

**STRATEGI KOMUNIKASI USTADZ AHMAD FARHAN PADA MASA
PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam**

OLEH :

**Irma Yunita Sari
NIM : 1711310028**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
TAHUN 2021 M / 1442 H**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN
DAKWAH

Alamat : JL.Rندن Patih Pagur Dewa Telp.(0736)15276, 31171 Fax (0736)511171 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

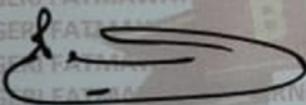
Skripsi atas nama: **Irma Yunita Sari NIM: 1711310028** yang berjudul
"Strategi Komunikasi Ustadz Ahmad Farhan di Masa Pandemi Covid -19"
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Dakwah Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno
Bengkulu.

Skripsi ini telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing
I dan pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang
munaqasyah/skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam
Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

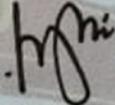
Bengkulu 24 September 2021

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Suryani, M. Ag

NIP. 196901101996032002


Poppi Damayanti, M. Si

NIP. 197707172005012010

Mengetahui,
Ketua Jurusan Dakwah


Wira Hadikusuma, M.S.I

NIP. 198601012011011012



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN
DAKWAH

Alamat : JL.Raden Fataah Pagar Dewa Telp.(0736)15276, 51171 Fax (0736)511171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama: **Irma Yunita Sari NIM: 1711310028** yang berjudul

“Strategi Komunikasi Ustadz Ahmad Farhan di Masa Pandemi Covid -19”.

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqosyah Jurusan Dakwah
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah pada :

Hari : **Kamis**

Tanggal : **16 Desember 2021**

Dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan
Penyiaran Islam.

Bengkulu, 16 Desember 2021

Dekan,

Dr. Aan Supian, M. Ag

NIP. 496906151997031003

Sidang Munaqosyah

Ketua

Sekretaris

Dr. M. Ridho Syabibi, M.Ag

Poppi Damayanti, M.Si

NIP.1968072720021002

NIP.197707172005012010

Penguji I

Penguji II

Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.i

Musyaffa, M.Sos

NIP.198306122009121006

NIP. 1990012282019031007

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah penulis Skripsi dengan judul “**Strategi Komunikasi Ustadz Ahmad Farhan Pada Masa Pandemi Covid-19**”, dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi persyaratan meraih gelar Strata 1 di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno.
2. Karya tulis ini murni dari gagasan, pemikiran serta rumusan sendiri tanpa adanya bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, terkecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam penulisan skripsi yakni dengan menyebutkan sumbernya.
4. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu 09 Februari 2022

Mahasiswa yang menyatakan



Irma Yunita Sari
NIM. 1711310028

MOTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

fa inna ma'al-'usri yusra

•Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*

(QS. Al-Insyirah.7)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil *alamin*. Dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang tak terhingga, sholawat beriring salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW atas risalah yang dibawanya. Sekarang saya telah sampai pada titik dari perjuangan pendidikan Strata I (S1) pada kesempatan ini akan saya persembahkan sebuah karya sederhana ini untuk :

- ❖ Terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugas akhir dan telah melewati suka duka dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Terimakasih kepada kedua orang tua (Bapak Widodo dan Ibu Prikatini) dan adik tercinta (Nur Rahma Wati) yang telah memberikan kekuatan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Terimakasih kepada dosen-dosen yang telah menjadi Orang tua dikampus yang telah memberikan ilmu bagiku, Pembimbing Akademiku Poppi Damayanti M.Si sekaligus pembimbing II. Dr. Suryani M.Ag pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar hingga selesainya skripsi ini.
- ❖ Terimakasih kepada sahabat seperjuangan KPI Angkatan 2017 dan terkhusus Sahabatku Afifah Fadilah, Anisa Alifia, Megawati, Arumi Salsabila dan Efri Dewi Fajariah. Sahabat SMP Annisa NA, Dewi Armalia S dan Sundari Mukharomah.
- ❖ Terimakasih kepada Anak Kosan Sultan yang telah memberikan semangat dan siap mendengarkan keluh kesahku selama menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Irma Yunita Sari, Nim : 1711310028, 2021, Judul Skripsi “ Strategi Komunikasi Ustadz Ahmad Farhan Di Masa Pandemi Covid-19”.

Ustadz Ahmad Farhan memiliki strategi komunikasi guna mengsiarkan pesan dakwah kepada mad'u di masa pandemi covid-19. Keterbatasan pertemuan tatap muka saat pandemi ini mengharuskan untuk menggunakan media berbasis virtual seperti media sosial. Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah Bagaimana strategi komunikasi Ustadz Ahmad Farhan di masa pandemi covid-19 ini. Pada penelitian ini peneulis menggunakan pendekatan kualitatif, mewawancarai Ustadz Ahmad Farhan dan mengamati strategi komunikasinya di berbagai media sosial. Hasil dari penelitian ini penulis menemukan bahwa strategi komunikasi Ustadz Ahmad Farhan yang digunakan pada saat berdakwah menggunakan strategi terencana, adapun strategi terencana yang dilakukan oleh Ustadz Ahmad Farhan dapat diterapkan dalam berdakwah secara *online* maupun *offline*. Strategi komunikasi yang digunakan dalam berdakwah secara *online* menggunakan media yang menarik dan kesesuaian materi menjadi daya tarik mad'u. Sedangkan strategi komunikasi yang digunakan dalam berdakwah secara *offline* meliputi penampilan, mukadimah, materi yang mudah dipahami dan memahami kondisi mad'u.

Kata kunci : Strategi komunikasi, pandemi covid-19 dan dakwah *online* dan *offline*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur hanya untuk Allah SWT. Dia yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Sebagai manusia biasa, penulis tidak terlepas dari berbagai kesulitan-kesulitan yang menghadang. Namun atas seizin Allah SWT akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Sholawat dan salam senantiasa kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan segenap keluarganya serta orang-orang yang meneruskan risalahnya sampai akhir zaman.

Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Utadz Ahmad Farhan di Masa Pandemi Covid-19“ yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

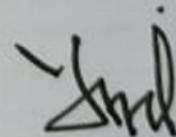
1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UIN) Bengkulu
2. Dr. Aan Supian M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Bengkulu
3. Wira Hadikusuma, M.Si selaku Ketua Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Bengkulu
4. Wira Hadikusuma, M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Dr. Suryani. M.Ag, selaku Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran

6. Poppi Damayanti, M.Si, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Dakwah UIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan Karyawan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kebaikan skripsi ini. Akhir kata, saya ucapkan terimakasih.

