

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dakwah adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyeru atau mengajak orang lain kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Kegiatan dakwah banyak dipahami oleh masyarakat sebagai tugas ulama atau tokoh agama. Pemahaman ini menimbulkan persepsi bahwa tidak semua orang bisa berdakwah. Dakwah tidak hanya dilakukan oleh ulama atau tokoh agama saja.

Kegiatan dakwah sesungguhnya merupakan tugas manusia sesuai dengan eksistensi dakwah sebagai suatu amalan soleh. Dakwah harus diamalkan sebagai fardhu ain sehingga tidak seorang pun menghindarinya.¹ Walaupun demikian, dalam pelaksanaan dakwah sebaiknya sebagai pilihan hidup dan bidang khusus yang diperoleh melalui pendidikan, pengalaman, dan pengabdian.²

Perkembangan teknologi digital telah membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara berkomunikasi dan menyebarkan informasi, salah satu dalam dunia dakwah. Dakwah, yang pada awalnya lebih banyak dilakukan secara langsung dalam forum-forum pengajian, khutbah di masjid, atau acara keagamaan lainnya, kini telah

¹ Anwar Arifin Andi Pate, *Strategi Dakwah: Perspektif Ilmu Komunikasi* (Depok: Penerbit Khalifah Mediatama, 2015), Hlm.19.

² Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hlm.19.

mengalami perubahan yang cukup besar. Media digital, seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan platform sosial lainnya, menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda. Dalam dunia dakwah, dengan adanya perkembangan media komunikasi menjadi sarana yang sangat bermanfaat. Melalui media-media ini, dakwah Islam dapat tersiarkan ke seluruh pelosok negeri. Terutama melalui media yang berbasis audiovisual, misalnya televisi ataupun media sosial. Apalagi saat ini pengguna media sosial sudah sangatlah banyak.³

Fenomena menarik dari perubahan tersebut adalah munculnya para pendakwah muda, yaitu anak-anak yang berperan sebagai pendakwah. Tak hanya memiliki kemampuan berbicara yang baik, mereka juga mampu menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang menarik bagi audiens. Dai muda seringkali lebih menarik perhatian karena usianya yang masih belia, namun memiliki pemahaman yang mendalam terhadap ajaran agama. Hal ini juga diperkuat dengan penggunaan media digital yang memungkinkan mereka menjangkau khalayak yang lebih luas, baik secara nasional maupun internasional. Situasi seperti ini banyak kesempatan untuk program dai muda pilihan muncul sebagai program dakwah yang menarik dan signifikan.⁴

Keberadaan dai cilik di era digital menimbulkan pertanyaan menarik tentang bagaimana mereka menyusun strategi dalam berdakwah. Di satu sisi

³ Ilham Cahyo Kumolo, *Strategi Dakwah Program "Bincang Ringan Angkringan" di Yufid TV. Jurnal Audiens* VOL. 2, NO. 1 (2021): March (2021), Hlm. 95.

⁴ Irwan Setiawan. *Manajemen Program Pembinaan Dai Muda Pilihan Pada Karantina di ANTV*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Jakarta, 2013. Hlm. 03.

mereka dihadapkan pada kebutuhan untuk menyampaikan dakwah yang sesuai dengan ajaran agama, namun di sisi lain mereka harus mampu menyampaikan pesan secara kreatif dan relevan kepada masyarakat digital yang cenderung memiliki pemahaman komunikasi yang berbeda.

Media sosial merupakan fenomena yang global dan mengakar. Adanya media sosial hampir tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai bentuk aplikasi dalam komunikasi secara virtual, media sosial merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.⁵ Media sosial adalah sebuah media online, yang mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten yang bisa dikonsumsi oleh masyarakat. Pada saat ini media sosial seperti YouTube, Instagram dan TikTok adalah media sosial yang paling banyak digunakan dan diminati untuk menyampaikan dakwah di banding yang lainnya.

Salah satu wujud bahwa media sosial khususnya YouTube dapat digunakan untuk hal positif adalah dengan menjadikannya media baru dalam berdakwah seperti yang dilakukan oleh Wildan Mauzakawali. Dakwah sendiri adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam di kehidupan sehari-hari.⁶

Peran media sosial sebagai alat dakwah menghadirkan tantangan tersendiri bagi para dai cilik. Mereka perlu memahami bagaimana memanfaatkan teknologi dengan baik, menyusun konten dakwah yang

⁵Muh Taufik Hidayat. "*Berdakwah Di Media Sosial*." (2020).Hlm.06.

⁶ Faizah, dkk. Psikologi Dakwah (Jakarta: Prenada Media, 2015). Hlm. 07.

menarik, dan menjaga isi pesan dakwah agar tidak disalah gunakan untuk kebutuhan tampil menarik di dunia digital. Fenomena ini memerlukan kajian lebih lanjut untuk memahami bagaimana strategi para dai cilik baru dalam menyampaikan dakwahnya di era digital dan bagaimana mereka beradaptasi dengan perubahan dan model teknologi komunikasi yang ada.

