya.

2. Skripsi dari Krisna Mukti (2022) Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah dengan Judul “Strategi dakwah habib Ja’far Dalam Praktik Toleransi Beragama di Youtube Noice. Penelitian yang dilakukan oleh Krisna Mukti bertujuan mengetahui strategi sentimental, rasional dan inderawi Dakwah Habib Ja’far dalam praktik toleransi beragama di Youtube NOICE. Kajian yang diambil dalam penelitian ini adalah channel youtube Noice. Pada penelitian ini Krisna Mukti menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus secara deskriptif. Analisis data hasil penelitian menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang menunjukkan berbagai data dan fakta yang dilihat selama penelitian berlangsung.. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu data yang menghasilkan data deskriptif kualitatif yang tertulis dari sampel lapangan yang menghasilkan hipotesis. Dari penelitiannya Krisna Mukti menemukan tentang Strategi dakwah yang digunakan oleh channel youtube Noice Habib Ja’far menerapkan strategi dakwah al-Bayunni.

3. Skripsi Aziz Setya Nurrohman (2021) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo dengan judul “Strategi Dakwah Digital Habib Huseuin Ja’far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Tulis. Penelitian yang dilakukan oleh Aziz Setya Nurrohman bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan dakwah digital pada konten kultum paemuda tersesat di akun youtube Jeda Tulis dan mengetahui faktor yang mempengaruhi konten pemuda tersesat meraih viewers yang tinggi di akun youtube Jeda Tulis. Kajian yang diambil dalam penelitian ini adalah channel youtube Jeda Tulis. Dengan menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati dan menganalisa channel youtube tersebut. Dari penelitiannya Aziz Setya Nurrohman menemukan bahwa Habib Ja’far memanfaatkan YouTube sebagai media untuk menyampaikan dakwah.

Kedua, optimalisasi algoritma YouTube yakni dengan memaksimalkan algoritma YouTube untuk menarik views. Habib Ja'far kurang optimal pada bagian ini karena tidak menggunakan keyword dan tidak mengisi deskripsi sesuai isi video.

4. Skripsi Mukti Abdul Matsani (2020) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta dengan judul Strategi Dakwah Ustadz Mahfudz dalam Membentuk Akhlak Remaja Dukuh Sempu Kecamatan Andong Kabupaten Boyolali. Penelitian yang dilakukan oleh Mukti Abdul Matsani bertujuan untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan oleh ustadz Mahfudz dalam membentuk akhlak remaja di Dukuh Sempu Kecamatan Andong Kabupaten Boyolali. Kajian yang diambil dalam penelitian ini adalah Ustadz Mahfudz Dukuh Sempu kecamatan Andong kabupaten Boyolali. Mukti Abdul Matsani menggunakan metode penelitian dan pendekatan kualitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi serta menggunakan Teknik analisis data interaktif. Dari penelitiannya Mukti Abdul Matsani menemukan temuan dalam menggunakan strategi yang dipakai berhasil menarik remaja di daerah tersebut, yang dahulunya mempunyai akhlak yang kurang baik lalu dengan adanya dakwah dari ustadz Mahfudz secara perlahan remaja Dukuh Sempu mengamalkan kajian yang diberikan.
5. Jurnal oleh Hikmawati Fajri Devi Safitri dan Fadillah Sandy Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Magelang dengan judul Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Religi (Segmen Social Experiment Edisi Ramadhan 1442 H). Penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan dakwah konten youtube channel Kata Ustadz pada segmen *Social Experiment*. Tujuan dari peneliti adalah menganalisis isi dari konten

dakwah digital pada channel Kata Ustadz segmen *Social Experiment* di media baru Youtube. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan jenis data berupa video dari konten channel youtube Kata Ustadz. Teknik analisis data menggunakan analisis konten dengan mengkategorikan isi pesan dakwah yang ada. Dalam penelitian ini Hikmawati Fajri Devi Safitri dan Fadillah Sandy menyimpulkan dakwah digital mampu menembus ruang dan jangkauan mad'u hingga mendunia dan konten youtube Kata Ustadz segmen kata ustadz di bulan Ramadhan memiliki 3 materi dakwah seperti pesan syariah, pesan aqidah dan pesan akhlak.

Rujukan dalam penelitian diatas menjadi pandangan peneliti dalam melakukan penelitian ini, ada kesamaan dalam perbedaan dalam penelitian ini dengan rujukan tinjauan pustaka diatas seperti kajian penelitian hingga metode penelitian. Pada penelitian ini, peneliti membahas Strategi dakwah Channel Youtube Kata Ustadz Dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kajian objek Channel youtube Kata Ustadz dengan menggunakan teori dari David mengenai perencanaan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi dalam mengkaji strategi dakwah apa yang digunakan oleh channel Youtube Kata Ustadz.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode dengan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deksripsi yaitu jenis penelitian ini menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena baik fenomena alamiah ataupun fenomena rekayasa manusia. Jenis penelitian ini juga lebih memperhatikan karakteristik, kualitas serta adanya keterkaitan kegiatan dan temuannya tidak diperoleh dari prosedur statistik ataupun dalam bentuk hitungan lainnya. Walaupun data-datanya dapat dihitung

dan ditulis dalam bentuk angka seperti contohnya dalam sensus dan sebagainya tetapi analisis datanya tetap bersifat kualitatif (Hardani,2020).

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara deskriptif. Yang dimaksud dengan pendekatan secara deskriptif adalah menjelaskan keadaan serta kondisi terkait objek penelitian. Dalam penelitian ini adalah strategi dakwah channel youtube Kata Ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keIslaman terhadap remaja. Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan keilmuan dakwah, terkait strategi dakwah.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan kiat atau usaha dari peneliti untuk memperjelas bagian-bagian dalam penelitian dengan cara menjelaskan atau menjabarkan batasan-batasan yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian. Dalam definisi konseptual di penelitian ini, peneliti memfokuskan pada strategi dakwah yang dilakukan oleh Lembaga media yaitu pada penelitian ini adalah channel youtube Kata Ustadz khususnya program kata ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keislaman seperti syariah, aqidah dan akhlak terhadap remaja.

Kegiatan berdakwah di youtube tidak lepas dengan yang namanya strategi dakwah melalui organisasi. Untuk itu peneliti menggunakan tahapan strategi dalam proses berdakwah dengan indikator, (1) Perumusan strategi yang meliputi menentukan visi dan misi, mengidentifikasi peluang, menyusun strategi kreatif dan alternatif. (2) Implementasi yang meliputi, pengembangan budaya, mengarahkan upaya pemasaran dan anggaran, apresiasi karyawan terhadap perusahaan dan dalam pelaksanaannya terhubung dengan melaksanakan perumusan terkait tema, optimalisasi talent dan Ustadz serta improvisasi pada tahap editing. (3) Evaluasi strategi yang meliputi, melihat faktor internal dan eksternal, kinerja tim dan tindakan korektif.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber dan jenis data dibagi menjadi dua sumber yaitu sumber data primer serta data skunder. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer sebagai data dari penelitian ini. Sumber data primer didapat dengan cara wawancara yang telah dilakukan dengan informan, yaitu Dani Permata selaku *manager content and community* program Kata Ustadz. Jenis data yang digunakan adalah hasil dari tanya jawab wawancara yang telah dilakukan yang relevan dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

a) Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara satu orang dengan individu lain dua orang. yang melibatkan individu yang ingin menggali informasi dari individu lainnya dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan yang ingin didapat. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara secara virtual dengan *manager content and community* channel Youtube Kata Ustadz program kata ustadz sebagai sumber data penelitian.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan aktifitas mengkaji bahan bahan bacaan atau dokumen serta artikel yang ada kaitannya dengan penelitian, yang tidak lain tujuannya adalah sebagai pelengkap dan penunjang sebuah penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan profil channel youtube Kata Ustadz dengan melihat dan mengamati channel youtube Kata Ustadz di kanal youtube

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah usaha atau upaya dalam melakukan pencarian serta penataan yang dilakukan dengan sistematis terhadap catatan hasil wawancara, observasi, dan lainnya yang bertujuan agar

dapat meningkatkan pemahaman terhadap kasus yang sedang diteliti, serta disajikan sebagai sebuah temuan untuk orang lain.

Pada penelitian yang akan dilaksanakan ini, dalam metode pengumpulan data yang telah didapati akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis interaktif yang disampaikan oleh Miles dan Huberman, terdiri dari *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *drawing and verifying conclusion* (verifikasi dan penarikan kesimpulan). Berikut ini dipaparkan masing-masing proses secara singkat:

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah prosedur yang terdiri dari pemilihan data, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data, pengabstrakan dan transformasi dari data kasar yang muncul pada catatan-catatan tertulis yang terdapat di lapangan yang berbentuk dokumen, hasil wawancara maupun hasil dari observasi (Miles, 1992). Data reduksi dari penelitian ini berasal dari wawancara mendalam dengan kru atau talent dari *Channel* YouTube Kata Ustadz yang terlibat dalam segmen *Social Experiment*.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Data display atau Penyajian data merupakan gabungan data yang informasinya tersusun dan memberikan sebuah kemungkinan terkait pengambilan tindakan serta penarikan suatu kesimpulan (Miles, 1992). Tahap penyajian data ini berupa suatu teks naratif yang menjelaskan mengenai hasil penelitian wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan kru dan talent channel youtube Kata Ustadz.

c) *Drawing and Verifying Conclusion* (Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan)

Drawing and verifying conclusion atau yang disebut verifikasi dan penarikan kesimpulan merupakan pengambilan

makna data yang sudah ditampilkan. Setelah data-data hasil dari wawancara dan observasi sudah direduksi dan disajikan, maka selanjutnya peneliti akan melakukan penarikan kesimpulan mengenai hasil analisis data tersebut.

BAB II

STRATEGI DAKWAH, YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH, NILAI-NILAI ISLAM DAN REMAJA

A. Strategi Dakwah

1. Strategi

a) Pengertian Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *strategia* yang memiliki arti “*the art of the general*” atau seni pada zaman dahulu digunakan seorang panglima dalam peperangan. Karl von Clausewitz menyatakan bahwa strategi adalah pengetahuan tentang cara melakukan pertempuran untuk memenangkan peperangan. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan (Sumarsono, 2001).

Strategi juga sering diidentikkan dengan “taktik” yang secara konseptual strategi dapat diartikan dengan suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran organisasi dengan menggunakan serangkaian tindakan serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran ini. Strategi juga memperhatikan lingkungan dan keunggulan kompetitif, yang berkelanjutan sepanjang waktu, tidak dengan manuver teknis, tetapi dengan menggunakan persepsi jangka panjang. (Sunarto, 2001).

b) Pendekatan Strategi

Dalam memberikan informasi terkhusus mengenai keagamaan, akan sangat harus jika didukung dengan bukti serta alasan yang nyata mengesai isi dan informasinya. Pada dasarnya, setiap da’I atau pendakwah memiliki strategi dalam berdakwahnya masing-masing, pendekatan strategi dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu:

1) Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-kahfi*)

Pendekatan Sentimentil merupakan dakwah yang memfokuskan hati serta menggerakkan batin dan perasaan sebagai mitra dalam berdakwah. Memberi mitra dakwah nasehat yang memanggil lagi dengan kelembutan atau menunjukkan pelayanan dengan baik merupakan metode yang harus terus dikembangkan dari pendekatan sentimental. (Ali, 2009).

Adapun beberapa strategi sentimental, seperti nasihat baik dengan banyak macam bentuknya seperti ceramah, mengingatkan akan nikmat Allah, pujian da'i kepada mad'u, menceritakan janji dan pertolongan Allah SWT dan menceritakan kisah yang menyentuh hati dari hati ke hati, memperlihatkan sikap santun dan kasih sayang terhadap mad'u, mendahulukan pertolongan, memenuhi kebutuhan serta meyakinkan pelayanan.

Beberapa keistimewaan dari strategi sentimental yaitu, memiliki cara dan penyampaian bahasa yang lemah lembut serta pemilihan kalimat yang menyentuh hati dan berkesan. Cepat mempengaruhi mad'u, cepat mengubah hasil serta pengaruhnya mengikuti perubahan perasaan serta belas kasih yang diberikan. Serta daerah penggunaannya yang luas (Al-Bayanuni, 2010).

2) Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aali*)

Pendekatan rasional merupakan dakwah dengan menggunakan metode yang fockus kepada aspek akal fikiran. Strategi Rasional mendorong mitra dakwah untuk lebih berfikir, mengambil pelajaran dan merenungkan. Berpedoman pada kaidah-kaidah akal pikiran logika dan hasil daya akal serta fitrah. Pengaruhnya sangat dalam terhadap mad'u dan gampang menempel pada pikirannya. Membuat lawan yang ingin menentang tidak bisa menjawab.

3) Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hassi*)

Strategi indrawi juga biasa disebut sebagai strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Strategi ini diartikan sebagai

sistem dari dakwah ataupun gabungan metode dakwah yang lebih mengarah kepada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Cara-cara yang digabungkan dari strategi ini terdiri dari praktik dari keagamaan dan keteladanan. (Muklis, 2018).

Cara penerapan strategi inderawi dapat disaksikan secara langsung oleh inderawi sehingga pengaruhnya mendalam pada jiwa. Cakupannya yang luas. Berdasarkan pada hal-hal nyata yang dapat diterima oleh kalangan masyarakat manapun sehingga pengaruhnya tergolong cepat. (Al-Bayanuni, 2010).

c) Tahapan Strategi

Melaksanakan strategi dakwah, terdapat beberapa tahapan utama yang dirumuskan (David, 2012) sebagai berikut:

1) Perumusan Strategi

Perumusan strategi memiliki peran yang sangat penting dalam proses tahapan memproduksi sebuah konten dakwah. Perumusan strategi yang dimaksud meliputi pengembangan visi serta misi, memaparkan peluang dan ancaman eksternal, memahami kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi tertentu dan alternatif untuk diterapkan pada organisasi.

2) Implementasi Strategi

Penerapan strategi memiliki efek dan pengaruh yang besar guna menerapkan strategi yang telah dirumuskan. Implementasi juga membutuhkan kemampuan dalam hal manajemen, seperti penetapan tujuan tahunan, perumusan kebijakan, motivasi pekerja, dan alokasi sumber dana.