Bengkulu, September 2021

Penulis



Irma Yunita Sari
NIM. 1711310028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
HASIL PLAGIASI	v
MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu	8
G. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Tentang Strategi Komunikasi	13
1. Pengertian Strategi Komunikasi	13
2. Tahapan Strategi Komunikasi	15
B. Kajian Tentang Da'i	18
1. Pengertian Da'i	19
2. Karakteristik Da'i	21
C. Materi Dakwah	24
1. Aqidah (keimanan)	25
2. Syariah	27
3. Akhlaq	29
D. Kajian Tentang Media	30
1. Media Dakwah	30
2. Prinsip-prinsip pemilihan media	31
E. Kajian Tentang Covid-19 (Corona Virus)	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	35
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	36
C. Informan Penelitian	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Dokumentasi	37
2. Wawancara	38
3. Observasi	38
E. Teknik Keabsahan Data	38

F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah Singkat Ustadz Ahmad Farhan, SS., M.S.I.....	40
1. Profil Ustadz Ahmad Farhan,SS.,M.S.I	40
2. Deskripsi akun <i>Youtube</i> Ustadz Ahmad Farhan, SS.,M.S.I	42
B. Penyajian Hasil	43
1. Pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan	43
2. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi	43
3. Analisis perencanaan dan penyusunan strategi	45
4. Analisis khalayak dan segmentasinya	54
5. Seleksi media.....	56
6. Desain dan penyusunan pesan	58
C. Pembahasan.....	60
1. Pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan	61
2. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi	61
3. Analisis perencanaan dan penyusunan strategi	62
4. Analisis khalayak dan segmentasinya	63
5. Seleksi media.....	63
6. Desain dan penyusunan pesan	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Kritik dan Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah ditinjau dari segi etimologi atau bahasa berasal dari kata Arab **دَعَا** **يَدْعُو** **دَعْوَةً** artinya panggilan, seruan atau ajakan.¹ Kata dakwah merupakan kata benda (masdar) dari kata kerja **دَعَا** **يَدْعُو** yang berarti panggilan seruan atau ajakan. Dalam dunia dakwah, orang yang berdakwah biasa disebut Da'i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan mad'u.

Kegiatan dakwah pun tidak hanya mencakup sisi ajaran (materi) melainkan juga sisi pelakunya (Da'i) dan audiens nya (Mad'u). Dakwah memiliki metode yang beragam yang telah tertulis dalam Al-Qur'an serta di peraktekkan oleh Rasulullah SAW. Yakni *bil hikmah dan bilati hiya ahsan*(berdebatlah dengan cara yang baik).²

Dalam upaya menunjang keberhasilan dakwah yang dilakukan oleh para Da'i, maka seorang Da'i dituntut untuk memiliki strategi yang baik dan memiliki metode penyampaian yang menarik serta media yang digunakan pun harus sesuai perkembangan teknologi. Pada hakekatnya strategi dalam berdakwah merupakan sebuah keharusan, karena penyebaran dan pemerataan ajaran Islam serta amar ma'ruf nahi munkar adalah sebagai kewajiban umat Islam dimana dan dalam kondisi apapun,

¹ Abdul Rosyat Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), hlm. 7

² M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Kencana Predena Media Gru, 2009), hlm. 10.

baik individu maupun kelompok. Hal ini sesuai dengan hadist yang berbunyi :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya : “Sampaikanlah dari padaku walaupun satu ayat (HR. Bukhari).”

Strategi adalah perencanaan (*planning*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.³ Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan yang dilakukan seseorang kepada orang lain untuk memberi informasi agar dapat mengubah sikap, pendapat atau perilaku yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung atau melalui media.⁴ Sedangkan menurut Carl I. Hovland komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan).⁵

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting bukan hanya dalam kehidupan organisasi namun dalam kehidupan manusia secara umum. Dalam kehidupan sehari-hari setiap manusia tidak terlepas dari hubungan dengan manusia lain. Dengan demikian

³ Harold D.Laswell dan Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.29.

⁴ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1992), hlm.5

⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 20), hlm.68.

komunikasi memiliki peran yang sangat penting mengenai interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya. Da'i sebagai juru dakwah adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok atau melalui suatu organisasi dan lembaga. Kata Da'i sering disebut dengan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam) namun sebutan ini konotasinya sangat sempit. Karena masyarakat cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan atau perbuatan seperti penceramah agama atau khotib yang berkhotbah. Da'i juga dapat dikatakan seorang pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan di dunia dan di akhirat ia adalah penunjuk jalan kebenaran. Untuk itu seorang Da'i harus professional karena dia akan berhadapan dengan perkembangan zaman yang sangat pesat dengan kemajuan teknologi dan pemikiran manusia yang semakin berkembang. Tugas seorang Da'i identik dengan tugas Rasul, semua rasul adalah panutan semua Da'i terlebih Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul yang paling mulia. Pada prinsipnya setiap muslim berkewajiban berdakwah melakukan amar ma'ruf nahi munkar.⁶

Dakwah merupakan ajakan, seruan, panggilan dan bujukan kepada kebaikan sesuai dengan fitrah manusia sekaligus seiring dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadits. Aktivitas penyampaian dakwah di era modern ini tidak harus dari mimbar ke mimbar melainkan bisa melalui saluran media

⁶ M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Kencana Prenda Media Group, 2006), hlm.21-22

juga. Jika aktivitas dakwah tidak mampu menyesuaikan perkembangan teknologi maka islam akan jalan ditempat. Karena seiring berjalannya waktu ilmu pengetahuan semakin berkembang begitupun dengan teknologi saat ini.

Oleh karena itu, penggunaan media komunikasi modern sesuai dengan perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa agar pesan dakwah tepat mengenai sasaran dan berjalan efektif. Saat ini dakwah tengah berada di era kontemporer atau istilahnya dakwah kontemporer yakni dakwah yang menggunakan teknologi modern melalui social media dan media massa yakni media seperti facebook dan youtube.

Fungsi media massa adalah untuk menyampaikan informasi, untuk mendidik, untuk mempengaruhi dan untuk menghibur. Sebagai media edukasi peran social media saat ini penting untuk membangun karakter . Agar pesan dakwah dapat tersampaikan oleh khalayak dai harus mampu menciptakan strategi yang baik agar mad'u atau khalayak tertarik untuk mendengarkan apa yang ingin disampaikannya. Para Da'i sangat menyadari dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat ini mereka banyak menggunakan media sebagai media dakwah nya.

Islam adalah agama Rahmatan lil alamin, Islam disebarkan melalui pesan-pesan kedamaian dengan membawa ketenangan bagi para penganutnya. Islam juga selalu berusaha untuk menjaga hubungan kepada siapa pun baik yang beragama muslim maupun non muslim. Pesan-pesan

kedamaian itu berupa pesan yang mengandung unsur kebaikan yang disebut sebagai pesan dakwah. Dakwah pada dasarnya adalah untuk mengajak manusia kepada jalan yang lebih baik secara kolektif maupun individu agar manusia menjadi baik. Dakwah menjadi kebutuhan bagi setiap orang khususnya umat islam. Karena dakwah menjadi suatu kebutuhan maka para Da'i menggunakan berbagai cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui berbagai media.⁷

Di masa pandemi seperti saat ini terjadi perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan ini adalah berubahnya kegiatan yang dilakukan secara klasik menjadi kegiatan yang serba menggunakan teknologi baik berupa media social maupun media online lainnya yang berbasis virtual. Transformasi dakwah di masa pandemi ini menjadi salah satu strategi dakwah yang dilakukan oleh para Da'i. Transformasi dakwah di masa pandemi ini platform-platform media social dan media online lainnya yang berbasis virtual yang tersedia menjadi salah satu cara alternative untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah keagamaan dengan begitu cara ini dianggap sebagai salah satu cara yang cukup efektif karena mudah dijangkau.

