

**STRATEGI DAKWAH USTADZ UJANG BUSTHOMI
DALAM MELURUSKAN KEMUSYRIKAN
DI CHANNEL YOUTUBE KANG UJANG BUSTHOMI CIREBON**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana**

Oleh:

NUR AHMAD ZULKIFLI

NIM. 1617102030

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

2021

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam mengajarkan bahwa tuhan itu satu sementara praktik dilapangannya terjadi pergeseran pemahaman tentang keesaan Allah SWT. Semuanya disebabkan karena kurangnya memahami sifat wahdatul wujudnya Allah sehingga mengakibatkan syirik-syirik kecil yang justru dapat mengikis keimanan seseorang.

Arti dari Dakwah sendiri adalah suatu bentuk kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran islam di kehidupan sehari-hari.¹ Peran-peran tokoh agama disini sangat diperlukan sebagai tameng pelanjut dan pewaris dari ajaran agama islam yang dibawa risalah Nabi Muhammad SAW. Banyak tokoh ulama besar terdahulu yang berjuang untuk mengantisipasi masalah keimanan ini. Seiring berkembangnya zaman semakin sedikit tokoh agama yang membentengi keimanan ini mereka lebih cenderung membahas tentang fikih dan muamalah. Padahal tugas dakwah itu universal, harus bisa merangkul mengaplikasikan seluruh nilai-nilai islam. Alqur'an berbicara sangat tegas dan bervariasi dengan metode dan teori dakwah salah satunya adalah seperti firman Allah sebagai berikut :

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

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (An-Nahl: 125).²

Ayat di atas menganjurkan mengarahkan kepada kita sebuah konsep dakwah yang fleksibel dan tidak memaksa dengan sebuah komunikasi pendekatan yang komunikatif. Ada salah satu ustadz millennial dari salah satu kota di Jawa Barat tepatnya di Kota Cirebon, memiliki konsep strategi dakwah yang menarik, disamping mengikuti arus millennial dengan bantuan media sosial berupa Youtube beliau adalah Ustadz Ujang Busthomi channelnya sangat berkembang pesat dalam kurun beberapa bulan subscribarnya sudah genap mencapai 1 juta dan rata-rata viewernya per episode mencapai 500.000, lebih menariknya lagi cara dia berdakwah itu murni tanpa ada sebuah editing video dengan Live

¹ Faizah dkk, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Prenada media, 2015), hal. 7.

² Departemen Agama RI., *al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 1989), hal. 421.

streaming. Sehingga menarik karena dia sudah menjadi publik figur di media sosial Youtube. Perkembangan teknologi menjadi sarana dakwah pada zaman millennial.

Pada zaman sekarang, banyak sekali para pendakwah yang memodifikasi metode dakwahnya dan menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Tidak dapat dipungkiri bahwa banyak juga pendakwah lain yang memadukan antara gambar, video dan suara. Misalnya Muhammad Zulfikar Ali, dia juga berdakwah di media sosial Youtube dengan memanfaatkan video sebagai perantara pesan dakwahnya. Pesan-pesan keagamaan yang disampaikannya tentang fenomena akhir zaman, Seperti Ustadz Abdul Somad yang berasal dari Sumatera Utara yang sering mengulas berbagai macam persoalan agama, khususnya kajian ilmu hadis dan ilmu fiqih. Ustad Adi Hidayat yang khas adalah cara menyampaikan pesan dakwahnya dengan membawa papan tulis layaknya seorang guru. Berbeda dengan Ustadz Ujang Busthomi, dia lebih mendekati diri kepada mad'u para remaja dan orang tua, melalui materi dakwah yang disampaikan dengan kata-kata atau istilah yang menarik dan lucu sehingga para penonton terhibur dan mendapatkan ilmu. Dengan demikian, dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Ujang Busthomi bersifat memotivasi para remaja dan orang tua sehingga mudah untuk diterima, dan mampu membangun persepsi publik, khususnya generasi milenial.

Dalam melakukan kegiatan dakwah, setidaknya ada tiga komponen, yaitu pelaku dakwah, pesan dakwah, dan sasaran dakwah. Pendakwah adalah orang yang melakukan dakwah. Ia juga bisa disebut juga da'i. Didalam ilmu komunikasi pendakwah adalah orang yang menyampaikan komunikasi (komunikator) kepada orang lain.

