

**Strategi Dakwah Tim *Channel* YouTube Islamidotco dalam
Menyebarkan Toleransi Antar Umat Beragama**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi Televisi Dakwah

Disusun Oleh:

Dita Tri Nastiti (1801026003)

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS WALISONGO SEMARANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405
Semarang 50185 website: fakfakom.walisongo.ac.id email: fakdakom.uinws@gmail.com

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 : Dita Tri Nastiti
NIM : 180102603
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Dakwah Tim Channel YouTube Islamidotco dalam
Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 3 November 2022

Pembimbing,

Adeni S.Kom.I.M.A


NIP.19101202019031006

PENGESAHAN UJIAN MUNAQSAH
SKRIPSI
Strategi Dakwah Tim Channel YouTube Islamidotco dalam
Menyebarkan Toleransi Antar Umat Beragama


Disusun Oleh:
Dita Tri Nastiti
1801026003

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 30 November 2022 dan
dinyatakan **LULUS** Ujian Munaqosah
Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang


H. M. Affandi, M.Ag
NIP. 19710830 1997031003


Penguji I


Asep Dadang Abdullah, M.Ag
NIP. 19730114 200604 1 014

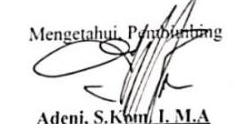
Sekretaris Sidang


Farida Rachmawati, M.Sos,
NIP. 199710708 201903 2 021

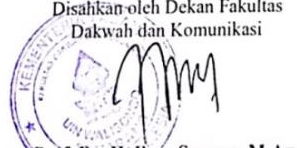
Penguji II


Fitri, M.Sos,
NIP. 19890507201903 2 021

Mengetahui Pembimbing


Adeni S. Khotun, I.M.A
NIP. 19910120 201903 1 006

Disahkan oleh Dekan Fakultas
Dakwah dan Komunikasi


Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 19720410 2000112 1 003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dita Tri Nastiti

NIM : 1801026003

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

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

Semarang, 3 November 2022

Penulis



Dita Tri Nastiti

NIM: 1801026003

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alam, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat serta karunia dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya.

Setelah melewati berbagai proses yang panjang, pada akhirnya penulisan skripsi yang berjudul "*Strategi Dakwah Tim Channel Youtube Islamidotco dalam Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama*" dapat terselesaikan. Tentu saja keberhasilan dalam menyusun strategi ini tidak luput dari dukungan serta bimbingan dari pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk banyak orang di masa depan. Maka dari itu, dengan hormat dan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. ImamTaufik, 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 yang dedikasinya terhadap jurusan patut untuk diteladani. Sekaligus sebagai wali dosen, terima kasih karena telah memberikan dukungan semangat motivasi untuk terus giat belajar.
4. Nilnan Ni'mah, M.SI., selaku sekjur KPI UIN Walisongo Semarang yang dedikasinya terhadap jurusan patut untuk diteladani
5. Adeni, S.Kom.I, M.A., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk tetap memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan memberikan arahan pada penyusunan skripsi. Terima kasih

banyak karena telah memberikan banyak ilmu dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.

6. Segenap dosen dan seluruh staf karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah mengajarkan peneliti dalam berbagai aspek keilmuan serta keperluan administrasi
7. Segenap petugas perpustakaan fakultas maupun petugas perpustakaan UIN Walisongo Semarang yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan referensi yang peneliti butuhkan
8. Papah dan Mamah yang tersayang dan tercinta, terima kasih banyak karena telah membesarkan dan mendidik saya hingga sekarang, yang selalu senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat kepada saya sehingga bisa bertahan hingga sekarang. Terima kasih untuk semua perjuangan, cinta, dan kasih sayang yang selalu Papah dan Mamah berikan. Terima kasih karena telah menjadi ruang nyaman pertama untuk saya tumbuh dan berkembang hingga sekarang. Segala nasehat dan pesan yang selalu Papah dan Mamah sampaikan akan selalu saya terapkan di kehidupan.
9. Kakak-kakak tersayang, Mas Yudha dan Mas Bayu, terima kasih karena selalu menjaga saya sebagai adiknya, memberikan bantuan dan semangat untuk terus berkembang.
10. Segenap keluarga besar KPI-A 2018, terima kasih telah memberikan kenangan yang berkesan selama duduk di bangku kuliah.
11. Untuk sahabat terbaik, Febby Maula Ramadhani dan Anggun Lestari, yang selalu memberikan bantuan, serta dukungan semangat kepada peneliti.

Kepada semua pihak yang telah peneliti sebutkan, peneliti mengucapkan terima kasih atas semuanya, semoga dapat menjadi amal baik dan dibalas oleh Allah SWT. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan bagi para pembaca. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga oleh karena itu, penulis sangat berharap untuk kritik dan saran yang membangun demi penelitian ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan serta ketulusan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang berperan amat penting di dalam hidup saya, untuk orang-orang yang selalu memberikan doa, dukungan serta semangat yang tiada hentinya:

1. Orang tuaku tercinta, Papah dan Mamah yang selalu memberikan doa, cinta dan kasih sayang yang tiada hentinya. Serta memberikan motivasi serta semangat untuk terus mengejar cita-cita dan keinginan yang diimpikan.
2. Kakak-kakakku tersayang, Yudha Pristiano dan Bayu Rezkyana yang selalu memberikan dukungan disegala hal.
3. Untuk universitas kebangganku UIN Walisongo Semarang, para dosen jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

MOTTO

“Hidup sekali, hiduplah yang berarti”

(Ahmad Fuadi)

ABSTRAK

Dita Tri Nastiti, 1801026003. Strategi Dakwah Tim Channel YouTube Islamidotco dalam Menyebarkan Nilai Toleransi antar Umat Beragama.

Kasus intoleransi masih sangat marak terjadi di Indonesia, toleransi antar umat beragama masih amat penting untuk diterapkan ke dalam kehidupan bermasyarakat. Dakwah yang sifanya mengajak kearah kebaikan tidak hanya menjadi *rahmatan lil alamin* untuk sesama muslim, namun juga untuk seluruh umat manusia. Menyampaikan dakwah yang memuat narasi toleransi juga kini dapat melalui media sosial seperti YouTube. Dalam berdakwah melalui YouTube inilah diperlukan sebuah strategi dakwah agar bagaimana narasi dakwah terkait toleransi antar umat beragama dapat tersebar secara luas sehingga dapat membuktikan bahwa agama Islam adalah agama yang *rahmatan lil alamin* bagi seluruh umat manusia.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deksriptif. Metode dari pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara bersama kru dari *channel* YouTube Islamidotco yang bertugas sebagai tim redaksi. Lalu selanjutnya, teknik analisis data pada penelitian menggunakan tiga tahapan yaitu tahap reduksi data, penyajian data, dan kemudian penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian terhadap *channel* YouTube Islamidotco dengan melihat strategi dakwah menurut Moh. Ali Aziz, rancangan kerja yang dilakukan oleh tim *channel* YouTube Islamidotco pada strategi dakwah terdiri dari lima hal yaitu, (1) pemilihan tema, yaitu memilih tema yang aktual atau sedang diperbincangkan, dan timeless yaitu pembahasan yang tidak mengenal waktu sehingga akan selalu jadi pembahasan, (2) penentuan narasumber, dengan menggunakan narasumber yang memiliki pengalaman terkait pembahasan mengenai toleransi antar umat beragama, (3) proses produksi, dilaksanakan sesuai dengan durasi tiap program yang dibuat dengan memaksimalkan alat dan kru yang ada, (4) tujuan pembuatan konten yaitu menampilkan islam yang ramah dan damai di tengah maraknya konten berisi ultra-konservatif sebagai bentuk *counter* dari narasi yang berisi intoleransi antar umat beragama, (5) metode promosi dan sasaran penonton, menggunakan sosial media seperti *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* dan *Website* untuk media promosi, serta menyasar kelompok umat muslim menengah yang berusia 40 tahun kebawah.

Kata kunci: Strategi dakwah, Tim Channel YouTube, Islamidotco

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Metode Penelitian.....	8
BAB II.....	13
STRATEGI DAKWAH, YOUTUBE, TOLERANSI ANTAR UMAT BERAGAMA	13
A. Strategi.....	13
B. Dakwah.....	17
C. Strategi Dakwah	21
D. YouTube	28
E. Toleransi Antar Umat Beragama.....	32
BAB III.....	36
CHANNEL YOUTUBE ISLAMIDOTCO.....	36
A. Profil <i>Channel</i> YouTube Islamidotco.....	36
B. Visi dan Misi <i>Channel</i> Youtube Islamidotco	38
C. Playlist <i>Channel</i> YouTube Islamidotco	38

D. <i>Channel</i> YouTube Islamidotco dalam Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama	46
E. Temuan Data Strategi Dakwah Channel YouTube Islamidotco dalam Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama.....	47
BAB IV	55
ANALISIS STRATEGI DAKWAH TIM CHANNEL YOUTUBE ISLAMIDOTCO	55
A. Strategi Dakwah Tim Channel YouTube Islamidotco dalam Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama	55
BAB V.....	68
PENUTUP	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Demi tercapainya tujuan dakwah diperlukan sebuah implementasi strategi pada bidang dakwah. Strategi dakwah merupakan perencanaan yang terdiri dari rangkaian kegiatan yang perlu dibuat untuk tujuan dakwah tertentu. Diperlukannya sebuah implementasi strategi dakwah karena penerimaan dan tingkat pemahaman oleh masyarakat mengenai sebuah pesan dakwah dapat berbeda. Tingkat pemahaman yang berbeda ini dapat disebabkan oleh latar belakang sosial budaya, pendidikan, serta wilayah domisili. Berbagai hal ini juga termasuk kepada sebuah acuan untuk penerapan pada strategi dakwah (Faridah, 2016: 44). Implementasi strategi juga merupakan sebuah wujud rencana tindakan dakwah seperti mempersiapkan semua hal dengan matang dan termasuk penggunaan metode serta pemanfaatan sumber daya (Prabowo, 2020: 331).

Maka dari itu, dakwah sejatinya perlu dibentuk secara cerdas dalam penyusunan strategi dakwah. Karena strategi diidentikan dengan makna “taktik” yang memiliki arti suatu jenis rencana yang digunakan untuk menetapkan tindakan-tindakan di masa depan dengan meninjau faktor-faktor kekurangan serta kelemahan yang terdapat pada kondisi yang berasal dari internal maupun eksternal dari suatu organisasi. Strategi merupakan cara dari upaya untuk memecahkan permasalahan tertentu yang sedang terjadi agar dapat menemukan jalan keluar. Tantangan terbesar yang harus dihadapi dalam menjalankan kegiatan berdakwah adalah adanya tindakan-tindakan radikalisme dan isu intoleransi yang masih aktual untuk dibicarakan (Najamuddin, 2020: 44).

Kasus intoleransi yang terjadi di Indonesia masih sangat marak. Dilansir dari sumber berita Kompas dengan judul berita “Riset Setara Institute: Intoleransi atas Kebebasan Beragama Berkeyakinan Paling

Banyak Terjadi pada 2020” yang di terbitkan tanggal 6 April 2021, mengungkapkan bahwa berdasarkan dari riset Setara Institute pelanggaran mengenai kebebasan dalam beragama dan berkeyakinan yang sering terjadi di tahun 2020 adalah pelanggaran mengenai sikap intoleransi. Kasus mengenai intoleransi ini banyak dilakukan oleh mulai dari individu, para kelompok warga, organisasi kemasyarakatan keagamaan, bahkan berasal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia). Sementara perbuatan intoleransi yang sering terjadi yaitu adalah menentang agama ibadah tertentu, menolak untuk berteman dengan orang yang memiliki kepercayaan yang berbeda dan tidak memperbolehkan melaksanakan aktivitas perayaan dari agama tertentu karena dianggap bertolak belakang dengan doktrin agama. Lalu, berdasarkan riset dari Setara Institute juga mencatat bahwa ditemukan 32 kasus laporan mengenai penodaan terhadap agama, 17 kasus penentangan pembangunan tempat ibadah, serta 8 masalah atau kasus mengenai penentangan terhadap kegiatan aktivitas ibadah. Lalu terdapat juga laporan mengenai 6 kasus perusakan yang dilakukan di tempat untuk beribadah, serta 5 kasus mengenai penolakan kegiatan beribadah dan 5 kasus mengenai kekerasan (<https://nasional.kompas.com>).

Sifat intoleransi merupakan salah penyebab terbentuknya kelompok ekstrimisme, yang mana kelompok ekstrimisme ini akan menyebarkan paham radikalisme. Berdasarkan artikel karya M. Nanda Fanindy dan Siti Mupida dengan judul “Pergeseran Literasi pada Generasi Milenial Akibat Penyebaran Radikalisme di Media Sosial”, dinyatakan bahwa penyebaran radikalisme yang disebarkan oleh kelompok esktrimisme ini salah satunya merupakan media sosial, yaitu seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *Telegram*. Aplikasi *Telegram* menjadi pilihan bagi para golongan ekstrimisme, hal ini lantaran aplikasi ini dianggap lebih terjaga dalam hal memberikan informasi dibandingkan dengan aplikasi media sosial yang ada di masyarakat (Fanindy dan Mupida, 2021:217).

Kementrian komunikasi dan informatika juga menemukan ribuan situs yang bermuatan radikalisme. Seperti pada tahun 2019 KOMINFO telah memblokir sejumlah 1.500 situs yang bermuatan radikal. Lalu kemudian pada tahun 2021 KOMINFO kembali melakukan pemblokiran pada 20.543 konten yang bermuatan terorisme dan radikalisme pada situs maupun media sosial yang tersebar (<https://www.kominfo.go.id>). Hal ini menunjukkan bahwa konten radikalisme masih maraknya tersebar di berbagai macam situs dan *platform* media sosial.

Maka dari itulah pemanfaatan YouTube untuk berdakwah dalam bertoleransi antar beragama ini turut dimanfaatkan oleh *channel* YouTube Islamidotco dalam menyebarkan dakwah melalui konten-konten yang ada. Islamidotco yang digawangi oleh anak-anak muda lulusan pesantren dan telah dibentuk sejak tanggal 14 Desember 2017 dan kini pada tanggal 16 Februari 2022 jumlah video yang diunggah oleh Islamidotco berjumlah 204 video (<https://www.youtube.com>). Islamidotco tidak hanya menyebarkan nilai keislaman namun juga menyebarkan nilai-nilai dalam bertoleransi antar umat beragama. Tidak hanya itu, Islamidotco menghadirkan narasumber atau tokoh-tokoh agama yang sedang digandrungi oleh para remaja pada masa kini serta Islamidotco mampu mengemas program dakwah dengan mengangkat isu-isu yang sedang hangat di perbincangkan yang dikemas dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada pada media YouTube. Hal ini merupakan suatu cara yang unik untuk menarik minat remaja di kalangan milenial untuk belajar mengenai nilai toleransi beragama. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menyebarkan agama Islam tidak hanya memberikan rahmat bagi para pemeluknya, tetapi juga untuk seluruh manusia tanpa melihat suku, ras, terutama agama. Penyebaran mengenai toleransi antar umat beragama ini juga merupakan bentuk yang amat penting, hal ini karena amat berpengaruh besar supaya tidak terjadinya konflik intoleransi (<https://islami.co>).

Oleh karena itu, dari latar belakang yang sudah dijelaskan, penulis ingin melakukan penelitian mengenai strategi dakwah tim *channel* YouTube Islamidotco dalam menyebarkan toleransi antar umat beragama.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan dikaji oleh peneliti adalah bagaimana strategi dakwah tim *channel* YouTube Islamidotco dalam menyebarkan toleransi antar umat beragama?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mamahami dan mengetahui mengenai strategi dakwah yang dilakukan oleh tim *channel* Youtube Islamidotco dalam menyebarkan toleransi antar umat beragama.

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

a) Manfaat teoritis

1. Penelitian ini dapat menjadi khazanah bacaan dan keilmuan baru pada ruang lingkup komunikasi penyiaran islam khususnya pada konsentrasi pertelevisian dakwah
2. Menambah wawasan serta pengetahuan mengenai bagaimana strategi dakwah pada tim *channel* YouTube

b) Manfaat Praktis

1. Dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain untuk menganalisis permasalahan terkait strategi dakwah
2. Menjadi bahan masukan, referensi serta informasi yang berguna untuk melengkapi bahan kepustakaan untuk pihak yang membutuhkan, khususnya bagi praktisi serta akademisi.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari plagiarisme serta kesamaan, maka peneliti merujuk pada penelitian-penelitian yang ada sebelumnya. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Moneta Brillia Syahara, dalam skripsinya pada tahun 2020 membahas mengenai “Analisis dan Strategi Dakwah Berbusana Muslim dan Muslimah Di Dalam Film Nussa Pada Akun YouTube Nussa *Official*”. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif beserta metode analisis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui terkait gaya busana muslim dan muslimah pada pemeran Film Nussa dalam akun YouTube Nussa *Official* serta untuk mengetahui mengenai strategi dakwah tentang keutamaan dalam berbusana muslim dan muslimah pada Film Nussa yang ada pada akun YouTube Nussa *Official*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya berbusana pada semua pemeran dari Film Nussa menunjukkan gaya berpakaian sebagai seorang muslim dan juga seorang muslimah yang sopan dan baik. Berdasarkan gaya berpakaian yang digunakan oleh Nussa, Rara, Umma, Ayah Nussa Rara, Tante Dewi, Abdul, dan Shifa menunjukkan gaya berpakaian atau berbusana yang sopan, baik serta pakaian yang menutup aurat. Kemudian, Strategi dakwah mengenai keutamaan dalam berbusana muslim dan muslimah dalam Film Nussa ini ditampilkan dengan cara menggunakan media visual. Sehingga dalam cara menyampaikan mengenai keutamaan dalam berbusana muslim dan muslimah ini tidak ditampilkan langsung melalui ucapan pada dialog yang ada pada film, namun ditampilkan dengan kuat dengan tampilan gambar atau secara visual pada setiap episodenya.