Selama pandemi dakwah merupakan salah satu cara untuk melakukan perubahan sosial baik secara individu maupun secara kelompok. Masyarakat membutuhkan bimbingan secara spiritual karena

⁷Hasanah, H. (2016) Arah Pengembangan Dakwah melalui Sistem Komunikasi Islam. *At-Tabsyir : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol 4 .hlm.131

sebelumnya banyak beraktivitas yang cukup menguras tenaga dan pikiran sehingga terjadi krisis spiritual. Pandemi covid-19 menjadikan dan memaksa manusia untuk selalu berfikir kreatif dengan bermedia social dan media online yang berbasis virtual dapat membuat masyarakat lebih mudah dalam mendapatkan informasi.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti telah lakukan pada Media Sosial Ahmad Farhan, SS., M.S.I maka terdapat beberapa hal yang menarik untuk melanjutkan penelitian ini ialah :

1. Ustadz Ahmad Farhan, SS., M.S.I aktif memanfaatkan Media sosialnya terbukti dari subscribarnya sebanyak 1.85 ribu dan telah mengupload video sebanyak 102 video.



2. Materi yang disampaikan pun sesuai dengan kondisi di masa pandemi covid-19 ini.
3. Da'i lain yang juga memanfaatkan media sosialnya namun tidak aktif mengupload video-video terbarunya seperti Ustadz Junaidi Hamzah memiliki 944 subscriber dan KH. M. Syamlan pun hanya memiliki 191 subscriber.

Berdasarkan temuan tersebut peneliti memilih Ustadz Ahmad Farhan sebagai informan yang tepat untuk peneliti teliti dan sebagai informan utama pada penelitian ini.

Dengan begitu seorang Da'i harus mengetahui situasi dan kondisi yang sedang dilaluinya dan dapat mengatasi situasi dengan segala cara agar dakwahnya tetap berlanjut maka Da'i memilih menggunakan media untuk tetap melakukan dakwahnya. Atas dasar latar belakang diatas penulis bermaksud untuk mengangkat judul tentang "Strategi Komunikasi Da'i Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Masa Pandemi Covid-19".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni "Bagaimana Strategi Komunikasi Da'i dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di masa Pandemi Covid-19 ini ? "

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ingin diteliti oleh penulis pada Strategi Komunikasi Da'i dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di masa Pandemi Covid-19 ini ialah :

1. Strategi Komunikasi Da'i dalam menyampaikan pesan dakwah di masa pandemi covid-19.
2. Da'i yang dimaksud tersebut ialah Ustadz Ahmad Farhan M.S.I
3. Materi yang disampaikan mengenai aqidah, syariah dan akhlak.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut Strategi apa yang digunakan Da'i untuk menyampaikan pesan dakwah pada masa Pandemi Covid-19 ini.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang komunikasi dakwah, ilmu dakwah, strategi dakwah dan lainnya. Serta untuk menambah referensi bagi penulis selanjutnya dalam jenis penelitian serupa.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis agar dapat mengambil nilai-nilai positif khususnya mengenai Strategi komunikasi Da'i dalam menyampaikan Pesan dakwah di masa pandemic Covid-19 dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk penelitian lain yang relevan di masa yang akan datang.

F. Penelitian Terdahulu

Pertama, Skripsi oleh Irpan Kaholis, Mahasiswa IAIN Bengkulu tahun 2019, dengan judul Strategi Dakwah di Pondok Pesantren Al-Mubaraak Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah di pondok pesantren al-mubaraak kota Bengkulu belum maksimal, dikarenakan faktor penghambat yang mempengaruhi strategi

dakwah di pondok pesantren kota Bengkulu ini mayoritas terdapat pada kentalnya kebiasaan komunitas keluarga setiap individu santri. Sehingga upaya maupun strategi yang digunakan para ustadz dan ustadzah masih banyak yang belum menghasilkan dampak yang positif terhadap santri dalam mencapai akhlakul karimah di pondok pesantren Al-Mubaraak Kota Bengkulu.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Irpan Kaholis ialah pada objek penelitian Irpan Kaholis menggunakan Pondok Pesantren sebagai objek penelitiannya sedangkan peneliti menggunakan Facebook sebagai objek penelitian. Persamaan Peneliti dengan Irpan Kaholis terletak pada metode penelitian yang sama dengan menggunakan Deskriptif Kualitatif.⁸

Kedua, skripsi oleh Amien Wibowo Mahasiswa program studi ilmu komunikasi Fakultas komunikasi dan informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2015, dengan judul Strategi Komunikasi Dakwah (majelis dzikir dan sholawat jamuro Surakarta), masalah yang dikaji ialah bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan jamuro dalam setiap dakwah Islam yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan observasi secara langsung, wawancara dan pengalihan dari buku-buku. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi dakwah jumuro dengan menentukan khalayak, penggunaan media, komunikator dan penentuan pesan.

⁸Irpan Kaholis, *Strategi Dakwah di Pondok Pesantren Al-Mubaraak Kota Bengkulu*.

Persamaan peneliti dengan Amien Wibowo terletak pada metode yang digunakan dalam penelitian yakni menggunakan metode Deskriptif Kualitatif.⁹

Ketiga Skripsi oleh M.Hafidz Hasan, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Tahun 2018, dengan judul Strategi Komunikasi Dakwah Partisipatif pada komunitas FSRMM Riau pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi dakwah partisipatif pada komunitas FSRMM (Forum Silaturahmi Remaja Masjid Muthaminnah), apa saja factor-faktor penghambat dan pendukung dalam strategi dalam komunikasi dakwah partisipatif FSRMM Pekanbaru Riau. Peneliti menggunakan metode kualitatif dilakukan karena dapat menghadirkan temuan yang akurat dan memberikan gambaran komunitas yang dijadikan sebagai objek penelitian. Teknik pemilohan narasumber menggunakan *Purposive sampling* dengan wawancara mendalam pada narasumber yang terdiri dari aktivis komunitas dan sasaran dakwah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena strategi komunikasi dakwah partisipatif ini sangat berpengaruh didalam mendidik generasi muda. Melalui penyampain dakwah yang dibentuk secara kreatif dan inovatif strategi penyebaran dakwah ini terus efektif serta

⁹ Amien Wibowo, *Strategi Komunikasi Dakwah* (Dakwah Majelis Dzikir dan sholawat jamuro Surakarta

berkesinambungan dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah yang didasarkan melalui Al-Quran dan Hadist.¹⁰

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh M. Hasan terletak pada objek penelitian yakni menggunakan FSRMM (Forum Silaturahmi Remaja Masjid Muthaminnah) dan persamaan peneliti dengan M.Hasan yakni menggunakan metode yang sama yakni Deskriptif Kualitatif.