Banyaknya konsep dan strategi dakwah membuat Ustadz Ujang Busthomi menarik untuk di ungkap konsep dan strategi dakwahnya sehingga bisa menjadi acuan bagi kaum millennial sekarang dalam berdakwah. Selain strategi yang khas sisi humoris dari Ustadz Ujang Busthomi menjadi menghipnotis viewernya untuk terus ditonton, karena Ustadz Ujang Busthomi memiliki bahasa dan dialektis Cirebon yang memiliki akulturasi 2 budaya yaitu Sunda dan Jawa.

Salah satu kunci Ujang Busthomi dalam channelnya adalah mengajak viewernya untuk selalu melantunkan sholawat kepada Nabi Muhammad saw. Hal ini selaras dengan firman Allah SWT:

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

“Sesungguhnya Allah dan para malaikat-Nya selalu bershalawat kepada Nabi Muhammad. Wahai orang-orang yang beriman bershalawatlah kalian kepadanya dan bersalamlah dengan sungguh-sungguh”. (Q.S. Al-Ahzab ayat 56)³

Ayat di atas memberikan intruksi kepada kita orang yang beriman untuk selalu melantunkan sholawat kepada Nabi Muhammad saw. Hal inilah yang jarang sekali dilakukan oleh tokoh agama khususnya para youtuber lain dan ini juga yang membuat para pecinta nabi dan sholawat menjadi simpatik dan suka kepada Ustadz Ujang Busthomi terutama dalam cara dia berdakwah.

Urgensi penting dakwah dalam membrantas kemusyrikan Kita ketahui bahwa tujuan utama penciptaan kita di dunia ini adalah untuk beribadah kepada Allah Ta’ala semata. Dan sangat penting untuk diketahui bahwa ibadah yang kita lakukan akan menjadi sia-sia apabila tercampur dengan kemusyrikan. Apabila suatu ibadah bercampur dengan kemusyrikan, maka ibadah kita tidak akan diterima. Oleh karena itu, barangsiapa yang beribadah kepada selain Allah Ta’ala –di samping juga beribadah kepada Allah Ta’ala–, maka ibadahnya kepada Allah Ta’ala adalah ibadah yang batil. Karena suatu ibadah tidaklah bermanfaat bagi pelakunya kecuali jika disertai dengan keikhlasan dan tauhid. Allah Ta’ala berfirman,

وَلَقَدْ أَوْحَىٰ إِلَيْكَ وَإِلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِكَ لَئِن أَشْرَكْتَ لَيَحْبَطَنَّ عَمَلُكَ وَلَتَكُونَنَّ مِنَ الْخَاسِرِينَ

“Dan sesungguhnya telah diwahyukan kepadamu dan kepada (nabi-nabi) yang sebelumnya, ‘Jika kamu mempersekutukan (Allah), niscaya akan hapuslah amalmu dan tentulah kamu termasuk orang-orang yang merugi.’” (QS. Az-Zumar ayat 65).

Di dalam ayat yang lain, Allah Ta’ala berfirman,

وَلَوْ أَشْرَكُوا لَحَبِطَ عَنْهُمْ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

“Seandainya mereka mempersekutukan Allah, niscaya lenyaplah dari mereka amalan yang telah mereka kerjakan.” (QS. Al-An’am ayat 88).

Namun, penulis membatasi episode yang terdapat di *channel youtube* kang ujang busthomi, Peneliti tertarik dengan meluruskan kemusyrikan karena di *channel youtube* kang ujang busthomi 50% lebih menampilkan meluruskan kemusyrikan kepada pelaku praktisi.⁴ Dalam video tersebut ustadz ujang busthomi menyampaikan tujuan membuat akun youtube ini adalah membrantas dan meluruskan orang yang musyrik, agar bisa kembali ke jalan yang benar dan memberikan pesan kepada para penontonya agar jangan takut terhadap hal

³ Departemen Agama RI., *al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 1989), hal. 421.

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=F-rR0gtM3UY> di akses pada tanggal 04 Juni 2020 Pukul 09.28

tersebut karena kekuatan itu datangnya dari Allah SWT dan selalu mengajak untuk melakukan sholat lima waktu, membaca sholawat dan istighfar.