Strategi dakwah dengan menggunakan beberapa gaya merupakan salah satu bentuk proses pengungkapan yang memperlihatkan sebuah maksud, gagasan, maupun tujuan. Selain itu gaya dalam berdakwah merupakan bentuk manusia dalam berkomunikasi, sedangkan gaya ekspresi wajah merupakan gabungan dari berbagai macam isyarat, masing-masing isyarat memiliki makna dan dapat mempengaruhi pesan verbal yang akan disampaikan.⁷ Sementara itu dengan gaya ekspresi dapat memperlihatkan perasaan seseorang. Dalam strategi dakwah diperlukan gaya strategi yang merujuk pada cara penyampaian pesan dakwah oleh seorang dai yang mampu ber ekspresi dengan cara dan juga keunikan masing-masing.

Sementara itu strategi dalam komunikasi dakwah dapat berbentuk penyampaian pesan agama melalui kata-kata, sikap, perilaku yang baik yang dapat dicontohkan melalui tindakan kebaikan yang dapat menjadi teladan bagi orang lain. Kemudian para dai juga bisa berdakwah melalui media digital dengan berbagai platform media sosial seperti YouTube, apalagi sekarang para dai sudah banyak yang mulai mengekspresikan dakwahnya melalui media sosial.

⁷Alifa Rulla Alfadhila. *Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Senyuman Melalui Media Board Game*. Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia Bandung. 2019. Hlm 04.

Dai cilik merupakan seorang anak-anak yang berperan sebagai pendakwah muda dalam penyampaian nilai-nilai agama Islam. Mereka berusaha menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang sesuai dengan usia mereka, baik melalui ceramah, nyanyian, drama, maupun media digital. Dai cilik biasanya mempunyai kemampuan berbicara atau cara penyampaian pesan dengan cara yang baik, menarik, dan mudah difahami oleh sesama anak-anak ataupun orang dewasa.

Berdakwah di era digital juga merupakan suatu kegiatan yang sangat menguntungkan di zaman yang serba canggih ini, dengan berdakwah melalui media digital dapat mempermudah para dai untuk menyampaikan pesan dakwahnya tanpa harus bertemu langsung dengan para mad'u. Pendakwah di era digital saat ini telah mengadopsi secara luas teknologi informasi sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan keagamaan. Perubahan ini melibatkan berbagai platform populer seperti YouTube, TikTok, Instagram, Twitter, dan lainnya. Salah satu ciri utama dari transformasi ini adalah pergeseran dari metode dakwah konvensional yang bersifat searah menjadi komunikasi multi arah yang lebih interaktif dan responsif terhadap kebutuhan audiens.⁸

Dalam era digital, kemajuan teknologi telah membawa dampak yang mendalam pada cara manusia berkomunikasi. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi aspek kehidupan sehari-hari, tetapi juga merambah ke ranah agama dan spiritualitas. Transformasi signifikan terjadi dalam pelaksanaan

⁸Yulia Rahmawati. dkk., *Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. Journal of Social Humanities and Education*. Vol.3, No.1 Maret 2024. Hlm. 271.

dakwah, di mana upaya menyampaikan pesan keagamaan menjadi lebih dinamis dan responsif terhadap tuntutan zaman. Oleh karena itu, urgensi untuk menyelidiki dan menganalisis gaya komunikasi dakwah dalam konteks era digital menjadi semakin penting.⁹

Perkembangan dakwah di era digital mengalami perkembangan dan perhatian yang signifikan, salah satunya banyak muncul dai-dai muda yang mampu menyampaikan pesan-pesan agama secara kreatif dan inspiratif. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya dilakukan oleh para ulama dewasa, tetapi juga bisa dilakukan oleh generasi muda dengan teknik pendekatan yang sesuai dengan zamannya. Salah satu contoh menarik adalah Wildan Mauzakawali Saptian, seorang dai cilik asal Salatiga yang dikenal karena mempunyai kemampuan dalam menyampaikan ceramah agama dengan gaya yang cerdas, lantang, dan menghibur.

Wildan mempunyai bakat dalam dunia dakwah sejak duduk di bangku sekolah dasar di SD Muhammadiyah Plus Salatiga. Wildan berhasil meraih berbagai prestasi dalam ajang lomba dai cilik tingkat kota maupun provinsi, seperti Juara I Lomba Dai Kecil Tingkat Jawa Tengah oleh Universitas Negeri Semarang (Unnes), serta Juara II dalam Pentas PAI tingkat Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2014. Tidak hanya di ranah lomba, Wildan juga aktif berdakwah melalui media, termasuk tampil dalam acara televisi “Aksi Junior” di Indosiar.

⁹ Ibid., 267.