Implementasi strategi adalah langkah selanjutnya setelah perumusan dan perencanaan strategi, yang berarti tahap aksi berada di tahapan ini. Segala bentuk strategi yang telah direncanakan melalui riset dan analisis akan dijalankan.

Menjalankan strategi berarti memobilisasi anggota tim dan pimpinan organisasi untuk menjalankan strategi yang telah dirumuskan kedalam tindakan. Implementasi strategi sering dianggap tahapan tersulit dari tahapan manajemen strategis, karena pada implementasi strategi membutuhkan pengorbanan pribadi, disiplin, dan komitmen. Dan juga kesuksesan sangat bergantung ditangan pimpinan organisasi dalm memobilisasi serta memotivasi anggota timnya.

3) Evaluasi Strategi

Evaluasi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategis. Strategi berjalan dengan baik atau tidaknya terlihat ditahap ini, tentunya pimpinan organisasi wajib mengetahui permasalahan ini. Banyak factor yang menjadi kesuksesan atau kegagalan suatu strategi, maka dari itu strategi terus berubah dan berkembang dengan menyesuaikan kondisi eksternal dan internal organisasi.

Fred R. David mengungkapkan ada 3 langkah dalam mengevaluasi strategi, yaitu (1) mempelajari factor internal dan eksternal yang menjadi dasar dari strategi yang digunakan (2) menimbang dan mengukur kinerja (3) mengambil tindakan korektif. Evaluasi strategi mempengaruhi kinerja jangka panjang dari organisasi, karena kesuksesan strategi yang digunakan dari waktu ke waktu tidak selalu menjamin akan berhasil di waktu yang sama.

2. Dakwah

a) Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari kata *دعوة يدعو* memiliki arti memanggil, berdoa, mengundang, mengajak, memohon kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan amal. *Ud'u* merupakan *fi'il amr* yang memiliki arti serulah atau ajaklah (Basit, 2013). Dakwah merupakan ilmu pengetahuan yang mempunyai

sistematika, metode, sasaran dan materi sehingga dalam dapat bergerak memperluaskan suatu ide, sehingga apa yang ingin disampaikan mendapatkan sambutan serta dukungan lalu hasil dari usaha menyampaikannya dikenang oleh orang sepanjang masa (Pattaling, 2013).

Dakwah merupakan aktifitas yang berifat penting didalam agama Islam, karena dengan adanya dakwah Islam dapat tersebar dan diterima oleh masyarakat. Dakwah juga berfungsi dalam menata kehidupan yang agamis menuju keharmonisan di tengah-tengah kebahagiaan masyarakat. Urgensi dakwah sebagai sebuah aktifitas yang bersifat wajib di dalam Islam sangat jelas karena pedoman dasar hukum pelaksanaan dakwah terkodifikasi di dalam kitab suci Al-Qur'an dan hadits (Ali, 2004)

b) Unsur-Unsur Dakwah

Dalam kegiatan berdakwah pun ada beberapa unsur-unsur dakwah, yaitu sebagai berikut:

1) Pelaku Dakwah (Da'i)

Da'i adalah orang yang menyampaikan sebuah pesan kepada orang-orang, yaitu obyek dakwah. *Da'i* adalah faktor terpenting untuk meningkatkan kegiatan dakwah, dengan kehadiran dari *da'i* amat menentukan keberhasilan dari kegiatan berdakwah. Maka karena itu sebagai seorang *da'i* harus cerdas serta cermat saat memahami kondisi psikis dan kejiwaan dari obyek dakwah, hal itu bertujuan agar *da'i* mampu menentukan strategi yang tepat untuk mad'u (obyek dakwah) dan proses perubahan dari perilaku dapat dicapai secara maksimal. (Anas, 2020)

2) Obyek dakwah (mad'u)

Obyek dakwah dapat di bagi dalam beberapa golongan menurut latar belakang keluarganya, pendidikan, jenis kelamin, geografis, ekonomi, profesi, dan lain-lain.

Dengan mengetahui latar belakang mad'u , strategi dakwah kita akan lebih terarah dengan baik, karena akan lebih mudah menyesuaikan dengan situasi dan kondisi mereka. Pilihan media dakwah berhubungan dengan pilihan metode dakwah yang tepat, misalnya, media lisan sesuai apabila dengan menggunakan metode ceramah / *telling methode atau diskusi /discutio*, media audio visual akan lebih tepat bila menggunakan metode sisipan/*infiltration methode* , misalnya melau drama, film atau kaset CD. (Munfaridah, 2013)

3) Lingkungan dakwah

Lingkungan memiliki peran yang strategis untuk mendukung keberhasilan dakwah terutama yang memiliki kaitan dengan perkembangan dari mad'u pada rangkaian sosial kemasyarakatan ataupun kelompok sosial budaya.

4) Metode dan media dakwah

Metode atau bisa disebut teknik dakwah pada kegiatan dakwah dapat mengubah pola interaksi yang terbentuk. Ada tiga metode dakwah yang dapat dilakukan yaitu dakwah melalui lisan, melalui perbuatan dan melalui tulisan. Dakwah harus menyesuaikan situasi dan kondisi agar bisa terus berjalan dan tidak kaku karena akan terkesan membosankan atau ketinggalan zaman. Seorang da'I dituntut untuk mampu dan mumpuni menggunakan media sesuai perkembangan zaman (Samsul, 2009)

5) Tujuan dakwah

Tujuan dakwah merupakan suatu aspek yang dapat menjadi pegangan pada proses yang dikendalikan secara sistematis dan konsisten.

3. Strategi Dakwah

a) Pengertian Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dalam artian lain strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005). Strategi dakwah adalah rencana yang telah disusun dengan memperhatikan segala potensi dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan yaitu meyebarkan ajaran-ajaran agama Islam kepada manusia. Strategi juga diartikan sebagai metode, taktik yang digunakan dalam kegiatan aktifitas dakwah (Asmuni, 2009).

Strategi Dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Alquran dan Sunnah . Tujuannya adalah untuk mengajak orang lain untuk berbuat amal saleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi dakwah adalah suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak (komunikan, hadirin atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Orientasi strategi dakwah terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi (Mubasyaroh, 2017).

Pengertian dari strategi dakwah diatas menjelaskan bahwa diperlukannya suatu wawasan yang akurat dan tepat dalam menghadapi realitas yang sedang terjadi di dalam kehidupan bermasyarakat. Karena realitas yang ada dalam masyarakat berbeda-beda seperti segi latar bel akang Pendidikan, pekerjaan serta tempat asal mereka. Maka strategi dakwah harus cermat menghadapi fenomena ini, sehingga dakwah yang disampaikan tidak bersifat kaku (Mukti, 2020).

b) Prinsip-prinsip Strategi Dakwah

Dalam sebuah perencanaan dakwah memerlukan adanya beberapa langkah yang salah satunya melalui pendekatan sistem (system approach planning) jika dikaitkan pada kenyataan dakwah dilapangan aspek-aspek normatif tentang dakwah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah maka dapat ditentukan prinsip-prinsip strategi dakwah, antara lain:

1) Memperjelas Secara gamblang Sasaran Ideal

Sebagai langkah awal dalam dakwah harus diperjelas sasaran apa yang ingin dicapai, kondisi umat Islam yang bagaimana yang akan dihadapi baik dalam wujudnya sebagai individu maupun suatu komunitas masyarakat.

2) Merumuskan Masalah Pokok Umat Islam

Dakwah bertujuan menyelamatkan umat Islam dari kehancuran dan mewujudkan cita-cita ideal masyarakat setelah mengetahui kondisi baik objek maupun subjek dakwah serta permasalahan. Selanjutnya menginventarisir masalah-masalah pokok yang dihadapi. Karena perbedaan masalah yang dihadapi antar kelompok masyarakat dan setelah kurun waktu tertentu harus dikaji ulang terhadap masalah yang disesuaikan dengan perubahan dalam masyarakat tersebut.

3) Merumuskan Isi Dakwah Seorang

Individu maupun lembaga menyampaikan isi dakwah dengan menyamaratakan antara suatu objeknya tanpa ada klasifikasi tertentu. Oleh sebab itu sebaiknya diadakan perbedaan antara sasaran dakwah satu dengan yang lainnya, mengingat kondisi masyarakat yang majemuk dan kompleks.

4) Menyusun Paket-paket Dakwah

Apabila masalah telah dirumuskan maka langkah selanjutnya adalah penentuan. Isi dakwah sebaiknya

disesuaikan dengan masalah yang dihadapi sehingga tujuan dakwah dapat terwujud. Evaluasi Kegiatan Dakwah Tahap terakhir adalah mengadakan evaluasi, yakni suatu usaha untuk mengetahui sampai dimana keberhasilan dakwah serta mengakomodasikan setiap permasalahan-permasalahan untuk mencari jalan keluar atau penyelesaian dengan tepat (Asamuni, 2009).

c) Asas-asas strategi dakwah

Asas yang harus diperhatikan untuk dijadikan pedoman agar tujuan organisasi dapat tercapai. Terdapat lima asas yaitu:

- 1) Asas filosofis yaitu asas yang membahas tentang masalah yang erat kaitannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah
- 2) Asas kemampuan dan keahlian membahas tentang kemampuan dan profesionalisme da'i sebagai peran subjek dakwah.
- 3) Asas sosiologis yang membahas masalah situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya situasi politik, ekonomi, keamanan, dan kehidupan beragama di masyarakat.
- 4) Asas psikologis adalah asas yang membahas problematika yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia.
- 5) Asas efektivitas dan efisiensi yang membahas masalah pada melaksanakan kegiatan dakwah dengan semaksimal mungkin sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan dari asas ini adalah dakwah harus menyeimbangkan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan tujuan dakwah (Saerozi, 2013).

B. Youtube Sebagai Media Dakwah

Pada era globalisasi banyak kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi, untuk mencari informasi, dan

mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan adalah media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, path, line, twitter, youtube, dan lain sebagainya. Strategi dakwah kreatif yang dilakukannya ini menyasar kalangan milenial yang haus akan ajaran-ajaran Islam. Kanal Youtube miliknya tersebut dibuat karena banyaknya permintaan dari jamaah yang tidak memiliki waktu untuk menghadiri tausiahnya di forum pengajian. Selain itu, menurut dia, saat ini kalangan milenial atau bahkan ibu-ibu kekinian juga sudah mulai banyak yang mengakses Youtube (Abdan, 2019).

Youtube merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi, karena melalui Youtube pesan-pesan atau informasi dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat luas. Hal ini dikuatkan karena media Youtube juga merupakan media yang bersifat audio visual, artinya selain bisa didengar juga bisa dilihat. Oleh sebagian besar masyarakat Indonesia Youtube dijadikan sebagai sarana hiburan dan sumber informasi utama. Di beberapa daerah di negeri ini masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menyaksikan Youtube. Di sisi lain, dakwah juga memiliki sasaran yakni khalayak atau publik sebagaimana sasaran Youtube. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas (Hamdan, 2021).

Dakwah melalui jaringan internet dinilai sangat efektif dan potensial dengan berbagai alasan, diantaranya : (Syamsuddin, 2016)

1. Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
2. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah
3. Para pakar dan ulama yang berada dibalik media dakwah via internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i,

4. Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Berbagai situs mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai, dengan demikian pemaksaan kehendak bisa dihindari
5. Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiyah via internet bisa menjangkau segmen yang luas.

C. Nilai-nilai Islam

1. Pengertian Nilai-Nilai Islam

Nilai memiliki arti sifat-sifat (hal-hal) yang penting atau berguna bagi kemanusiaan, Islam adalah agama Allah SWT yang diperintahkan langsung oleh-Nya untuk mengajarkan pokok-pokok serta aturannya melalui Nabi Muhammad SAW, lalu menugaskannya untuk menyampaikan agama tersebut kepada umat manusia untuk memeluknya (Syaltut, 1967).

Nilai merupakan suatu perangkat keyakinan atau perasaan yang diyakini, sebagai suatu identitas yang memberikan corak yang khusus kepada pola pemikiran dan perasaan, keterikatan maupun perilaku (Zakiah, 1984).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai islam ialah sesuatu atau hal-hal yang penting dan berguna bagi kemanusiaan yang bersumber pada ajaran atau aturan yang diperintahkan oleh Allah SWT bagi manusia.

2. Sumber Nilai-Nilai Islam

Nilai-nilai Islam dilihat dari sumbernya, maka dibagi menjadi dua macam, yaitu:

a) Ilahi

Ilahi adalah nilai yang berasal dari Al-Quran dan Hadits, yang tidak mengalami perubahan. Nilai Ilahi dalam segi teologi tidak akan pernah mengalami perubahan, dan tidak akan berubah mengikuti selera hawa nafsu manusia. Dan dari segi

ilmiahnya, dapat mengalami perubahan sesuai dengan zaman dan lingkungannya.

b) Insani

Insani merupakan nilai yang berkembang karena kesepakatan manusia. Nilai insani akan terus berkembang dan bergerak ke arah yang lebih maju dan lebih tinggi. Nilai ini bersumber dari Ra'yu, adat istiadat, budaya, dan kenyataan alam (Mujib,1991).

3. Aspek Nilai-nilai Islam

Dalam nilai-nilai Islam terdapat beberapa aspek, yakni:

a) Aqidah

Aqidah dalam Bahasa arab yaitu ikatan atau sangkutan. Sedangkan dalam pengertian yang lain, yaitu keyakinan, kepercayaan, iman.

b) Syariat

Syariat secara etimologis dapat diartikan sebagai sebuah aturan atau ketetapan dari Allah SWT kepada manusia, seperti puasa, sholat lima waktu, haji, zakat, dan lain-lain. Syariat islam adalah suatu norma atau aturan yang mengatur hubungan antar manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan manusia dan hubungan manusia dengan alam (Anshari,1991).

c) Akhlak

Akhlak merupakan berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Pada hakikatnya akhlak ialah suatu sifat yang sudah menjadi pembiasaan dalam kehidupan sehari-hari (Asmaran,2000). Sedangkan menurut Ibnu Maskawih akhlak merupakan “kondisi jiwa yang mendorong melakukan perbuatan dengan tidak dipikirkan dan dipertimbangkan” (Khozin, 2013).