B. PENEKASAN ISTILAH

Definisi operasional ini dimaksudkan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dalam pembahasan masalah penelitian dan untuk memfokuskan kajian pembahasan sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, maka definisi operasional penelitian ini adalah:

1. Strategi Dakwah

pada awalnya strategi itu digunakan sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh dalam peristiwa peperangan. Mulainya perkembangan zaman, strategi berkembang pesat untuk semua kegiatan organisasi, termasuk keperluan sosial, ekonomi, agama, dan budaya.⁵ Termasuk di dalamnya aktifitas dakwah. Termasuk didalamnya aktifitas dakwah.

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah ilmu dan seni yang digunakan untuk mencermati dan mencapai sasaran tertentu.⁶ Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "stratrgos" (status yakni militer atau memimpin) yang berarti generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang, pada dasarnya konsep ini sangat relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering ditandai dengan perang, dimana butuh pemimpin perang seorang jenderal.⁷

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan memang membutuhkan Strategi dalam segala hal yang digunakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi. Strategi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut dengan strategi. Strategi ialah rencana yang baik mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus. Adapun strategi menurut Morissan adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi.⁸ Sedangkan Imam Mulyana dalam bukunya menyatakan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumber daya dan

⁵ M. Ja'far Puteh (editor). *Dakwah Tekstual dan Kontekstual (Peran dan Fungsinya dalam Perberdayaan Ekonomi Umat)*. (Yogyakarta: AK Group Yogyakarta, 2006). Hlm. 88

⁶ <https://kbbi.web.id/strategi> di akses pada tanggal 10 juni 2020 pukul 08:23 WIB

⁷ Arsam. *Manajemen dan Strategi Dakwah*. (Purwokerto: STAIN Press, 2016). Hlm. 51

⁸ Morissan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008). Hlm. 136

lingkungan secara efektif yang terbaik. Unsur penting dalam strategi mempunyai 4 cara yaitu: kemampuan, lingkungan, sumber daya dan tujuan.⁹

Arifin mengatakan, Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan jadi merumuskan strategi dakwah, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi masa depan, guna mencapai efektivitas atau mencapai tujuan. Dengan strategi dakwah berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.¹⁰

Dakwah secara bahasa mempunyai makna bermacam-macam: a). *annida*; memanggil dan menyeru, seperti dalam firman Allah Q.S Yunus ayat 25 yang artinya “Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga) dan memberikan petunjuk kepada orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (islam)”. b). menegaskan atau membela, baik terhadap yang benar ataupun yang salah, yang positif ataupun yang negatif. c). suatu usaha berupa perkataan ataupun perbuatan untuk menarik seseorang kepada suatu aliran atau agama tertentu. d). meminta dan mengajak seperti ungkapan *da’a bi assyai’* yang artinya meminta dihidangkan atau didatangkan makanan atau minuman.¹¹

Menurut Hamzah Yaqub dalam bukunya “Publistik Islam memberikan pengertian dakwah dalam islam ialah “mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya”. definisi lain, seperti definisi dakwah menurut Team Proyek Penerangan Bimbingan dan Dakwah/ Khotbah Agama Islam (pusat) Departemen Agama RI dalam bukunya ‘Metodologi Dakwah Kepada Suku Terasing’ adalah setiap usaha yang mengarah untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak, sesuai dengan kehendak dan tuntunan kebenaran”.¹²

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi dakwah adalah sebagai metode, siasat, taktik atau maneuver¹³ yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan dakwah).¹⁴ Cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da’i (komunikator) kepada

⁹ Imam Mulyana. *Mengupas Konsep Strategi. (Teori dan Praktik)*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992). Hlm. 32

¹⁰ Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. (Yogyakarta: Graha Ilma, 2011). Hlm. 227

¹¹ Faizah dan H. Lalu Muchsin Effendi. *Psikologi Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2006). Hlm. 4

¹² Asmuni Syukir. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya: Al Ikhlas, 1983). Hlm. 19

¹³ maneuver adalah gerakan yang tangkas dan cepat dari pasukan (kapal dan sebagainya)

¹⁴ Asmuni Syukir. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya: Al Ikhlas, 1983). Hlm. 32

mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan human oriented menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.¹⁵

2. Musyrik dan syirik

Musyrik adalah orang yang menyekutukan (menyerikatkan Allah).¹⁶ sedangkan syirik adalah menyekutukan Allah SWT dengan yang lain, misalnya pengakuan kemampuan ilmu daripada kemampuan dan kekuatan Allah, pengabdian selain kepada Allah Taala dengan menyembah patung, tempat keramat, dan kuburan, dan kepercayaan terhadap keampuhan peninggalan nenek moyang yang diyakini akan menentukan dan mempengaruhi jalan kehidupan.¹⁷

3. *Channel Youtube* Ujang Busthomi Cirebon

Channel youtube ini dibuat pada tanggal 12 Januari 2020 oleh Ustadz H. Ujang Busthomi yang memiliki 2.510.000 subscriber, 242.808.059 kali ditonton.¹⁸ Channel ini mempunyai 179 video di buat oleh asal Cirebon sampai pertanggal 10 juni 2020 mempunyai 145 video.