Lalu kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Anggy Masyta pada tahun 2018, dalam skripsinya membahas mengenai “Strategi Dakwah Islam Akun YouTube Ibnu The Jenggot Dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam”. Dalam skripsi metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perumusan strategi dakwah,

implementasi strategi dakwah, dan evaluasi strategi dakwah pada akun YouTube Ibnu The Jenggot dalam meningkatkan kesadaran nilai-nilai Islam. Hasil dari penelitian ini adalah strategi dakwah pada tahap perencanaan yang digunakan oleh Ibnu The Jenggot dimulai dengan membentuk perumusan yang meliputi visi, misi, serta metode dakwahnya. Dalam aspek implementasinya, digunakan sebuah tahapan agar dapat menarik penonton.

Leny Setiawati pada tahun 2021 juga melakukan penelitian mengenai strategi dakwah, dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Dakwah Ustadz Khalid Basalammah Via Youtube di Masa Pandemi COVID-19”. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah dari Ustadz Khalid Basalammah via YouTube khususnya di tengah pandemi COVID-19. Dari hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi dakwah yang dilakukan oleh ustadz Khalid Basalammah merupakan strategi sentimental dengan melalui media YouTube di tengah masa pandemi, caranya adalah dengan menggunakan metode Mau’izzoh Hasanah yaitu adalah cara menyampaikan dakwah dengan perkataan ataupun nasehat yang dapat menyentuh perasaan *mad’u* nya kemudian dalam dakwahnya, menggunakan strategi dakwah rasional yang dilaksanakan dengan cara mengunggah video ceramah yang dalam tujuannya memfokuskan pada akal pikiran dengan cara menceritakan mengenai kisah-kisah teladan pada umat-umat terdahulu agar dapat meluluhkan akal serta pikiran *mad’u*. Lalu, dalam dakwahnya pula menggunakan strategi dakwah inderawi yang dilakukan Ustadz Khalid Basalammah dengan menggunakan media YouTube di tengah masa pandemi Covid-19 ini dengan cara melakukan aksi kegiatan sosial yang bisa menjadi suri tauladan untuk mengajarkan akhlak yang baik bagi para *mad’u* nya.

Selanjutnya penelitian dari Aziz Setya Nurrohman pada tahun 2021, skripsi ini membahas mengenai “Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja’Far Al-Hadar Dalam Konten YouTube Jeda Nulis”, metode dari

penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui terkait pelaksanaan dakwah digital yang ada pada konten Kultum Pemuda Tersesat di akun YouTube Jeda Nulis dan untuk mengetahui terkait faktor yang mempengaruhi konten Kultum Pemuda Tersesat dalam meraih penonton yang tinggi di akun YouTube Jeda Nulis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan dakwah yang dilakukan oleh Habib Ja'far berfokus pada kalangan anak muda dengan melakukan kolaborasi bersama Tretan Muslim dan Coki Pardede. Habib Ja'far membawakan dakwah seperti sebuah forum untuk berdiskusi kemudian diunggah di akun YouTube.

Lalu kemudian penelitian dari Tiara Rahmadaniar pada tahun 2018, dengan skripsi yang berjudul "Strategi Dakwah Akun YouTube Muslimahdailycom Dalam Mensosialisasikan Jilbab". Metode penelitian pada skripsi ini adalah analisis deskriptif. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui perumusan, implementasi, dan penilaian strategi dakwah akun YouTube Muslimahdailycom dalam hal mensosialisasikan jilbab. Hasil dari penelitian ini adalah strategi dakwah yang digunakan Muslimahdailycom terdiri dari tahap perencanaan dengan membuat visi misi, dan menetapkan metode dakwah yang sesuai pada ayat yang terkandung dalam surat An-Nahl ayat 125. Dalam langkah pelaksanaannya, Muslimahdailycom mengaplikasikan beberapa tahap agar dapat menarik minat para penonton untuk menerima pesan dakwah dengan menggunakan segmen yang berjudul muslimah bercerita. Kemudian di tahap terakhir yaitu tahap evaluasi, Muslimahdaily memantau ulang mengenai strategi yang sebelumnya telah digunakan apakah sudah cukup efektif serta efisien dalam melakukan penyampaian pesan-pesan dakwah yang ingin disampaikan, dengan melihat dari dari hal yang menjadi hambatan serta juga melihat berdasarkan respon dari penonton dan narasumbernya.

Persamaan pada penelitian-penelitian diatas adalah terdapat pada subjek penelitian yaitu membahas mengenai strategi dakwah. Sementara

perbedaan dari penelitian diatas adalah terkait pada objek penelitian yaitu, peneliti berfokus kepada objek *Channel* YouTube Islamidotco, serta teori yang digunakan oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya juga berbeda. Yaitu, peneliti menggunakan teori strategi dakwah menurut Moh. Ali Aziz.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian berdasarkan filsafat *postpositivisme* yang bersifat alamiah (sebagai sebuah lawan dari eksperimen) yang mana pada penelitian ini, seorang peneliti berperan sebagai instrumen kunci (Asep saipul, 2015: 19).

Kemudian data disajikan secara deskriptif, dimana peneliti akan mendeskripsikan strategi dakwah tim *channel* YouTube Islamidotco dalam menyebarkan toleransi antar umat beragama. Peneliti juga menggunakan pendekatan keilmuan dakwah terkait bagian strategi dakwah.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah upaya dari seorang peneliti dalam hal memperjelas aspek-aspek dalam penelitian dengan cara menjelaskan atau menguraikan beberapa batasan-batasan yang berhubungan dengan penelitian, ini bertujuan agar terhindar dari kesalahpahaman dalam pemaknaan. Pada definisi konseptual di penelitian ini, peneliti memiliki fokus pada strategi dakwah yang dilakukan oleh lembaga media yaitu *channel* YouTube Islamidotco dalam menyebarkan toleransi antar umat beragama. Strategi dakwah yang peneliti maksud adalah, bagaimana penyusunan rencana kerjanya yang dibuat oleh tim *channel* YouTube Islamidotco berdasarkan strategi dakwah menurut Moh. Ali Aziz. Penyusunan rencana kerja tersebut terdiri dari yaitu (1) pemilihan tema, (2) pemilihan narasumber, (3) tujuan pembuatan konten, (4) proses produksi, dan (5) metode promosi dan sasaran

penonton yang dilakukan oleh *channel* YouTube Islamidotco dalam menyebarkan dakwah toleransi antar umat beragama.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang berasal dari hasil sebuah informasi yang spesifik tentang suatu data dari seseorang mengenai permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti (sumber informan). Pada penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari tim *channel* YouTube Islamidotco yang berperan sebagai seorang redaktur pada *channel* YouTube Islamidotco yang mana data tersebut membahas mengenai strategi dakwah tim *channel* YouTube Islamidotco.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah segala bentuk dokumen dalam bentuk tertulis maupun berupa foto, seperti buku, majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi (Moleong, 2016: 69). Dalam penelitian ini yaitu berasal dari kepustakaan, buku-buku yang berkaitan judul penelitian, jurnal ilmiah, internet, artikel serta data dan dokumen yang berkaitan dengan *channel* YouTube Islamidotco

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu langkah penting pada sebuah penelitian. Jika teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan benar, maka akan mendapatkan sebuah data yang mempunyai tingkat kredibilitas tinggi dan begitupun sebaliknya. Maka dari itu, pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik dari pengumpulan data yang dilakukan dengan metode berupa tanya jawab secara lisan yang dilakukan antara dua individu atau lebih yang dilaksanakan

secara langsung. Kegiatan wawancara pada teknik pengumpulan data amat bermanfaat agar memperoleh data dari tangan pertama, menjadi sebuah pelengkap tambahan terhadap data-data yang dikumpulkan dengan alat lain dan dapat mengontrol dari hasil pengumpulan data lainnya (Saipul, 2015: 88). Penggalan informasi pada penelitian ini menggunakan metode wawancara kepada kru yang terlibat di dalam *channel* YouTube Islamidotco yang bertugas sebagai seorang redaktur.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan dari peristiwa yang sudah lalu, yang dapat berbentuk tulisan, gambar ataupun karya monumental seseorang (Sugiyono, 2008:82). Dokumentasi pada penelitian ini berupa foto serta dokumen pendukung lainnya seperti video-video yang ada pada *channel* YouTube Islamidotco yang berkaitan dengan toleransi antar umat beragama.

5. Teknik Analisis Data

Berdasarkan gagasan dari Noeng Muhadjir (1998:104) mengenai 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 menambah pemahaman terhadap masalah 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 mode analisis interaktif yang disampaikan oleh Miles dan Huberman, yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *drawing and verifying conclusion* (verifikasi dan penarikan kesimpulan). Berikut penjelasan masing-masing proses secara singkat:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

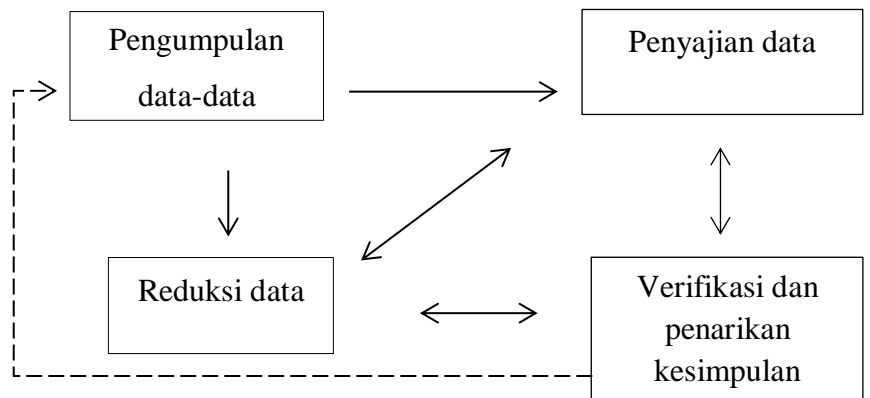
Reduksi data adalah prosedur yang terdiri dari pemilihan data, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan data, pengabstrakan serta transformasi dari data kasar yang ada pada catatan-catatan tertulis yang terdapat di lapangan yang berbentuk dokumen, hasil wawancara maupun hasil dari observasi.(Miles dan Huberman, 1992:16). Data reduksi dari penelitian ini berasal dari wawancara mendalam dengan kru dari *Channel* YouTube Islamidotco yang bertugas sebagai seorang redaktur

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Data display adalah gabungan data yang informasinya tersusun dan memberikan sebuah kemungkinan terkait pengambilan tindakan serta penarikan suatu kesimpulan (Miles dan Huberman, 1992:17). Tahap penyajian data ini berupa suatu teks naratif yang menjelaskan mengenai hasil dari wawancara yang telah dilaksanakan oleh peneliti dengan kru *Channel* YouTube Islamidotco.

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 (Muhammad Idrus, 2009: 150). Setelah data hasil dari wawancara dan observasi sudah direduksi serta disajikan, maka selanjutnya peneliti akan melakukan penarikan kesimpulan mengenai hasil analisis data tersebut.



Bagan 2 : Mode Analisis Interaktif Menurut Miles dan Huberman

BAB II

STRATEGI DAKWAH, YOUTUBE, TOLERANSI ANTAR UMAT BERAGAMA

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Menurut etimologis kata strategi berasal dari bahasa Yunani *stratego* yang memiliki makna “merencanakan pemusnahan musuh melalui penggunaan sumber yang efektif”. Strategi memiliki dasar-dasar ataupun skema yang memiliki tujuan agar mencapai sebuah sasaran yang akan dituju. Sehingga pada hakikatnya, strategi adalah sebuah alat untuk mencapai sebuah tujuan.

K. Andrews yang dikutip oleh Mudrajad Kuncoro menekankan bahwa strategi merupakan bentuk dari sasaran, kebijakan, serta tujuan atau rencana secara umum agar dapat mencapai sebuah tujuan yang sudah dibuat. Strategi yang digunakan oleh suatu organisasi ataupun seseorang amat ditentukan berdasarkan tujuan dan kondisi yang akan dicapai serta diciptakan. Strategi yang digunakan untuk menyelesaikan sebuah persoalan tertentu sudah pasti akan berbeda dengan strategi yang akan digunakan dalam memecahkan permasalahan yang lainnya (Ariyanto, 2017:88).

Sementara itu berdasarkan dari perspektif kejiwaan atau psikologi, strategi diartikan sebagai sebuah cara dalam melakukan pengumpulan dan penyusunan sebuah informasi, sehingga dapat memperkirakan suatu hipotesis. Pada proses menentukannya, strategi adalah cara berpikir yang terdiri dari mengenai apa yang disebut dengan pengamatan stimultan (*simultaneous scanning*) dan pemusatan perhatian (*conservative focusing*). Artinya adalah strategi dilaksanakan dengan melaksanakan pemantauan dengan terpusat serta dilakukan secara hati-hati, agar dapat memilih serta membedakan langkah-langkah yang lebih berhasil untuk menggapai sebuah tujuan. Maka dengan demikian, istilah dari strategi adalah merujuk

pada cara berpikir yang efisien untuk menghasilkan pilihan yang lebih memuaskan. Atau dengan maksud lain strategi adalah usaha dalam pencapaian sebuah tujuan dengan cara efektif serta efisien. Maka dari itu Little John merangkum strategi dengan “rencana suatu tindakan”, serta dengan metodologinya yang amat mendasar dikemukakan oleh Burke sebagai Segi lima dramatik (*the dramatic pentad*) yaitu sebagai berikut:

- a. Aksi (*Act*), yaitu aksi yang akan dikerjakan oleh aktor (pelaku). Hal pertama ini menerangkan mengenai hal apa yang perlu dilakukan oleh aktor, dan hal apa yang perlu diselesaikan.
- b. Suasana (*Scene*), yaitu mengenai keadaan dimana hal tindakan (aksi) yang dimaksud akan berlangsung. Dalam hal yang kedua ini meliputi dari uraian mengenai keadaan dalam segi fisik maupun dalam segi budaya serta lingkungan masyarakat dimana acara atau kegiatan itu akan dilaksanakan.
- c. Agen (*Agent*), yaitu diri aktor (diri sendiri) yang perlu ikut serta dalam melaksanakan tugasnya, termasuk dalam semua hal yang harus diketahuinya mengenai substansi yang ada. Substansi agen ini terkait dengan semua aspek dari kemanusiaan, mulai dari sikap, kepribadian, sejarah dan faktor-faktor terkait lainnya.
- d. Agensi (*Agency*), hal ini mengenai instrumen atau alat-alat yang perlu digunakan oleh aktor dalam menjalankan tindakannya. Mungkin seperti berupa pesan, atau alat-alat terkait lainnya.
- e. Maksud (*Purpose*), yaitu mengenai alasan atau tujuan untuk bertindak, di antaranya adalah terdiri dari tujuan teoritis, akibat ataupun hasil yang telah diharapkan.

Dilihat berdasarkan apa yang telah dijelaskan dari uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah rancangan dari sebuah kegiatan dalam hal mewujudkan penentuan serta penempatan dari semua sumber daya yang mendukung kesuksesan dari pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, dapat dianggap sebagai fondasi

dasar untuk pola tindak atau *blue print* berdasarkan dari suatu kegiatan pencapaian tujuan (Suhandang, 2014: 81-82).

2. Formulasi Strategi

Strategi diciptakan untuk dapat memberikan jaminan suatu organisasi dapat berjalan dalam sebuah rancangan yang telah dibuat sebelumnya. Pada strategi diperlukan sebuah formulasi strategi yang merupakan aktivitas perencanaan mengenai langkah-langkah pada organisasi di masa mendatang dengan membuat visi dan misi, menetapkan tujuan strategi dan kebijakan dengan tujuan mencapai visi dan misi yang telah dibuat atau mencapai tujuan strategi yang diciptakan. Menurut Hungger dan Wheelen formulasi atau perumusan strategi adalah proses dari pengembangan rencana jangka lama untuk menindak secara efektif kesempatan serta ancaman yang berasal dari lingkungan berdasarkan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki. Terdapat 4 komponen inti dalam formulasi strategi, yaitu:

- a. Misi merupakan tujuan utama dari suatu organisasi didirikan. Misi dapat dicetuskan dalam lingkup yang sempit ataupun luas berdasarkan dari situasi yang dihadapi.
- b. Tujuan merupakan hasil akhir yang berasal dari suatu kegiatan yang direncanakan. Tujuan akan menjelaskan mengenai apa yang akan digapai dan kapan hal tersebut digapai. Tujuan yang baik harus mampu dikuantifikasikan untuk dapat mempermudah penilaian kinerja dari sebuah organisasi.
- c. Strategi merupakan *master plan* yang menjelaskan mengenai bagaimana suatu organisasi akan menggapai misi serta tujuan yang telah dibuat. Strategi disusun dengan bentuk langkah-langkah secara umum yang akan dilaksanakan oleh organisasi yang nantinya akan dijadikan sebuah pedoman dalam menyusun kebijakan-kebijakan.
- d. Kebijakan merupakan pedoman secara garis besar dalam pengambilan sebuah keputusan. Dalam menyusun kebijakan

berpedoman kepada strategi yang telah diciptakan sebelumnya. Pada sektor publik, kebijakan yang telah diambil harus diciptakan dalam bentuk dan proses yang legal sehingga dapat dilaksanakan.

Dalam memformulasikan suatu strategi, sebuah organisasi perlu memperhatikan beberapa langkah, yaitu sebagai berikut:

- a. Identifikasi terlebih dahulu lingkungan yang akan dimasuki oleh organisasi di masa depan.
 - b. Tentukan misi agar dapat mencapai visi organisasi yang dapat menjadi sebuah cita-cita besar.
 - c. Analisis lingkungan eksternal maupun internal dari organisasi, hal ini bertujuan agar dapat mengukur kekuatan, kelemahan serta peluang beserta ancaman yang nanti dihadapi di masa mendatang.
 - d. Identifikasikan faktor-faktor penting yang dimiliki dan sesuai dengan perubahan lingkungan yang akan dihadapi (Efri Novianto, 2019: 36).
3. Peran Perencanaan Strategi dalam Organisasi atau Lembaga

Perencanaan strategi yang berperan sebagai perencanaan menyeluruh yang bersifat jangka panjang sudah pasti memegang peran penting dalam sebuah organisasi. Hal ini dikarenakan keberadaannya dipercaya mampu menciptakan segala hal menjadi baik. Mengingat bahwa perencanaan strategi menjadi hal yang mendasar untuk menciptakan perencanaan operasional yang bertujuan agar tujuan organisasi dapat tercapai dan dalam perencanaan strategi ini pula berperan penting dalam membangun suatu sistem kerja yang berarah kepada pencapaian dari sebuah tujuan organisasi ataupun lembaga.