D. Remaja

1. Pengertian Remaja

Psikolog G. Stanley Hall “adolescence is a time of “storm and stres” artinya, remaja adalah masa yang penuh dengan “badai dan tekanan jiwa”, yaitu masa dimana terjadi perubahan besar secara fisik, intelektual dan emosional pada seseorang yang menyebabkan kesedihan dan kebimbangan (konflik) pada yang bersangkutan, dan menimbulkan konflik dengan lingkungannya (Miftahul, 2017).

Masa remaja berkisar dari usia 12 sampai 21 tahun yakni sampai selesainya pertumbuhan fisik. Pada masa remaja, individu mencapai pertumbuhan fisik yang maksimal, dan pada masa ini pula mencapai kematangan kemampuan reproduksi. Kematangan ini menyebabkan remaja mempunyai perhatian terhadap lawan jenisnya, dan remaja akan berusaha untuk memikat lawan jenisnya tersebut. Selain pertumbuhan fisik, pada masa ini akan terjadi juga perkembangan fungsi-fungsi psikologis yang ditandai dengan peningkatan kekuatan mental, kemampuan berpikir, kemampuan dalam memahami, dan kemampuan dalam mengingat (Monks. 2015).

2. Ciri-ciri Remaja

Menurut Sidik Jatmika, ciri-ciri remaja adalah sebagai berikut (asnul, 2016) :

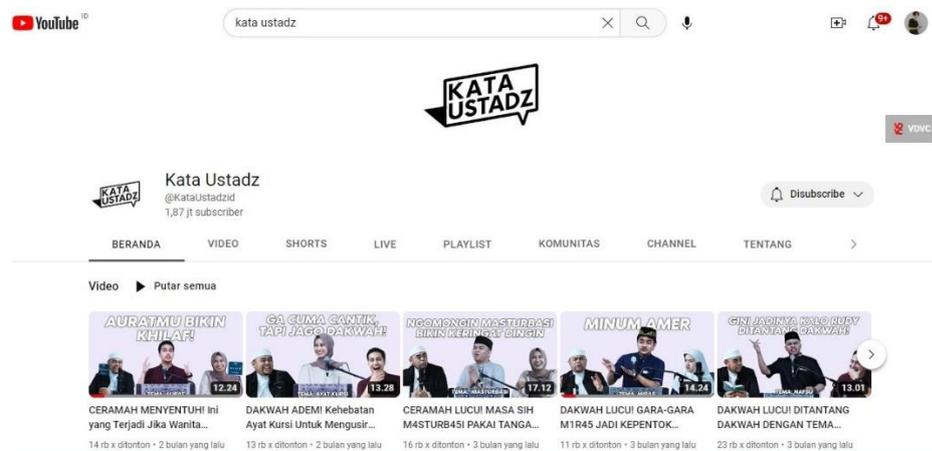
- 1) Remaja mulai menyampaikan kebebasan dan haknya untuk mengemukakan pendapatnya sendiri. Tidak terhindarkan, ini dapat menciptakan ketegangan dan perselisihan, dan bisa menjauhkan remaja dari keluarganya.
- 2) Remaja lebih mudah dipengaruhi oleh teman-temannya dari pada ketika mereka masih kanak-kanak. Ini berarti bahwa pengaruh orang tua semakin lemah. Anak remaja berperilaku dan mempunyai kesenangan yang berbeda-beda bahkan bertentangan dengan perilaku dan kesenangan keluarga. Contoh; dalam hal mode pakaian, potongan rambut, dll.

- 3) Remaja sering menjadi terlalu percaya diri (over confidence) dan ini bersama-sama dengan emosi yang biasanya meningkat, mengakibatkan sulit menerima nasihat dan pengarahan orang tua.
- 4) Variasi kondisi kejiwaan. Suatu saat mungkin ia terlihat pendiam, cemberut, dan mengasingkan diri, tetapi pada saat yang lain terlihat sebaliknya, periang, berseri-seri dan yakin. Perilaku yang sulit ditebak dan berubah-ubah ini bukanlah sesuatu yang abnormal. Hal ini hanyalah perlu diperhatikan serta menjadi kewaspadaan bersama manakala telah menjerumuskan remaja dalam kesulitan-kesulitan di sekolah atau kesulitan dengan teman-temannya.
- 5) Rasa ingin tahu seksual dan coba-coba. Hal ini merupakan sesuatu yang normal dan sehat. Rasa ingin tahu seksual dan bangkitnya rasa birahi adalah normal dan sehat. Ingat, perilaku tertarik pada seks sendiri juga merupakan ciri yang normal pada perkembangan masa remaja. Rasa ingin tahu seksual dan birahi jelas menimbulkan bentuk-bentuk perilaku seksual.

BAB III

PROFIL CHANNEL YOUTUBE KATA USTADZ DAN TEMUAN DATA STRATEGI DAKWAH DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN TERHADAP REMAJA

A. Profil Channel Youtube Kata Ustadz



Gambar 1.1 Laman Sampul Channel Youtube Kata Ustadz

Kata Ustadz merupakan channel *social experiment* anak muda seputar agama Islam. Channel youtube kata ustadz memberikan konten anak muda yang dikemas secara menarik, lucu, kekinian dan berbeda dari channel religi lainnya. Kata ustadz adalah konten youtube milik TV one. Kata Ustadz menyajikan konten-konten yang beragam, inovatif dan kekinian dengan menghadirkan stadz-ustadz ternama tanah air dalam memahami Islam.

Kata Ustadz bergabung dengan youtube sejak 25 Febuari 2015 dan tercatat sudah tiga kali pergantian nama, yang awalnya dengan nama ReligiOne. Saat itu konten masih berkontribusi dengan program religi dari siaran tvOne. Pada tahun 2021 channel youtube ini berubah kembali, yang semulanya ReligiOne menjadi VDVC Religi, dibawah anak perusahaan dari VDVC yang fokus kepada kajian-kajian Islam.

Channel youtube ini berubah nama untuk yang ketiga kalinya dengan nama Kata Ustadz pada bulan Oktober 2022, melalui laman komentar yang di pin channelnya menyampaikan “*Assalamu ’alaikum kaum kata ustadz, wah ga kerasa sudah ratusan video kata ustadz aja nih, izin ganti nama channelnya ya, nah kata orang tuan ama itu adalah doa. Yaa semoga dengan ganti nama menjadi Kata Ustadz, channel ini lebih banyak berdakwah dengan cara yang kreatif dan inovatif nih kayak konten kata ustadz, yee gak? Hehe*”.

VDVC Religi atau sekarang yang lebih dikenal dengan Kata Ustadz tetap menjadi rumpun perusahaan digital VDVC. Kantornya berada di The Convergence Indonesia Lantai 5, Kawasan Rasuna Epicentrum, Jl. HR. Rasuna Said, Rt.1/Rw.3, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta Pusat.

Pembahasan dari konten yang di produksi oleh Kata Ustadz fokus terhadap isu agama yang erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Terutama dari pemilihan tema dan topik, Kata Ustadz selalu memilih topik yang sedang hangat di perbincangkan di tengah masyarakat khususnya kaum muda-mudi. Dani Permata selaku *manager content and community* dari channel youtube Kata Ustadz menyampaikan bahwasanya adanya keresahan terkait konten-konten dakwah konvensional yang kurang diminati oleh kalangan remaja menjadikannya bergerak dan fokus kepada segmen kata ustadz dan menjadikannya sebagai nama channel youtube ini, karena dilihat dari jumlah *viewer* dan minat yang tinggi dari para subscribarnya.

B. Visi dan Misi Channel Youtube Kata Ustadz

Kata Ustadz merupakan anak perusahaan dari VDVC, yang mana bergerak dalam bidang digital Kata Ustadz memiliki tujuan untuk dapat menghasilkan berbagai macam jenis konten dakwah yang diharapkan mencapai pasar dalam ranah topik pembahsan religi. Dalam menjalankan tugasnya, Kata Ustadz dengan VDVC memiliki visi dan misi yang sejalaan. Keduanya berupaya menjadi media digital terkemuka yang memberikan

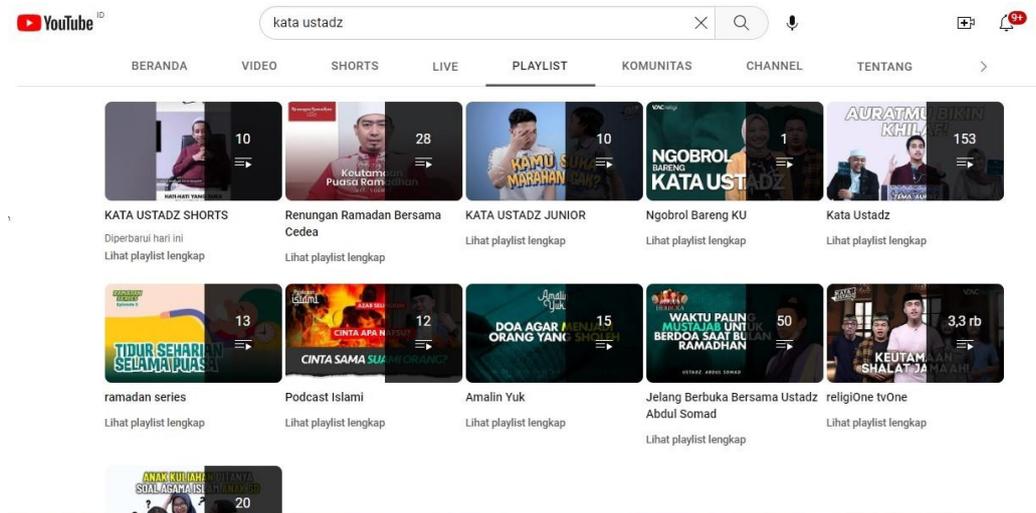
konten-konten informatif dengan target anak muda. (<https://vdvc.id/#lang-id> diakses pada 10 Desember 2023)

Kata ustadz memiliki visi dan misi sebagai bentuk menjawab dan solusi dalam menghadapi permasalahan anak muda dalam menikmati konten-konten dakwah. Merangkul remaja untuk bertahap hijrah ke jalan yang benar dan belajar lebih banyak tentang dosa-dosa yang lekat kaitannya dengan remaja merupakan tujuan utama adanya channel ini. Hal ini disampaikan oleh Dani Permata selaku *manager content and community*,

“Program Kata Ustadz visi dan misi ngga jauh dari harapan kita menjawab solusi permasalahan-permasalahan anak muda, yang mana anak muda sekarang semakin jauh dari konten-konten dakwah yang terlalu konvensional dan menggurui, Program Kata Ustadz tu dibuat bukan orang-orang yang ingin dalam banget untuk belajar Islam, tetapi lebih ditargetkan untuk pemuda-pemuda tersesat yang sedang tahap ingin berhijrah”.

Pengemasan konten yang unik dan *fun*, pemilihan Usatdz-ustadz yang dekat dengan anak muda sehingga terkesan tidak menggurui dan pemilihan talent-talent yang mewakili seluruh karakter anak muda Indonesia diharapkan mampu merangkul remaja-remaja yang belum berada di jalan yang benar, yang masih acuh dengan perbuatan-perbuatan dosa lalu hijrah secara bertahap menjadi remaja yang memahami nilai-nilai Islam.

C. Playlist Channel Youtube Kata Ustadz



Gambar 3.2 Laman Playlist Channel Youtube Kata Ustadz

Channel youtube Kata Ustadz banyak menyajikan sajian video yang digolongkan sesuai segmennya, yang masing-masing segmen berisi video-video dengan tema yang sudah ditentukan sebelumnya dengan isi materi dakwah yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dani Permata selaku *manager content and community*, menjelaskan bahwa dalam penentuan tema dari setiap masing-masing playlist biasanya mengangkat isu-isu yang sedang hangat di tengah kehidupan remaja.

Playlist yang berisikan video-video konten dakwah di dalam channel youtube, berikut merupakan kolom aktif atau playlist utama dari channel youtube ini, yaitu:

1. Kata Ustadz *Shorts*

Playlist ini berisi tentang potongan pendek ceramah Ustadz-ustadz ternama tanah air dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan singkat seputar dakwah yang erat kaitannya dengan nilai-nilai keislaman terhadap remaja. Video pendek dalam playlist ini memiliki durasi 28 sampai dengan 30 detik di masing-masing videonya. Judul masing-masing video tersebut adalah:

- a) Hati-hati yang suka silaturahmi kepada kemaksiatan
- b) Jangan pernah remehkan dosa kecil
- c) Tiga kalimat mutlak yang mesti ada dalam jiwa seorang muslim
- d) Perbuatan baik dengan tetangga menentukan keimanan
- e) Bekerja memiliki nilai ibadah
- f) Sedang di timpa musibah?
- g) Ini kata nabi tentang menyentuh yang bukan mahramnya!
- h) Jangan sampai kita menggunakan waktu untuk perkara yang sia-sia!
- i) Ingat, keburukan itu dapat menghantarkan ke dalam jurang api nerakanya Allah
- j) Jika ingin dekat dengan Allah
- k) Begitu pentingnya menjaga lidah kita
- l) Kita harus selalu berprasangka baik kepada Allah SWT
- m) Stop body shaming!
- n) Apa untungnya kita pamer?