Keempat Jurnal Bustanol Arifin, Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2018, dengan judul Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Da'i hidayatullah dalam membina masyarakat pedesaan belum maksimal dikarenakan faktor masyarakat pedesaan masih dianggap sebagai standart dan pemelihara sistem kehidupan bermasyarakat dan kebudayaan asli berupa tolong menolong, persaudaraan, ketaatan, kesenian adat istiadat, kehidupan moral sosial dan kebudayaan lain yang datang dari luar lingkungan tersebut. Sehingga upaya strategi komunikasi dakwahnya belum tertalu maksimal dan belum berdampak positif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Bustanol Arifin ialah pada objek penelitian Bustanol Arifin yang menggunakan Perdesaan sebagai objek untuk penelitiannya sedangkan peneliti menggunakan media sebagai objek penelitiannya. Persamaan peneliti dengan Bustanol Arifin

¹⁰ M.Hafidz Hasan, *Strategi Komunikasi Dakwah Partisipatif Pada Komunitas FSRMM Riau pada Generasi mUda Masyarakat Pekan Baru Riau*

terletak pada metode penelitian yang sama dengan menggunakan Deskriptif Kualitatif.¹¹

G. Sistematika Penulisan

Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan Landasan Teori yang berisikan tentang kajian teori strategi, pengertian komunikasi, pengertian Da'i, Pengertian Pesan Dakwah dan Pengertian Covid-19.

Bab III merupakan metode penelitian yang membahas tentang jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subyek/informan penelitian, teknik dan pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan sejarah singkat tentang Ustadz Ahmad Farhan, penyajian hasil dan pembahasan.

Bab V merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

¹¹Bustanol Arifin, *Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan* (Volume 2 Nomor 2 2018)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchyana Effendy dalam buku yang berjudul *Dimensi- dimensi Komunikasi* menyatakan bahwa “ Strategi Komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam artian bahwa pendekatan bias berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi”.¹²

Selanjutnya menurut Onong Uchyana Effendy strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik yaitu : strategi yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.¹³

¹² Onong Uchyana Effendy *Dimensi-dimensi Komunikasi*. (Bandung : PT Alumni,2009),hlm.48

¹³ Onong Uchyana Effendy *Dimensi-dimensi Komunikasi*. (Bandung : PT Alumni.2009),hlm.51

Dari dua aspek tersebut memiliki fungsi ganda fungsi ganda yaitu 1) menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasive dan instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. 2) menjembatani *cultural gap*, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri. Sangat tergantung dari bagaimana strategi mengemas informasi tersebut kedalam komunikasinya.¹⁴

Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran. R. Wayne Pace, Brent D. Paterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya , *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu *to secure understanding, to establish acceptance, to motivate action* :¹⁵

To secure understanding artinya memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya. Ketika komunikan telah mengerti dan menerima, penerimanya itu harus dibina

¹⁴ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018) hlm. 5.

¹⁵ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung : Armico 1984, hlm 115.

to establish acceptance. Pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasi *to motivate action*.

Dengan demikian strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Tahapan Strategi Komunikasi

a. Pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan

Menurut Kustadi Suhandang dalam buku Penerapan strategi komunikasi dalam dakwa, informasi yang bersifat data dasar (*base-line data*) perkiraan kebutuhan (*need assesment*) adalah faktor-faktor yang penting untuk menentukan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi, dalam mendesain strategi komunikasi dan mengevaluasi keefektifan usaha komunikasi. Sasaran-sasaran komunikasi biasanya dirumuskan atas dasar kepentingan dan kebutuhan khalayak yang diamati. Strategi komunikasi yang acap kali terdiri dari analisis dan segmentasi khalayak, seleksi, dan atau kombinasi antara media dan komunikator, serta perencanaan dan penyusunan pesan, didesain atas landasan data besar relevan dan kecenderungan-kecenderungan atau indicator-indikator yang memadai, bukan berdasar asumsi-asumsi atau intuisi-intuisi.

Demikian pula prosedur evaluasi terhadap kegiatan komunikasi yang akan dilaksanakannya baik secara formatif maupun sumatif sangat tergantung pada data dasar terutama untuk bahan perbandingan.¹⁶

Dalam hal tersebut dikemukakan tiga komponen utama yang memerlukan koleksi data yaitu : a) khalayak sasaran b) pengetahuan dan c) inventarisasi media dan dampak.

b. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi

Pada tingkat ini ada empat persoalan yang perlu dipertanyakan guna menentukan arah sasaran dan tujuan komunikasi yang direncanakan yaitu : a) siapa yang menjadi khalayak sasaran, khalayak sasaran ini diusahakan sekhusus mungkin dan bisa terdiri dari kelompok sasaran prioritas. b) dimana kelompok khusus atau tertentu itu berlokasi. c) mengapa kelompok tertentu itu dipilih menjadi kelompok sasaran. d) dengan alasan apa harus dicapai, maka jenis isi pesan apa yang harus disampaikan kepada kelompok sasaran tertentu itu.

c. Analisis perencanaan dan penyusunan strategi

Setelah menentukan sasaran-sasaran komunikasi tertentu untuk dicapai dan jenis kebutuhan pada level analisis yang umum, maka langkah berikutnya ialah menerjemahkan sasaran-sasaran dan pernyataan-pernyataan kebutuhan tersebut kedalam suatu

¹⁶ Kustadi Suhandang *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung : Remaja Rosdakarya,2014),hlm 86.

strategi komunikasi yang bisa dikerjakan. Ada dua aspek yang saling berhubungan dari penyusunan strategi komunikasinya yaitu pemilihan pendekatan dan penentuan jenis pesan yang akan disampaikan.

d. Analisis khalayak dan segmentasinya

Analisis khalayak sasaran adalah salah satu faktor yang paling penting dalam mendesain suatu strategi komunikasi yang efektif. Segmentasi khalayak biasanya perlu, karena adanya ciri-ciri maupun kebutuhan yang berbeda-beda dari khalayak sasaran.

e. Seleksi media

Dalam menyeleksi media atau saluran untuk digunakan harus didaftarkan saluran-saluran komunikasi yang bisa mencapai khalayak sasaran. Kemudian setiap medium dievaluasi di dalam batas-batas aplikabilitasnya untuk melaksanakan pencapaian tujuan komunikasi yang spesifik itu.

f. Desain dan penyusunan pesan

Dalam tahapan ini tema pesan, tuturan dan penyajiannya harus ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan pokok dari tahapan ini adalah mendesain prototipe bahan komunikasi yang juga memerlukan evaluasi formatif seperti, pretesting bahan-bahan prototipe pada khalayak sasaran. Hasil pretesting bisa menuntun

kegiatan revisi yang perlu terhadap bahan prototipe sebelum memasuki proses produksi yang berskala luas dan final.¹⁷

B. Kajian Tentang Da'i

1. Pengertian Da'i

Secara etimologi Da'i berarti penyampai, pengajar dan peneguh ajaran kedalam diri mad'u. Da'i merupakan poros dari suatu proses dakwah Da'i berada pada posisi multidimensional.¹⁸ Para Da'i adalah para prajurit Rasulullah SAW. Mereka tidak boleh bertindak pasif, seorang Da'i adalah komunikator Islam yang berfungsi menjelaskan ajaran agama islam dari beberapa aspek kehidupan dituntut memiliki kemampuan di bidang agama agar dapat memberikan wawasan keagamaan secara utuh. Keharusan Da'i memiliki kemampuan keagamaan memang rasional sebab dakwah adalah komunikasi masalah keagamaan untuk itu selayaknya masalah keagamaan menjadi pakaian seorang Da'i.¹⁹ Da'i dalam pengertian umum adalah orang yang menyeru manusia kepada Allah dan berbuat kebaikan.