Berdasarkan Studi Ugbaro dikutip dari Rusniati dan Ahsanul Haq dalam artikel yang berjudul *Perencanaan Strategis dalam Perspektif Organisasi*, menunjukkan dengan secara jelas bahwa efektivitas dari

perencanaan strategi adalah alat yang sangat efektif dari manajemen strategi. Karena perencanaan strategi diperlukan guna mencapai tujuan dari organisasi atau lembaga. Selanjutnya dijelaskan bahwa perencanaan strategi yang efektif memerlukan sebuah peran yang aktif dari pemimpin organisasi dalam hal menentukan arah strategi organisasi. Adanya bentuk dukungan yang baik dari anggota-anggota lembaga atau organisasi terhadap perencanaan strategi amat membantu dalam keberhasilan pencapaian tujuan. Perencanaan strategipun perlu mampu merespon perubahan lingkungan yang terjadi dan mampu menghadapi rintangan yang ada (Rusniati dan Haq, 2014: 6).

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Berdasarkan bahasa, kata dakwah memiliki arti yaitu, “seruan”, “panggilan”, “ajakan”. Dari bentuk kata tersebut jika pada bahasa Arab disebut dengan *mashdar*. Sementara dalam bentuk kata kerja adalah *da'a-yad'u* yang memiliki arti “menyeru”, “memanggil”, atau “mengajak” (Yunus, 2010: 127).

Berdasarkan Muhammad Natsir, pada karya tulisnya yang berjudul *Fungsi Dakwah Islam*, mengartikan dakwah sebagai sebuah usaha-usaha dalam menyampaikan serta menyerukan kebaikan kepada seorang manusia, maupun kepada semua umat Islam mengenai pandangan serta tujuan hidup dari manusia yang ada di dunia ini, yang terdiri dari *amar ma'ruf nahi munkar*, beserta beragam media untuk tujuan pembentukan akhlak dan pembimbing dalam kehidupan individu, kehidupan berumah tangga, kehidupan bermasyarakat maupun berkehidupan bernegara.

Pada bukunya yang berjudul *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*, H.S.M Nasaruddin Latif menjelaskan bahwa dakwah merupakan semua upaya dan aktivitas yang menggunakan lisan ataupun tulisan, yang sifatnya adalah mengajak dan menyeru, serta memanggil manusia lainnya untuk menjadi orang yang beriman dan mematuhi

perintah Allah swt yang sesuai akan garis-garis ajaran akidah, syari'at, dan akhlak Islamiyah.

Dari definisi yang sudah dijelaskan diatas, walaupun ada terdapat berbagai perbedaan pendapat. Tetapi, jika dibandingkan dengan satu sama lain maka dapat diambil sebuah kesimpulan yaitu:

- a. Dakwah merupakan sebuah cara dari pelaksanaan suatu kegiatan atau suatu aktivitas yang dilaksanakan secara sadar dan sengaja.
- b. Kegiatan yang dilaksanakan tersebut adalah berupa:
 - Memanggil atau mengajak orang-orang untuk menjadi orang yang beriman serta mentaati Allah swt atau memeluk agama Islam
 - Amar ma'ruf*, yaitu perbaikan serta pembangunan pada masyarakat (*ishlah*)
 - Nahi munkar*
- c. Metode dari pelaksanaan kegiatan tersebut dilaksanakan guna tercapainya tujuan menuju kebahagiaan serta kesejahteraan dalam hidup yang selalu diridhai oleh Allah swt.

2. Tujuan Dakwah

Aktivitas berdakwah mempunyai sebuah tujuan. Tujuan tersebut adalah hasil yang ingin dicapai dari semua tindakan yang dilakukan dalam kegiatan berdakwah. Demi tercapainya tujuan yang telah dibuat ini, maka seluruh perencanaan serta tindakan perlu dilakukan secara terarah.

Tujuan utama dari dakwah sebagaimana yang sudah disebutkan adalah untuk terwujudnya sebuah kebahagiaan serta kesejahteraan dalam hidup baik dunia maupun akhirat yang diridhai oleh Allah swt.

Kebahagiaan serta kesejahteraan dalam hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah swt merupakan sebuah nilai yang diharapkan bisa diraih oleh seluruh manusia. Hal ini diartikan kegiatan

berdakwah, baik untuk menyeru ataupun mengajak umat manusia agar dapat menerima serta memeluk agama Islam, baik dalam wujud *amar ma'ruf nahi munkar*. Bertujuan untuk terciptanya kebahagiaan serta kesejahteraan dalam kehidupan baik ketika di dunia maupun di akhirat yang akan selalu diridhai oleh Allah swt (Sholeh, 2010: 7).

3. Unsur Dakwah

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

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Da'i menurut etimologis kata *da'i* berasal dari bahasa Arab, yang memiliki arti sebagai orang yang melakukan dakwah. Lalu menurut terminologis, *da'i* adalah tiap-tiap orang Islam yang memiliki akal *mukallaf* atau *aqil baliq* yang memiliki kewajiban untuk melaksanakan dakwah. Maka secara sederhananya, *da'i* merupakan 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. Karena itu sebagai seorang *da'i* harus cerdas serta cermat saat memahami kondisi psikis dan kejiwaan dari obyek dakwah, hal itu bertujuan supaya *da'i* dapat menentukan strategi yang sesuai untuk *mad'u* (obyek dakwah) dan tahap perubahan dari perilaku dapat dicapai secara maksimal.

b. Obyek dakwah (*mad'u*)

Mirip seperti dengan *da'i*, seorang *mad'u* pun memiliki peran yang penting pada kegiatan berdakwah. *mad'u* adalah seorang individu yang memiliki sifat yang dinamis pada berbagai kelebihan dan kekurangannya, maka dari itu dalam hal kerangka interaksi sosial memerlukan pembimbing serta

pengarahan yang sama dengan tujuan dari dakwah. Pada hal membimbing serta mengarahkan mad'u harus memperhatikan aspek dari kebutuhan dari mad'u. Kebutuhan dari mad'u pada umumnya terdiri dari *affiliative needs*, *status*, serta *safety needs*. *Affiliative needs* atau *the need to belong* adalah sebuah keinginan dari manusia yang berperan sebagai sasaran dari dakwah untuk dapat diterima sebagai bagian dari suatu kelompok serta anggota masyarakat. Lalu *status needs* adalah keinginan tentang kekuatan atau kekuasaan, *prestige*, popularitas, dan sebagainya. Sementara makna dari *safety needs* adalah keinginan dasar dari manusia untuk memiliki rasa aman dari fitroh ketakutan, kesalahan, dan lain sebagainya.

c. Lingkungan dakwah

Lingkungan memiliki fungsi yang strategis untuk mendukung keberhasilan dari dakwah terutama yang memiliki terhadap perkembangan dari *mad'u* pada rangkaian sosial kemasyarakatan ataupun kelompok sosial budaya. Aspek lingkungan juga berperan dalam membentuk sebuah karakter serta kepribadian dari seorang *mad'u*, karena lingkungan yang bersifat kondusif dipercaya dapat menciptakan sebuah karakter serta kepribadian yang bersifat positif. Lalu sebaliknya, lingkungan dari *mad'u* yang kurang baik serta tidak bersifat kondusif maka akan membentuk sebuah kepribadian serta pola dari perilaku yang bersifat menyimpang.

d. Metode dan media dakwah

Metode bisa disebut teknik dakwah pada kegiatan dakwah dapat mengubah pola interaksi yang terbentuk. Sementara media dalam berdakwah adalah aspek yang dapat menentukan faktor kelancaran dari kegiatan berdakwah.

Faktor tersebut adalah bagian dari *defend variable* yang maknanya adalah penggunaan media tertentu memiliki kualitas efektivitas yang tergantung dari faktor lainnya terutama pada orang yang menggunakannya.

e. Tujuan dakwah

Tujuan dakwah merupakan suatu aspek yang dapat dijadikan pegangan pada proses yang dilakukan secara sistematis serta konsisten (Ritonga 2020: 91-92).

C. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi pada dasarnya merupakan suatu persiapan serta manajemen agar dapat mencapai sebuah tujuan. Namun, agar dapat mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak hanya bermanfaat sebagai sebuah penunjuk seperti peta yang hanya berguna untuk menunjukkan suatu arah saja, namun perlu pula menunjukkan tentang cara bagaimana teknik operasionalnya (Iman, 2017: 5).

Maka oleh karena itu, strategi dakwah adalah percampuran dari suatu persiapan atau perencanaan dengan manajemen dakwah agar dapat mencapai sebuah tujuan. Agar dapat mencapai tujuan tersebut strategi dakwah perlu menampilkan bagaimana implementasinya dalam hal secara teknik yang perlu untuk dilaksanakan. Oleh karena itu, dalam hal ini memiliki arti bahwa pada pendekatan dapat berubah-ubah tergantung dari waktu, kondisi, serta situasi (Hadi, 2019: 74).

Terdapat beberapa pendapat bagaimana strategi dalam kegiatan berdakwah, menurut Moh. Ali Azis strategi dakwah adalah sebuah tindakan perencanaan mengenai rangkaian dari kegiatan yang dibuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan dakwah tertentu sehingga terdapat dua hal yang harus diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi adalah suatu rencana dari suatu tindakan atau susunan dari kegiatan berdakwah. Hal ini terdiri dari bagaimana pemilihan tema, pemilihan *da'i* atau narasumber, tujuan

pembuatan konten, proses produksi, dan metode promosi serta sasaran. Sehingga, makna dari strategi adalah proses dari tindakan penyusunan pada rencana kerja, belum sampai hingga pada tingkatan tindakan.

- b. Strategi disusun agar mencapai tujuan dari dakwah. Arah dari semua keputusan yang dibuat pada strategi yang telah disebut sebagai pencapaian tujuan. Oleh karena itu, hal yang harus diperhatikan sebelum menentukan sebuah strategi, adalah perlu dilakukan pula perumusan tujuan yang sifatnya jelas dan juga bisa diukur tingkat keberhasilannya nanti. Tujuan dalam strategi dakwah terbagi menjadi dua macam, yakni tujuan umum (utama) dan tujuan khusus (perantara). Tujuan utama adalah tujuan penting yang menjadi arah dari semua kegiatan berdakwah, yaitu transformasi dalam sikap serta perilaku dari *mad'u* yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Pada tujuan umum ini tidak akan bisa dicapai sekaligus karena dalam merubah perilaku dan sikap seseorang bukan merupakan hal yang mudah. Maka dari itu diperluakan tahapan-tahapan dalam sebuah pencapaian. Tujuan dari setiap tahap itulah yang disebut dengan tujuan perantara (Ali Azis, 2004: 349).

Sementara itu, pendapat mengenai strategi dakwah yang dilakukan di Indonesia juga ditulis oleh Abdul Munir Mulkan, yaitu:

- a. Pemantauan kembali terhadap pendekatan dari dakwah dengan cara sentral perencanaan dakwah yang memiliki sebuah orientasi kepada penyelesaian masalah yang ada pada umat manusia.
- b. Pergantian dari medan dakwah (model komunikasi dakwah) konvensional, yaitu tablig yang dilakukan secara dialog menjadi dakwah multi-dialog. Multi-dialog terdiri dari dialog amal, seni, intelektual, serta budaya.

- c. Melakukan pendekatan konstruksi kepada obyek dakwah yang bersifat “abangan”, dengan cara menghilangkan sebuah jarak psikologis maupun budaya yang ada.
- d. Meningkatkan suatu sistem informasi yang bisa mencapai umat manusia dengan menyeluruh serta menciptakan komunikasi yang lebih efektif (Mulkan, 1996: 213-214).

Strategi dakwah memerlukan penyesuaian yang sesuai, yaitu dengan cara memperkecil kelemahan serta ancaman dan memperbesar pada keunggulan serta peluang. Pola dari penyesuaian ini disebut oleh M. Natsir sebagai *dakwah bil al-hikmah* atau disebut dakwah secara bijaksana, yaitu:

- a. Bijak dalam mengenal suatu golongan
- b. Bijak dalam memilih ketika harus diam dan ketika harus berbicara
- c. Bijak dalam melakukan tukar pemikiran serta mencari titik pertemuan sebagai langkah awal untuk maju secara sistematis
- d. Bijak tidak melepaskan *shibghah*
- e. Bijak memilih serta menyusun kata yang tepat
- f. Bijak dalam melakukan perpisahan
- g. Bijak dengan arti keteladanan yang baik (Moh. Ali aziz, 2016: 357)

Lalu kemudian menurut Al-Bayanuni, sebagaimana dikutip dari Muklis dari artikel berjudul *Strategi Dakwah Al Bayanuni*, terbagi menjadi tiga strategi yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi sentimental (*al-manhaj al-athifi*). Strategi ini adalah perencanaan dan metode yang berfokus pada aspek dari hati dan memotivasi perasaan serta batin dari *mad'u* dengan cara memberi nasihat yang bersifat mengesankan, ceramah, dan mengajak atau memanggil dengan kelembutan ataupun dilakukan dengan cara menyediakan pelayanan yang baik

kepada para *mad'u*, serta mengingatkan akan mengenai pahala dan dosa serta memberikan rasa optimisme kepada para *mad'u* dan juga menceritakan mengenai kisah-kisah nabi, sahabat-sahabat nabi dan beserta para pengikutnya yang bisa menyentuh hati *mad'u*. Semua itu adalah metode yang ditingkatkan dari strategi ini (Muklis, 2018: 85). Pada strategi *al-manhaj al-athifi* terdapat cara yang dapat dilaksanakan yaitu:

- a) Gaya penyampaian dengan menggunakan *Mau'izhah hasanah* (Pengajaran yang baik) dengan melakukan pengajaran dengan cara ceramah, majelis dzikir untuk mengingat dan mensyukuri nikmat yang telah diberikan oleh Allah Swt, memberikan sanjungan berupa penyebutan keistimewaan-keistimewaan serta keutamaan *al- mad'u*, atau memberikan kritikan mengenai kekurangan mereka, memberikan semangat dengan menjelaskan mengenai pahala dan balasan (*targhib*), serta memberikan peringatan akan adanya siksa (*tarhib*), menjanjikan dengan adanya perlindungan dan pertolongan oleh Allah Swt, menceritakan kisah-kisah teladan yang bisa diambil pelajaran
 - b) Menunjukkan sikap santun dan kasih sayang terhadap orang-orang yang diserukan dakwah, yakni dengan ucapan yang baik dan berkesan
 - c) Memenuhi segala kebutuhan dalam dakwah baik dalam hal materi maupun non materi, mendahulukan dalam memberikan bantuan dan pertolongan baik yang jumlahnya banyak maupun sedikit, serta selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para jamaah (Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, 2010: 216).
- b. Strategi rasional (*al-manhaj al-aqli*). Strategi rasional merupakan dakwah yang menggunakan sebagian metode

dengan berfokus kepada aspek yang berasal dari akal pikiran. Pada strategi ini dapat mendorong para mad'u agar bisa merenungkan, befikir serta dapat mengambil sebuah pelajaran yang ada. Penerapan hukum dari logika, diskusi ataupun penampilan dari contoh serta juga bukti dari sejarah yang ada adalah bentuk metode dari sebuah strategi rasional (Muklis, 2018: 85). Beberapa cara yang bisa untuk dilakukan dengan menggunakan strategi rasional yaitu:

- a) Mentapkan keputusan rasional dengan berbagai macam format, sesekali dengan menggunakan *qiyas aula* (analogi kasus yang lebih utama), *qiyas musawi* (analogi kasus yang selevel), *qiyas al-khalf* (analogi terbalik) dan *qiyas dhimni* (analogi inklusif).
 - b) Menggunakan cara *jedal* (debat), *munazharah* (diskusi), *hiwar* (percakapan)
 - c) Memberikan beberapa perumpamaan, baik perumpamaan yang jelas, yang samar, maupun perumpamaan lainnya yang biasa berlaku di kalangan masyarakat
 - d) Menceritakan kisah-kisah yang rasional untuk dapat dijadikan pembelajaran (Al- Bayanuni, 2010: 221).
- c. Strategi inderawi (*al-manhaj al-hissi*). Pada strategi inderawi disebut juga sebagai strategi ilmiah. Strategi ini diartikan sebagai suatu sistem dari dakwah ataupun gabungan metode dari dakwah yang lebih mengarah kepada panca indra serta berpegang teguh kepada hasil penelitian serta percobaan. Cara-cara yang digabungkan dari strategi ini terdiri dari praktik dari keagamaan dan keteladanan (Muklis, 2018: 85). Terdapat cara yang dapat digunakan dalam strategi *al-manhaj al-hissi*, yaitu:
- a) Menarik panca indera agar mengenali hal-hal yang sifatnya inderawi agar dapat masuk pada penerimaan dakwah.

- b) Dengan cara pembelajaran secara praktik, dengan cara para *mad'u* menyaksikan langsung praktik tata cara pelaksanaan ibadah yang diperintahkan oleh agama. Sebagaimana Rasulullah Saw mengajarkan tata cara sholat dan haji
- c) Memberikan teladan dengan tingkah laku yang mencerminkan pendidikan mengenai akhlak dan ibadah
- d) Mengubah kemungkaran dengan tangan serta menghilangkannya dari pelaku kemungkaran tersebut. Hal ini dianggap sebagai langkah dalam menghilangkan kemungkaran yang derajatnya paling kuat. Sebagaimana sabda Rasulullah Saw dalam hadist riwayat Muslim nomor 49 “Barangsiapa di antara kamu melihat kemungkaran, maka hendaknya ia mencegah dengan tangannya”
- e) Menceritakan mukjizat-mukjizat para Nabi serta Rasul yang sifatnya inderawi dan beberapa hal yang di luar kebiasaan lainnya, sebagaimana pernah terjadi pada Nabi-nabi terdahulu dan Rasulullah Saw.
- f) Dengan cara penampilan drama dan pertunjukan sebagian unsur dakwah, dan metode-metode lainnya yang berpedoman pada indera manusia (Al-Bayanuni, 2010: 226).