Dakwah yang dilakukan Wildan mencerminkan pentingnya pembinaan dakwah sejak usia dini serta peran lembaga pendidikan dalam membentuk karakter dan keterampilan berdakwah. Oleh karena itu, penting untuk meneliti strategi dakwah dai cilik seperti Wildan dalam konteks pengembangan dakwah Islam di era digital yang ramah, edukatif, dan kreatif bagi masyarakat masa kini.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi dakwah Wildan Mauzakawali dalam menarik netizen?
2. Bagaimana teknik penyampaian dakwah Wildan Mauzakawali pada channel Youtube Pengajian Dan Dakwah Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian atau rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui strategi dakwah Wildan Mauzakawali dalam menarik netizen.
2. Mengetahui teknik penyampaian dakwah Wildan Mauzakawali dalam berdakwah di era digital.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru bagi peneliti dan dapat meningkatkan semangat dalam meneliti. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta pembelajaran baru bagi peneliti supaya dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dengan lebih baik.
2. Secara Praktis, dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara meningkatkan penyampaian dakwah. Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat bagi para pendai cilik yang mempunyai upaya mengembangkan penyampaian dakwahnya di era digital ini. Penelitian ini juga memberikan pandangan dan pengetahuan dakwah khususnya para dai cilik Indonesia, bahwa banyak cara untuk menyusun strategi dakwah di kehidupan masyarakat saat ini, sehingga dakwah kekinian melalui media digital menjadi solusi utama yang pas dalam mengekspresikan dakwah di era digital.

E. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami maksud dari judul penelitian ini, serta untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai ruang lingkup yang dibahas, maka beberapa istilah kunci dalam judul akan dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

1. Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan istilah yang merujuk pada rangkaian pendekatan, metode, dan perencanaan sistematis yang digunakan oleh seorang dai untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif kepada sasaran dakwah (mad'u), dengan mempertimbangkan kondisi, karakteristik, dan media yang digunakan. Strategi ini bersifat fleksibel, tergantung pada situasi dan karakteristik audiens, serta perkembangan teknologi komunikasi. Dalam konteks digital, strategi dakwah tidak hanya melibatkan ceramah langsung (tatap muka), tetapi juga merambah media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan lainnya.

2. Dai Cilik Dalam Berdakwah

Istilah *dai cilik* merujuk pada anak-anak atau remaja yang memiliki kemampuan berdakwah, baik secara lisan maupun melalui media digital. Mereka dikenal aktif dalam menyampaikan ajaran Islam kepada khalayak, meskipun masih berusia muda. Dalam skripsi ini, fokus kajian akan diarahkan pada figur dai cilik tertentu yang memiliki pengaruh di masyarakat melalui aktivitas dakwahnya. Dai cilik dalam berdakwah merujuk pada kemampuan seorang anak pendakwah dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui beberapa strategi dan teknik seperti memperhatikan mimik wajah, intonasi suara, gestur tubuh, dan bahasa non-verbal lain yang mendukung komunikasi verbal. Dengan beberapa strategi dan teknik dakwah dapat mencerminkan ketulusan

dan semangat keIslaman, sehingga audiens tidak hanya mendengar isi dakwah, tetapi juga merasakan semangat yang terkandung di dalamnya. Ketika dai mampu menyesuaikan ekspresi dengan isi dakwah, maka pesan akan lebih mudah diterima dan dihayati. Dalam hal ini, Wildan menunjukkan bahwa meskipun ia masih berusia anak-anak, kemampuannya dalam mengelola cara berdakwah menjadi modal utama dalam keberhasilan dakwahnya.

3. YouTube Sebagai Media Dakwah

Dalam konteks dakwah Islam, YouTube dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah digital yang efektif karena dapat menyampaikan pesan dakwah yang bisa menjangkau audiens secara luas tanpa batas geografis dan waktu. Kemudian dapat menggabungkan teks, suara, gambar, dan gerak, sehingga lebih menarik dan mudah dicerna dan juga dapat memberikan ruang untuk komentar, like, dan berbagi, yang memungkinkan interaksi antara dai dan mad'u. Konten yang diunggah juga dapat diakses kembali kapan saja oleh audiens. Melalui YouTube, dai tidak hanya berperan sebagai penyampai ilmu agama, tetapi juga sebagai kreator konten dakwah, yang dituntut untuk memahami aspek komunikasi visual, editing, dan branding personal agar dakwahnya bisa diterima oleh masyarakat luas.

F. Sistematika Pembahasan

- Bab I : Menyajikan latar belakang masalah atau konteks penelitian yang berkaitan dengan Strategi Dakwah, dan Teknik Dai Cilik dalam penyampaian dakwah. Fokus dan Pertanyaan Penelitian. Tujuan penelitian. Kegunaan penelitian baik secara teoritis maupun secara praktis. pembahasan
- Bab II : Membahas mengenai kajian teori yang meliputi: Unsur-Unsur Dakwah, Dasar Hukum Dakwah kemudian Strategi Dakwah. Kemudian menjelaskan literatur review terkait tinjauan pustaka juga kerangka pemikiran
- Bab III : Membahas mengenai rancangan penelitian, kehadiran penelitian, Lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahapan penelitian.
- Bab IV : Membahas mengenai paparan data yakni gambaran umum objek riset dan paparan data penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis.
- Bab V : Membahas tentang hasil dan pembahasan terkait analisis penelitian, disertai dengan teori yang relevan.
- Bab VI : Penutup berisi kesimpulan dan saran