¹⁷ Kustadi Suhandang *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung : Remaja Rosdakarya,2014),hlm.89

¹⁸ M. Ridho Syabibi, *Metodologi Ilmu Dakwah Kajian Ontologis Dakwah Ikhwan Al-safa* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset, 2008)hlm.96.

¹⁹ M. Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya, 1997), hlm.29.

Para juru dakwah atau Da'i adalah komunitas yang mengemban amanat kebijakan untuk membentuk tatanan kehidupan manusia yang lebih baik sesuai dengan perintah Allah dan Rasul-Nya. Da'i merupakan komunitas terdepan dalam membimbing umat agar tetap terpeliharanya semangat spiritualitas dalam membangun kehidupan social yang seimbang antara kepentingan duniawi dan ukhrawi.²⁰

Da'i dalam pengertian umum adalah orang yang menyeru manusia kepada Allah dan berbuat kebaikan. Kita semua dituntut untuk menjadi Da'i baik itu Da'i untuk dirinya, keluarganya, masyarakatnya, bahkan Da'i untuk umatnya. Harapannya agar umat bisa memiliki peradaban yang tinggi, sebagaimana yang pernah diraih oleh para pendahulu kita.

Adapun beberapa pengertian dan pendapat para ahli tentang Da'i adalah sebagai berikut :

a) Mahadi

Da'i adalah sebagai komunikolog Islam memiliki fungsi yang sangat strategis, terutama dalam memberikan pencerahan spiritual dengan menanamkan nilai-nilai religius kepada masyarakat. Sebagai komunikolog Islam, tugas Da'i tidaklah

²⁰Miftah Farid, *Cahaya Ukhuwah* (Bandung : Ikhtiar Publishing,2005) hlm.71.

mudah, terlebih di era derasnya arus globalisasi informasi dan teknologi saat ini.²¹

b) Tohari

Da'i adalah seorang yang hidup di tengah-tengah masyarakat yang mengemban tanggung jawab moral dalam memberikan pemahaman dan pelayanan agama serta konsisten menegakkan nilai-nilai agama melalui *amar ma'ruf nahi munkar*.

c) Ilaihi

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah, baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan dan bisa dilakukan secara individu, kelompok, organisasi, atau lembaga. Semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah. Da'i atau komunikator dakwah dapat dikelompokkan menjadi :

- 1) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang *mukallaf* dewasa di mana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah “sampaikan walau satu ayat”.
- 2) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus *mutakhassis* dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.²²

²¹ Ujang Mahadi, *Tugas Komunikolog Dalam Menghadapi Globalisasi* dalam Jurnal Ilmiah Madania: Transformasi Islam dan Kebudayaan. Vol. 12, Nomer 2, Desember, 2008, hlm. 74

Oleh karena itu, Da'i harus menyesuaikan dengan kondisi di mana kegiatan dakwah itu dilakukan. Pasalnya, Da'i memiliki tugas besar untuk membangun sebuah tatanan masyarakat rakyat yang bernuansa Islam. Saat Da'i berdakwah tidaklah cukup hanya dengan menyampaikan materi dakwah saja, tetapi harus juga memastikan bahwa materi dakwahnya bisa mengubah sebuah masyarakat. Tanggung jawab yang besar seperti ini semakin menunjukkan bahwa kegiatan dakwah bukanlah sesuatu yang remeh, main-main, atau dilakukan cukup sekedarnya saja.

2. Karakteristik Da'i

Adapun karakteristik Da'i yang harus diperhatikan ketika seorang Da'i menyampaikan dakwahnya kepada mad'u antara lain sebagai berikut :

a. Lemah lembut toleransi dan santun.

Wajib bagi seorang Da'i untuk mengikuti jejak langkah dan tuntunan Rasulullah SAW. dan sunahnya di dalam sisi ini. Kita melihat dapat pertunjukkannya, beliau selalu mengedepankan cara-cara lembut dan menolak kekerasan, dengan cara rahmat dan tidak dengan kekejaman, cara halus dan bukan vulgarisme. Allah

²² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 19

berfirman

لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا
عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ
رَّحِيمٌ ﴿١٢٨﴾

Artinya :

Sesungguhnya telah datang kepada mu seorang Rasul dari kaum mu sendiri, berat rasanya oleh penderitaanmu, sangat menginginkan (keimanan, dan keselamatan) bagi mu, amat belas kasihan lagi penyayang terhadap orang-orang mukmin. (QS. Al-Taubah 9:128).

Allah juga memberikan gambaran bagaimana hubungan Rasulullah SAW. Dengan para sahabatnya, dalam firman-Nya :

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :

Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad maka bertawakallah kepada

Allah. Sungguh Allah ,mencintai orang yang bertawakal. (QS. Al-Imran 3:159).

Maka tidak ada alasan untuk berlaku keras dan kasar dalam dakwah di jalan Allah SWT. Karena dakwah adalah usaha manusia untuk kebagian terdalam diri manusia, supaya dia menjadi manusia Rabbani, dalam pemahamannya, dalam cita rasa dan perilakunya, yang dengan nya diharapkan akan mengubah dalam pemikiran, dalam perasaan, dan dalam kemauan.

b. Kemudahan dan membuang kesulitan

Satu hal penting yang mesti diingat di jalan dakwah adalah hendaknya seorang Da'i menjadikan jalan mudah dan menyingkirkan kesulitan sebagai metodenya dalam berdakwa kepada Allah SWT. Jangan sampai terjadi munculnya pendapat yang menentang dan keras, sebagai pertanda bahwa dakwah yang dia lakukan tidak mendapatkan respon. Agama ini datang dengan mudah dan menyingkirkan kesulitan-kesulitan yang dihadapi umat ini. Sebagai mana Allah berfirman.

c. Memperhatikan sunnah tahapan

Sesungguhnya seorang Da'i tidak akan pernah sukses dalam dakwahnya sepanjang dia tidak mengetahui siapa orang

yang di dakwahnya, tau bagaimana cara berdakwah kepada mereka, tahu apa yang mesti didahulukan dan mana yang mesti diakhirkan

- d.** Kembali pada Al-quran dan sunnah bukan kepada fanatisme mazhab

Salah satu musibah besar yang menimpa kita di zaman ini dalam hal pengajaran dan fatwa adalah adanya semacam paksaan agar manusia beribadah hanya dengan satu mazhab dalam semua masalah ibadah dan mu'amalah. Padahal sebenarnya mazhab-mazhab yang ada itu tak lebih dari hasil pemikiran dan ijtihad, dimana orang-orang yang melakukan ijtihad sendiri tidak menyatakan bahwa dirinya adalah orang-orang yang maksum. Jika ia benar dalam ijtihadnya maka ia akan mendapatkan dua pahala.