2. Renungan Ramadhan Bersama Cede

Program renungan Ramadhan bersama cede merupakan program tahunan yang ada setiap bulan Ramadhan. Konten dakwah dalam playlist renungan ramadhan Bersama cede merupakan video dakwah berdurasi delapan hingga tiga belas menit yang berisi seputar amalan-amalan dan keutamaan bulan Ramadhan. Namun selain dakwah-dakwah seputar bulan ramadhan program ini diselingi dengan tema-tema nilai keislaman seperti syariat aqidah dan ibadah. Program Ramadhan bersama cede dengan total 28 video diisi oleh ustadz-ustadz ternama tanah air seperti usatdz Solmed, Ustadz Wijayanyto dan Ustadz Riza Muhammad, dengan judul sebagai berikut:

- a) Lakukan yang terbaik! Pintu Surga terbuka lebar. Renungan Ramadhan Bersama cede E01
- b) Lakukan ini saat dengar adzan! Jangan berlebihan. Renungan Ramadhan Bersama cede E02

- c) Bahagialah! Doa orang ouasa yang mustajab. Renungan Ramadhan Bersama cedeas E03
- d) Tidak disadari, ini anjuran dan keutamaan sahur Ramadhan. Renungan Ramadhan Bersama cedeas E04
- e) Kamu gelisah? Ini obat hati dan jiwa agar selalu tenang. Renungan Ramadhan Bersama cedeas E05

3. Kata Ustadz Junior

Program kata ustadz junior melibatkan anak kecil dengan umur enam sampai delapan tahun untuk kemudian menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, dengan talent dewasa yang dimintai untuk mendampingi. Program ini tidak jauh berbeda dengan program kata ustadz original. Topik yang diangkat merupakan nilai-nilai agama dasar, khasnya program ini adalah bagaimana perbedaan jawaban dan pendapat antara orang dewasa dan anak-anak ketika dihadapkan oleh suatu masalah. Adapun judul konten-konten dari program ini sebagai berikut,

- a) Begini reaksi anak kecil dan orang dewasa kalo marahan. Kata ustadz S03E07
- b) Anak kecil ditantang tes huruf hijaiyah, begini jawaban mereka Kata ustadz S03E08
- c) Seberapa tahu anak kecil tentang malaikat, Jawabannya bikin kaget! Kata ustadz S03E09
- d) KEREN! Ternyata masih banyak anak kecil yang pandai mengaji. Kata ustadz S03E10
- e) Tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah. Kata ustadz S03E11
- f) PARAH! Diledak anak pungut oleh teman sendiri. Kata ustadz S03E12
- g) PENTING! Kewajiban orang tua mengenalkan kisah 25 nabi kepada anak. Kata ustadz S03E13
- h) Berbohong demi kebaikan emang boleh? Kata ustadz S03E14

i) Jangan salah!! Ini pentingnya sholat menggunakan alat sholat. Kata ustadz S03E15

4. Amalin Yuk

Program ini berisi tentang bacaan-bacaan doa yang bisa diamalkan setiap hari dalam menghadapi berbagai masalah dan ujian hidup dunia dan akhirat. Dengan judul-judul kinten sebagai berikut,

a) Bacalah ini agar menjadi hamba yang shaleh dan bisa masuk surga | Amalin yuk

b) Doa agar pasangan setia dan dijauhkan dari pelakor | Amalin yuk

c) Amalkan do aini agar terhindar dari kematian yang mengerikan | Amalin yuk

d) Baca do aini agar terhindar dari azab api nerka | Amalin yuk

e) Amalin doa ini ketika kamu mengalami kesusahan dan kesempitan | Amalin yuk

f) Baca doa ini untuk melindungi diri dari kejahatan dan gangguan setan | Amalin yuk

g) Baca do aini agar terhindar dari perbuatan syirik | Amalin yuk

h) Amalin do aini saat banjir datang dan hujan tidak berhenti-berhenti | Amalin yuk

i) Doa untuk ruqyah diri sendiri, rasakan kedahsyatannya!! | Amalin yuk

j) Doa memohon jadi hamba yang shaleh dan bisa masuk surga | Amalin yuk

5. Muslim Talks

Program muslim talks dikemas dalam bentuk *social experiment* , dimana pertanyaan seputar nilai-nilai Islam diajukan kepada muda-mudi secara *random* yang diytemudi di jalan. Topik yang diajukan pun tidak berat, melainkan topik-topik pengetahuan dasar seperti Rukun Iman, Rukun Islam hingga pengetahuan tentang Nabi dan Rasul. Program ini memperlihatkan realita pemahaman anak muda mengenai ilmu-ilmu dasar agama Islam. Berikut contoh judul dari konten yang sudah ada,

- a) Reaksi mahasiswa ketika ditanya soal agama Islam anak SD | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - b) Reaksi anak SCBD pas ditanya nama-nama Nabi | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - c) Ngaku anak tongkrongan, ditanya nama malaikat langsung blank | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - d) Reaksi anak SCBD ditanya surat pendek langsung gak pede | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - e) Reaksi emak-emak pas ditanya rukun iman, begini jawabannya | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - f) Kocak! Respon suami istri pas ditanya rukun Islam | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - g) Gini jawabannya kalo karyawan ditanya nama dan tugas malaikat | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - h) Jawaban anak Jaktim pas ditanya nabi dan mukjizatnya | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - i) Tes anak CFW: Mobilr Legend vs Nama Nabi | Sosial eksperimen | Muslim talks
 - j) Ditanya nama bula hijriyah jawaban mereka pada ngelantur | Sosial eksperimen | Muslim talks
6. Kata Ustadz

Program Kata Ustadz menyajikan konten yang fun dan kekinian dengan konsep *QnA (Question and Answer)*, dengan arti lain tanya jawab seputar masalah nilai-nilai keislaman seperti syariat, ibadah dan akidah yang lekat dengan isu-isu sosial. Dan diakhir video akan ada ceramah singkat dari Ustadz-ustadz kontemporer yang menanggapi dan memberikan pedoman sekaligus memberikan nasihat terkait tema yang diangkat. Adapun judul dari konten-konten dalam program Kata Ustadz sebagai berikut,

- a) Anak muda menangis saat melihat gambaran hari kiamat | Kata ustadz Taufiqurrahman | Experiment
- b) Kacau! Ternyata begini cara anak muda memandikan j3n4z4h | Kata ustadz Taufiqurrahman | Experiment
- c) Ternyata ini d0s4-d0s4 yang pernah dilakukan anak muda | Kata ustadz Habib Jafar | Experiment
- d) Seberapa khusyu anak muda ditantang praktek bacaan sholat? | Kata ustadz Taufiqurrahman | Experiment
- e) Merinding! Begini suara jeritan saat azab kubur | Kata ustadz Taufiqurrahman | Experiment
- f) Ditantang nonton video haram! Ekspresinya ga karuan | Kata ustadz Taufiqurrahman | Social Experiment
- g) 6 pertanyaan di alam kubur yang sulit dijawab! | Kata ustadz Taufiqurrahman | Social Experiment
- h) Jangan asal cukur bulu! Begini hukumnya | Kata ustadz Derry Sulaiman | Social Experiment
- i) Siksa neraka yang paling ditakuti anak muda! | Kata ustadz Taufiqurrahman | Experiment
- j) Siksa neraka yang paling ditakuti anak muda! | Kata ustadz Taufiqurrahman | Social Experiment
- k) Gimana gaya pacaran anak muda zaman sekarang? Kata ustadz Taufiqurrahman | Social Experiment
- l) 4 tahun pacarana ternyata ini yang sudah dilakukan anak muda! | Kata ustadz Taufiqurrahman
- m) CINTA APA NAFSU? Ini alasan anak muda mau poligami | Kata ustadz Taufiqurrahman

D. Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman terhadap remaja

Channel Kata ustadz dalam menyampaikan pesan dakwah tentang nilai-nilai keislaman terhadap remaja yang *fun* dan kekinian juga

menggunakan banyak pendekatan. Selain menggunakan bentuk yang menarik dan populer, channel youtube Kata Ustadz memiliki target *audiens* atau mad'u sehingga syarat utama dalam pembuatan konten terpenuhi. Seperti yang diketahui, terdapat banyak masalah keagamaan di tengah-tengah masyarakat. Maka, sebagai penggiat media khususnya media baru kiranya untuk mengetahui terlebih dahulu segemen *audiens* yang akan dituju. Setelah itu konten seperti artikel, video hingga infografik dapat dibuat.

Fokus utama channel youtube kata ustadz adalah permasalahan remaja terhadap nilai-nilai Islam, lebih tepatnya adalah pemuda-pemuda yang tersesat yang sudah sangat jauh dengan Islam. Dengan kata lain menjadikan kata ustadz sebagai wadah buat para pemuda yang ingin belajar dan lebih mengenal Islam. Sebagaimana yang disampaikan Dani Permata, banyak pemuda yang melakukan perbuatan dosa yang sudah sangat umum dilakukan, channel youtube Kata ustadz hadir mewadahi bagi mereka untuk tahap hijrah, lewat konten-konten yang ringan yaitu dakwah yang ringan bukan dakwah yang berat apalagi yang terkesan menggurui, agar para pemuda merasa bahwa konten yang disajikan ini merangkulnya.

Dakwah Persuasif juga terdapat diakhir video dengan nasihat yang ringan oleh ustadz-ustadz ternama tanah air. Dengan tujuan agar generasi muda dapat Kembali bersemangat menggeluti nilai-nilai Islam sesuai tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah.

E. Temuan Data Strategi Dakwah Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-Nilai Keislaman Terhadap Remaja

Temuan data yang akan dilampirkan ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 30 November 2022 bersama Dani Permata selaku *manager content and community* yang dilakukan secara virtual melalui google meeting. Ditemukan data berupa tahapan strategi yaitu perumusan, implementasi dan evaluasi strategi.

1. Tahap Perumusan, Implementasi dan Evaluasi Strategi Dakwah Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja

Kata ustadz menyajikan konten dakwah yang menarik dengan konsep QnA (*Question and Answer*) atau tanya jawab. Dimana akan ada *crew* sebagai penanya dan talent sebagai responden yang diambil dari kalangan anak muda. Untuk memaksimalkan hasil konten dakwah yang unggul maka dalam prosesnya melalui tahapan-tahapan.

a) Perumusan Strategi

Strategi memiliki peran yang teramat penting dalam pembuatan konten, yang mana ini akan sangat mempengaruhi konten yang akan dihasilkan. Perumusan strategi memiliki peran yang sangat penting dalam proses tahapan memproduksi sebuah konten dakwah. Perumusan strategi yang dimaksud meliputi pengembangan visi serta misi, memaparkan peluang dan ancaman eksternal, memahami kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi tertentu dan alternatif untuk diterapkan pada organisasi.

1) Menentukan visi dan misi

Kata ustadz memiliki visi dan misi sebagai bentuk menjawab dan solusi dalam menghadapi permasalahan anak muda dalam menikmati konten-konten dakwah. Merangkul remaja untuk bertahap hijrah ke jalan yang benar dan belajar lebih banyak tentang dosa-dosa yang lekat kaitannya dengan remaja merupakan tujuan utama adanya channel ini. Hal ini disampaikan oleh Dani Permata selaku *manager content and community*,

“Program Kata Ustadz visi dan misi ngga jauh dari harapan kita menjawab solusi permasalahan-permasalahan anak muda, yang mana anak muda sekarang semakin jauh dari konten-konten dakwah

yang terlalu konvensional dan menggurui, Program Kata Ustadz tu dibuat bukan orang-orang yang ingin dalam banget untuk belajar Islam, tetapi lebih ditargetkan untuk pemuda-pemuda tersesat yang sedang tahap ingin berhijrah”.

2) Mengidentifikasi Peluang

Peluang yang diambil oleh program Kata Ustadz adalah sebenarnya tidak jauh dari keresahan oleh anggota timnya sendiri yaitu keresahan anak muda yang ingin atau tahap berhijrah namun enggan menonton ceramah-ceramah dakwah berat bersifat konvensional karena menganggap terlalu menggurui dan membosankan. Awal perjalanannya konten-konten dakwah channel youtube Kata Ustadz berisi dengan dakwah monoton oleh satu ustadz dengan durasi lebih dari 30 menit, namun *engagement* viewer yang semakin menurun dan adanya kelemahan atau rintangan dari channel youtube milik pribadi, yang mana orang-orang akan menonton langsung dari channel Ustadz yang bersangkutan, pada kasus ini adalah Ustadz Abdul Somad. Melihat permasalahan yang ada anggota tim Program Kata Ustadz yang dahulunya dengan nama VDVC Religi melihat berkurangnya viewer dari waktu ke waktu membuat anggota tim memikirkan dan meriset konten dakwah seperti apa yang sekarang digemari oleh penonton youtube.

3) Menyusun Strategi Kreatif dan Aktif

Dalam pembuatan kontennya tim Kata Ustadz melalui tiga tahap utama yaitu, pra produksi, produksi dan pasca produksi. Setiap tahap akan ada *Production Meeting* (PM) yang mana harus dihadiri oleh setiap tim program yang terlibat. Seperti

yang diampaikan Dani Permata selaku *manager content and community*,

“Sebenarnya untuk PM (production meeting) itu bisa dilaksanakan sampai tiga kali, yang mana PM pertama membahas ceritanya dulu, tema-tema dulu karena hal terpenting tuh tema apa yang akan kita angkat. Biasanya setiap rapat ini sedikit alot karena setiap orang memiliki ide-ide yang sangat menarik. Untuk tahapan prosesnya tim kreatif dari kata ustadz mengumpulkan dulu line up judulnya, lalu mensortir pertanyaan hingga ke arah teknisnya.

b) Implementasi Strategi

Tantangan terbesar dalam setiap memproduksi konten adalah bagaimana caranya agar konten-konten yang dibuat sampai ke anak muda. Maka dari itu produksi konten harus kreatif dan inovatif sehingga anak muda mau dan betah menonton konten berbalut dakwah. Program kata ustadz mampu memenuhi tantangan itu dengan menyajikan konten dakwah di youtube dengan inovasi berbeda sehingga mampu menarik minat penonton kaum muda-mudi, karena pada dasarnya tim produksi adalah kaum muda-mudi yang mengusulkan ide-ide cemerlangnya dalam menentukan tema apa yang akan diambil berdasarkan permasalahan yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Pada tahap Implementasi strategi meliputi pengembangan budaya, menciptakan struktur organisasi efektif, mengarahkan upaya pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan informasi dan apresiasi karyawan terhadap kinerja perusahaan.

Pelaksanaan strategi dengan tujuan menyampaikan pesan dakwah memiliki bagian penting dalam mengimplementasikan strateginya seperti.

1) Menjalankan perumusan terkait tema

Setelah tema-tema yang dirapatkan dianggap pantas dan lulus, tahap *approval* atau persetujuan dilakukan oleh *Head of Production Content and Community*. Diskusi dilanjutkan dengan pembahasan lebih memperdalam pesan dari tema yang akan di produksi. Dilanjutkan dengan pembahasan tentang apa saja yang harus disiapkan dan dibutuhkan selama produksi, memastikan hal-hal yang dibutuhkan selama produksi sudah tersedia.

2) Optimalisasi sumber daya terkait talent dan ustadz

Proses casting Program Kata ustadz melakukan casting lewat ssosial media, para *talent* mengirim video casting mereka melalui email dan tim kreatif melakukan seleksi untuk memenuhi karakter pemuda seperti apa yang akan dimunculkan. Tidak jarang kata ustadz mendatangkan *selebgram* untuk menarik ketertarikan dalam menonton konten-konten unik dari program Kata Ustadz.