2. Strategi Dakwah pada Media YouTube

New media adalah perkembangan baru dari media-media yang sudah digunakan oleh manusia. Karakteristik dari *new media* tentu memudahkan untuk bertukar informasi dan berbagai kegiatan lainnya, salah satunya adalah YouTube. Era milenial menuntut kecepatan serta kemudahan dalam mengakses sebuah informasi, sementara dakwah belum sepenuhnya memanfaatkan berbagai macam media yang berkembang. Maka dari itu, diperlukanlah sebuah strategi untuk

mengoptimalkan sebuah pesan dakwah agar dapat tersampaikan khususnya pada media YouTube, yaitu antara lain sebagai berikut:

- a. Memaksimalkan Video Dakwah di YouTube. YouTube merupakan media sosial yang cocok untuk mencari suatu informasi tanpa perlu membaca artikel. Sebagai media *file sharing*, YouTube memudahkan penggunaannya untuk bisa mencari dan mengunggah video yang dapat ditonton oleh orang lain. Dalam konteks dakwah, kebutuhan publik akan video yang berdurasi singkat namun informatif masih sangat tinggi, hal ini dapat dimanfaatkan oleh *da'i* untuk menyebarkan pesan dakwah melalui YouTube.
- b. Komunikasi Viral. Viral jika dihubungkan dengan komunikasi dapat diartikan bahwa proses komunikasi yang secara berantai memperbanyak diri. Dahulu strategi viral disebar dengan cara dari mulut ke mulut, namun kini dengan adanya media sosial yang amat canggih, viral di media sosial disebar melalui tautan video, foto maupun berita. Fenomena viral yang ada di media sosial ini dapat memudahkan konten dakwah tersebar dengan cepat. Namun, untuk menyebarkan pesan dakwah tidak hanya berusaha agar pesan dakwah viral saja, melainkan seorang *da'i* juga perlu mengetahui waktu yang ramai dan pas untuk menyebarkannya.
- c. Mengemas Pesan Dakwah. Pesan mempunyai tiga komponen, yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasipesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat mempresentasikan obyek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah, dan sebagainya). Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatap muka, dan sebagainya), juga melalui musik, lukisan, tarian, film, dan sebagainya. Menyampaian pesan dapat pula melalui lisan, tatap muka, langsung atau menggunakan media/saluran.

Selain komponen, pesan juga memiliki sifat khusus, yaitu bersifat informatif, persuasif, dan koersif. Pesan bersifat informatif karena hanya memberikan informasi. Dalam situasi tertentu, pesan informatif lebih berhasil daripada pesan persuasif. Pesan persuasif berisi bujukan yang membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang. Sedangkan pesan koersif bersifat memaksa. Bentuk yang terkenal dari penyampaian pesan koersif adalah agitasi, yakni dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan penekanan batin dan ketakutan di antara sesama kalangan publik. Pesan koersif dapat berbentuk perintah, intruksi dan sebagainya. Beberapa konsep pesan di atas dapat menjadi acuan dalam mengemas pesan dakwah, selain itu agar pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikan (penerima pesan), maka pesan komunikasi yang terdiri dari isi pesan dan lambang harus diproduksi dengan sangat hati-hati (Habibi, 2012: 115).

D. YouTube

Media YouTube adalah suatu *website* yang memfasilitasi para pemakainya agar dapat berbagai video atau hanya sekedar menikmati video yang telah diunggah oleh banyak pihak. Terdapat pula bermacam-macam video dapat diunggah atau ditonton, contohnya adalah video klip musik penyanyi tertentu, film pendek, video blog ataupun video edukasi dan masih banyak lagi (Putra, 2019: 264).

Layanan YouTube ini disediakan oleh Google yang bertujuan agar para pengguna yang mana tak hanya menonton video yang disediakan namun juga dapat berbagi video. Adanya YouTube merupakan sebuah wujud dari pergeseran teknologi internet yang mulanya berbentuk web yang hanya bisa dibaca sekarang beralih menjadi situs web yang dapat dilihat dan ditonton (Wilson, 2015:10).

Media YouTube adalah media sosial yang paling banyak digandrungi oleh masyarakat di masa sekarang. Ketenaran dari YouTube diproyeksikan tetap mengalami peningkatan seiring dengan adanya banyak

pengguna YouTube. Pada sebelumnya, YouTube telah mencatat jumlah dari penonton setiap bulan sejumlah 1,5 miliar penonton pada pertengahan tahun 2017. Bahkan menurut lembaga dari riset pasar Statista telah memperkirakan bahwa jumlah dari pengguna YouTube akan mengalami kenaikan sejumlah 1,8 miliar penonton di tahun 2021. Meningkatnya ketenaran dari YouTube tersebut disebabkan oleh meningkatnya nilai guna dari platform yang berbagi video pada situs tersebut bagi para penggunanya (Mujianto, 2019: 136).

Berdasarkan dari data yang telah dikutip oleh CNN dari data Pew Research, media sosial YouTube adalah media yang paling terkenal diantara kalangan para anak muda usia dewasa, kulit hitam serta Hispanik. Terdapat banyak situs jejaring sosial, namun YouTube lebih banyak digunakan oleh para pengguna yang berusia diantara umur 18 hingga 29 tahun dengan presentase sebesar 82% (<https://www.cnnindonesia.com>).

Youtube adalah salah satu *platform* media baru yang paling populer di Indonesia (Ulya, 2019: 1). Kehadiran dari media baru ini semakin mempermudah dalam melakukan komunikasi dan mempengaruhi pola komunikasi dari masyarakat yang dapat berlangsung secara terus menerus. Media baru ini kemudian berfungsi sebagai media sosial, Schiffman dan Kanuk menjelaskan bahwa kelebihan dari media sosial adalah memiliki sifat yang *addressable* yaitu pesan dapat disampaikan dengan secara langsung meskipun penerima-penerima pesan yang lain dapat menerima esensi dari pesan yang sama, serta media sosial memiliki sifat yang interaktif yang mana dalam artian bahwa penerima pesan dapat melakukan interaksi secara khusus dengan yang mengirimkan pesan, serta bahkan dengan mudah untuk menyebarkannya. Adanya media sosial ini, pengguna bisa membangun sebuah percakapan bahkan membangun sebuah komunitas, hal ini karena media sosial dapat memberikan kemudahan untuk mempertemukan beberapa atau banyak orang yang memiliki minat yang sama (Ricko, Junaidi, 2019: 232).

Youtube sebagai media sosial juga memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan media lainnya. Adapun karakteristik tersebut adalah:

- a) Partisipasi, mendorong sebuah kontribusi serta umpan balik dari setiap orang yang memiliki ketertarikan atau berminat untuk menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batasan antara media dengan audiens.
- b) Keterbukaan, kebanyakan dari media sosial terbuka terhadap umpan balik serta partisipasi dengan melalui saran-saran, voting, komentar, serta berbagi seputar informasi. Sangat jarang dijumpai batasan dalam mengakses dan memanfaatkan isi pesan yang ada di media sosial.
- c) Perbincangan, memungkinkan terjadinya suatu perbincangan antara pengguna secara “dua arah”.
- d) Komunitas, media sosial dapat memungkinkan terbentuknya suatu komunitas-komunitas dengan cepat dan dapat berkomunikasi secara efektif mengenai berbagai beragam isu/kepentingan.
- e) Keterhubungan, kebanyakan media sosial tumbuh secara subur karena adanya kemampuan untuk melayani keterhubungan antara para pengguna, dengan melalui fasilitas tautan (*links*) menuju ke *website*, sumber-sumber terkait informasi, serta dapat terhubung dengan pengguna lainnya (Gustam, 2015:232).

Pada media sosial atau media baru seperti YouTube juga diperlukan sebuah strategi komunikasi agar pesan atau tujuan yang ingin disampaikan dapat terwujud. Menurut Cutlip, Center, Broom, pada umumnya terdapat 4 proses pada pembentukan strategi tersebut yaitu diantaranya:

- a) Mendefinisikan sebuah problem atau peluang. Dalam langkah ini lembaga atau organisasi melaksanakan analisis dari situasi. Lembaga atau organisasi melakukan penyelidikan dan

memantau pengetahuan, sikap, opini dan perilaku pihak-pihak yang memiliki hubungan dan dipengaruhi oleh kebijakan serta tindakan dari organisasi atau lembaga. Kegiatan riset ini memiliki peran yang sangat penting dalam langkah ini. Pada langkah ini lembaga atau organisasi dapat menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weeknees, Opportunities, Treaths*) untuk mengetahui kondisi dari organisasinya.

- b) Perencanaan dan pemrograman. Informasi yang telah dikumpulkan dari langkah pertama tadi digunakan untuk membuat keputusan-keputusan terkait dengan lembaga dan publik. Organisasi atau lembaga juga merumuskan strategi-strategi untuk mencapai tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik, serta sasaran dari program yang sudah direncanakan. Perencanaan mengenai strategi melibatkan pembuatan keputusan mengenai tujuan serta sasaran program, mengidentifikasi publik kunci, menentukan kebijakan ataupun aturan untuk mengatur mengenai pemilihan dan penentuan strategi.
- c) Mengambil tindakan serta berkomunikasi. Langkah ketiga dalam proses ini merupakan tindakan dalam mengimplementasikan program mengenai aksi dan komunikasi yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan program.
- d) Melakukan evaluasi program. Langkah terakhir dari proses ini adalah melakuka evaluasi atau penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian tetap akan dilaksanakan sembari program diimplementasikan dan didasarkan pada evaluasi atau *feedback* mengenai program yang telah dijalankan (Joni, 2017: 4).

E. Toleransi Antar Umat Beragama

1. Pengertian Toleransi Antar Umat Beragama

Dilihat secara etimologis kata toleransi berasal dari bahasa Inggris yaitu kata *toleration*, yang di bahasa Indonesia memiliki arti kata toleransi. Sementara pada bahasa Arab disebut dengan *al-tasamuh* yang memiliki arti berarti sikap tenggang rasa. Sementara berdasarkan terminologis, arti toleransi merupakan perbuatan yang memperbolehkan orang lain untuk melakukan suatu hal yang sesuai dengan kepentingan dan kepercayaan masing-masing (Suryan A, Jamrah, 2015: 186).

Dalam konteks sosial budaya dan agama, toleransi adalah sikap serta perbuatan yang melarang tindak diskriminasi terhadap pihak-pihak yang berbeda dalam suatu masyarakat. Toleransi merupakan salah satu bentuk untuk saling menghormati sesama dan tidak memaksakan kehendak orang lain. Manusia yang memiliki sikap atau sifat yang menganggap dirinya lebih baik daripada orang lain, lebih tinggi, dan merasa paling benar justru cenderung akan lebih mudah memiliki perilaku anti toleran (Shofiah Fitriani, 2020: 183)

Sementara itu, toleransi dengan antar umat beragama mempunyai makna yaitu perilaku lapang dada seseorang untuk memperbolehkan dan menghormati pemeluk agama lain untuk melakukan kegiatan ibadah sesuai dengan kepercayaan, dan ketentuan dari agama masing-masing yang diyakini tanpa mengganggu atau melakukan pemaksaan baik dari orang lain maupun pemaksaan yang berasal dari orang terdekat sekalipun. Dalam Islam pula tidak mengekang umatnya untuk menolong ataupun berhubungan dengan baik dengan orang yang memeluk agama lain, selama hal itu tidak berhubungan dengan masalah akidah serta ibadah. Konsep ini telah dilakukan oleh Rasulullah SAW sebagaimana beliau melakukan komunikasi secara baik dengan umat yang beragama non-muslim. Toleransi beragama adalah bentuk akomodasi pada interaksi sosial. Manusia yang beragama secara sosial tidak dapat menolak bahwa mereka perlu untuk bergaul bukan hanya dengan kelompok agamanya sendiri,

namun juga dengan kelompok agama yang berbeda. Umat beragama harus terus berupaya untuk terus memunculkan sikap toleransi agar dapat terciptanya sebuah keseimbangan sosial sehingga tidak terjadi benturan ideology dan fisik diantara umat yang berbeda agama (Casram, 2016: 188).

Pada hakikatnya, toleransi antar umat beragama merupakan sebuah mekanisme sosial yang dilakukan oleh manusia untuk menyikapi keberagaman serta pluralitas agama. Agar dapat terciptanya toleransi antar umat beragama, maka perlu adanya hubungan sosial yang harmonis dari interaksi sosial yang dinamis. Setiap manusia memiliki nilai-nilai yang perlu untuk dipatuhi, diyakini dan dilaksanakan agar terjaganya hubungan yang harmonis antar masyarakat. Nilai-nilai yang dimaksud tersebut dikenal dengan *local wisdom* atau kearifan lokal. Kearifan lokal ini merupakan bentuk keyakinan, pengetahuan, pemahaman atau wawasan, serta adat kebiasaan atau etika yang menuntun manusia agar dapat memiliki hubungan yang baik dengan sesama manusia. Maka dari itu kearifan lokal tersebut mengajarkan manusia tentang perdamaian sesama manusia dan lingkungannya (Ika Fatmawati, Faridah, 2013: 15).

2. Prinsip Toleransi dan Toleransi Antar Umat Bergama

Islam memiliki prinsip dan ketentuan tersendiri yang harus dipegang teguh oleh muslimin di dalam toleransi yaitu:

- a) Toleransi Islam terbatas dan fokus pada masalah hubungan mengenai sosial kemasyarakatan yang dibangun atas dasar kasih sayang dan persaudaraan atas sesama manusia, asal tidak bertentangan dengan tidak melanggar ketentuan islam
- b) Toleransi dalam wilayah agama Islam hanya sebatas membiarkan dan memberikan suasana yang kondusif bagi umat agama lain untuk dapat beribadah menjalankan agama ibadahnya menurut keyakinan dan tata cara agama yang diyakininya, apalagi memaksa umat lain untuk berpindah agama ke agama Islam.

- c) Di dalam toleransi kemurnian akhlak dan syariah wajib dijaga dan dipelihara. Maka Islam sangat melarang sikap toleransi yang berlebihan, yaitu sikap toleransi yang bersifat kompromistis yang bernuansa sinkretis (Suryan A. Jamrah, 2015: 192)

Dalam toleransi antar umat beragama pun terdapat beberapa prinsip yaitu antara lain:

- a. Tidak boleh terdapat paksaan mengenai beragama, baik yang dilakukan secara paksaan yang bersifat halus maupun paksaan yang bersifat kasar
- b. Manusia mempunyai hak untuk menentukan serta memilih untuk memeluk agama yang diyakininya dan melakukan ibadah sesuai dengan keyakinannya tersebut
- c. Tidak bermanfaat atau berguna melakukan pemaksaan kepada individu ataupun kelompok untuk mengikuti suatu keyakinan atau agama tertentu
- d. Tuhan Yang Maha Esa tidaklah melarang umatnya untuk hidup bermasyarakat dengan orang yang memiliki paham berbeda atau tidak seagama, hal ini bertujuan dengan harapan agar tidak terjadinya tindakan permusuhan (Ali, 1986: 82).

3. Kendala Toleransi Antar Umat Beragama

Secara logis dan teoritis, semua umat beragama pasti menginginkan kehidupan bermasyarakat yang damai tanpa adanya konflik termasuk konflik perbedaan agama. Pada hakikatnya, semua agama tidak ada yang menganjurkan dalam hal kekerasan dan konflik. Namun, kenyataannya toleransi yang menjadi sebuah syarat penting agar terciptanya kedamaian serta kerukunan sosial tidak mudah untuk diwujudkan. Ada beberapa kendala yang muncul saat mewujudkan toleransi antar umat beragama, yaitu:

- a) Fanatisme dan Radikalisme. Fanatisme yang mengklaim agama sendiri paling benar dan menyalahkan bahkan justru menyatakan bahwa agama lain adalah sesat, sudah jelas bahwa sikap tersebut menyebabkan timbulnya gejala sosial. Apalagi jika sifat fanatisme tersebut ditambah dengan sifat radikalisme yang akan lebih memunculkan tindak kekerasan dengan mengatas namakan agama dan memaksa orang lain untuk berpindah keyakinan
- b) Sinkretisme. Sinkretisme merupakan sikap kompromistis atau mencampur akidah dan ibadah antar agama yang disebut dengan toleransi yang berlebihan. Yaitu dengan mencampur baurkan antara akidah dengan ibadah mereka. Toleransi yang berlebihan ini justru sangat berpotensi menimbulkan masalah yang kontroversial dan rawan berujung terjadinya konflik internal dalam satu agama. Sikap dan perilaku sinkretis dapat menjadi dalam kendala toleransi internal dan antar umat beragama. Toleransi yang benar adalah sikap yang tenggang rasa dan empati agar terciptanya sebuah kerukunan tanpa merusak akidah dari suatu agama (Shofiah Fitriani: 2020,189).

BAB III

CHANNEL YOUTUBE ISLAMIDOTCO

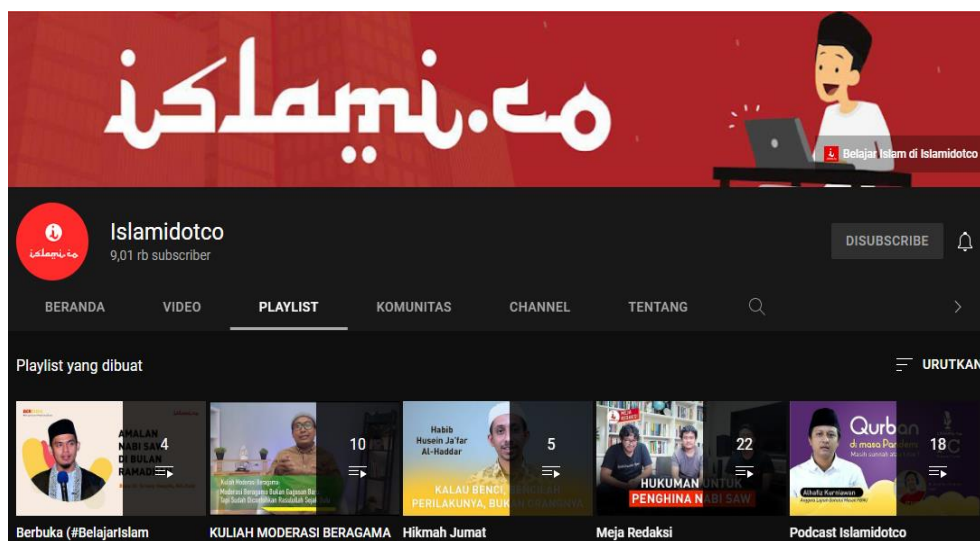
A. Profil *Channel* YouTube Islamidotco

Channel YouTube Islamidotco merupakan *Channel* YouTube yang dibuat untuk menyebarkan informasi dan gagasan tumbuhnya masyarakat yang memiliki toleransi dan kedamaian (<https://islami.co>). *Channel* YouTube Islamidotco dibentuk pada 14 Desember 2017. Awalnya Islamidotco aktif melalui website yang membagikan artikel-artikel serta informasi terkait keislaman yang dibentuk pada tanggal 29 Februari 2012, hingga kemudian Islamidotco berkembang di berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan tentunya YouTube.