Jika seseorang Da'i telah menyatakan diri menganut salah satu mazhab maka janganlah ini menghalanginya untuk berkenalan dengan dalil-dali lain adalah agar semakin tenang hati dan kalbunya dan tidak ada halangan baginya untuk meninggalkan pendapat mazhab dalam beberapa masalah dimana ia merasakan ada kelemahan-kelemahan dalil dalam mazhab itu dan ia dapatkan dalil yang lebih kuat pada mazhab dan pendapat yang lain.²³

²³ Musthafa Malaikah. *Manhaj Dakwah Yusuf Qardhawy*. (kairo : daar al-Takwa, 1999), hlm. 127

Karena telah diriwayatkan dari para imam mazhab bahwa mereka berkata “ jika ada satu hadis yang sahih, maka itulah mazhabku.”

C. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan berupa ajaran islam yang disampaikan oleh Da’i kepada mad’u berdasarkan dalil naqli dan dalil aqli. Agar dakwah berjalan dengan semestinya maka seorang Da’i harus lebih dulu mempersiapkan materi dakwah sesuai dengan situasi dan kondisi mad’u. Secara umum materi dakwah diklasifikasikan menjadfi tiga pokok yaitu aqidah, syariat dan akhlak.

a. Aqidah (Keimanan)

Aqidah berasal dari kata ‘*aqada-ya’diqu-aqadan* dalam bahasa Arab yang berarti meningkatkan, mempercayai atau menyakini. Jadi, aqidah berarti ikatan, kepercayaan atau keyakinan. Kata ini sering pula digunakan dalam ungkapan-ungkapan untuk menjalin ikatan antara dua pihak dengan ikatan pernikahan atau jual beli. Dengan demikian aqidah diartikan sebagai ikatan antara manusia dengan tuhan.²⁴

Aspek aqidah merupakan bagian terpenting dalam Islam, aspek inilah yang akan membentuk karakter manusia. Oleh karena ini materi pertama yang Rasul dakwahkan kepada umat manusia adalah mengenai aqidah atau keimanan seseorang. Seseorang yang memiliki keimanan yang tinggi akan cenderung melakukan perbuatan baik dan menjauhi perbuatan keji. Hal inilah yang berkaitan dengan *amar*

²⁴ Syahidin dalam Yunita Dwi Putri, “Pesan Dakwah dalam Film Sang Kiai” Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu, 2017, hlm.28.

ma'ruf nahi munkar dalam Islam yang kemudian dikembangkan menjadi tujuan utama dalam proses berdakwah. Aqidah yang menjadi materi utama dakwah ini mempunyai ciri-ciri yang membedakannya dengan kepercayaan agama lain yakni sebagai berikut :

- 1) Keterbukaan melalui persaksian/syahadat, Syahadat merupakan gerbang Islam. Seseorang belum dikatakan seorang muslim apabila ia belum mengucapkan kalimat syahadat yakni bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW utusan Allah SWT. Dengan demikian seorang muslim harus jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas agama orang lain.
- 2) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah SWT adalah Tuhan seluruh alam bukan hanya Tuhan kelompok atau suatu bangsa tertentu.
- 3) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara aman dengan amal perbuatan. Ibadah-ibadah pokok merupakan manifestasi dari iman dipadukan dengan segi perkembangan diri dengan kepribadian seseorang dengan kemaslahatan yang menuju pada kesejahteraan.²⁵

Aqidah memiliki ruang lingkup yakni sebagai berikut :

- a) Iman kepada Allah SWT

²⁵ Eneng Purwanti, "Wilayah Penelitian Ilmu Dakwah" dalam *Jurnal Adzikra*, Vol. 3, No.1, (Januari-Juni 2012), IAIN SMH Bandung.

- b) Iman kepada malaikat-malaikat Allah
- c) Iman kepada kitab-kitab Allah
- d) Iman kepada Rasul- rasul Allah
- e) Iman kepada hari akhir
- f) Iman kepada Qadha dan Qadhar

b. Syariah

Secara bahasa syariah artinya jalan lurus menuju mata air, mata air digambarkan sebagai sumber kehidupan. Artinya syariah ialah jalan lurus menuju kehidupan yang sebenarnya. Sumber hidup manusia yang sebenarnya ialah Allah SWT.²⁶

Pengertian syariat menurut para ahli ialah sebagai berikut :

- 1) Abdul Karim Zaidan mengatakan bahwa syariat adalah hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT, ditujukan kepada seluruh umat-Nya baik melalui Al-Quran ataupun dengan sunnah Nabi Muhammad SAW yang berupa perkataan, perbuatan dan ketetapanannya.
- 2) Yusuf Qardhawi mengatakan syariat adalah apa saja ketentuan Allah yang dapat dibuktikan melalui dalil naqli maupun dalil aqli.

Menurut pengertian tersebut dapat dipahami bahwa syariat ialah hukum atau peraturan Allah yang tertera dalam dalil naqli yaitu Al-Quran dan hadist maupun dalil aqli yakni 'ijma, qiyas dan lain sebagainya. Ruang

²⁶Yunita Dwi Putri "Pesan Dakwah dalam Film Sang Kiai" Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu, 2017. Hlm.29.

lingkup syariah atau bias juga disebut amaliah terbagi menjadi dua bagian yaitu ibadah (hubungan manusia dengan Allah SWT) dan muamalah (hubungan manusia dengan manusia lainnya dan alam).²⁷

1) Ibadah

Ibadah adalah bentuk dari norma hubungan antara manusia dengan tuhan atau dinamakan dengan *ibadah mahdalah* (ibadah khusus) yang tata cara dan ketentuannya telah digariskan oleh Al-Quran dan Hadist. Secara bahasa ibadah berarti merendahkan diri serta tunduk. Ibadah mahdalah artinya penghambaan yang murni hanya merupakan hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Secara langsung manusia tidak boleh mengurangi atau menambah-nambahkan dari apa yang telah Allah dan Rasul perintahkan. Seperti shalat, zakat, puasa, haji dan lain sebagainya.

Ibadah mempunyai empat prinsip yaitu sebagai berikut :

- a) Keberadaannya harus berdasarkan dalil Al-Quran maupun Hadist.
- b) Tata caranya harus sesuai dengan tuntunan Rasulullah SAW.
- c) Bersifat supra rasional (diatas jangkauan akal) artinya ibadah ini bukan ukuran logika karena merupakan wilayah wahyu.

²⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group,2004),hlm.336.

d) Ber azaz ketaatan semata-mata kepada Allah SWT dan Rasul-Nya.

2) Muamalah

Muamalah adalah bentuk norma hubungan manusia dengan semuanya dan dengan lingkungannya. Dengan kata lain muamalah adalah ibadah *ghairu mahdlah* (ibadah umum). Dalam ibadah ini Rasulullah SAW hanya meletakkan prinsip-prinsip dasar atas pelaksanaannya, sedangkan pengembangannya diserahkan kepada kemampuan atau daya jangkauan umat juga adaptif terhadap perkembangan zaman atau sesuai kondisi umat saat itu.