Gaya model dan pembawaan kepribadian talent, menjadikan penonton memposisikan diri sebagai *talent*, diantaranya contoh talentnya adalah anak *punk*, anak kos-kosan, Wanita berhijab, Wanita tidak berhijab, laki-laki lemah gemulai, hingga laki-laki pegiat kegiatan masjid.

Program Kata ustadz dalam memilih Da'I atau mubaligh dalam mengisi ceramah singkat diakhir video dalam setiap episode memiliki standarnya sendiri. Yaitu, mubaligh yang ceramahnya ringan dan mudah diterima oleh penonton yang mana di tonton oleh kalangan muda yang baru ingi hijrah.

Bukan ceramah yang terkesan menggurui dan monoton. Dalam program Kata ustadz ada dua nama Ustadz besar sebagai pengisi konten ceramah dalam seyiap episode yaitu Ustadz Dery sulaiman dan Ustadz Taufiqurrahman, berikut gambaran sedikit terkait beliau.

3) Improvisasi sentuhan akhir dalam proses editing

Editing merupakan tahap akhir dalam produksi sebelum akhirnya dipasarkan. Proses ini adalah hal penting dengan tujuan menggabungkan gambar yang sesuai dengan *script*. Kombinasi apik editing sangat membantu program Kata Ustadz dalam menyampaikan pesan baik yang tersirat maupun tersurat kepada penonton. Dan juga menjadi daya Tarik yang dapat membuat penonton betah untuk menikmati konten dari awal hingga akhir.

c) Evaluasi Strategi

Dani Permata selaku *manager content and community* menuturkan bahwasanya aka nada evaluasi wajib dan aka nada pembahasan mengenai 5 hal penting didalamnya.

“Evaluasi wajib pasti dilakukan, karena kita ada 5 perputaran yaitu ide, produksi, measure mengukur, di listen didenger maksudnya engagementnya apa, baru setelah itu kita evaluasi. Proses yang paling penting dari 5 itu adalah evaluasi”

Dalam mengevaluasi strategi, yaitu mempelajari faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar dari strategi yang digunakan, menimbang dan mengukur kinerja, mengambil tindakan korektif.

1) Mempelajari faktor internal dan eksternal

Perbedaan pendapat di dalam tim hingga perdebatan dalam pembuatan tema sering menjadi faktor internal dalam tim. Program kata ustadz juga memperhatikan hal-hal dari luar seperti reaksi penonton dalam mengevaluasi untuk konten kedepannya.

Pendapat penonton merupakan hal penting yang selalu menjadi pertimbangan bagi tim dalam memproduksi episode-episode dalam program kata ustadz. Kepuasan penonton pasca menonton konten menjadi tolak ukur keberhasilan konten dalam menyampaikan pesan dakwah. Hal ini dapat dilihat dari komunikasi dua arah antara tim produksi kata ustadz dengan penonton. Tidak jarang penonton meninggalkan pendapat atau masukan melalui kolom komentar.

2) Kinerja Tim

Data *engagement* yang meningkat merupakan bukti dari kemahiran tim program Kata Ustadz yang berkerja secara professional, sebab di dalam lapangan masing-masing tim mampu menjalankan tanggung jawab yang diberikan. Namun, tetap ada aka nada evaluasi terhadap baik buruknya kinerja dari tim, ketika baik di apresiasi dan ketika ada kesalahan hingga kekurangan aka nada evaluasi agar kedepannya lebih baik lagi.

Sebagaimana yang disampaikan Dani Permata,

“setiap rapat evaluasi pimpinan selalu puas dengan hasil kinerja tim tapi tetap akan ada perbaikan untuk konten konten selanjutnya, kalau baik kita apresiasi kalau buruk kita berbenar diri”

3) Tindakan Korektif

Tahap evaluasi strategi memperhatikan setiap episode yang ditayangkan. Dengan harapan mampu mengoreksi setiap kekurangan dan temuan masalah baru dengan memperhatikan banyak hal, salah satunya respon penonton di kolom komentar hal ini menjadi apresiasi dan kadang tidak jarang menjadi

koreksi untuk melangkah yang lebih baik dalam pembuatan konten kedepannya.

Tidak jarang penonton meninggalkan pendapat atau masukan melalui kolom komentar. Dan hal itu yang digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi untuk produksi episode selanjutnya, sebagai mana yang disampaikan Dani Permata selaku manager content and community.

“komentan di kolom komentar selalu kita pantau untuk masukan, kadang kalo emang cocok kita pake. Karena kita menyajikan untuk penonton jadi penonton minta apa kita layani”.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DAKWAH CHANNEL YOURTUBE KATA USTADZ DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI KESILAMAN TERHADAP REMAJA

Kata Ustadz yang dahulunya adalah nama dari sebuah program seiring berjalannya waktu menjadi nama identitas dari channel youtube dengan nama yang sama yaitu Kata Ustadz menggantikan nama sebelumnya VDVC Religi. Channel youtube Kata Ustadz kini berfokus kepada konten dakwah yang menarik dan informatif dengan menasar target kalangan muda.

Channel youtube Kata ustadz lewat program Kata Ustadz menyajikan konten dakwah berupa sosial eksperimen yang melibatkan anak muda dikemas dengan konsep QnA (*Question and Answer*) atau tanya jawab antara kru yang terlibat dengan para talent, yang mana para talent dipilih melalui casting dan setiap taent mewakili ragam karakter anak muda di Indonesia. Program Kata Ustadz berbeda dengan konten dakwah kebanyakan, yang hanya da ceramah dari ustadz konvensional sehingga dengan kemasan yang unik ini menjadi daya Tarik tersendiri bagi para remaja yang ingin belajar nilai-nilai keislaman secara perlahan tanpa merasa digurui.

Dalam pemilihan da'i pun Kata Ustadz memilih ustadz-ustadz tanah air yang sangat dekat dengan anak muda, hal ini bertujuan agar ceramah yang disampaikan tidak terkesan menggurui seperti contoh Ustadz Dery Sulaiman yang mana beliau adalah mantan anak metal jalanan. Agar dakwah yang telah dikemas dapat sampai kepada mad'u dibutuhkan media dalam verdkwah terutama dalam menyebarkannya. Youtube sebagai media baru merupakan salah satu media efisien dalam menyebarkan konten-konten dakwah ditengah masyarakat.

A. Tahapan Strategi Perumusan, Implementasi dan Evaluasi Strategi Channel Youtube Kata Ustadz

Teori manajemen strategis diartikan sebagai ilmu dan seni dari perumusan, pengimplementasian dan evaluasi keputusan organisasi untuk mencapai tujuannya. Dalam prakteknya teori manajemen strategis memiliki tujuan untuk menciptakan peluang berbeda dan baru untuk masa depan, membuat perencanaan jangka panjang dan memaksimalkan tren yang lagi naik saat ini. Dan tentang bagaimana meniadakan serta keunggulan kompetitif dapat bertahan.

Fred R. David menggolongkan proses manajemen strategis menjadi tiga tahapan, yaitu *formulation* atau perumusan, *implementation* atau implementasi, dan *evaluation* atau evaluasi. Tahapan ini berfokus pada pengembangan keahlian internal perusahaan, serta perubahan pada lingkungan internal, dan eksternal pada perubahan lingkungan sebagai tolak ukur pertimbangan dalam menyusun strategi manajemen.

Peneliti berfokus pada sumber data yang didapat dalam proses wawancara antara peneliti dengan Dani Permata selaku *manager content and community* program Kata Ustadz melalui *google meeting*.

1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi memiliki peran yang sangat penting dalam proses tahapan memproduksi sebuah konten dakwah. Perumusan strategi yang dimaksud meliputi pengembangan visi serta misi, memaparkan peluang dan ancaman eksternal, memahami kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi tertentu dan alternatif untuk diterapkan pada organisasi.

Perencanaan lanjut ke produksi hingga ke publish melewati tiga kali *meeting kreatif*. *Meeting* pertama membahas terkait tema dan jenis-jenis talent yang akan dibawa. Setelah pembahasan tema lanjut ke *meeting* kedua, dengan pembahasan membuat pertanyaan untuk ditanyakan kepada *talent* sesuai dengan tema yang diangkat, jumlah pertanyaan bisa 5 hingga 6 pertanyaan namun ketika syuting tim kreatif memperluas pertanyaannya

dengan tujuan agar *talent* terang-terangan dan mau berkata jujur. Ketika *meeting* ketiga atau final yang telah di casting melalui sosial media dan setelah dapat *talentnya* Langkah selanjutnya menghubungi ustadz dan lanjut produksi.

a) Menentukan Visi dan Misi

Merumuskan strategi dimulai dengan menentukan visi dan misi. Yang dimaksud visi adalah bagaimana suatu organisasi akan dibawa, dan apa yang diharapkan mayoritas anggota atau pimpinan di masa depan. Sedangkan misi adalah cara yang dilakukan dan diperjuangkan untuk mencapai tujuan utama dari visi yang harus dihargai dan dijunjung pertama oleh setiap anggota yang terlibat.

Visi dan misi dari program Kata Ustadz yang mana disampaikan oleh Dani Permata selaku *manager content and community* sebagai bentuk menjawab dan solusi dalam menghadapi permasalahan anak muda dalam menikmati konten-konten dakwah. Merangkul remaja untuk bertahap hijrah ke jalan yang benar dan belajar lebih banyak tentang dosa-dosa yang lekat kaitannya dengan remaja merupakan tujuan utama adanya channel ini.

Visi misi channel youtube Kata Ustadz berubah dan berkembang seiring berlajannya waktu, mengikuti pergantian nama channel. Pergantian nama channel juga menjadi identitas dari waktu ke waktu, ReligiOne dan VDVC Religi dengan visi misi menyebarkan syiar dakwah dengan target khalayak umum, diperbaharui oleh Kata Ustadz dengan menargetkan remaja yang sedang tahap dalam berhijrah, yaitu pemuda-pemuda yang masih tersesat dan dalam tahap berhijrah.

b) Mengidentifikasi Peluang

Langkah selanjutnya mengidentifikasi peluang untuk mengetahui apa saja yang harus disiapkan dan dilakukan, hingga dapat menentukan kekuatan dan kelemahan internal, dan tujuan jangka panjang. Strategi cadangan atau alternatif seperti Plan B, Plan C dan seterusnya juga dibutuhkan untuk mengantisipasi hal-hal diluar kendali agar dapat terus

berjalan walaupun ditengah perjalanan strategi yang diharapkan tidak dapat diimplementasikan.

Hal ini sangat berbanding lurus dengan yang dilakukan oleh Program Kata ustadz dari waktu ke waktu dalam menghadapi berbagai permasalahan dan rintangan serta mengambil peluang yang ada selama perjalanan waktunya. Untuk mencapai di posisi sekarang program Kata Ustadz telah banyak menerapkan strategi hingga sesuai dengan permasalahan yang telah dilewati, dan tentunya melihat peluang dari perkembangan zaman yang ada.

Peluang yang diambil oleh program Kata Ustadz adalah sebenarnya tidak jauh dari keresahan oleh anggota timnya sendiri yaitu keresahan anak muda yang ingin atau tahap berhijrah namun enggan menonton ceramah-ceramah dakwah berat bersifat konvensional karena menganggap terlalu menggurui dan membosankan. Awal perjalanannya konten-konten dakwah channel youtube Kata Ustadz berisi dengan dakwah monoton oleh satu ustadz dengan durasi lebih dari 30 menit, namun *engagement* viewer yang semakin menurun dan adanya kelemahan atau rintangan dari cahnnel youtube milik pribadi , yang mana orang-orang akan menonton langsung dari channel Ustadz yang bersangkutan, pada kasus ini adalah Ustadz Abdul Somad. Melihat permasalahan yang ada anggota tim Program Kata Ustadz yang dahulunya dengan nama VDVC Religi melihat berkurangnya viewer dari waktu ke waktu membuat anggota tim memikirkan dan meriset konten dakwah seperti apa yang sekarang digemari oleh penonton youtube.

Pada saat itu channel youtube dengan nama Pemuda Tersesat dengan penggawanya yaitu Habib Ja'far, Coki Pardede dan Tretan Muslim sedang naik-naiknya dan memiliki banyak *viewers*. Konten dakwah yang disampaikan oleh Channel Youtube Pemuda Tersesat bersifat menghibur tapi ada edukasi dan sisi dakwahnya yang memadukan penggawa *stand up comedian* namun diisi dengan konten-konten

dakwah. Dari riset inilah, tim program dapat ide bagaimana caranya membuat konten dakwah yang dikemas secara mantap yang mampu membawa, dengan membuat anak-anak muda sebagai talent mau memperlihatkan perilaku atau sikap mereka yang melenceng di keseharaian dan di pertontonkan lewat tayangan yang fun namun ada unsur dakwahnya.

Peluang yang diambil berdasarkan kendala dan tantangan yang ada. Channel Youtube Kata Ustadz program Kata Ustadz tidak menjadikan kendala dan rintangan yang ada dilapangan sebagai alasan untuk putus asa dalam menyiarkan dakwah. Tantangan yang ada dicari solusi hingga memunculkan jalan tengah, dengan melihat peluang-peluang yang ada.

c) **Menyusun Strategi Kreatif dan Alternatif**

Strategi memiliki peran yang teramat penting dalam pembuatan konten, yang mana ini akan sangat mempengaruhi konten yang akan dihasilkan. Dengan adanya strategi menghasilkan konten unggul karena dikemas dengan baik dan sistematis sehingga mampu menyampaikan pesan kepada para audiens. Dalam pembuatan kontennya tim Kata Ustadz melalui tiga tahap utama yaitu, pra produksi, produksi dan pasca produksi. Setiap tahap aka nada *Production Meeting* (PM) yang mana harus dihadiri oleh setiap tim program yang terlibat. Seperti yang diampaikan Dani Permata selaku *manager content and community*,

“Sebenarnya untuk PM (production meeting) itu bisa dilaksanakan sampai tiga kali, yang mana PM pertama membahas ceritanya dulu, tema-tema dulu karena hal terpenting tuh tema apa yang akan kita angkat. Biasanya setiap rapat ini sedikit a lot karena seytiap orang memiliki ide-ide yang sangat menarik. Untuk tahapan prosesnya tim kreatif dari kata ustadz mengumpulkan dulu line up judulnya, lalu mensortir pertanyaan hingga kea rah teknisnya.