Terbentuknya Islamidotco awalnya berawal dari kegelisahan Mohamad Syafi' Ali selaku founder dari Islamidotco ketika dia menginjakkan kaki di Jakarta, pada saat itu untuk pertama kalinya dia melihat Islam dan takbir yang diteriakkan dengan nada yang marah dan mengancam oleh PAM Swakarsa pada tahun 1998 demi kepentingan kekuasaan. Tak hanya itu, dia pun menemukan untuk pertama kalinya orang-orang yang beratribut Islami dengan menang menangan dan sedikit sombong. Padahal menurutnya, yang sudah diajarkan mengenai keislaman sejak kecil adalah menjadi seorang muslim perlu memiliki sikap yang santun dan senang mendahulukan orang lain ditambah jika dalam balutan busana muslim.

Kegelisahan dia bertambah dengan adanya situs-situs yang bernamakan Islam namun hanya menyebarkan ujaran-ujaran kebencian dan hasrat peperangan bertebaran di internet. Situs-situs yang sarat akan provokasi dan ujaran kebencian ini sangat membuat dia gelisah karena tak hanya jauh dari nilai-nilai keislaman dan akhlak mulia yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, tetapi juga dapat membahayakan *ukhuwah* baik pada kalangan nonmuslim maupun seluruh bangsa Indonesia.

Maka dari itu, Syafi' Ali bersama temannya seorang *programmer* yaitu Saeful Uyun yang kini juga menjadi founder dari Islamidotco, mulai membuat sebuah website yang harapannya dapat menjadi *counter-hegemony* atas web-web yang syarat akan provokasi tersebut, sehingga bisa menunjukkan bahwa agama Islam adalah agama yang tidak hanya rahmat bagi pemeluknya tetapi juga umat manusia pada umumnya. Dari web ini lah kemudian berkembang menjadi *Channel* Youtube Islamidotco.



Gambar 1.1 Channel Youtube Islamidotco

Channel YouTube Islamidotco kini memiliki sebanyak 9.01 ribu *subscriber* dengan jumlah video sebanyak 236 video, dengan jumlah ditonton sebanyak 720.550 kali. Beberapa video dari *Channel* YouTube Islamidotco berhasil ditonton ribuan orang yaitu video dengan judul, “Kaya tapi Misquuen”, “KTP Beda Agama Perempuan Ini Ditolak Ngekos”, “Nice Heart”, “Menjadi Aku tak Harus Kaku” dan “Kue Keranjang”. Semua video yang ditonton oleh ribuan orang ini merupakan kategori film pendek yang dibuat oleh *Channel* YouTube Islamidotco.

Channel YouTube Islamidotco juga dibantu oleh para kru-kru yang bekerja dalam pembuatan konten, yaitu terdiri dari Syafi' Ali dan Saeful Uyun sebagai founder dari Islamidotco, kemudian di bagian redaksi yang bertanggung jawab dalam pemilihan tema-tema konten terdiri dari Syafi'

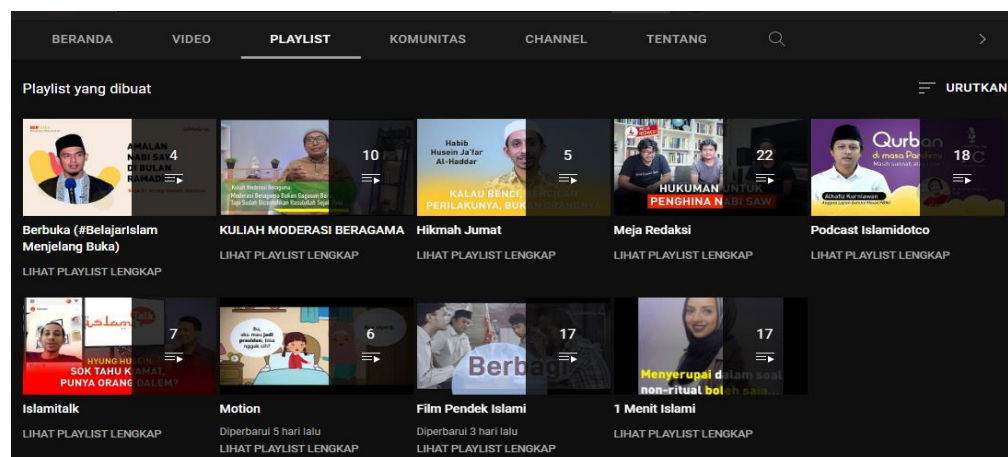
Ali, Hengky Ferdiansyah, Dedk Priyanto, M. Alvin Nur Choirin, Rifqi Fairuz, dan kemudian pada kru yang bertugas dalam pengolahan video terdiri dari Elik Ragil dan Saeful Uyun.

B. Visi dan Misi *Channel Youtube Islamidotco*

Islamidotco memiliki visi dan misi yaitu sebagai bentuk *counter hegemony* atas media-media yang sarat akan provokasi sentiment kebencian yang bisa membawa umat Islam khususnya Indonesia masuk ke dalam konflik kekerasan, sehingga dapat meneguhkan Islam sebagai rahmat yang tidak hanya untuk umatnya namun untuk seluruh manusia tanpa melihat ras, suku, terutama agama.

Hal ini dirasa penting sebagaimana dapat dilihat dari isi dunia maya belakangan ini dipenuhi banyak web dan media sosial yang berisi mengenai provokasi dan sentiment kebencian yang dapat menyeret umat Islam Indonesia dalam konflik kekerasan. Maka sebagaimana nabi Muhammad SAW diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia, Islamidoco ingin mensyiarkan nilai islam yang penuh etika mulia dan ajaran hidup bersama (<https://islami.co>).

C. Playlist *Channel YouTube Islamidotco*



Gambar 1.2 Playlist Channel YouTube Islamidotco

Ketika membuka YouTube dari Islamidotco akan tersaji kolom-kolom yang terdiri dari masing-masing video sesuai dengan kelompok

programnya yang tersusun secara rapi. Dalam masing-masing playlist tersebut juga berisi video-video dengan tema yang sudah ditentukan sebelumnya oleh kru redaksi yang bertugas. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu kru redaksi yaitu Hengky Ferdiansyah (17 Agustus 2022), menjelaskan bahwa dalam penentuan tema biasanya kru redaksi menentukan dua tema. Yang pertama adalah tema aktualitas, Islamidotco biasanya akan mengambil atau membahas seputar isu-isu yang sedang viral atau yang sedang jadi bahan pembicaraan di dunia maya. Lalu yang kedua adalah tema yang bersifat *timeless*, yang berarti tema tersebut akan tetap menjadi persoalan umat Islam khususnya Indonesia sampai kapan pun. Dalam tema-tema tersebut tentunya masih membahas seputar isu-isu keislaman dan hukum-hukum Islam yang masih menjadi perdebatan di kalangan umat muslim khususnya Indonesia.

Dalam playlist yang berisikan video-video tersebut terdapat sembilan kolom utama berdasarkan masing-masing program yang sudah dibuat yaitu:

1. Berbuka (#BelajarIslamMenjelangBuka)

Dalam kategori program ini membahas mengenai seputar keislaman mulai dari amalan-amalan yang Nabi Muhammad SAW lakukan ketika berpuasa, tips melatih anak untuk juga ikut berpuasa, cinta lingkungan yang diajarkan oleh Walisongo, hingga membahas tanda hitam pada jidat. Program ini tayang pada bulan ramadhan dengan jumlah video sebanyak 4 video yang berdurasi sekitar 1 hingga 2 menit. Judul masing-masing video tersebut adalah:

- a. Berbuka - Buya Arrazy Hasyim: Amalan Nabi Muhammad di Bulan Ramadhan
- b. Berbuka - Dr Lilik Ummi Kaltsum: Cara Melatih Anak Berpuasa Ramadhan
- c. Berbuka – Buya Arrazy Hasyim: Jidat Hitam Bukan Tanda Masuk Surga
- d. Walisongo Ajarkan Kita Cinta Lingkungan – Ustadz Gaes

2. Kuliah Moderasi Beragama

Pada kategori ini membahas mengenai seputar moderasi bergama, dalam moderasi beragama terdapat beberapa indikator yaitu terdiri dari komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan, dan akomodatif terhadap budaya lokal (Luh Riniti Rahayu & Putu Surya Wedra Lesmana, 2020: 33). Pada kategori ini berjumlah 10 video dengan durasi 9 hingga 13 menit. Masing-masing video berjudul:

- a. Moderasi Beragama diMasa Rasullulah
- b. Perempuan Bukan Sumber Fitnah
- c. Apasih Moderasi Beragama Itu?
- d. 4 Nilai Moderasi Beragama
- e. Apa Iya Moderasi Beragama Produk Barat?
- f. Mengapa moderasi Beragama Penting di Indonesia?
- g. Perlindungan Rasullulah terhadap Non-Muslim
- h. Jangan Berlebihan dalam Berdakwah
- i. Islam Agama yang Toleran, Bukan Agama Kekerasan
- j. Islam Melawan Kekerasan Seksual

3. Hikmah Jumat

Di kategori ini, membahas mengenai ajaran akhlak untuk tidak melakukan ujaran kebencian dan cacian kepada manusia, *amar ma'ruf nahi munkar*, hingga ajaran untuk berbakti kepada Ibu sesuai dengan Sunnah. Kategori ini berisi sebanyak enam video yang berdurasi kurang lebih 1 menit yang berjudul antara lain:

- a. Islam itu Bukan Membenci Pribadi Orang Lain
- b. Amar Ma'ruf Nahi Munkar, Jangan merusak!
- c. Amar Ma'ruf Nahi Munkar Harus Sesuai Tempatnya
- d. Berbakti Kepada Ibu Sesuai Sunnah
- e. Muslim Itu yang Membuat Orang Lain Aman dari Tutur Kata dan Perbutannya
- f. Islam Melarang Mencaci dan Membenci Manusia Walaupun Berbeda Agama

4. Meja Redaksi

Kategori ini menayangkan seputar isu-isu keislaman yang dibahas secara mendalam dari sudut pandang para kru redaksi Islamidotco. Kategori ini berisi 22 video dengan jumlah 12 episode dan ditambah dengan episode spesial Ramadhan, judul-judulnya yaitu:

- a. Hukuman Untuk Penghina Nabi Muhammad (Full) – Meja Redaksi Episode 1
- b. Al-Quran dan Hadis Menyikapi Penghina Nabi Muhammad (Part 1) – Meja Redaksi Episode 1 (1)
- c. Tak Hanya Islam, Politik Global Masa Nabi Juga Penuh Peperangan (Part 2) – Meja Redaksi Episode 1 (2)
- d. Masa Depan Penulis Keislaman – Meja Redaksi Episode 3 (Full)
- e. Hukum Menulis, Menggambar, dan Seni Rupa dalam Islam – Meja Redaksi Episode 4 ft Ustadz Gaes
- f. Selamat Natal, Tahun Baru, dan Pengkafiran di Bulan Desember - Meja Redaksi Episode 5 ft Ustadz Ahong
- g. Mimpi Ketemu Nabi – Meja Redaksi Episode 6 ft Ustadz Gaes dan Ustadz Idris Masudi
- h. Pakaian Islami dan Tidak Islami – Meja Redaksi Episode 7
- i. Ngaji di Internet Bisa Dapat Sanad? – Meja Redaksi Episode 8 ft Ustadz Idris Masudi
- j. Buku-Buku Sains Harun Yahya – Meja Redaksi Episode ft dr. Muhammad Iqbal Syauqi
- k. Dinar dan Dirham Bukan Sunnah! – Meja Redaksi Episode 10
- l. Ustadz Ahong, Dai Muda Peraih Maarif Award 2020 – Meja Redaksi Episode 11
- m. Rasul Bersahabat dengan Pemeluk Agama Lain – Meja Redaksi Episode 12
- n. Puasa tapi Tidur Sehari, Pesan Untuk Sobat Rebahan – Meja Redaksi Spesial Ramadhan

- o. Nggak Sengaja Makan Saat Puasa – Meja Redaksi Spesial Ramadhan
- p. “Jangan Nangis Nanti Puasanya Batal” – Meja Redaksi Spesial Ramadhan
- q. Malas Shalat Tarawih – Meja Redaksi Spesial Ramadhan
- r. Sakit Hati Boleh Membatalkan Puasa Nggak? – Meja Redaksi Spesial Ramadhan
- s. Shalat Tarawih Itu Bid’ah, Tidak Ada Pada Masa Nabi – Meja Redaksi Spesial Ramadhan
- t. Khusyu’ Itu Susah – Meja Redaksi Spesial Ramadhan
- u. Non- Muslim Bagi-bagi Takjil Dapat Pahala, Nggak? – Meja Redaksi Spesial Ramadhan
- v. Siapa itu Ustadz Yahya Waloni – Meja Redaksi Spesial Ramadhan

5. Podcast Islamidotco

Pada kategori ini berisi program Podcast yang membahas mengenai seputar keislaman dan kisah-kisah Islami pada zaman Nabi dahulu. Podcast sendiri berasal dari kata *Playable on Demand* dan *broadcast* (Farid Rusdi, 2012 : 02). Di kategori ini berjumlah sebanyak 16 video, di antaranya adalah:

- a. Podcast: Qurban di Masa Pandemi ft Alhafiz Kurniawan
- b. Rasullulah Berjuang Menghapus Rasisme, Umat Islam Harus Menirunya
- c. Ini Istri Istri Abu Bakar as Shiddiq RA
- d. Kisah Seorang Sufi Diuji Saat Menemukan Uang 1000 Dinar – Miftahuzzakiyah
- e. Amalan Apa yang Paling Dicintai Allah SWT? – Miftahuzzakiyah
- f. Aisyah, Istri Rasullulah Ternyata Ahli Kedokteran
- g. Bukti Gusdur Seorang Wali ft Kang Amin

- h. Kisah Alqomah, Sahabat yang Durhaka pada Ibunya
- i. Ustadz ini Tidak Pernah Belajar di Pesantren ft Ustadz Alhafiz
- j. Kisah Aisyah Didoakan Perempuan Yahudi
- k. Panggilan Sayang Rasul kepada Aisyah
- l. Uwais Al Qarni yang Berbakti kepada Ibunya, Menggendong dari Yaman ke Madinah
- m. Cara Naik Haji Gratis ft Kang Amin (Host Sahur Time Kompas TV)
- n. Hadis Perempuan Pembawa Sial Membuat Aisyah Marah
- o. Nasib Toleransi Kita Pasca Peristiwa di Makassar ft Frater Amadea
- p. Kisah Ulama di Nasehati Perempuan “Jangan Mencintai Secara Berlebihan

6. Islamitalk

Kategori ini berisi program acara atau konten bincang-bincang bersama para aktivis islami dan para pendakwah yang melalui media digital. Kategori ini berisi sebanyak 7 video, yaitu:

- a. Habib Husein Ja'far Ngobrolin Kiamat
- b. Fundamentalisme Agama Mengancam Perempuan
- c. Menjadi Ummah yang Menjaga Bumi ft Greenpeace dan Ummah for Earth
- d. Jalan Mencari Islam Ramah
- e. Habib Husein Ja'far: Pendakwah Itu Seharusnya Tidak Menghukumi Orang
- f. Cara Menyikapi Habib yang Dakwahnya Keras
- g. Ngobrolin Islam dan Metaverse Bareng Habib Husein Ja'far

7. Motion

Kategori motion berisi video pendek animasi yang membahas mengenai seputar fakta-fakta keislaman dan mengenai kisah dari salah satu umat muslim yang ada di lingkungan masyarakat. Berisi enam video yang berdurasi 1 hingga 2 menit, yaitu sebagai berikut:

- a. Perempuan Juga Bisa Jadi Pemimpin Kok, Kata Siapa Nggak Bisa?
- b. Hijrah Itu Ga Cuma Asal Ganti Penampilan
- c. Ragam Selera Makanan Orang Indonesia, Beda Makanan Tetap Berteman
- d. Benarkah Muslim Harus Keras dengan Non Muslim?
- e. Jadi Alter Demi Bisa Bebas Di Internet
- f. Mengapa Tuhan Menciptakan Perbedaan

8. Film Pendek

Kategori ini berisi film pendek karya dari channel YouTube Islamidotco, berisi cerita-cerita yang dapat terjadi di kehidupan masyarakat. Kategori film pendek ini merupakan kategori yang paling banyak ditonton, jumlah penontonnya bisa mencapai hingga 178 ribu penonton. Judul dari film pendek karya Islamidotco antara lain:

- a. Berbagi
- b. Kaya Tapi Misquien
- c. Sedekah
- d. Karena KTP Beda Agama, Perempuan Ini Ditolak Bapak Kos
- e. Nice Heart
- f. Menjatuhkan Mushaf
- g. Saling Jaga dari Covid 19, Kisah Orang-orang Terdampak Covid 19
- h. Menjadi Aku Tak Harus Kaku
- i. Jalan Harapan
- j. Takut Kok Sama Covid, Takut Tuh Sama Tuhan
- k. Tak Suka Kue Keranjang Karena dari Tionghoa, Respon Istri Bikin Kagum
- l. Pahlawan Kampung Kami
- m. Mudik
- n. Sahur
- o. Perempuan Di Lokcdownd

p. #Ramadhan Bersama Sahabat Terbaik

q. Sidik-Putu

9. 1 Menit Islami

Kategori ini berisi 17 video yang berdurasi hanya 1 menit saja. Membahas berbagai macam topic mulai dari ceramah singkat, cerita singkat zaman Nabi, topik keagamaan dan isu sosial maupun isu keislaman, antara lain berjudul:

a. Tasyabuh

b. Pernah dituduh atau Menuduh Kafir

c. Pesan Piagam Madinah

d. Masih Percaya Kalau Islam Negara Thaghut?

e. Kisah-kisah Rasulullah SAW dengan Non-Muslim

f. Umat Islam di Indonesia Sedang Dipersulit, Diskriminasi? Ini Jawaban Telak TGB Zainul Majid

g. Quraish Shihab: Jangan Diskusi dengan Si Kepala Batu

h. Nabi Melindungi Perempuan Korban Kekerasan

i. Menyerupai Kaum (Tasyabbuh) Jadi Musyrik? – (Alm) KH. Ali Mustafa Yaqub

j. Jujurlah Jangan Berbohong dan Sebar Hoax - Nasaruddin Umar (Imam Besar Masjid Istiqlal)

k. Jangan Bawa Politik Praktis di Ceramah Maulid Nabi – Prof. Quraish Shihab

l. Perempuan Indonesia itu Hebat

m. Dua Orang Ini Gabung Dengan ISIS di Suriah, Namun Ujung-ujungnya Kecewa

n. Nasib Perempuan di Sarang Isis

o. RUU P-KS (Penghapusan Kekerasan Seksual) Melegalkan Zina?

p. Anjing Memang Najis, Bukan Berarti Boleh Disakiti

q. Bohong Kita Tidak Cinta Ramadhan – Mutiara Ramadhan 1442 H.