Ibadah umum atau muamalah ini meliputi enam aspek hukum yaitu sebagai berikut²⁸ :

- a) Hukum perdata keluarga (*ahkam al-ahwal al-syakshiyah*)
- b) Hukum perdata ekonomi (*al-ahkam al-madaniyyah*)
- c) Hukum pidana (*al-ahkam al-jinaiyyah*)
- d) Hukum acara (*al-ahkam al-murafa'at*)
- e) Hukum tata Negara (*al-ahkam al-dusturiyyah*)
- f) Hukum politik (*al-ahkam al-dauliyyah*)

c. Akhlak

²⁸ Zulkifli Royani, "Fiqh dan Prinsip Ibadah dalam Islam," dalam jurnal Rausyan Fikr, V'pol.13. No.2, 2017, Universitas Muhammadiyah Tangerang, hlm.8.

Secara etimologi kata akhlak berasal dari bahasa Arab yakni jamak dari kata *khuluqun* yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia.²⁹ Pada dasarnya akhlak merupakan sikap yang telah melekat pada diri manusia dibentuk oleh faktor dalam diri dan oleh faktor lingkungan.

Secara garis besar akhlak terbagi menjadi dua macam yakni akhlak terpuji dan akhlak tercela. Akhlak terpuji senantiasa berada dalam control *ilahiyah* yang dapat membawa nilai-nilai positif bagi dirinya dan kemaslahatan umat, diantaranya ialah sabar *ta'awun*, istiqomah dan lain sebagainya. Sedangkan akhlak tercela merupakan akhlak yang berasal dari hawa nafsu yang berada dalam lingkungan *syaitaniyyah* dan dapat membawa suasana negatif atau merugikan bagi dirinya sendiri maupun bagi kepentingan manusia lainnya.³⁰

D. Kajian tentang Media Dakwah

1. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat atau instrument yang digunakan oleh seorang Da'i dalam menyampaikan ajaran islam kepada mad'u. Media

²⁹ Saidatina Fitri, "Pesan-pesan Dakwah dalam Film Negeri 5 menara", Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makasar, 2017, hlm.23.

³⁰ Ali Hamzah dalam Yunita Dwi Putri, "Pesan Dakwah dalam Film Sang Kiai" Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu, 2017. hlm.33

dakwah ini dibagi menjadi lima yaitu : lisan tulisan, lukisan, audiovisual dan akhlak.³¹ Lisan adalah media dakwah yang menggunakan lidah dan suara dalam menyampaikan ceramah, khutbah, bimbingan dan pengajaran. Tulisan adalah media dakwah dalam bentuk tulisan seperti buku, majalah, surat kabar, korespondensi dan sebagainya. Lukisan adalah media dakwah dalam bentuk gambar, kaligrafi, karikatur dan sebagainya. Audiovisual adalah media dakwah yang dapat dilihat dan didengar seperti televisi, film, internet, media online dan sebagainya. Akhlak adalah media dakwah dalam bentuk perilaku Islami yang dapat diamati secara langsung. Media dakwah sifatnya membantu dan mempermudah penyampaian materi dakwah.³²

Media dakwah diklasifikasikan menjadi tiga bagian yakni : Media terucap (*the speak words*) yaitu alat yang bias mengeluarkan bunyi, media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan, media audiovisual yaitu media yang berisi gambar hidup, bias dilihat dan didengar.

2. Prinsip-prinsip Pemilihan Media

Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan seorang Da'i sebelum memilih media dakwah :

- a.** Tidak ada satu media pun yang paling baik sebagai sarana untuk keseluruhan tujuan dakwah, sebab setiap media memiliki

³¹ M Munir dan Wahyu Ilahi dalam Muhlis dkk “ Bentuk Dakwah di Facebook ” dalam jurnal *Dirkhusus Islam*, Vol.4 No.1, April 2016, UIN Alauddin Makasar, hlm.11

³² Mubasyaroh ,”Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer)” Dalam *At-Tabsir*, Vol.2, No.2, Juli-Desember 2014, STAIN Kudus, hlm.7.

karakteristik (kelebihan,kelemahan dan keserasian) yang berbeda-beda.

- b. Media dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- c. Media dipilih sesuai dengan sasaran dakwah yang hendak dituju.
- d. Media dipilih sesuai dengan sifat materi dakwahnya.
- e. Pemilihan media hendaknya dilakukan secara objektif artinya buka atas dasar kesukaan seorang Da'i.
- f. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- g. Efektivitas dan efisien penyampaian materi dakwah melalui media dakwah yang dipilih harus diperhatikan.³³

E. Kajian tentang Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 ini merupakan penyakit yang menyebabkan pernapasan akut kronis, enteric dan penyakit system saraf pusat (SSP) dibanyak spesies hewan dan manusia. Sebelum munculnya *Savere Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS- Cov) ada dua tipe virus Corona keduanya agen etiologi pilek. Sudah lama ada spekulasi tentang asosiasi manusia. Virus corona pada manusia merupakan penyakit yang lebih serius seperti *Multiple Sclerosis*, *hepatitis* atau penyakit enterik pada bayi yang baru lahir. Namun tidak ada asosiasi awal ini yang memiliki. Telah dibuktikan SARS-Cov yang baru di identifikasi yang terbukti

³³ Syukur dalam Mubasyaroh, Film Sebagai Media Dakwah (sebuah tawaran alternative media dakwah kontemporer), hlm.10.

menyebabkan sindrom pernafasan akut yang parah. Contoh pertama penyakit serius pada manusia yang disebabkan oleh virus ini sejak identifikasi SARS-Cov telah ada laporan dari dua virus corona, manusia baru yang terkait dengan pernafasan. Virus Corona adalah terkait dengan gejala pernafasan serius termasuk atas infeksi pernafasan, bronkiolitis dan pneumonia. Virus ini termasuk kelompok virus RNA medis dan veteriner yang semuanya dicirikan oleh virus bundar, terselubung partikel dengan proyeksi permukaan yang menonjol menyerupai korona matahari.³⁴

Virus corona atau yang dikenal sebagai covid-19 adalah fenomena yang terjadi saat ini, melihat dari fenomena yang mendunia ini covid-19 ini muncul di permukaan bumi yang awalnya muncul di Wuhan, China pada bulan Desember 2019 hingga saat ini dengan telah menghilangkan puluhan ribu bahkan jutaan nyawa manusia yang telah menjadi korbannya. Sedangkan di Indonesia hingga tanggal 17 September 2020 satgas penanganan Covid-19 telah mencatat 56.720 positif terjangkit virus covid-19. Khususnya di Provinsi Bengkulu tanggal 17 September 2020 jumlah orang yang terkena virus covid-19 ini dengan jumlah 510 positif covid-19 dengan kasus sembuh sebanyak 271 dan kasus meninggal 30 jiwa.