Video di *channel youtube* ini selalu menggunakan live streaming untuk keaslian video bahwa ini adalah real, tidak ada settingan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas maka peneliti merumuskan masalahnya yaitu Bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh ustadz Ujang Busthomi dalam meluruskan kemusyrikan di *channel youtube* kang ujang busthomi.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

penelitian ini mempunyai tujuan yang akan dicapai, yaitu: untuk mengetahui strategi dakwah yang dilakukan oleh ustadz Ujang Busthomi dalam membrantas kemusyrikan .

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat diantaranya adalah:

a. Manfaat teoritis

¹⁵ M. Munir. *Metode Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2003). Hlm. 7

¹⁶ <https://kbbi.web.id/musyrik> di akses pada tanggal 10 juni 2020 pukul 07:20 WIB

¹⁷ <https://kbbi.web.id/syirik> di akses pada tanggal 10 juni 2020 pukul 07:23 WIB

¹⁸ <https://www.youtube.com/channel/UCxTVvAgJyIjw-zmJex4nyhg/about> di akses pada tanggal 10 Juni 2020

- 1) Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pedakwah, yaitu bagaimana cara mengemas pesan melalui strategi yang disampaikan oleh da'i ketika berdakwah dalam dakwahnya.
 - 2) Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan mampu memberikan pemahaman baru bagi khasanah dakwah Islam, khususnya bagi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
- b. Manfaat praktis
- 1) Bagi peneliti akan sangat bermanfaat untuk penambahan wawasan, pengetahuan dan keterampilan diri mengenai strategi dakwah.
 - 2) sebagai masukan baru bagi para pelaku dakwah agar dakwah dapat terlaksana secara efektif.

E. Kajian Pustaka

a. Telaah penelitian terkait

Telaah pustaka ini untuk menghindari kesamaan dan untuk menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis diantaranya adalah:

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

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah subjek penelitian, yaitu pemilik akun youtube, kemudian perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian diatas objeknya adalah Strategi Dakwah mensosialisasikan pentingnya menggunakan hijab, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Strategi Dakwah mengajak menjauhi kemusyrikan.

Kedua, Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang, atas nama Imas Mutiawati dengan judul "DAKWAH DI MEDIA SOSIAL(Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)" tahun 2018. Skripsi ini membahas tentang strategi fenomenal cara

berdakwah di akun media sosial instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dakwah melalui akun sosial media instagram untuk mengajak kebaikan. Dan disini peneliti mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi dakwah di akun media sosial instagram.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah tentang strategi dakwah, namun perbedaan terletak pada penelitian diatas menggunakan strategi dakwah menggunakan akun media sosial instagram sedangkan penulis menggunakan akun sosial media youtube.

Ketiga, Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, atas nama Darsam dengan Judul “Penggunaan Instagram sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters)” tahun 2019. Skripsi ini membahas tentang Strategi dakwah pada akun sosial media instagram @taubatters. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi akun sosial media instagram @taubatters dalam berdakwah melalui trend masa kini.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah subjek penelitian, yaitu berdakwah melalui akun media sosial, dan perbedaan terletak pada penelitian diatas adalah melalui akun sosial media instagram dan sedangkan penulis meneliti tentang akun media sosial youtube tentang Strategi dakwah ustadz Ujang Busthomi Cirebon dalam meluruskan kemusyrikan.

Keempat, Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh, atas nama Anggy Masyyta dengan judul “Strategi Dakwah Islam Akun Youtube Ibnu The Jenggot Dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam” tahun 2018. Skripsi ini membahas tentang Strategi Dakwah bagaimana cara mensosialisasikan Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam media sosial youtube. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dakwah untuk mengajak anak muda agar selalu Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam. Dan disini peneliti mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat strategi dakwah dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah subjek penelitian, yaitu pemilik akun youtube, kemudian perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian diatas objeknya adalah Strategi Dakwah mensosialisasikan Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Strategi Dakwah mengajak menjauhi kemusyrikan.