D. Channel YouTube Islamidotco dalam Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama

Dalam menyebarkan konten-konten toleransi dan narasi damai, Islamidotco menggunakan banyak pendekatan. Selain dengan menggunakan bentuk yang menarik dan populer, menargetkan *audiens* merupakan suatu syarat utama sebelum membuat suatu konten. Seperti yang diketahui, terdapat banyak masalah keagamaan yang ada di Indonesia. Maka, sebagai pegiat media perlu untuk mengetahui terlebih dahulu segmen *audiens* yang akan dituju. Lalu kemudian selanjutnya dapat membuat konten seperti artikel, video, ataupun infografik.

Islamidotco lebih berfokus membahas pada masalah intoleransi, selain itu fokus atau target *audiens* dari Islamidotco sendiri adalah muslim perkotaan atau urban. Hal ini dikarenakan diantara mereka tidak hanya terpengaruh gagasan ekstrimisme, namun juga kebanyakan dari mereka termakan mengenai narasi-narasi yang berisikan intoleransi dan ultra-konservatif. Islamidotco memposisikan target *audiens* secara umum sebagai kawan diskusi, karena tugas media adalah memberikan edukasi, bukan memberikan penghakiman atau menyalahkan. Menurut Syafi' Ali, dalam menanggapi narasi konservatif ataupun ultra-konservatif, perlu memposisikan diri sebagai bagian dari mereka. Jangan menggunakan pendekatan konfrontatif, bahwa seakan-akan berjarak dari mereka dan melihat mereka sebagai orang luar. Maka dalam penyampainnya perlu beranggapan seperti sedang menasehati saudara sendiri atau mengingatkan saudaranya yang lain. Dalam penggunaan istilah dan perkataan pun perlu dipikirkan dengan baik-baik dan matang, sehingga jangan sampai salah menggunakan bahasa dan istilah.

Selain dengan menggunakan pendekatan yang tidak konfrontatif, tim redaksi islamidotco juga berusaha dalam menampilkan wajah Islam masa lalu yang damai, toleran, dan progresif. Merekonstruksi wajah Islam yang baru adalah hal yang sangat penting dan strategis ditengah narasi

berisikan “Kembali pada Alquran dan Hadist”, “Merujuk Generasi Salaf”, sedang menguat di perkotaan. Narasi masa lalu ini juga digunakan Salafi, baik Salafi dakwah, *haraki*, ataupun *jihadi* untuk memperkuat dukungan. Relasi yang dibangun oleh Nabi Muhammad Saw pada zaman dahulu dengan pemeluk agama lain adalah relasi damai, bukan konflik apalagi perang. Meskipun pada zaman Nabi Muhammad Saw dahulu masih terdapat perang, tetapi semua itu terjadi bukan karena perbedaan agama (Hengki Ferdiansyah, 2022: 228).

E. Temuan Data Strategi Dakwah Channel YouTube Islamidotco dalam Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama

Pada poin ini, berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 17 Agustus 2022 bersama bapak Hengki Ferdiansyah selaku tim redaksi Islamidotco ditemukan data terkait Strategi dakwah yang dilakukan oleh channel YouTube Islamidotco yaitu dengan melakukan penyusunan rencana kerja.

Dalam melakukan penyusunan kerja, channel YouTube Islamidotco melakukan kegiatan rapat redaksi. Dari hasil wawancara bersama bapak Hengki, dia menjelaskan bahwa sebelum membuat suatu konten perlu didiskusikan bersama dengan melakukan rapat redaksi.

“karena di Islamidotco timnya terbatas, jadi kami tim redaksi hampir terlibat di semua sektor itu baik di media sosial ataupun di YouTube. Memang di YouTube terdapat satu tim teknis yang mengelola lebih teknis bagaimana syuting. Namun terkait ide kalau di Youtube kita akan mau bikin ide apa, kita biasanya memutuskan lewat rapat redaksi. Di rapat redaksi kami membahas mengenai tema apa yang akan dibahas lalu selanjutnya tema tersebut akan dikemas seperti apa. Apakah bentuknya monolog, talkshow atau film pendek.” (Wawancara, 17 Agustus 2022)

Dari penyusunan rencana kerja tersebut terdiri dari pemilihan tema, penentuan talent atau narasumber, proses produksi, tujuan pembuatan konten, metode promosi dan sasaran penonton, yaitu sebagai berikut:

a. Pemilihan Tema

Dalam pemilihan tema, channel YouTube Islamidotco memiliki 2 tema, yaitu membahas tema yang sedang aktual dan tema yang memiliki sifat timeless. Konten yang bersifat timeless tersebut maksudnya adalah konten yang akan tetap menjadi persoalan pada umat Islam khususnya di Indonesia sampai kapan pun.

“Nah untuk penentuan-penentuan temanya, biasanya ada dua ya. Pertama kami membahas tema-tema yang sedang aktual misalkan isu apa nih yang lagi happening atau viral. Tapi selain aktualitas, yang paling penting juga kami lakukan itu adalah konten-konten yang sifatnya timeless. Timeless itu berarti adalah kira-kira akan menjadi umat Islam khususnya Indonesia sampai kapan pun, misalnya video-video yang terkait hukum Islam”

Islamidotco juga menampilkan konten-konten yang berisikan toleransi antar umat beragama dengan tema-tema yang memang termasuk ke dalam strategi dakwah dari channel YouTube Islamidotco yaitu aktual dan bersifat *timeless* tersebut (Wawancara, 17 Agustus 2022)

Tema	Judul
Cerita Sejarah Nabi	<ol style="list-style-type: none">1. Rasul bersahabat dengan Pemeluk Agama Lain2. Moderasi Beragama di Masa Rasullulah3. Kisah Rasullulah dengan Non-Muslim4. Perlindungan Rasullulah Terhadap Non-Muslim5. Islam Agama Toleran, Bukan Agama Kekerasan
Aktualitas	<ol style="list-style-type: none">1. Selamat Natal, Tahun Baru dan Pengkafiran di Bulan Desember – Meja Redaksi

Timeless	<ol style="list-style-type: none"> 1. Islam Melarang Mencaci dan Membenci Manusia Walaupun Berbeda Agama 2. Mengapa Tuhan Menciptakan Perbedaan? 3. Berbagi – Film Pendek 4. Karena KTP Beda Agama, Perempuan Ini Ditolak Bapak Kos – Film Pendek 5. Nice Heart – Film Pendek 6. Sidik Putu – Film Pendek
----------	---

Tabel 1.1 Tema dan Judul Konten Toleransi antar Umat Beragama pada Islamidotco

b. Penentuan Talent atau Narasumber

Dalam penentuan talent atau narasumber, Islamidotco menggunakan tim internal atau berasal dari kru Islamidotco sendiri yang kira-kira dapat membahas mengenai tema yang ditentukan. Contohnya seperti pada konten Meja Redaksi yang terdiri dari para anggota tim redaksi yaitu Hengky Ferdiansyah, M. Alvin Nur Choirin, dan Dedik Priyanto.

“Setelah menentukan tema, kami kemudian mencari talent. Talentnya bisa jadi dari internal Islami sendiri kalau memang ada yang cocok untuk mendiskusikan isu itu”

Namun dalam penentuan narasumber, tim Islamidotco lebih memprioritaskan narasumber yang berpengalaman pada bidang mengenai tema yang sedang dibahas seperti dalam beberapa konten yang membahas mengenai toleransi antar umat beragama Islamidotco mengundang Habib Husein Ja’far Al Hadar, Ustadz Ahong, Dr. Rifqi Muhammad Fatkhi, MA.

“kalau memang dari tim Islamidotco tidak ada yang cocok untuk membahas isu itu, maka kami mengundang narasumber dari luar.

Untuk penentuan narasumber, kami memang memprioritaskan narasumber yang memang concern dengan isu yang dibahas”

Selain itu secara teknis dikarenakan budget yang terbatas, tim Islamidotco juga mengutamakan narasumber yang memang sudah dikenal terlebih dahulu seperti para dosen, ataupun mahasiswa yang berada disekitar lingkungan kampus UIN Jakarta sehingga lebih mudah untuk mendapatkan narasumber, mengingat letak kantor Islamidotco dekat dengan kawasan kampus UIN Jakarta yang memiliki banyak *resource* kajian Islam.

“tentunya karena memang budget yang terbatas, kami mengundang yang memang kami kenal. Karena biasanya kalau kita mengundang yang tidak kita kenal, nanti itu akan agak repot jadi lebih ke teknis aja. Jadi karena sekarang kantor Islamidotco dekat dengan kampus UIN, maka itu untuk mencari narasumber sangat mudah. Karenaa Ciputat itu kan, *resource* untuk kajian Islamnya banyak. Ada mahasiswa disitu, ada banyak dosen disitu yang bisa kira-kira diundang untuk menjadi narasumber Islamidotco” (Wawancara, 17 Agustus 2022).

c. Proses Produksi

Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, bapak Hengky Ferdiansyah menjelaskan bahwa dalam proses produksi seperti pada konten monolog atau *talkshow* tidak memakan waktu lama, biasanya dikerjakan dengan metode split dan tidak split. Proses produksi berjalan cepat apabila dalam menerangkan narasumber lancar dan tidak mengalami kesalahan. Proses produksi yang paling lama adalah pembuatan film pendek, dalam proses syuting dapat membutuhkan waktu selama 2 hingga 3 hari. Lalu kemudian, untuk persiapan sebelum proses produksi membutuhkan waktu paling lama satu minggu. Dalam proses produksi ini membutuhkan 1 hingga 2

kamera tergantung dari program yang sedang dibuat yaitu seperti program yang berbentuk monolog, *talkshow*, podcast ataupun film pendek, serta diperlukan microfon untuk perekam suara saat digunakan untuk podcast, monolog ataupun program *talkshow* bersama narasumber.

“Kalau proses video itu tergantung ya, karena kan ada macam-macam kaya monolog, yang ceramah 3-10 menit itu sebentar ya kalau narasumbernya lancar. Biasanya kita pake yang split ada yang tidak split, kalau memang lancar biasanya 10 menit sudah selesai syuting. Nah kemudian masuk ke proses editing, baru nanti di tayangkan di YouTube ya untuk waktunya tidak terlalu lama. Nah untuk talkshow islami, kalau dilihat durasinya itu 30 menit maka durasi proses produksinya itu 30 menit, yang paling lama mungkin mempersiapkan alat-alatnya. Kemudian yang paling lama lagi biasanya film pendek, karena melibatkan banyak aktor dan banyak sisi-sisi pengambilan karena tidak mungkin satu hari. Kalau syutingnya itu bisa 2 sampai 3 hari tapi persiapannya mungkin satu mingguan. Apalagi proses-proses kreatifnya seperti mendiskusikan scriptnya seperti apa, talentnya siapa. Kira-kira gambarannya seperti itu” (Wawancara, 17 Agustus 2022).

d. Tujuan Pembuatan Konten

Dalam pembuatan konten, Islamidotco bertujuan untuk menampilkan Islam yang damai dan ramah dikarenakan ruang digital dipenuhi oleh konten-konten yang ultra-kosentratif yang pada akhirnya dapat merusak keberagaman pada keagamaan yang ada di Indonesia. Oleh sebab itu, tujuan dari pembuatan konten tersebut bertujuan untuk mengkritik isu-isu beragama yang seperti tadi

“Memang dalam pembuatan konten pasti ada tujuan, karena tidak ada konten yang lahir dari ruang yang kosong. Pasti ada konteks dan tujuannya. Karena memang Islamidotco dirikan karena kita ingin menampilkan Islam yang damai dan Islam yang ramah. Islamidotco hadir dalam konteks dimana ruang-ruang digital itu

banyak dipenuhi oleh banyak konten-konten ultra-konservatif. Ultra-konservatif itu maksudnya mereka beragama tapi sangat kaku, dimana kakunya itu berlebihan yang pada akhirnya merusak keberagaman di Indonesia. Misalnya mungkin kalau perempuan tidak dibolehkan bekerja atau keluar rumah, nah itu kan bermasalah. Tapi kalau perempuan berjilbab atau bercadar sebenarnya itu engga masalah, tapi kalau perempuan itu tidak diperbolehkan keluar atau bekerja itu dampaknya bisa bermacam-macam. Nah sebenarnya, Islamidotco itu lebih disitu sasaran kritiknya. kalau konservatif aja ga masalah, tapi kalau sudah lewat daripada itu seperti membatasi perempuan untuk bekerja atau bersekolah harus dari rumah, itu nanti merepotkan dan gak cocok dengan situasi beragama di Indonesia”

Namun tidak hanya itu, tujuan konten yang dibuat juga untuk mengkritik kepada kelompok-kelompok Islam politik seperti HTI atau kelompok lainnya yang menggunakan Islam sebagai aspirasi untuk mencapai tujuan-tujuan politik praktis. Selain kritik, Islamidotco juga bertujuan untuk menampilkan bentuk-bentuk Islam yang non kekerasan dan damai secara *massive*. Sehingga, tujuan pembuatan konten dari Islamidotco tidak hanya fokus dalam memberikan kritik-kritik terhadap kelompok yang menyebarkan kekerasan, melainkan fokus atau tujuan utamanya adalah sebagai *main streaming* Islam toleran di media sosial sehingga lebih memperbanyak konten-konten yang tujuannya untuk membuat orang beragama sekaligus bisa mencintai tanah air tanpa merasa bermasalah dengan *culture* atau budaya, kewarganegaraan maupun hukum di Indonesia.

“kami juga kritik kepada kelompok Islam politi, seperti dulu ada HTI dan juga FPI ya, yang juga menggunakan Islam sebagai aspirasi untuk mencapai tujuan-tujuan politik praktis. Itu yang menjadi salah satu sasaran kritik dari Islamidotco, kemudian mungkin terakhir yang paling penting yang kami lakukan adalah

selain memberikan kritik-kritik itu tadi, kami juga ingin menampilkan bentuk-bentuk Islam yang non kekerasan, Islam yang damai secara massive. Harapannya karena media online itu seperti pasar, siapa yang paling banyak kontennya dia yang paling banyak diikuti. Kami tidak hanya fokus di kontra menjadi tukang kritik karena nanti kesannya kita hanya membahas isu-isu yang sedang trend kemudian kita kritik, tapi yang lebih besar itu sebenarnya tugas Islamidotco selain kontra dengan kelompok-kelompok pro kekerasan atau ultra konservatif tadi, kami lebih mainstreaming Islam yang toleran di dunia digital. Jadi kami memperbanyak konten-konten yang membuat orang itu beragama sekaligus hidup yang beragama dengan ramah di Indonesia, tidak ada masalah dengan culture, kewarganegaraan atau hukum”(Wawancara, 17 Agustus 2022)

e. Metode Promosi dan Sasaran Penonton

Dalam metode promosi, Islamidotco menggunakan dua cara yaitu melalui website dan melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Dari ketiga media ini, media yang paling berpengaruh adalah Twitter, karena seperti konten-konten film pendek yang lebih ringan dan lebih menyentuh hati banyak di *share* atau dibagikan secara suka rela oleh para *influencer* yang memiliki ratusan ribu bahkan jutaan pengikut. Hal ini dikarenakan mereka memiliki kegelisahan yang sama sehingga mereka mau menyebarkan secara suka rela.

“Untuk cara promosinya, ada banyak. Salah satunya melalui website karena website Islamidotco memiliki banyak pembaca. Kemudian yang paling penting melalui media sosial, Instagram, Facebook, sama di Twitter. Terutama di Twitter, bahkan untuk konten-konten yang seperti film pendek misalkan karena mungkin karena kontennya lebih ringan, lebih menyentuh emosi orang dan videonya tidak terlalu panjang itu

banyak di share oleh banyak orang bahkan influencer-influencer yang sudah memiliki banyak followers bahkan diikuti oleh jutaan orang. Mengapa mereka mau men-share video itu karena memang mereka punya kegelisahan yang sama”

Sementara untuk sasaran penonton dari Islamidotco adalah menyasar kelompok-kelompok muslim urban ataupun kelas menengah muslim, yang kira-kira saat ini berumur 40 tahun kebawah.