Konten yang dibuat oleh kata ustadz bersifat netral, artinya konten yang dihasilkan ketika tayang tidak dibuat atau ditujukan untuk menjatuhkan atau mendukung pihak manapun. Tema-tema dalam masing-masing episodenya pun selalu tentang nilai-nilai keislaman baik itu syariat, ibadah atau akidah yang bersifat umum. Topik permasalahan agama pun selalu erat kaitannya dengan masalah sosial anak muda dan hampir setiap muslim mengalami permasalahan tersebut.

Setelah tema-tema yang dirapikan dianggap pantas dan lulus, tahap approval atau persetujuan dilakukan oleh *Head of Production Content and Community*. Diskusi dilanjutkan dengan pembahasan lebih memperdalam pesan dari tema yang akan di produksi. Dilanjutkan dengan pembahasan tentang apa saja yang harus disiapkan dan dibutuhkan selama produksi, memastikan hal-hal yang dibutuhkan selama produksi sudah tersedia.

2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah Langkah selanjutnya setelah perumusan dan perencanaan strategi, yang berarti tahap aksi berada di tahapan ini. Segala bentuk strategi yang telah di rencanakan melalui riset dan analisis akan dijalankan. Menjalankan strategi berarti memobilisasi anggota tim dan pimpinan organisasi untuk menjalankan strategi yang telah dirumuskan kedalam tindakan. Implementasi strategi sering dianggap tahapan tersulit dari tahapan manajemen strategis, karena pada implementasi strategi membutuhkan pengorbanan pribadi, disiplin, dan komitmen. Dan juga kesuksesan sangat bergantung ditangan pimpinan organisasi dalam memobilisasi serta memotivasi anggota timnya.

Hal tersebut menjadi tantangan setiap produksi, karena harus mempersiapkan 30 line up konten dalam sekali produksi. Daftar pertanyaan setiap episode harus telah dipersiapkan untuk mempermudah dan mempercepat proses produksi. Sub-sub pertanyaan ditanyakan kepada

masing-masing talent untuk mendapat jawaban berdasarkan pengalaman dan pemahaman dari opini pribadi lalu dikemas oleh editor semenarik mungkin.

“Memang tujuannya itu ketika kita membahas kelakuan kenakalan anak muda dan pasti komennya banyak banget. Banyak orang suka dengan apa yang kita tonton. Pokoknya waktu itu channel kita habis di semprot sama orang semua orang, apasih bahasnya masturbasi dan hal jorok lainnya. tapi ada beberapa memang yang nonton sampai habis itu dapat impact dan nilai positifnya sebenarnya gitu. Dalam video itu banyak komen yg komen sampai akhirnya seminggu di awal itu masih kecil viewsnya. Begitu setelah saya menganalisa pertumbuhannya, ketika hari ke hari naik berapa persen terus jam aktifnya itu ternyata jam 9 sampai jam 1 malam. Gimana caranya ya waktu itu agar meningkatkan anjetsmentnya, akhirnya kita pin komen komentar komentar orang yang yang nyeleneh. Karena itu kalau komenan aneh ini kira kira dikomen orang nggak ya gitu. Kalau kita udah merasa ini bakal dikomentarin orang kita seperti itu. Dan semakin banyak komentar, semakin banyak ya. Pas satu minggu setelah itu kita coba berusaha. Ada yang bilang waktu itu yang pas lagi itu dan orang itu dengan mudah sekarang bisa lagi ya”

Tantangan terbesar dalam setiap memproduksi konten adalah bagaimana caranya agar konten-konten yang dibuat sampai ke anak muda. Maka dari itu produksi konten harus kreatif dan inovatif sehingga anak muda mau dan betah menonton konten berbalut dakwah. Program kata ustadz mampu memenuhi tantangan itu dengan menyajikan konten dakwah di youtube dengan inovasi berbeda sehingga mampu menarik minat penonton kaum muda-mudi, karena pada dasarnya tim produksi adalah kaum muda-mudi yang mengusulkan ide-ide cemerlangnya dalam

menentukan tema apa yang akan diambil berdasarkan permasalahan yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Pada tahap Implementasi strategi meliputi pengembangan budaya, mengarahkan upaya anggaran dan pemasaran, mengembangkan, apresiasi karyawan terhadap kinerja perusahaan.

1) Pengembangan Budaya

Program kata ustadz dalam berdakwah menyesuaikan target *audience* yang dituju yaitu kalangan anak muda. Dimana dakwahnya dikemas dengan visual dan grafik yang menarik sehingga dapat menyampaikan pesan dakwah namun tetap disenangi anak muda,

Budaya anak muda sekarang terbawa oleh arus modrenisasi, isu-isu seperti pacara, pinjaman online hingga nikah muda menjadi isu menarik, lalu isi tersebut menjadi butir-butir pertanyaan talent selaku pihak yang dianggap mampu mewakili kebanyakan anak muda jaman sekarang.

2) Mengarahkan upaya anggaran dan pemasaran

Mengutip dari hasil wawancara bersama dani Permata,

“biasanya dalam memproduksi kita langsung 30 episode dalam rentang waktu kurang lebih seminggu. Jadi perhatinya kita datengin 5 talent, dan masing-masing talent kita beri pertanyaan dari 30 episode itu”

Pelaksanaan strategi mempertimbangkan banyak hal termasuk antara efisiensi waktu produksi dan efisien budget atau anggaran dana. Ketika produksi dapat dilakukan dengan cepat maka secara tidak langsung alokasi anggaran dana akan berkurang sehingga tidak menimbulkan overbudget . cara yang dilakukan kata ustadz dalam mempersingkat waktu produksi dan efisiensi budget sekaligus memproduksi konten 30 episode dengan rentang waktu seminggu.

Channel youtube kata ustadz memanfaatkan media baru youtube. Menariknya kata ustadz tidak menggunakan elemen promosi khusus untuk mendukung upaya promosi, karena dinilai *engagement* telah mampu dicapai tanpa menggunakan konten promosi berbayar seperti iklan media sosial berbayar (*ads*).

3) Apresiasi dan kompensasi karyawan terhadap kinerja perusahaan

Program kata ustadz mengadakan perayaan kecil dengan makan bersama seluruh tim program setelah setiap programnya mencapai 1 juta *viewers*. Sebagai bentuk kompensasi atas keberhasilan dan apresiasi pimpinan kepada tim program dalam memproduksi konten yang diharapkan.

Namun, tetap aka nada perbaikan jika ditimbang ada kesalahan, kompensasi berupa teguran dan evaluasi bersama untuk agenda selanjutnya dinilai cukup oleh pimpinan dalam menghadapi permasalahan ini.

Program kata Ustadz memperhatikan beberapa hal penting yang saling terhubung dan bersinergi satu sama lain untuk menyampaikan pesan dakwah terkait nilai-nilai keislaman di setiap kontennya, diantaranya:

1) Melaksanakan Perumusan Terkait Tema

Tema dalam program Kata Ustadz merupakan kunci utama dalam menyampaikan pesan dakwah terkait nilai-nilai keislaman dengan target remaja. Ide-ide kreatif dari masing-masing episode mampu menarik empati penonton dengan pembahasan yang *relate* dan mensasar target yang tepat. Dalam menentukan tema semua tim terlibat aktif untuk menyalurkan ide-idenya dengan garis besar tema tidak menyudutkan pihak manapun apalagi sampai menuju ke politik atau ras. Tema yang diangkat harus

ada kaitanya dengan nilai-nilai kesilaman baik syariat, ibadah maupun akidah.

Gagasan yang diambil oleh channel youtube kata Ustadz dalam menentukan tema sangat perlu diapresiasi. Dengan meminta pendapat serta ide-ide kreatif dari orang terdekat bahkan dari internal organisasinya sendiri. tim yang hampir keseluruhannya adalah anak muda tentu sangat dekat dengan permasalahan dan problematika anak muda hingga keresahan atas dosa-dosa yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, hingga ketika ide-ide tersebut dimuat dalam konten para penonton yang targetnya anak muda akan *relate* dengan konten yang disajikan.

Dalam menjalankan konten sesuai tema mempertimbangkan banyak hal termasuk antara efisiensi waktu produksi dan efisien budget atau anggaran dana. Ketika produksi dapat dilakukan dengan cepat maka secara tidak langsung alokasi anggaran dana akan berkurang sehingga tidak menimbulkan overbudget . cara yang dilakukan kata ustadz dalam mempersingkat waktu produksi dan efisiensi budget sekaligus memproduksi konten 30 episode dengan rentang waktu seminggu. Seperti yang disampaikan Dani Permata,

“biasanya dalam memproduksi kita langsung 30 episode dalam rentang waktu kurang lebih seminggu. Jadi perhatinya kita datangin 5 talent, dan masing-masing talent kita beri pertanyaan dari 30 episode itu”

Hal tersebut menjadi tantangan setiap produksi, karena harus mempersiapkan 30 line up konten dalam sekali produksi. Daftar pertanyaan setiap episode harus telah dipersiapkan untuk mempermudah dan mempercepat proses produksi. Sub-sub pertanyaan ditanyakan kepada masing-masing talent untuk

mendapat jawaban berdasarkan pengalaman dan pemahaman dari opini pribadi lalu dikemas oleh editor semenarik mungkin.

Pertanyaan per episode dibuat terlebih dahulu sesuai dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan dan tema yang diangkat. Pertanyaan-pertanyaan ditanyakan kepada setiap talent, yang mana pemilihan talent dilakukan dengan para pemuda mewakili karakter pemuda yang ada di Indonesia. Para talent akan menjawab berdasarkan pemahaman atau pengalaman dari pribadi talent itu sendiri.

Salah satu episode program kata ustadz dengan judul “*Ditanya Pernah Nonton B0K3P, Jawabannya Bikin Syok – Kata Ustadz Taufiqurrahman*” membahas tentang reaksi jawaban-jawaban anak muda ketika ditanyai tentang seputar menonton konten dewasa. Secara rinci disajikan dalam table berikut ini

Daftar Pertanyaan dalam Episode “*Ditanya Pernah Nonton B0K3P, Jawabannya Bikin Syok – Kata Ustadz Taufiqurrahman*” Program Kata Ustadz.

OPENING	BUMPER IN
	(MUNCUL PERTANYAAN UTAMA DALAM EPISODE) “APAKAH PENDAPAT MEREKA TENTANG BOKEP (VIDEO PORNO)?”
CONTENT	(TALENT SECARA BERGANTIAN MENJAWAB PERTANYAAN DARI KRU) 1. Kapan pertama kali nonton bokep?

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Bagaimana waktu itu ceritanya bisa nonton bokep? 3. Sekarang seberapa sering kalian nonton bokep? 4. Setelah nonton bokep papa yang dirasain? 5. Genre apa yang biasanya di tonton 6. Tapi tau gak nonton bokep itu bagian dari zina? 7. Tapi kenapa masih nonton?
	<p>(USTADZ MEMBERIKAN CERAMAH ATAU TAUSIYAH SINGKAT TERKAIT TOPIK EPISODE)</p>

Tabel 3.1

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh kru yang terlibat sebelumnya telah disiapkan ketika masa pra produksi. Dengan pertanyaan yang ada diharapkan para talent bisa menjawab dengan terbuka dan seelusa mungkin, dari riset yang dilakukan tim Program Kata Ustadz semakin frontal dan lucu jawaban yang disampaikan oleh para talent maka daya jualnya semakin tinggi terhadap naiknya viewers, namun juga tidak sedikit yang menentang menganggap konten yang disajikan terlalu vulgar dan frontal. Hal ini lah yang menjadikan tantangan besar berdakwah menggunakan konten-konten seperti ini.

2) Optimalisasi Sumber Daya Terkait Talent Dan Ustadz

Talent merupakan elemen penting dalam menyalurkan dan mendapatkan emosi penonton. Karakter yang dibawakan masing-masing talent dapat menghasilkan interpretasi kondisi

pemahaman terhadap agama dikalangan anak muda. Dalam pemilihan talent pun, tim dari Program Ustadz melakukan riset mengumpulkan data bagaimana saja karakter pemuda-pemuda yang ada di Indonesia. Hal ini bertujuan agar karakter tersebut melekat pada talent yang mampu mewakili pendapat mayoritas anak muda dari berbagai latar belakang di Indonesia.

Dalam proses casting Program Kata ustadz melakukan casting lewat sosial media, para *talent* mengirim video casting mereka melalui email dan tim kreatif melakukan seleksi untuk memenuhi karakter pemuda seperti apa yang akan dimunculkan. Tidak jarang kata ustadz mendatangkan *selebgram* untuk menarik ketertarikan dalam menonton konten-konten unik dari program Kata Ustadz.

Gaya model dan pembawaan kepribadian talent, menjadikan penonton memposisikan diri sebagai *talent*, diantaranya contoh talentnya adalah anak *punk*, anak kos-kosan, Wanita berhijab, Wanita tidak berhijab, laki-laki lemah gemulai, hingga laki-laki pegiat kegiatan masjid.

Program Kata ustadz dalam memilih Da'I atau mubaligh dalam mengisi ceramah singkat diakhir video dalam setiap episode memiliki standarnya sendiri. Yaitu, mubaligh yang ceramahnya ringan dan mudah diterima oleh penonton yang mana di tonton oleh kalangan muda yang baru ingi hijrah. Bukan ceramah yang terkesan menggurui dan monoton. Dalam program Kata ustadz ada dua nama Ustadz besar sebagai pengisi konten ceramah dalam setiap episode yaitu Ustadz Dery sulaiman dan Ustadz Taufiqurrahman, berikut gambaran sedikit terkait beliau.

a. Ustadz Dery Sulaiman

Deri Guswan Pramona atau lebih dikenal dengan nama Derry Sulaiman adalah pendakwah Jamaah Tabligh dan musisi Indonesia. Dahulu dikenal sebagai gitaris grup *band Betrayer*, ia memilih mundur pada 1998 dan fokus untuk mendalami dakwah dan musik Islam. Ustadz Derry memiliki riwayat sebagai musisi sebelum terjun menjadi penceramah.