Kelima, Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh, atas nama Indi Nur Puspitasari dengan judul “Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube” tahun 2018. Skripsi ini membahas tentang Strategi Dakwah dalam menghadapi penolakan melalui media sosial youtube. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dakwah untuk menghadapi penolakan.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis adalah Starategi Dakwah melalui media sosial akun youtube, kemudian perbedaan terletak pada objek penelitian, pada penelitian diatas objeknya adalah Strategi Dakwah dalam menghadapi penolakan melalui media sosial youtube, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Strategi Dakwah mengajak menjauhi kemusyrikan.

Berdasarkan tinjauan penelitian yang penulis temukan di atas, ada beberapa hal yang memiliki kesamaan dalam isi skirpsi yakni pada strategi dakwah. Akan tetapi belum ada penelitian yang menggunakan stategi dakwah sebagai bentuk kiat dalam upaya meluruskan kemusyrikan. Adapun titik fokus yang penulis teliti yaitu tentang Strategi dakwah ustadz Ujang Busthomi Cirebon dalam meluruskan kemusyrikan.

b. Kerangka teori

1) Strategi Dakwah

Dalam penelitian ini hal-hal yang akan dibahas adalah strategi tokoh agama yang berasal dari seorang ustadz yang mengembangkan dakwah islam dalam Youtube. Menurut Al-Bayununi, strategi dakwah terbagi menjadi tiga bentuk, yaitu: Strategi sentimental (al-manhaj al-‘athifi), strategi rasional(al-manhaj al-‘aqli), dan strategi indriawi (al-manhaj al-hissi).¹⁹

Strategi sentimental digunakan oleh Nabi di Mekkah, yaitu dengan menekankan aspek kemanusiaan, memfokuskan pada memberikan pelayanan dan menghargai kaum yang lemah. Strategi rasional adalah metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran mad’u. Metode ini digunakan oleh Nabi Muhammad ketika menghadapi argumen kaum-kaum Yahudi. Strategi indriawi juga sering disebut dengan strategi eksperimen, dimana Nabi Muhammad selalu memberikan tauladan kepada para

¹⁹ Moh. Ali. Aziz, Ilmu Dakwah edisi revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 351

sahabat dan membuktian kebesaran Allah dengan mukjizat-mukjizat yang diberikan kepadanya.

Hal di atas dijadikan acuan bagaimana pelaksanaan pengembangan di Indonesia. Secara garis besar ada dua strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan dakwah Islam: Pertama, strategi dakwah dilihat dari tujuan yang hendak dicapai. Kedua, strategi dakwah dilihat dari sisi pendekatan dakwah. Kedua strategi tersebut dalam aplikasinya tidak harus berjalan secara linear dan strict, melainkan saling memperkuat atau bersifat komplementer.²⁰

Menurut Abdul Basit, strategi dakwah dilihat dari tujuan dakwah meliputi penyebaran dakwah Islam yaitu strategi tawsi'ah (penambahan jumlah umat Islam) dan tarqiyah (peningkatan kualitas umat Islam). Orientasi strategi dakwah tarqiyah perlu didekatkan dengan kebutuhan dasar dari audiens (masyarakat yang menjadi objek dakwah). Dakwah perlu melakukan pemetaan dan penelitian tentang kebutuhan umat. Hasil dari itu dapat dijadikan sebagai pokok dasar untuk bertindak bagi para pendai dalam berdakwah, melalui lisan, tulisan, tindakan, keteladanan, seni maupun lainnya yang mendorong umat dalam peningkatan keimanan dan ketakwaannya kepada Allah.