“Islamidotco menyasar muslim urban, karena mas Savic Ali sadar bahwa ada segment dimana NU Online tidak dapat menjangkau, kalau NU Online karena namanya NU Online sudah pasti yang membaca dan mengakses adalah orang-orang yang berlatar belakang NU baik struktural ataupun kultural. Nah sementara kalau kita lihat riset yang sekarang, sebesar 40% umat Islam di Indonesia itu tidak terafiliasi dengan ormas manapun. Kemudian pertanyaanya, siapa yang akan memberikan edukasi kepada yang 40% ini, makanya mas Savic Ali membuat Islamidotco supaya dengan branding baru ini bisa menyasar kelompok-kelompok muslim urban atau kelas menengah muslim yang mungkin sekarang usianya 40 tahun kebawah” (Wawancara, 17 Agustus 2022)

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DAKWAH TIM CHANNEL YOUTUBE ISLAMIDOTCO

A. Strategi Dakwah Tim Channel YouTube Islamidotco dalam Menyebarkan Toleransi antar Umat Beragama

Pada kegiatan berdakwah, diperlukan sebuah strategi dakwah. Menurut Moh. Ali Aziz strategi merupakan proses dari tindakan penyusunan pada rencana kerja, belum sampai hingga pada tingkatan tindakan (Aziz, 2004:349). Penyusunan strategi ini bermanfaat agar tujuan yang dibuat oleh *da'i* agar dapat tercapai sehingga penyusunan strategi ini perlu dilakukan dengan baik dan matang.

Dalam melakukan penyusunan rencana kerja dari channel YouTube Islamidotco, terdiri dari pemilihan tema, penentuan talent atau narasumber, proses produksi, tujuan pembuatan konten, metode promosi dan sasaran penonton.

a. Pemilihan tema

Pada pemilihan tema yang dilakukan oleh channel YouTube Islamidotco, terdapat dua tema yang menjadi pokok bahasan yang bersifat aktualitas dan *timeless*. Aktualitas yang dimaksud oleh tim Islamidotco yaitu terkait dengan isu-isu yang sedang dibahas di tengah masyarakat dan menjadi isu hangat yang sedang diperhatikan oleh khalayak banyak. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Wahyu Budiantoro bahwa, dakwah yang dilakukan pada era digital idealnya mampu menerjemahkan isu-isu yang aktual yang sedang terjadi dengan memasukan nilai-nilai dan paham Islam yang inklusif, seperti contohnya isu pendidikan, gender, ekonomi, dan multikulturalisme. Dalam dakwah Islam tidak hanya bersifat tektual, tetapi harus terus dinamis dan berkembang sesuai dengan perkembangan peradabaan umat (Budiantoro, 2017: 277). Pendapat yang sama pun dikemukakan oleh M. Yunan Yusuf sebagaimana dikutip Munir, bahwa dakwah harus

tampil dengan wajah yang menarik, aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual dalam arti memecahkan masalah terkini yang hangat di tengah masyarakat. Faktual dalam arti konkret dan nyata serta sedang dihadapi oleh masyarakat (Munir & Wahyu, 2006: 13).

Dalam hal ini Islamidotco dalam membahas terkait toleransi antar umat beragama menggunakan tema aktualitas yang sedang menjadi perbincangan di masyarakat sehingga topik tersebut dapat dibahas dengan menggunakan sudut pandang Islam.

Tidak hanya tema aktualitas, Islamidotco juga menggunakan tema yang bersifat *timeless* atau tema yang akan selalu menjadi topik pembahasan umat muslim di Indonesia sampai kapan pun seperti hukum Islam. Seperti menurut Nasrun Haroen, hukum Islam merupakan hukum yang dibuat untuk kemaslahatan hidup manusia. Hal itu sama dengan pernyataan dari Arif Fikri bahwasannya, hukum Islam sudah seharusnya bersifat fleksibel, agar mampu memberikan jalan keluar dan petunjuk terhadap kehidupan manusia baik dalam bentuk sebagai jawaban terhadap suatu persoalan yang muncul maupun dalam bentuk aturan yang dibuat untuk menata kehidupan manusia itu sendiri. Hukum Islam dituntut untuk dapat menjawab persoalan yang muncul sejalan dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi di masyarakat (Fikri, 2019: 150). Hal ini ditunjukkan oleh Islamidotco dengan mengangkat isu atau persoalan terkait toleransi antar umat beragama, yang mana di Indonesia masih terjadi kasus-kasus atau persoalan terkait intoleransi. Oleh karena itu, Islamidotco menggunakan hukum Islam sebagai tujuan agar bisa menjadi solusi ditengah persoalan terkait kasus intoleransi.

Kemudian, setelah melakukan observasi pada *channel* YouTube Islamidotco, pada indikator pemilihan tema aktual dan *timeless* yang telah dijelaskan oleh Islamidotco melalui hasil penelitian yang sudah dilakukan, tema tersebut sesuai dengan isu-isu toleransi yang telah dibahas pada program-program YouTube Islamidotco. Seperti pada program Meja Redaksi, Islamidotco mengangkat tema aktual dengan

judul “Selamat Natal, Tahun Baru dan Pengkafiran di Bulan Desember”. Pada program Meja Redaksi tersebut terlihat bagaimana Islamidotco membahas mengenai isu yang menjadi perbincangan serta perdebatan pada bulan Desember terkait mengucapkan selamat Natal dan tahun baru yang mana dalam pembahasan tersebut bahwa hukum merayakan tahun baru tergantung pada cara bagaimana merayakannya, sehingga merayakan tahun baru bukanlah hal yang dapat merusak akidah selama perayaan tersebut diisi dengan hal-hal yang bermanfaat. Kemudian mengenai ucapan selamat Natal, juga dijelaskan bahwa apabila terdapat pendapat yang memperbolehkan terkait hubungan antar sesama manusia maka dapat diikuti, namun apabila terdapat pendapat yang tidak memperbolehkan untuk mengucapkan ucapan selamat Natal maka dipersilahkan untuk mengikuti pendapat tersebut tetapi tidak perlu mengkafirkan orang yang berbeda pendapat, karena bukanlah hal yang baik untuk saling mengkafirkan antar sesama muslim. Kemudian, tema *timeless* terkait isu toleransi antar umat beragama yang diangkat oleh Islamidotco melalui tiga program yaitu program pertama adalah Hikmah Jumat dengan judul “Islam Melarang Mencaci dan Membenci Manusia walaupun Beda Agama”, lalu yang kedua program motion “Mengapa Tuhan Menciptakan Perbedaan?”, lalu yang ketiga tema *timless* ini dibawakan dengan cara melalui film pendek terkait bagaimana sikap bertoleransi antar umat beragama di kehidupan sehari-hari.

Pemilihan tema yang dilakukan oleh Islamidotco merupakan suatu hal yang penting karena apabila pemilihan tema yang salah dan tidak sesuai dengan kondisi dan khalayak *mad'u* akan menjadi masalah yang krusial sehingga pesan dakwah mengenai toleransi antar umat beragama tidak tersampaikan dan tidak diterima dengan baik oleh *mad'u*.

b. Penentuan Talent atau Narasumber

Pada penentuan narasumber ini, Islamidotco lebih mengutamakan narasumber yang memiliki *concern* atau pengalaman pada bidang atau isu yang sedang dibahas, beberapa narasumber tersebut adalah Habib Husein Ja'far Al Hadar, Ustadz Ahong, Dr. Rifqi Muhammad Fatkhi, MA. Namun, tidak jarang pula Islamidotco juga menggunakan tim internal sebagai narasumber seperti pada program Meja Redaksi. Penentuan narasumber yang berpengalaman pada bidang atau isu yang sedang dibahas setara dengan pendapat Abdulkhaliq bahwa sebagai seorang *da'i* perlu memiliki kriteria-kriteria yang akan mampu membangun cara berpikir dan cara merasa *mad'u* yang condong pada nilai-nilai kebenaran dalam Islam, yaitu diantaranya adalah menguasai ilmu, menempuh cara hikmah bagi yang terpelajar dan *maw'idhah* bagi orang awam, serta lembut menyampaikan nilai-nilai dan pandangan (Abdulkhaliq, 2004:4). Selain itu, dalam menyebarkan pesan dakwah terkait toleransi beragama, yang mana hal itu terkandung di dalam prinsip moderasi beragama maka seorang *da'i* perlu memiliki pengetahuan agama yang luas, pernyataan ini didukung oleh Wildan Hefni bahwasannya untuk mewujudkan prinsip moderasi dalam pandangan dan sikap beragama, seorang *da'i* perlu memiliki pengetahuan agama yang luas agar dapat bertindak bijak dalam memaknai keberagaman pendapat dan keyakinan, sehingga dapat mengambil jalan tengah sesuai dengan konteks yang sedang dihadapi. Hal ini karena untuk bersifat moderat tidak menjadikan seseorang untuk egois mengakui kebenarannya sehingga menolak kebenarannya lainnya. Menyebarkan prinsip moderasi beragama menjadikan seorang *da'i* untuk memiliki tiga karakter utama yaitu kebijaksanaan, ketulusan, dan keberanian (Hefni, 2020:7).

Dari aspek penentuan narasumber ini dalam menyebarkan nilai toleransi antar umat beragama, Islamidotco benar-benar memilih narasumber yang berkompeten sebagai *da'i* dan paham akan isu-isu

yang akan dibahas untuk menyebarkan pesan toleransi kepada para mad'u dengan harapan agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik. Selain itu, pemilihan narasumber atau *da'i* juga berpengaruh karena *da'i* merupakan tokoh yang memiliki pengaruh dalam sebuah pengambilan keputusan sehingga juga berpengaruh besar pada pembangunan masyarakat, maka seorang *da'i* harus memiliki kepribadian yang baik untuk menunjang keberhasilan dakwah, baik kepribadian yang bersifat rohani maupun jasmani.

Dalam pemilihan narasumber ini juga terlihat bahwa Islamidotco mengikuti beberapa karakteristik mengenai media sosial YouTube menurut Rizky Ramanda Gustam yaitu, karakter keterbukaan dan perbincangan. Dalam karakter keterbukaan, narasumber atau *da'i* yang dihadirkan oleh Islamidotco terbuka terhadap segala pendapat-pendapat yang berbeda. Karena bagi seorang *da'i* harus memiliki sikap yang profesional dan terbuka dalam menghadapi sebuah perbedaan, disisi lain telah disebutkan bahwa suatu perbedaan merupakan sebuah rahmat dari Allah SWT. Namun, keterbukaan perbedaan baik pemikiran atau kepercayaan ini juga harus disikapi secara bijaksana bagi seorang *da'i* yaitu dengan menyikapi perbedaan dengan tidak melampaui batas wajar. Lalu kemudian, perbincangan atau interaksi. Dalam perbincangan atau interaksi ini Islamidotco lakukan dengan menanggapi terkait komentar atau pertanyaan-pertanyaan yang muncul dikolom komentar dengan para penonton kemudian dibahas terkait bagaimana menurut pandangan Islam. Seperti yang dijelaskan oleh Rizky Ramanda Gustam bahwa perbincangan atau interaksi merupakan kemungkinan terjadinya perbincangan dengan pengguna (penonton) secara “dua arah” (Gustam, 2015:232).

c. Proses Produksi

Pada proses produksi yang dilakukan oleh Islamidotco memakan durasi waktu yang bervariasi. Hal ini tergantung dari model program

acara apa yang dibuat, untuk program acara seperti monolog atau ceramah dapat memakan waktu hingga 10 menit. Berbeda dengan film pendek yang bisa memakan waktu 2 hingga 3 hari proses produksi. Pada proses produksi ini Islamidotco menggunakan 1 hingga 2 kamera DSLR, dan mikrofon untuk pengambilan video seperti monolog, talkshow, film pendek dan podcast.

Proses produksi dalam bentuk konten yang bermacam-macam untuk media digital yang dilakukan oleh Islamidotco ini, memberikan kelebihan untuk para *mad'u* dapat mengakses pesan-pesan dakwah yang berisi nilai toleransi antar umat beragama. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan oleh Pardianto bahwa dengan adanya media digital yaitu internet menjadikan dakwah menjadi lebih variatif (Pradianto, 2013: 7). Hal ini juga sama dengan pendapat dari Rini Fitria bahwa berkembangnya era revolusi industri 4.0 adalah momentum bagi para komunikator (*da'i*) dalam penyampaian pesan dakwah agar dapat meningkatkan kualitas yang dilakukan. Pemanfaatan teknologi berupa alat-alat canggih yang ada pada masa sekarang serta diimbangi dengan kemampuan melakukan komunikasi dakwah yang efisien dan tertata dengan baik merupakan sebuah upaya penyampaian pesan dakwah kepada komunikan (*mad'u*). Mengingat arus teknologi yang berkembang sangat cepat di era ini, penyampaian pesan dakwah sekiranya mampu menjadi filter masyarakat dalam memperoleh informasi (Fitria, 2020: 6).

Maka artinya, kehadiran teknologi memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain tulisan, materi dakwah bisa dalam bentuk gambar, audio ataupun video, sehingga objek dakwah dapat memilih bentuk media yang disukai. Selain itu, dari proses produksi yang tidak memerlukan banyak hal dibandingkan dengan TV dan penyajian konten-konten yang bervariasi yang dengan mudah dapat dipilih oleh *mad'u* tidak menimbulkan kesan yang monoton sehingga *mad'u* bebas memilih kategori dakwah seperti apa

yang akan disimak, serta mad'u bebas memilih waktu kapan saja untuk mengakses konten dakwah sehingga pesan toleransi antar umat beragama yang disebarkan oleh Islamidotco dapat tersebar dengan baik.

Namun, disisi lain pada proses produksi ini Islamidotco memiliki kekurangan yaitu pada jadwal tayang di setiap program. Dari hasil wawancara, untuk saat ini Islamidotco masih belum memiliki jadwal tayang yang pasti. Hal ini akan sedikit mempersulit mad'u atau penonton yang menunggu program favorit dari Islamidotco tayang. Jadwal tayang ini juga bermanfaat agar penonton (*mad'u*) mengingat kapan program favorit tersebut ditayangkan, maka sudah seharusnya bagi sebuah *channel* YouTube untuk memiliki waktu yang jelas mengenai kapan konten yang mereka buat ditayangkan pada *channel* YouTube. Kelemahan lain yang ada pada Islamidotco adalah jumlah tim produksi yang sedikit dalam proses penggarapan konten atau program yang tentu saja berbeda dengan tim produksi pada acara TV, namun hal ini tidak serta merta menjadi sebuah hambatan untuk tim Islamidotco dalam menyebarkan dakwah toleransi antar umat beragama.

d. Tujuan Pembuatan Konten

Dalam tujuan pembuatan konten, Islamidotco memiliki tujuan untuk menampilkan Islam yang ramah dan damai ditengah maraknya konten-konten yang berisi ultra-konservatif. Selain itu, Islamidotco bertujuan untuk menampilkan bentuk Islam yang non kekerasan secara *massive* dan menjadi *main streaming* Islam yang toleran. Tujuan ini sebanding dengan pernyataan Ardiyansyah tentang Islam ramah dengan beberapa karakter yaitu pertama, toleran. Toleran dalam hal ini diartikan dengan suatu keberadaan dimana ia mampu menerima, menghargai, membiarkan, membolehkan pendapat, pandangan, kepercayaan, kebiasaan yang berbeda. Kedua, inklusif. Inklusif dalam

hal ini lebih kepada paradigma, pola pikir dimana ia selalu terbuka (*welcome*) terhadap segala perubahan dan perbedaan apapun. Seorang yang memiliki sifat inklusif akan mengedepankan dialog untuk menemukan titik temu yang sama. Ketiga, plural. Plural dalam hal ini berarti menerima kemajemukan sebagai bagian dari *sunnatullah* (Ardiyansyah, 2017: 9). Tujuan pembuatan konten ini merupakan upaya pengaktualisasian pesan-pesan dakwah yang ingin dicapai demi terciptanya sebuah tatanan kehidupan yang diridhai oleh Allah SWT. Tatanan kehidupan tersebut adalah sikap toleransi dan *rahmatan lil alamin* untuk semua umat, dan menunjukkan sikap Islam yang ramah agar terciptanya toleransi antar umat beragama.

Menurut Abdul Jamil, toleransi dapat dikatakan sebagai suatu sikap keterbukaan untuk mendengar pandangan yang berbeda. Hakikat toleransi antar umat beragama merupakan prasyarat utama bagi terwujudnya kerukunan Nasional. Melalui sikap toleran dan saling menghargai secara substansif antar pemeluk agama, maka akan terwujud interaksi dan kesepahaman yang baik dikalangan masyarakat beragama sehingga terwujudnya tata kehidupan yang aman dan tentram (Wahab, 2015 : 6).

Maka dari tujuan pembuatan konten yang dibuat oleh Islamidotco sudah cukup jelas bahwa dengan penyebaran Islam yang ramah serta anti kekerasan merupakan wujud upaya dari penyebaran toleransi antar umat beragama, serta penyebaran narasi toleransi yang dilakukan oleh Islamidotco merupakan langkah yang tepat sebagai wujud *counter* dari narasi-narasi yang bersifat ultra konservatif hingga ekstrimisme, mengingat narasi-narasi ultra konservatif tersebut pada akhirnya bertujuan untuk melahirkan sentiment negatif terhadap kelompok tertentu. Sehingga Islamidotco yang berada pada ruang digital memiliki andil yang besar dalam menangkal isu-isu tersebut, karena jika sebuah pemberitaan yang tidak seimbang disebar, serta pengambilan suatu pendapat dari satu arah menyebabkan multi tafsir

dan pemahaman yang salah sehingga hal itu menyebabkan tindakan intoleran baik di ruang digital maupun di luar ruang digital.

e. Metode Promosi dan Sasaran Penonton

Dalam melakukan promosi konten yang ada di YouTube, Islamidotco menggunakan website dan sosial media seperti Twitter, Facebook, dan Instagram. Serta dalam menentukan sasaran penonton, Islamidotco menasar kepada kelompok muslim urban atau kelas menengah muslim yang berusia 40 tahun ke bawah. Media promosi konten dakwah dengan menggunakan sosial media ini sejalan dengan pernyataan Muhammad Aiman Kamarudin bahwa media sosial mampu menjadi jembatan bagi para dai untuk menyampaikan dakwah kepada masyarakat dari berbagai pelosok daerah. Dakwah yang dilakukan melalui media sosial dapat diakses lebih banyak orang dibandingkan dakwah yang dilakukan secara luring (Kamarudin, 2019: 137).