Sebagai musisi, ia banyak menciptakan lagu-lagu Islami seperti lagu dengan judul Suara Langit, Di Atas Sajadah, dan Yaa Rasul Allah. Dan sebagai mantan vokalsi music metal yang pernah mencicipi kerasnya hidup jalanan membuat Ustadz Derry Sulaiman memiliki kedekatan terhadap anak muda sehingga beliau mengetahui kondisi lapangan tentang permasalahan-permasalahan berujung dosa yang dilakukan anak muda zaman sekarang.

Hal ini yang menjadikan tim dari Program Kata Ustadz memilih beliau untuk menjadi salah satu pengsi ceramah singkat di setiap episodenya. Selain beliau ceramahnya yang ringan dengan pendekatan anak muda , ceramah beliau tidak terkesan menggurui dalam menanggapi topik permasalahan di setiap episode program Kata Ustadz.

b. Ustadz Taufiqurrahman

Ustadz Taufiqurrahman lahir di Jakarta, 4 Juni 1980. Kecintaanya terhadap Al-Qur'an mengantarkan beliau menjadi Sarjana Al-Qur'an (S.Q) pada tahun 2004 di PTIQ Jakarta. Ustadz pantun, demikian panggilan orang-orang kepada usatdz yang mudah senyum dan humoris ini. Dakwahnya banyak digemari karena bahasanya yang sederhana, mudah dimengerti dan mengakun dengan

pantun-pantun penuh tuntunan. Beliau juga hadir di berbagai Tv nasional salah satunya adalah Pidacil (Pemilihan Da'I Cilik).

Selera humor yang dekat dengan anak muda hingga beliau diundang ke acara Stand Up Comedy Metro Tv, kala itu tema yang diangkat beliau adalah drama percintaan anak remaja, dan sang ustadz pun meluncurkan pantunnya,

Kadang ada bahasa 'I love you' terus langsung pada klepekan. Kalo digituin coba dibales. "Abang, saya enggak mau naik unta kalau nggak sampai ke kota Mekah. Saya nggak mau abang bicara cinta, kalau enggak berani buat menikah,"

Gaya berdakwah yang humoris dan menghibur dan juga terjun beberapa kali ke tengah anak muda, menjadikan beliau pilihan terbaik dalam membawakan ceramah-ceramah terkait nilai-nilai kesilaman di tengah-tengah kenakalan remaja yang merajalela.

3) Improvisasi Sentuhan Akhir Dalam Proses Editing

Editing merupakan tahap akhir dalam produksi sebelum akhirnya dipasarkan. Proses ini adalah hal penting dengan tujuan menggabungkan gambar yang sesuai dengan *script*. Kombinasi apik editing sangat membantu program Kata Ustadz dalam menyampaikan pesan baik yang tersirat maupun tersurat kepada penonton. Dan juga menjadi daya Tarik yang dapat membuat penonton betah untuk menikmati konten dari awal hingga akhir.

Thumbnail merupakan salah satu komponen penting dalam editing, *Thumbnail* yang mengundang seribu tanda tanya menjadikan dan judul konten yang frontal menjadikan daya tarik sendiri akan penasaran pengguna youtube. Yang

mana hal ini akan berdampak besar bagi kenaikan viewers dari masing-masing konten, berikut contoh judul dengan viewers terbanyak dan *thumbnail* yang disajikan,

JUDUL	THUMBNAIL
<p>1. Disuruh Ngaji, Ini Reaksi Anak Muda Zaman Sekarang - Kata Ustadz Derry Sulaiman</p>	 <p>Gambar 4.1a</p>
<p>2. Ditanya Pacaran Pernah Ngapain Aja, Jawabannya Bikin Melongo – Kata Ustadz Derry Sulaiman</p>	 <p>Gambar 4.1b</p>
<p>3. Kapan Terakhir Masturbasi? Jawabannya Bikin Ustadz Tercengang - Kata Ustadz Taufiqurrahman</p>	 <p>Gambar 4.1c</p>
<p>4. Giliran Ditanya Soal Sholat, Ini Jawaban Anak Muda Zaman Sekarang - Kata</p>	 <p>Gambar 4.1d</p>

<p>Ustadz Taufiqurrahman</p>	
<p>5. KACAU! Anak Muda Tes Bacaan Iftitah & I'tidal, Banyak yang Salah Kata Ustadz Derry Sulaiman</p>	 <p>Gambar 4.1e</p>
<p>6. Ketika ditanya Soal Nafsu, Jawabannya Kacau Semua - Kata Ustadz Derry Sulaiman</p>	 <p>Gambar 4.1f</p>
<p>7. Ditanya Soal Zina, Jawaban Anak Muda Bikin Syok - Kata Ustadz Taufiqurrahman</p>	 <p>Gambar 4.1g</p>
<p>8. Kenapa Belum Nutup Aurat, Ini Jawaban Mereka - Kata Ustadz Taufiqurrahman</p>	 <p>Gambar 4.1h</p>

<p>9. Tahu Gak Kalau Cukur Bulu Itu Sunnah? - Kata Ustadz Derry Sulaima</p>	 <p>Gambar 4.1i</p>
<p>10. Ditanya Pernah Nonton B0K3P, Jawabannya Bikin Syok - Kata Ustadz Taufiqurrahman</p>	 <p>Gambar 4.1j</p>

Tabel 4.1

(Judul dan *thumbnail* konten program kata ustadz)

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategis. Strategi berjalan dengan baik atau tidaknya terlihat ditahap ini, tentunya pimpinan organisasi wajib mengetahui permasalahan ini. Banyak factor yang menjadi kesuksesan atau kegagalan suatu strategi, maka dari itu strategi terus berubah dan berkembang dengan menyesuaikan kondisi eksternal dan internal organisasi..

Evaluasi tidak akan pernah lepas dari pembahasan kesalahan dan kekurangan dari video yang telah tayang, baik dari syutingnya, *talent-talentnya* dan juga dari tim kreatif sendiri dalam bertanya kepada para *talent* , karena dari bebrapa konten yang peneliti tonton tim kreatif dari program Kata Ustadz kurang *all out* dalam bertanya, hingga terkesan begitu monoton, maka perlu mencairkan suasana melalui respon atau pertanyaan lain dari jawaban para *talent*.

Dani Permats selaku manager content and community menuturkan bahwasanya akan ada evaluasi wajib dan akan ada pembahasan mengenai 5 hal penting didalamnya.

Fred R. David mengungkapkan ada 3 langkah dalam mengevaluasi strategi, yaitu (1) mempelajari factor internal dan eksternal yang menjadi dasar dari strategi yang digunakan (2) menimbang dan mengukur kinerja (3) mengambil tindakan korektif. Evaluasi strategi mempengaruhi kinerja jangka panjang dari organisasi, karena kesuksesan strategi yang digunakan dari waktu ke waktu tidak selalu menjamin akan berhasil di waktu yang sama.

Peneliti menemukan tiga tahap evaluasi yang dilakukan oleh Program kata Ustadz Sebagai Berikut:

1) Factor Eksternal dan Internal Strategi

Dani Permata selaku *manager content and community* menyampaikan bahwasanya Program Kata Ustadz tersinspirasi dari Youtube Pemuda Tersedat yang manaa sukses menguasai pasar youtube dengan konten dakwah nya yang berbeda terkesn unik dan menghibur. Dan peran anggota tim yang mayoritas adalah anak muda memunculkan ide-ide kreatif dalam pemilihan tema hingga mengetahui berbagai masalah dan fenomena yang banyak di perbnvangankan di kalangan anak muda.

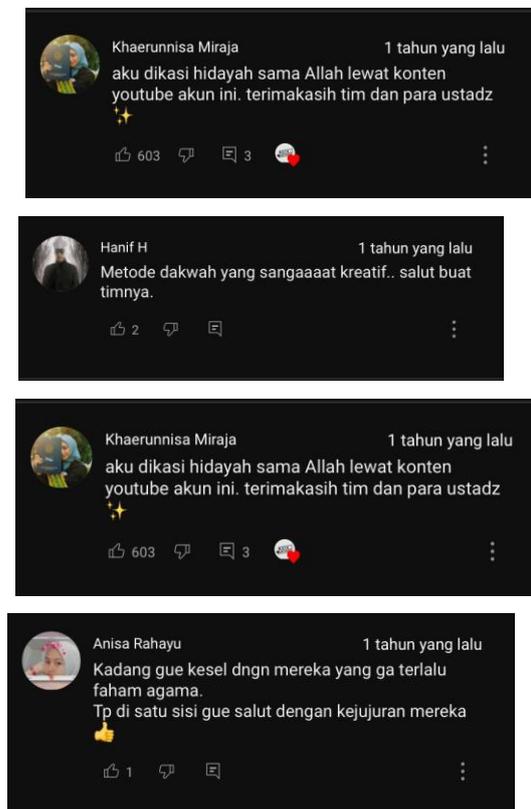
Evaluasi yang dilakukan oleh program Kata Ustadz biasanya seminggu sekali, setelah konten *publish*. Hal ini disampaikan oleh Dani Permata selaku *manager content and community* , ini bertujuan untuk melihat reaksi penonton dari setiap konten, baik melalui jumlah *view* atau reaksi melalui kolom komentar

2) Kinerja Tim

Data *engagement* yang meningkat merupakan bukti dari kemahiran tim program Kata Ustadz yang berkerja secara professional, sebab di dalam lapangan masing-masing tim mampu menjalankan tanggung jawab yang diberikan. Namun, tetap ada aka nada evaluasi terhadap baik buruknya kinerja dari tim, ketika baik di apresiasi dan ketika ada kesalahan hingga kekurangan aka nada evaluasi agar kedepannya lebih baik lagi.

3) Tindakan Korektif

Hal yang paling di perhatikan dalam evaluasi strategi kerja dan langsung mendapatkan tindakan korektif yang dilakukan oleh tim program Kata Ustadz adalah dengan melihat kemauan pasar. Hal ini bisa dilihat dengan reaksi para *viewer* melalui kolom komentar. Komentar tersebut menjadi tolak ukur keberhasilan konten yang dibuat. Dan dari komentar-komentar yang ada juga menimbulkan ide-ide kreatif untuk episode-episode serta tema-tema yang akan diangkat kedepannya.



Gambar 4.2

(Contoh Komentar Penonton)

Pendapat penonton merupakan hal penting yang selalu menjadi pertimbangan bagi tim dalam memproduksi episode-episode dalam program kata ustadz. Kepuasan penonton pasca menonton konten menjadi tolak ukur keberhasilan konten dalam menyampaikan pesan

dakwah. Hal ini dapat dilihat dari komunikasi dua arah antara tim produksi kata usadz dengan penonton. Tidak jarang penonton meninggalkan pendapat atau masukan melalui kolom komentar. Dan hal itu yang digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi untuk produksi episode selanjutnya, sebagai mana yang disampaikan Dani Permata selaku manager content and community,

“komentan di kolom komentar selalu kita pantau untuk masukan, kadang kalo emang cocok kita pake. Karena kita menyajikan untuk penonton jadi penonton minta ap akita layani”.

Pembahasan konten berkaitan dengan topik dewasa 18 tahun ketas menjadi permintaan yang paling banyak dan sering diminta oleh penonton melalui kolom komentar. Tentu saja hal ini menjadi tantangan untuk tim kata usadz. Namun secara bersamaan hal tersebut memiliki nilai jual atau engagement untuk channel youtube Kata Ustadz. Mengatasi hal tersebut, tim program Kata Ustadz mengedepankan pandangan Islam di setiap pembahasan kontennya sehingga mengurangi pandangan burk atau negatif dari konten yang tayang.

Tahap evaluasi strategi memperhatikan setiap episode yang ditayangkan. Dengan harapan mampu mengoreksi setiap kekurangan dan temuan masalah baru dengan memperhatikan banyak hal, salah satunya respon penonton di kolom komentar hal ini menjadi apresiasi dan kadang tidak jarang menjadi koreksi untuk melangkah yang lebih baik dalam pembuatan konten kedepannya.

B. Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan Nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja

Channel Kata usadz dalam menyampaikan pesan dakwah tentang nilai-nilai keislaman terhadap remaja yang *fun* dan kekinian juga menggunakan banyak pendekatan. Selain menggunakan bentuk yang menarik dan populer, channel youtube Kata Ustadz memiliki target *audiens* atau mad'u sehingga syarat utama dalam pembuatan konten terpenuhi.

Seperti yang diketahui, terdapat banyak masalah keagamaan di tengah-tengah masyarakat, seperti permasalahan akhlak, Aqidah dan syariat. Maka, sebagai penggiat media khususnya media baru kiranya untuk mengetahui terlebih dahulu segemen *audiens* yang akan dituju. Setelah itu konten seperti artikel, video hingga infografik dapat dibuat.

Fokus utama channel youtube kata ustadz adalah permasalahan remaja terhadap nilai-nilai Islam, lebih tepatnya adalah pemuda-pemuda yang tersesat yang sudah sangat jauh dengan Islam. Dengan kata lain menjadikan kata ustadz sebagai wadah buat para pemuda yang ingin belajar dan lebih mengenal Islam. Sebagaimana yang disampaikan Dani Permata, banyak pemuda yang melakukan perbuatan dosa yang sudah sangat umum dilakukan, channel youtube Kata ustadz hadir mewadahi bagi mereka untuk tahap hijrah, lewat konten-konten yang ringan yaitu dakwah yang ringan bukan dakwah yang berat apalagi yang terkesan menggurui, agar para pemuda merasa bahwa konten yang disajikan ini merangkulnya.

Dakwah Persuasif juga terdapat diakhir video dengan nasihat yang ringan oleh ustadz-ustadz ternama tanah air. Dengan tujuan agar generasi muda dapat kembali bersemangat menggeluti nilai-nilai Islam sesuai tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah.

Penanaman nilai-nilai keislaman seperti akhlak, Aqidah dan syariat Islam di dalam channel youtube kata ustadz program kata ustadz dapat dilihat dengan setiap konten yang disajikan menampilkan terkait permasalahan nilai-nilai keislaman. Penanaman nilai Aqidah bisa dilihat dengan mengambil salah satu konten program ustadz dengan judul “Ketika Anak Muda Ditanya Soal Rukun Iman, Begini Jawaban Mereka...| Kata Ustadz | S02E26, diakhir video ustadz Taufiqurrahman memberikan ceramah terkait pentingnya membekali iman dan ilmu.