Dalam orientasi tawsiyah, perlu adanya pelurusan pemahaman umat diluar Islam dan memperkenalkan ajaran Islam yang sesungguhnya. Langkah pertama yang mesti dilakukan adalah mengajak seluruh umat Islam untuk menampilkan diri baik dalam bentuk perkataan, sikap, dan perbuatan yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Selain itu umat Islam harus dapat memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi untuk mensosialisasikan ajaran Islam dan melakukan berbagai aktivitas dakwah dengan tujuan agar masyarakat internasional dapat mengenal Islam lebih luas dan komprehensif. Selanjutnya, lembaga-lembaga dakwah di tingkat local, regional, nasional, dan internasional perlu melakukan tindakan-tindakan konkret dalam meningkatkan kualitas dan mensejahterakan umat serta memiliki keberpihakan pada kepentingan umat Islam yang luas.²¹

Strategi dakwah dilihat dari pendekatannya dibagi menjadi dua, yaitu strategi dakwah kultural dan strategi dakwah struktural. Dakwah kultural dapat dipahami sebagai sebuah strategi perubahan sosial bertahap sesuai dengan kondisi empiris

²⁰ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2013), hlm. 165

²¹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2013), hlm. 169

yang diarahkan kepada pengembangan kehidupan Islami yang bertumpu kepada pemurnian pemahaman dan pengamalan ajaran Islam dengan menghidupkan ijtihad dan tajdid. Sedangkan dakwah struktural merupakan dakwah yang bergerak melalui jalur kekuasaan di segala aspek kehidupan. Dengan adanya gerakan yang terstruktur ini akan mempermudah dalam pengenalan Islam dan menerapkan syariat-syariat Islam kepada masyarakat guna memperbaiki dan menghidupkan kembali nilai-nilai Islam.

Adapula tiga strategi dakwah yang termaktub dalam Al-Qur'an, yaitu meliputi: strategi tilawah (membacakan ayat-ayat suci Al-Qur'an), strategi takziyah (menyucikan jiwa), dan strategi ta'lim (mengajarkan Al-Qur'an dan al-hikmah).

- a) Strategi Tilawah. Dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah. Kita dapat mengenal dan memperkenalkan Allah SWT melalui keajaiban ciptaan-Nya, Memperlihatkan keajaiban ini tidak hanya dengan lisan dan tulisan, tetapi juga dengan gambar atau lukisan. Strategi tilawah bergerak lebih banyak pada ranah kognitif (pemikiran) yang transformasinya melewati indra pendengaran (al-sam') dan indra penglihatan (al-abshar) serta ditambah akal yang sehat (al-af'idah). Demikian yang dapat dipahami dari Surat Al-Mulk ayat 23:

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

“Katakanlah, Dia-lah yang menciptakan kamu dan menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati. (Tetapi) amat sedikit kamu bersyukur.”

- b) Strategi Tazkiyah. Misi dakwah ini adalah menyucikan jiwa manusia. Kekotoran jiwa dapat menimbulkan berbagai masalah baik individu atau sosial, bahkan menimbulkan berbagai penyakit, baik penyakit hati atau badan. Sasaran strategi ini bukan pada jiwa yang bersih, tetapi jiwa yang kotor. Tanda jiwa yang kotor dapat dilihat dari segala jiwa yang tidak stabil, keimanan yang tidak istiqomah seperti akhlak tercela lainnya seperti serakah, sombong, kikir, dan sebagainya.
- c) Strategi Ta'lim. Metode ini hanya diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan kurikulum yang telah dirancang, dilakukan secara bertahap, serta memiliki target dan tujuan tertentu. Nabi SAW mengajarkan Al-Qur'an dengan strategi ini, sehingga banyak sahabat yang hafal Al-Qur'an dan mampu

memahami kandungannya. Agar mitra dakwah dapat menguasai Ilmu Fikih, Ilmu Tafsir, atau Ilmu Hadis, pendakwah perlu membuat tahapan-tahapan pembelajaran, sumber rujukan, target dan tujuan yang ingin dicapai, dan sebagainya.²²

Namun pada pelaksanaan dakwah di Indonesia, khususnya di Cirebon strategi dalam pengembangan dakwah dari suatu tokoh da'i dan da'i lain memiliki perbedaan dan memiliki motivasi dan inovasi yang berbeda. Tidak dipungkiri lagi dalam strategi membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang.

2) Media Sosial Youtube

Media Sosial Youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim.

Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2006 Youtube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. Contoh dari acara atau tayangan audio visual yang merupakan new media. Konten yang ada pada Youtube bisa diakses kapan saja dan di mana saja, serta memungkinkan sesama pengguna berinteraksi. Materi audio visual meleburkan diri dalam digitalisasi dan materi tersebut hanya diakses melalui jalur internet.