Maka dalam metode promosi ini, penyebaran pesan dakwah mengenai toleransi antar umat beragama yang dilakukan oleh Islamidotco lebih efektif serta efisien. Namun setiap media yang digunakan untuk promosi konten dakwah tentu saja tidak hanya memiliki sisi keuntungan, tetapi juga memiliki kekurangan. Seperti yang dijelaskan oleh Amin Samsul Munir dalam Haerani Septianingsih, bahwa walaupun berdakwah melalui media sosial banyak memberi kemudahan-kemudahan namun tidak berarti menghilangkan dakwah secara langsung atau tatap muka. Dakwah dengan menggunakan media sosial dan dakwah secara langsung haruslah selalu beriringan, karena apabila hanya salah satu yang digunakan maka akan banyak jemaah atau mad'u yang tidak tersentuh dan kurang memahami secara keseluruhan tema dakwah yang diunggah. Dakwah haruslah luas, semakin menggunakan banyak media maka jangkauannya juga akan semakin luas (Septianingsih, 2022 :6).

Promosi yang dilakukan oleh Islamidotco ini sejalan dengan karakteristik YouTube yaitu keterhubungan dan komunitas. Menurut Rizky Ramanda Gustam, mayoritas media sosial tumbuh subur karena adanya kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna. Hal ini sama seperti yang dilakukan oleh Islamidotco dengan membagikan link dari konten video YouTube yang dibuat keseluruh media sosial termasuk website sehingga baik pengguna Facebook, Instagram, Twitter ataupun Website dapat saling terhubung dengan konten-konten yang dibuat oleh Islamidotco sehingga, dari keterhubungan inilah muncul komunitas penonton setia yang menunggu konten-konten yang dibagikan oleh Islamidotco baik melalui YouTube, Twitter, Instagram, Facebook maupun pada website. Terlihat bahwa strategi promosi yang digunakan oleh tim Islamidotco adalah strategi komunikasi multi-platform dimana berbagai media diintegrasikan untuk mencapai suatu tujuan.

Penentuan sasaran dakwah juga merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah strategi, seperti yang dikemukakan oleh Al Asy'ari bahwa penentuan dan perumusan sasaran dakwah ini sangat penting, hal ini karena rencana dakwah hanya dapat diformulir dengan baik, jika terlebih dahulu diketahui apa yang menjadi sasaran dakwah. Tanpa mengetahui sasaran apa yang hendak dicapai, tidak mungkin dapat ditetapkan langkah atau program dan tindakan apa yang harus dilaksanakan. Jadi, sasaran yang hendak dicapai merupakan landasan bagi langkah berikutnya dalam rangka perencanaan dakwah (Al Asy'ari, 2019: 43).

Maka apa yang telah dilakukan oleh Islamidotco dalam menyebarkan nilai toleransi dengan menentukan sasaran dakwah merupakan langkah strategi yang tepat sehingga pesan yang disampaikan sesuai dengan sasaran dakwah.

Selain itu, terlihat juga bahwa bagaimana Islamidotco memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada YouTube yang mana juga

merupakan sebagai bentuk dari strategi dakwah yang dilakukan oleh Islamidotco, fitur dari media sosial YouTube yang digunakan oleh Islamidotco salah satunya adalah penggunaan fitur YouTube Shorts. Fitur YouTube Shorts merupakan fitur terbaru dari YouTube yang memberikan kemudahan untuk konten kreator membuat atau menyebarkan video yang berdurasi hingga 60 detik sehingga dapat mempermudah menyebarkan pesan dakwah secara singkat, namun pesan dakwah dapat langsung tersampaikan. Selain YouTube Shorts, Islamidotco juga memanfaatkan fitur Live YouTube. Fitur Live YouTube adalah fitur yang memberikan kemudahan untuk seorang konten kreator dapat melakukan *streaming* secara langsung sehingga dapat berinteraksi dengan penonton secara *real time*, interaksi dengan penonton ini dapat dilakukan melalui kolom *live chat* yang ada ketika *streaming* berlangsung. Dengan adanya fitur ini, Islamidotco memanfaatkannya agar kajian dakwah dapat menjangkau banyak *mad'u*, serta memberikan kesempatan dan kemudahan bagi *mad'u* agar dapat memberikan tanggapan atau bertanya secara langsung melalui kolom *live chat* mengenai topic dakwah yang sedang dibahas, sehingga harapan agar pesan dakwah dapat diterima serta dipahami dengan baik dapat terwujud.

Dapat dilihat juga bahwa strategi dakwah yang dirancang oleh Islamidotco termasuk kedalam strategi dakwah jangka panjang, yang mana strategi dakwah jangka panjang merupakan pandangan jangka jauh yang akan menentukan kualitas hidup umat Islam ke depan (Faridah, 2016: 47). Hal ini setara dengan tujuan dari Islamidotco yaitu, untuk menunjukkan Islam yang ramah, damai dan non-kekerasan serta menjadi *main streaming* Islam yang toleran agar dapat terciptanya kualitas hidup umat Islam yang rukun serta damai tidak hanya antar sesama umat Islam melainkan antar semua manusia tanpa memandang suku, ras, maupun agama

Selain penjelasan diatas, dari strategi yang dilakukan oleh tim *channel* YouTube Islamidotco dalam menyebarkan nilai toleransi, mengikuti prinsip-prinsip toleransi Islam menurut Suryan A. Jamrah, diantaranya yaitu:

- a. Toleransi Islam terbatas dan Fokus pada masalah hubungan mengenai sosial kemasyarakatan yang dibangun atas dasar kasih sayang dan persaudaraan manusia, asal tidak melanggar ketentuan Islam. Pada hal ini ditunjukkan oleh Islamidotco dengan bagaimana Islamidotco membuat strategi tujuan pembuatan konten yaitu untuk menunjukkan Islam yang *rahmatan lil alamin* bagi semua umat, agama yang penuh rahmat dan kasih sayang tidak hanya kepada sesama muslim namun juga untuk semua umat manusia di dunia. Pada tujuan pembuatan konten ini ditunjukkan dengan bahwa Islamidotco ingin mengajarkan cinta dan kasih sayang tidak hanya ke sesama muslim, namun untuk semua umat yang memiliki agama yang berbeda namun, tentu saja dalam persaudaraan dan kasih sayang ini tetap mengikuti ketentuan Islam agar toleransi yang terjadi tidak dianggap berlebihan.
- b. Toleransi dalam wilayah agama Islam hanya sebatas membiarkan dan memberikan suasana yang kondusif bagi umat agama lain untuk dapat beribadah menjalankan agama ibadahnya menurut keyakinan dan tata cara agama yang diyakininya, dalam hal ini Islamidotco juga menunjukkan pada bagaimana aspek strategi dalam tujuan pembuatan konten yang dibuat oleh Islamidotco, pada hal ini Islamidotco bertujuan untuk menunjukkan Islam yang anti kekerasan, damai, dan ramah. Hal ini bertujuan untuk menciptakan rasa damai untuk segala aspek baik dalam melaksanakan kegiatan agama, maupun dalam kegiatan bersosialisasi yang mana tidak hanya untuk umat Islam saja, namun juga untuk umat beragama lain.
- c. Didalam toleransi kemurnian akhlak dan syariah wajib dijaga. Dalam hal ini, ditunjukkan oleh Islamidotco pada strategi pemilihan tema tidak hanya membahas mengenai isu atau contoh bertoleransi, namun

juga membahas bagaimana terkait hukum Islam atau sudut pandang Islam dalam menyikapi isu-isu toleransi atau isu intoleransi yang terjadi pada umat beragama. Sehingga hal ini bertujuan agar toleransi antar umat beragama dikalangan masyarakat Islam tidak mengalami toleransi yang berlebihan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang telah penulis paparkan mengenai strategi dakwah tim *channel* YouTube Islamidotco, maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu:

Dalam melakukan strategi dakwah tim *channel* Youtube Islamidotco dimulai dengan rencana kerja seperti pada strategi dakwah menurut Moh. Ali Aziz, yang mana dalam rencana kerja tersebut terdiri, yaitu: (1) Pemilihan tema, yaitu memilih tema yang aktual atau sedang diperbincangkan, dan timeless yaitu pembahasan yang tidak mengenal waktu sehingga akan selalu jadi pembahasan, (2) Penentuan narasumber, yaitu dengan menggunakan narasumber yang memiliki pengalaman terkait pembahasan mengenai toleransi antar umat beragama, (3) Proses produksi, pada proses produksi ini dilaksanakan sesuai dengan durasi tiap program yang dibuat dengan memaksimalkan alat dan kru yang ada, (4) Tujuan pembuatan konten yaitu menampilkan islam yang ramah dan damai di tengah maraknya konten berisi ultra-konservatif sebagai bentuk *counter* dari narasi yang berisi intoleransi antar umat beragama, (5) metode promosi dan sasaran penonton, yaitu dengan menggunakan sosial media seperti Facebook, YouTube, Twitter dan Website untuk media promosi, dan menyasar kelompok umat muslim menengah yang berusia 40 tahun kebawah.

Kemudian dalam melaksanakan strategi dakwah, *Channel* YouTube Islamidotco juga menerapkan karakteristik yang ada di dalam media sosial YouTube yaitu yang terdiri dari keterbukaan, perbincangan, keterhubungan serta komunitas.

B. Saran

Penelitian ini tidak lepas dari kekurangan dan masih memiliki keterbatasan, sehingga adapun saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin menjadikan penelitian ini sebagai referensi bagi bahan penelitian yang serupa, diharapkan dapat lebih kritis dalam melihat permasalahan yang terjadi dan memberikan hasil penelitian yang lebih baik dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad Daud, 1986. *Islam Untuk Disiplin Ilmu Hukum, Sosial dan Politik*. Jakarta: CV Wirabuana
- Al-Bayanuni Abu Al-Fath Muhammad, 2010. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar
- Ardiansyah, 2017. *Islam Itu Ramah Bukan Marah*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Asy'ari, 2019. *Strategi Perencanaan Dakwah, Al-Idarah Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen Vol 7 No.1*
- Kusuma Putra Ananta Lingga Gede, 2019. *Pemanfaatan Animasi Promosi dalam YouTube, Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi Vol.2*
- Aziz, Moh. Ali, 2004. *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana)
- Budiantoro Wahyu, 2017. *Dakwah di Era Digital. Komunika Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol. 11 No. 2*
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Casram, 2016. *Membangun Sikap Toleransi Beragama Dalam Masyarakat Plural, Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya Vol. 1 No.2*
- Fanindy, M. Nanda & Siti Mupida, 2021. *Pergeseran Literasi pada Generasi Milenial Akibat Penyebaran Radikalisme di Media Sosial. Millah: Jurnal Studi Agama Vol. 20, No. 2*
- Faridah Ika Fatmawati, 2013, *Toleransi Antarumat Beragama Masyarakat Perumahan, Komunitas Vol. 5 No.1*
- Faridah, 2016. *Urgensi Implementasi Strategi Dakwah di Era Kontemporer, MIMBAR Volume 2 Nomor 1*
- Fitriani Shofiah, 2020. *Keberagaman dan Toleransi Antar Uma Beragama, Analisis: Jurnal Studi Keislaman Volume 20 Nomor 2*

- Fitria Rini, 2020. *Urgensi Komunikasi Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0*, *Jurnal Dawuh Vol.1 No.1*
- Fikri Arif, *Fleksibilitas Hukum Islam Dalam Perubahan Islam*, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol.11 No.2*
- Fuaduddin & Cik Hasan Basri, 2002. *Dinamika Pemikiran Islam Di Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu)
- Gustam Ramanda Rizky, 2015. *Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan*, *eJournal Ilmu Komunikasi, Vol.3 No.2*
- Habibi Muhammad, 2018. *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial*, *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah, Volume 12, Nomor 1, Tahun 2018*
- Hefni Wildan, 2020. *Moderasi Beragama dalam Ruang Digital*, *Jurnal Bimas Islam Vol 13 No. 1*
- Idrus Muhammad, 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Revisi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga)
- Iman, Sofiatul, 2017. *Proses dan Analisis Manajemen Strategi Dakwah*.
Makalah (tidak diterbitkan)
- Jamrah. A Suryan, 2015. *Toleransi Antarumat Beragama: Perspektif Islam*, *Jurnal Ushuluddin Vol. 23 No. 2*
- Kamarudin Aiman Muhammad, dkk, 2019. *Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam*, *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia*
- Kade Diah Pradnya Yoni, dkk, 2017. *Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga*, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Vol.1 No.1*
- Kusuma Putra Ananta Lingga Gede, 2019. *Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube*. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) Vol.2*

- 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)
- Mulkhan, 1996. *Ideologisasi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta: SIPRES)
- Muklis, 2018. *Strategi Dakwah Al Bayanun. Islamic Communication Journal Volume 03*
- Muhadjir Noeng, 1977. *Ilmu Pendidikan dan Perubahan Sosial; Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif, Edisi V*, (Yogyakarta: Rake Sarasin Radar Jogja)
- Mujianto Haryadi, 2019. *Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Ajar dalam Meningkatkan Minat dan Motivasi Belajar. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Vol. 5 No.1*
- Munir M. & Wahyu Ilaihi, 2006. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Najamuddin, 2020. *Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh. Tasamuh: Jurnal Studi Islam Volume 12, Nomor 1*
- Nur Ariyanto, 2021. *Strategi Dakwah era demokratis: Pemikiran Muhammad Anis Mata*, Kendal: Yayasan Generasi Insan Madan Kendal
- Pardianto, 2013. *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media, Jurnal Komunikasi Islam Vol.3 No.1*
- Prabowo Wahyu, 2020. *Strategi Dakwah Jamaah Kopardiyah dalam Merawat Kebhinekaan. Civic-Culture: Jurnal Ilmu Pendidikan PKn dan Sosial Budaya Volume 4*
- Qorib Muhammad, 2018. *Dakwah di Tengah Pluralitas Masyarakat. Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Agama Islam*
- Ricko, Ahmad Junaidi, 2019. *Analisis Strategi Konten dalam Meraih Engagement pada Media Sosial (Studi Kasus Froyonion), Prologia Vol.3 No.1*
- Rosyad Sholeh, A.Muarif, 2010. *Manajemen Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah)

- Saipul Asep, 2015. *Metode Dakwah Penelitian*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Septianingsih Haerani, 2022. *Dakwah Bil Medsos, Komunikasi Penyiaran Islam – Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah*
- Sugiyono, 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta)
- Sumadi Eko, 2016. *Menebar Kebaikan Tanpa Deskriminasi. AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Vol. 4 No. 1*
- Wahab Abdul Jamil, 2015. *Harmoni di Negeri Seribu Agama*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia
- Wilson, Andrea, 2015. *YouTube in the Classroom. A research paper submitted in conformity with the requirements for the degree of Master of Teaching, Department of Curriculum, Teaching and Learning, Ontario Institute for Studies in Education of the University of Toronto, April 2015, (Online)*
- Yunus, Hadi Sabari. 2010. *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Zainuddin, dkk, 1991. *Seluk Beluk Pendidikan dari Al-Ghazali*. (Jakarta: Bumi Aksara)
- <https://www.its.ac.id> diakses pada tanggal 25 November 2021
- <https://islami.co/> diakses pada tanggal 28 November 2021
- <https://nasional.kompas.com> diakses pada tanggal 22 Februari 2022
- <https://www.kominfo.go.id> diakses pada tanggal 22 Februari 2022
- <https://www.youtube.com> diakses pada tanggal 22 Februari 2022
- <https://www.cnnindonesia.com> diakses pada tanggal 19 Juni 2022

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Transkrip Wawancara

Narasumber : Hengky Ferdiansyah

Jabatan : Tim Redaksi Islamidotco

Tanggal Wawancara : 17 Agustus 2022

Q : Founder islamidotco siapa?

A: Fouder dari Islamidotco adalah Syavic Ali

Q: Bagaimana kegiatan rancangan kerja yang dilakukan oleh Islamidotco?

A: kita biasanya memutuskan lewat rapat redaksi. Di rapat redaksi kami membahas mengenai tema apa yang akan dibahas lalu selanjutnya tema tersebut akan dikemas seperti apa. Apakah bentuknya monolog, talkshow atau film pendek.

Q: Dalam pemilihan tema, bagaimana Islamidotco memilih tema yang akan dibahas?

A: Pertama kami membahas tema-tema yang sedang aktual kemudian konten-konten yang sifatnya timeless. Timeless itu berarti adalah kira-kira akan menjadi pembahasan umat Islam khususnya Indonesia sampai kapan pun.

Q: Dalam menentukan seorang narasumber, apa saja yang diperhatikan oleh Islamidotco?

A: Untuk penentuan narasumber, kami memang memprioritaskan narasumber yang memang concern dengan isu yang dibahas.

Q: Dalam proses produksi Islamidotco menggunakan peralatan apa saja dan berapa lama prosesnya?

A: tergantung program apa yang dibuat, untuk talkshow atau monolog bisa memakan waktu 3-10 menit atau bahkan 30 menit. Untuk film pendek bisa memakan waktu 2-3 hari untuk proses syuting, dan satu minggu dari proses sebelum syuting

Q: Apa tujuan dari pembuatan konten yang dibuat dari Islamidotco?

A: Karena memang Islamidotco didirikan karena kita ingin menampilkan Islam yang damai dan Islam yang ramah. Sebagai bentuk counter dari narasi-narasi intoleransi dan kekerasan serta ultra-konservatif.

Q: Bagaimana promosi dan sasaran penonton yang dilakukan oleh Islamidotco?

A: Untuk promosi, menggunakan media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram dan Twitter. Sasaran penontonnya adalah masyarakat muslim urban atau kelas menengah yang saat ini berusia dibawah 40 tahun.

Lampiran 2

Dokumentasi Kegiatan Wawancara



Gambar 1. Wawancara Bersama Bapak Hengky

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Dita Tri Nastiti
NIM : 181026003
Tempat, Tanggal Lahir : Manado, 22 Februari 2001
Alamat : Perum Taman Mandiri, Kecamatan Taman,
Kabupaten Pemalang, Provinsi Jawa Tengah.
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Email : ditatrinastiti64@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 05 Taman
2. SMP PGRI 03 Taman
3. SMA Negeri 02 Pemalang
4. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

C. Riwayat Organisasi

1. Pramuka SMA (Anggota Giat Ops 2016-2017)
2. Net Good People Semarang (Social Media Maintenance 2020)