Penanaman terkait nilai akhlak dapat dilihat dari salah satu konten dengan judul “Ditanya Soal Ghibah Jawabannya Bikin Geleng-Geleng – Kata Uastadz Taufirrahman, para *talent* ditanyai oleh tim kreatif yang merupakan sampel anak-anak muda di Indonesia ditanyai seputar

membicarakan orang lain terutama dari kejelekan orang lain, lalu diakhir video ustadz Taufiqurrahman memberikan dakwah terkait bahayanya ghibah, ibarat makan daging saudaranya sendiri ya pasti kita akan jijik. Yang terakhir penanaman nilai syariat dilihat dengan contoh konten dengan judul, “Kaca! Ternyata Begini Cara Anak Muda Memandikan Jenazah! | Kata Ustadz Taufiqurrahman”. Konten ini membahas terkait anak-anak muda terkait adab dan cara memandikan jenazah.

Channel youtube kata ustadz dalam menanamkan nilai-nilai keislaman terhadap remaja melalui konten-kontennya dengan membahas permasalahan anak muda yang banyak terjadi di tengah-tengah kehidupan sehari-hari yang tidak lepas dari nilai-nilai keagamaan seperti Aqidah, akhlak dan syariat. Mengemas konten dakwah dengan nilai keagamaan dengan semenarik mungkin, agar penonton remaja yang mayoritas remaja tidak jenuh dan tidak merasa digurui, karena sesuai visi misi program kata ustadz untuk membawa remaja yang sedang dalam tahap berhijrah, sedikit lebih mengenal dan mau belajar tentang Islam.

BAB V

PENUTUP

1. SIMPULAN

Bab-bab sebelumnya peneliti telah menjelaskan dan memaparkan mengenai Strategi Dakwah Channel Youtube Kata Ustadz dalam Menanamkan nilai-nilai Keislaman Terhadap Remaja, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Strategi dakwah yang digunakan oleh Channel Youtube Kata Ustadz program Kata Ustadz dalam menggunakan Tahapan strategi oleh Fred R David yaitu dengan tahapan-tahapan. (1) Perumusan Strategi dengan memandang visi dan misi terkait berdakwah kepada Pemuda yang sedang dalam tahap berhirah, memanfaatkan peluang dengan melihat pasar remaja serta menyusun strategi kreatif hingga strategi alternatif lain seiring berkembangnya zaman. (2) Implementasi strategi, melanjutkan rumusan yang ada dengan eksekusi tema, pemilihan talent yang mewakili keragaman remaja di Indonesia dan memilih Ustadz yang dekat dengan remaja serta tidak menggurui, hingga editing sebagai daya tarik empati penonton. (3) Evaluasi Strategi dengan melihat kekurangan dan kelebihan factor internal dan eksternal guna memaksimalkan kinerja tim dan melakukan tindakan korektif dari hasil proses evaluasi.

Dalam menjalankan strategi dakwah dalam menanamkan nilai-nilai keislaman terhadap remaja, peneliti menemukan dua hal yang menjadi temuan khusus dalam berdakwah di youtube dalam menjalankan strateginya, yaitu penggunaan judul dan thumbnail yang frontal didalam akun dakwah dan juga pengemasan yang unik dengan memadukan konten dakwah yang menarik dan ceramah oleh ustadz di akhir video.

2. SARAN

Peneliti tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, masih banyak keterbatasan, sehingga Adapun saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti sebagai referensi sebagai bahan penelitian serupa, diharapkan dapat lebih kritis dalam melihat permasalahan yang terjadi dan memberikn hasil penelitian yang lebih baik dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, Endang Saifudin.1991. *Wawasan Islam Pokok-pokok Fikiran tentang Islam dan Umatnya*. Jakarta: CV Rajawali
- As, Asmaran. 2000. *Pengantar Studi Akhlak*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Atmaja, Anja Kusuma . 2020. *Pluralisme Nurcholish Madjid dan Relevansinya terhadap Problem Dakwah Kontemporer*. Jurnal Dakwah Risalah. Vol.31 No.1
- Aziz, Mohammad Ali. 2004. *Ilmu Dakwah* edisi Revisi. Jakarta: KENCANA
- Aziz Mohammad. Ali, 2009. *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi, Cet Kedua, KENCANA
- Bayanuniy, syeikh Muhammad fatah. 2010. *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik*, Jakarta: Akapress.
- Daradjat, Zakiah. 1984. *Dasar-dasar Agama Islam*, Jakarta : Bulan Bintang
- David, R. 2002. *Manajemen Strategi dan konsep*. Jakarta: perhelalindo.
- David, dkk. 2012. *Strategic Management A Dynamic Perspective Concepts and Cases*. Thirteenth edition. Newyork
- Efendi, Erwan. 2021. *Strategi Media Dakwah Kontemporer* . UINSU Medan. Vol.9 No.2
- Faridah, 2016. *Urgensi Implementasi Strategi Dakwah di Era Kontemporer*, MIMBAR Volume 2 Nomor 1.
- Hamdan. 2021. *Youtube Sebagai Media Dakwah*. Polita: Journal of social Religion Research Vol 6. No 1
- Hubeis, Musa, dan Mukhamad Najib, 2008. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Iskarim, M. 2016. *Dekadensi Moral di Kalangan Pelajar (Revitalisasi Strategi PAI dalam Menumbuhkan Moralitas Generasi Bangsa)*. Jurnal Edukasi Islamika, 1(1).
- Jannah, Miftahul. 2017. "Remaja dan tugas-tugas perkembangannya dalam islam." *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi* 1.1
- Khozin. 2013. *Khazanah Pendidikan Agama Islam*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Kriyatno, Rahman.(2007). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media public realtions, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Mahmud, 1999. *Strategi Dakwah di Era Reformasi*, Jurnal Dakwah,.
- Matsani, Mukti Abdul. 2020. *Strategi Dakwah Ustadz Mahfudz Dalam Membentuk Akhlak Remaja Di Dukuh Sempu Desa Sempu Kecamatan Andong Kabupaten Boyolali*. IAIN Surakarta
- Miles B. Matthew dan A. Michael Huberman, 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, alih bahasa Tjetjep Rohendi Rohidi, (Jakarta: UI Press)
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P & Hadinoto S.R, Psikologi Perkembangan: *Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Mubasyaroh. 2017. *Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 11(2).
- Muklis, 2018. *Strategi Dakwah Al Bayanun*. *Islamic Communication Journal Volume 03*
- Muhaimin, Mujib.1991. *Pemikiran Pendidikan Islam*. Bandung : Bumi Aksara

- Muhaemin, Enjang. 2017, *Dakwah Digital Akademisi Dakwah*, (Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, Volume 11 Nomor 2.
- Munfaridah, Tuti. 2013. *Strategi Pengembangan DAKWAH Kontemporer*. Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIIF) Cilacap. Volume 2. Edisi 3.
- Nihayah, dkk. 2018. *Pemetaan Dakwah Analisis Potensi Dan Problematika Dakwah*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol 9 No.1
- Pattaling. 2013. *Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur-unsur Dakwah*. Jurnal Farabi Vol.10 No.2
- Pimay, Awaluddin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof KH Syaifudin Zuhri*. Semarang: Rasail.
- Puspianto, Alim. *Strategi Dakwah Masyarakat Kota*. An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol IX No 1 september 2020-februari 2021.
- Ruslan rosyad (2003). *Metode penelitian public relations dan komunikasi*. Jakarta: pt raja grafindo persada
- Safitri, Hikmawati Fajri Devi. Dkk. 2022. *Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube VDVC Religi (Segmen Kata Ustadz Edisi Ramadhan 1422 H)*. prosiding konferensi integrasi interkoneksi islam dan sains Vol 4.
- Sumadi Eko, 2016. *Menebar Kebaikan Tanpa Deskriminasi*. AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Vol. 4 No. 1
- Sumarsono, S. 2001. *Pendidikan kewarganegaraan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Syaltut, Syekh Mahmud. 1967. *Islam Sebagai 'Aqiqah dan Syari'ah, Terjemahan A. Gani dan B. Hamdani Ali*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Syukir, Asmuni.1983. *Dasar-dasar strategi Dakwah Islam*. Surabaya.

Yuzarion, Adi Saputra. 2020. *Pembentukan Konsep Diri Remaja Melalui Penanaman Nilai-Nilai Keislaman*. Jurnal Al-Hikmah. Vol, 18.

Zuhdi, Ahmad. Dkk. 2002. *Strategi Dakwah Dalam Membina Akhlak Remaja di Desa Bendung Air Kayu Aro*. Ishlah : Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Vol 4 No. 1.

Kumparan. 2021, Desember 9. Diakses pada Agustus, 16, 2022 dari kumparan:
<https://kumparan.com/alfentania-mutiara-fanisa/penurunan-akhlak-remaja-salah-siapa-1wweZEUwutS>

Tirto. 2021, Febuari 17. Diakses pada Agustus 16, 2022, dari Tirto.id:
<https://tirto.id/iman-kepada-qada-danqadar-pengertian-maknanya-menu>

Viva. 2021, April 14. Diakses pada Oktober 16, 2022 dari Viva.co.id:
<https://www.viva.co.id/showbiz/serial/1364436-mendekatkan-diri-dengan-allah-lewat-program-kata-ustad-di-religione>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Transkrip wawancara

Narasumber : Dani Permata

Jabatan : Manager Content and Community

Tanggal Wawancara: 30 November 2022

Q: Posisi mas nya di Channel youtube Kata Ustadz sebagai apa

A: sebagai *manager content and community*

Q: kapan sejarah berdirinya channel youtube Kata Ustadz?

A: Awalnya didirikan pada tahun 2015 dengan nama ReligiOne, lalu ditahun 2020 bergantu nama menjadi VDVC Religi dan ditahun 2022 berubah menjadi Kata Ustadz hingga sekarang.

Q: Visi misi Channel youtube program Kata Ustadz tu seperti apa?

A: untuk tujuannya adanya konten-konten kita, diharapkan bisa membawa teman-teman yang tersesat ke tahap hijrah

Q: Terkait tahapan strategi yang digunakan seperti apa, mulai dari perumusan, implementasi hingga evaluasi?

A: kalau dari pra produksi hingga produksi tu, pertama-tama kita menentukan tema, menentukan pertanyaan-pertanyaan, pemilihan talent dan menghubungi ustadz yang bersangkutan.

Q: siapa saja yang terlibat dalam pembuatan konten?

A: Produser, asisten produser, manager content, videographer, tim kreatif dan editor

Q: siapa penggagas ide unik dalam pengemasan konten dakwah unik dari program kata ustadz?

A: produser, saya dan teman-teman kreatif

Q: ketika rapat atau meeting biasanya apa saja yang dibahas?

A: biasanya menentukan tema, Menyusun pertanyaan-pertanyaan dan mendalami pertanyaannya

Q: segmentasi atau target penontonnya siapa?

A: anak muda umur 18-35 tahun

Q: apa tantangan dan rintangan dalam mengambil judul dan pembahasan yang frontal dan vulgar?

A; untuk tantangan tentu ada, karena channel dakwah kok pembahasannya vulgar, tapi kita berusaha bagaimana mengubah tantangan tersebut menjadi peluang

Q: mengapa memilih ustadz Dery Sulaiman dan Ustadz Taufiqurrahman?

A: Kita mencari ustadz yang dekat dengan anak muda, yang tau permasalahan anak muda sekarang dan dakwahnya tidak terkesan menggurui

Q: menurut mas seberapa penting penggunaan strategi dakwah dalam pembuatan konten dakwah?

A: Sanga penting, dengan adanya strategi kita tau tahapan dan apa-apa yang akan kita lakukan kedepannya

Q: untuk evaluasi kapan dilakukan dan apa saja yang dibahas dan tindak lanjutnya seperti apa?

A: biasanya seminggu sekali kita mengevaluasi terkait kesalahan dan kekurangan dari kegiatan pra produksi hingga produksi, di konten selanjutnya evaluasi yang ad akita terapkan untuk jadi yang lebih baik lagi

Q: Kenapa memilih youtube sebagai media dalam berdakwah, dan kenapa tidak Instagram atau tiktok juga?

A: kan ada yang bilang youtube lebih dari Tv, harapan kita yaitu semoga lewat youtube bisa lebih banyak mencapai penonton, dan kekurangannya kita kurang maksimal di sosial media , dan ini lagi tahap untuk sampai kesana.

Lampiran 2

Dokumentasi Kegiatan Wawancara



Wawancara bersama mas Dani Permata

Lampiran 3

Jawaban Permohonan Riset



Jakarta, 28 November 2022

No: 228/VMB-HCGA/EXT/IV/2022

Kepada
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo
Semarang

Perihal : Jawaban Permohonan Penelitian/Riset

Dengan Hormat,

Menjawab permohonan penelitian/riset Mahasiswa dari Fakultas Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Walisongo yang kami terima sebelumnya atas nama:

No.	Nama	N I M	Program Studi
1	Egy Fhirnanda	1801026034	Komunikasi Penyiaran Islam

Bersama ini kami sampaikan bahwa perusahaan kami PT. Vidi Vici Inovasi dapat memberikan ijin untuk melakukan penelitian/riset pada channel youtube Kata Ustadz kepada Mahasiswa tersebut sesuai dengan kebutuhan.

Demikian kami sampaikan, kami berharap semoga kerjasama ini akan terus terjalin. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
PT. Vidi Vici Inovasi



Dwi Widayanti
Recruitment & Training Development Specialist

PT. VIDI VICI INOVASI
Jl. Rawa Terate II No.2 Jakarta Timur 13260

P. +62 - 21 - 4601 326 | F. +62 - 21 - 4601 327

VIVA

INTIPSELEB

tv7news.com

klik

jago@angdut

SAHIJAB

100KRI



Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Egy Fhirnanda
Nim : 1801026034
Tempat, tanggal lahir : Pasaman Barat, 4 Oktober 1999
Alamat : Inti satu, PTPN 6 Unit Usaha Ophir, Kecamatan
Luhak Nan Duo, Kabpaten Pasaman Barat, Provinsi
Sumatera Barat
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Email : egyfhirnanda@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 20 Luhak Nan Duo
2. SMP Negeri 1 Luhak Nan Duo
3. SMA Negeri 1 Luhak Nan Duo
4. UIN Walisongo Semarang

C. Riwayat Organisasi

1. OSIS SMA (2016-2017)
2. Asosiasi Pelajar Islam/Assalam (2017)
3. Himpunan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (2018-2021)
4. PMII Rayon Dakwah