Menurut Budiargo, Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke segala penjuru dunia melalui suatu web.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penulisan, peneliti membagi dalam lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

²² Moh. Ali. Aziz, Ilmu Dakwah edisi revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm.. 356

Bab ini disajikan latar belakang permasalahan, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi dasar-dasar teori tentang strategi dakwah, dan media sosial youtube yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang penyajian dan Analisis data yang diantaranya menjelaskan . Gambaran Umum, dalam bab ini berisi tentang gambaran umum Channel Youtube Ujang Busthomi Cirebon , sejarah singkat, visi-misi, tujuan, dan program Channel Youtube Ujang Busthomi Cirebon, penyajian data, analisis strategi dakwah Channel Youtube Ujang Busthomi Cirebon.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang di dalamnya memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada penelitian ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam penelitian Strategi Dakwah Ustadz ujang Busthomi dalam meluruskan kemusyrikan di channel Youtube Kang Ujang Busthomi Cirebon. kang Ujang dalam berdakwah menggunakan Strategi dakwah dengan berbagai cara. Pertama, Strategi Dakwah Ustadz Ujang Busthomi dipadepokan secara offline dan online lewat Channel YouTube Kang Ujang Busthomi yang didalamnya terdapat Strategi taushiyah/ceramah, Strategi membaca Sholawat, Strategi Istighotsah, Strategi Netralisir. Kedua, Strategi Dakwah mendatangi dukun Santet *livestreaming* melalui *Channel YouTube* Kang Ujang Busthomi yang didalamnya terdapat Strategi Silaturahmi mendatangi dukun santet, Strategi komunikasi aktif, Strategi Memancing amarah dukun dan Melayani perkelahian, Strategi Meluruskan agar bertaubat, Strategi Memberikan edukasi kepada penonton online dalam channelnya. Inti dari penelitian ini adalah jangan percaya dengan kemusyrikan dan tetap memperbaiki sholat, memperbanyak sholawat, dan terus beristighfar kepada Allah SWT strategi diatas ini bertujuan agar semua jamaah dan para penontonya tidak tersesat di jalan kemusyrikan melainkan agar selalu mendekatkan diri kepada Allah SWT. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teori Prof. Abdul Basit.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti mencoba memberikan saran sebagai berikut:

1. *livestreaming* menggunakan *iphone* agar kualitas gambarnya bisa lebih berkualitas.
2. Penelitian ini belum sempurna hanya menganalisis beberapa video dalam channel Youtube Kang Ujang Busthomi Cirebon. Belum secara langsung wawancara dengan beliau. Maka menjadi peluang bagi teman-teman yang ingin mendalami dan meneliti lebih jauh tentang Strategi Dakwah, manajemen dakwah, dari kang Ujang Busthomi.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah serta ridho-Nya hingga penyusunan skripsi ini telah selesai, walau dengan berbagai keterbatasan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulis hanyalah manusia biasa yang

tidak lepas dari kekhilafan, dengan demikian penulis yakin dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, baik tentang bahasa maupun isinya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak.

Dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa menunjukkan jalan yang terbaik dalam setiap langkah kehidupan kita untuk meraih ridho-Nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Faris, Muhammad Abdul Qadir. 2005 *Menyucikan Jiwa*, (Jakarta: Gema Insani)
- Adz-Dzahabi, Imam. 2007, *al-Kabair Galaksi Dosa*, (Jakarta: PT Darul Falah)
- Al-Kusani Mida. 2019, *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki*. *Skripsi*. Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
- Al-Ma'rufah Nadiatan. 2018, *Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure)*. *Skripsi*. Surabaya : Uin Sunan Ampel.
- Amin, Samsul Munir . 2009, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH)
- Antonius, Bungaran dkk. 2014, *Metode Penelitian Sosial: Edisi Revisi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia)
- Arifin, Anwar. 2011, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. (Yogyakarta: Graha Ilma).
- Arikunto, Suharsimi. 1998 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta)
- Arsam. 2016, *Manajemen dan Strategi Dakwah*. (Purwokerto: STAIN Press).
- Aziz, Moh. Ali. 2009. *Ilmu Dakwah edisi revisi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Bashori, Agus Hasan. 2004, *Korelasi Total Buku Fikih Lintas Agama*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. (Jakarta: PT. RajaGrafindo)
- Busthomi, Ujang. Video channel youtube kang ujang busthomi cirebon <https://www.youtube.com/watch?v=F-rR0gtM3UY> di akses pada tanggal 04 Juni 2010 Pukul 09.26 WIB
- Cangara, Hafied, 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (PT Rajagrafindo Persada: Depok)
- Danim, Sudarwan. 2002, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pusaka Setia)
- Darsam. 2019, *Penggunaan instagram sebagai trend media dakwah (strategi dakwah akun @taubatters)*. (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo).
- Departemen Agama RI. 1989, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: Toha Putra)
- Djamaris, Zainal Arifin. 1996, *Islam Aqidah dan Syari'ah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)
- Effendi, Onong Uchjana. 1993, *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti).
- Erianto. 2011. *Analisis isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Eriyanto. Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Faizah dan H. Lalu Muchsin Effendi. 2006, Psikologi Dakwah (Jakarta: Kencana)
- Fauzan, Shalih bin. 2005, At-Tuhid Lish Shafits Tsalits al-Ali, terjemah, Ainul Haris Arifin, Kitab Tuhid, (Jakarta: Darul Haq)
- Griffin, Ricky W. 2004 Manajemen, (Jakarta: Erlangga),
- Gunawan, Imam Metode. 2014, Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, (Jakarta: Bumi Aksara,)
- Hendriansyah, Haris. 2010, Metodologi penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial, (Jakarta:Salemba Humanika)
- Kbbi.web.id
- Kriantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktik Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- M. Munir. 2003, Metode Dakwah. (Jakarta: Kencana).
- Margiono. 2011, akidah akhlak, (Jakarta:Yudhistira),
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Edisi Revisi Cet. ke-3*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Masyyta, Anggy, 2018. Strategi Dakwah Islam Akun Youtube Ibnu The Jenggot Dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam. (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta).
- Moleong, Lexi J. 2009, Metodologi Penelitian Kualitatif . (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Morissan. 2008, Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. (Jakarta: Prenada Media Group).
- Muhammad, Ahmad Abdul Azhim. 2004, Strategi Hijrah, (Solo: Tiga Serangkai)
- Mulyana, Imam. 1992, Mengupas Konsep Strategi.(Teori dan Praktik) (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Munir, Muhammad, 2009. Manajemen Dakwah, (Jakarta: Prenada Media Group, Edisi Cetakan ke 2)
- Murad, Musthafa. 2011, Minhajul Mu'min pedoman hidup bagi orang mukmin, (Semarang: Pustaka Arafah)
- Muriah, Siti. 2000, Metodologi Dakwah Kontemporer, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, Cetakan pertama)
- Mutiawati, Imas. 2018, "Dakwah di media sosial(Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram". (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang).

- Nanuru, F. Ricardo. 2013, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1
- Nashrulloh, Alaika. 2016, Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an, (Banyuwangi: *Journal*. Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam Volume 8 Nomor 1)
- Nasution. 2014, *Metodologi Research*, (Jakarta: Bumi Aksara,)
- Nikmah, Ayu Salsabila Dyah. 2018, Analisis Resepsi Viewers Terhadap Personal Branding Positive Content Creator Gita Savitri Devi Melalui Youtube. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Prastowo, Andi. 2011, *Metode Penelitian dalam Prespektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media,)
- Prastowo, Andi. 2011, *Metode Penelitian dalam Prespektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media)
- Puspitasari, Nur Indi. 2018, Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Puteh, M. Ja'far. 2006, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*. (Yogyakarta: AK Group Yogyakarta).
- R. David, Fred. 2002, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat)
- Rahmadaniar, Tiara. 2018, "Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdailycom Dalam Mensosialisasikan Hijab". (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta).
- Rahman, Roli Abdul. 2009, *Menjaga Akidah dan Akhlak*, (Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri)
- Sa id, Mansur. 1996, *Bahaya Syirik dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Panji Mas)
- Steiner, George A. 1997, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama)
- Sugiarto, Eko. 2015 *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Suaka Media)
- Sugiono. 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono. 2015, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta)
- Suryabrata, Sumadi. 2011, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,)
- Syukir, Asmuni. 2003, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya: Al Ikhlas).
- Tim Penyusun. 2014, *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Purwokerto: STAIN Press)
- Watie, Errika Dwi Setya. 2011, *Komunikasi dan Media Sosial. Journal*. Ilmu Komunikasi. Volume 3, Nomor 1

Wilga Seesio Ratsja Putri, dkk. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja
Journal. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2017, Hlm.48