Berbagai anjuran atau sebuah perintah dari para ulama dan umara dalam penanganan covid-19, satu diantaranya adalah Majelis Ulama Indonesia dari anjuran beribadah di rumah. Dampak dari virus covid-19 ini sangat di rasakan oleh seluruh masyarakat, selain mempersulit tatanan

³⁴ Susan R. Weiss dan Sonia Navas Martin Jurnal, *CoronaVirus Pathogenesis and The Emerging Pathogen Severe Acuterespiratory Syndrome CoronaVirus*. Vol 69. No. 4 Tahun 2005.

kehidupan maupun dunia pendidikan masyarakat juga merasakan susahny mendapatkan siraman rohani yang biasanya mereka dapatkan setiap harinya melalui kajian keislaman di Masjid setempat. Dengan begitu masyarakat tetap membutuhkan penguatan diri. Oleh karena itu banyak Da'i yang memanfaatkan media social untuk berbagi informasi mengenai ajaran-ajaran keislaman melalui akun media socialnya. Salah satunya ialah Ahmad Farhan yang mana ia telah berdakwah melalui akun facebook nya dan telah diikuti oleh 3.327 pengikut di akun facebook nya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk menghimpun data aktual. Terdapat dua pengertian yang pertama mengartikan sebagai kegiatan pengumpulan data dengan melukiskannya sebagai mana adanya tidak diiringi dengan ulasan atau pandangan atau analisis dari penulis. Deskriptif seperti ini berguna untuk mencari masalah sebagaimana hasil penelitian pendahuluan atau eskplorasi. Pengertian kedua menyatakan bahwa metode deskriptif dilakukan oleh peneliti yang menggunakan metode kualitatif. Setelah menyusun perencanaan penelitian, peneliti langsung melakukan observasi atau pengamatan , mengumpulkan data dan melakukan analisis.³⁵

Menurut Nazir metode deskriptif adalah metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi atau system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.³⁶ Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode deskriptif diharapkan akan mendapatkan gambaran informasi yang obyektif tentang “ Strategi Komunikasi Da’i Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Masa Pandemi Covid-19”.

³⁵Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997), hlm.60.

³⁶Nazir, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2003), hlm.54.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan September 2020 sampai dengan penelitian ini mendapatkan hasil yang benar hingga akhir penelitian nantinya. Adapun lokasi penelitian ini peneliti meneliti seorang Da'i yang menggunakan mediasosial untuk tetap melanjutkan dakwahnya di masa pandemi covid-19 ini dengan nama akun Ahmad Farhan.

C. Informan Penelitian

Dalam penulisan penulis menggunakan teknik yang digunakan dalam penentuan informan adalah *Mixed purposive sampling*. *Mixed Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara sengaja dan atau teknik pemilihan informan dengan menggunakan metode triangulasi yang bersifat fleksibel. Teknik ini memiliki kelebihan karena dapat menggabungkan minat dan kebutuhan yang berbeda. Maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena pertimbangan tertentu.

Untuk memperkuat argumentasi Pada Penelitian ini peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data yang lazim dipergunakan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data adalah wawancara mendalam. Konsep wawancara mendalam ini merupakan sebuah interaksi sosial informasi antara seorang peneliti dengan informannya³⁷. Informan penelitian merupakan subjek yang memberikan informasi mengenai fenomena-fenomena dan situasi yang berlangsung dilapangan. Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi

³⁷ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014) hlm. 137.

objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Sample yang dipilih berdasarkan pada ciri-ciri yang memiliki subyek tertentu sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Peneliti mengambil objek penelitian ini adalah Ustadz Ahmad Farhan sebagai objek pertama dalam penelitian. Karena peneliti ingin mengetahui strategi komunikasinya dalam berdakwah pada masa pandemi covid-19 ini melalui media sosialnya. Peneliti memilih informannya ustadz Ahmad Farhan karena menjadi pelaku yang memahami objek penelitian dan mempunyai karya berupa video yang di unggah di akun media sosialnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data-data berupa catatan, foto, laporan, rekaman suara atau karya karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi sebagai sesuatu tertulis atau tercetak dan segala benda yang memiliki keterkaitan dan keterangan yang dipilih untuk dikumpulkan, disusun, disediakan atau disebarkan. Oleh karena itu, dokumentasi tersebut sangat penting keberadaannya. Dokumentasi sebagai alat pelengkap dan pengumpul data yang dapat diperoleh melalui dokumentasi. Dokumentasi yang diperlukan yakni berupa foto saat Da'i berdakwah melalui akun media sosial, video-video yang di unggah di media sosial sebagai suatu karya monumental.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (orang yang mengajukan pertanyaan) dan yang diwawancarai (orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu). Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dari narasumber dengan cara *face to face* atau melalui media dengan keterangan lisan dengan Tanya jawab. Dilakukannya wawancara ini untuk mendapatkan informasi yang belum diketahui oleh peneliti dan untuk memperoleh data awal informan berdakwah hingga jumlah pengikut di akun media sosialnya.

3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan yang ada di lapangan, pengumpulan data dengan melakukan aktivitas fenomena yang dilakukan secara sistematis yang berkaitan dengan tempat, waktu kegiatan, peristiwa dan tujuan. Observasi juga suatu cara pengumpulan data untuk penelitian dari pengamatan kegiatan yang ada dilapangan. Dilakukannya observasi sebelum penelitian guna untuk melihat keadaan lapangan sebelum peneliti melakukan penelitian dan untuk meliha efektif tidaknya berdakwah melalui media.

E. Teknik Keabsahan Data

Dengan melakukan pemeriksaan ulang terhadap data yang telah terkumpul. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan apabila data penelitian memiliki derajat kepercayaan,

keterahlian, ketergantungan dan kepastian. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Meningkatkan Ketekunan

Ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara itu maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan ketekunan maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau benar.³⁸

2. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Sehingga ada triangulasi dari sumber/informan, triangulasi dari teknik dan triangulasi waktu.

F. Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis data yang telah terkumpul dari lapangan dengan cara menginterpretasikan data-data yang telah diperoleh saat melakukan wawancara dengan informan kedalam bentuk kalimat-kalimat atau paragraph.³⁹

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta,2013),hlm.463.

³⁹ Burhan bugin, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers,2010), hlm.144

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Tentang Ustadz Ahmad Farhan,SS., M.S.I

1. Profil Ustadz H. Ahmad Farhan, SS., M.S.I



Ustadz Ahmad Farhan,SS., M.S.I selanjutnya disebut Ustad Farhan dikenal sebagai salah satu ustadz yang populer dikalangan netizen muslim. Ustadz Farhan diketahui menjadi salah satu pendakwah yang menggunakan media sosial sebagai alat dakwahnya. Hal ini bisa dilacak pada beberapa akun sosial medianya di Facebook, Instagram, Tik tok dan video-videonya telah ditonton oleh puluhan ribu *viewer* dalam Chanel Youtube.Ustad Farhan dikenal juga sebagai ustad milenial yang kreatif dan mudah bergaul. Bernama lengkap H. Ahmad Farhan,SS.,M.S.I lahir di Prabumulih Sumatera Selatan pada tanggal 11Maret1981.Saat ini ia mengabdikan sebagai Dosen pada Program Studi Ilmual-Qur'an dan Tafsir Jurusan Ushuluddin Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Bengkulu. Ustadz Farhan menetap di Jl.Hibrida 13 RT 17 Gg.Padat Karya 18B (Masjid Baitul Hidayah) Kelurahan SumurDewa Kecamatan Slebar Kota Bengkulu. Terlahir dari Pasangan Drs.H.Syarnubie

Shabihi, M. Ag (alm) dan Hj. Hindun Manan, S. Pd. I. Ia menikah dengan drg. Ayu Silvia Norita dan dikaruniai tiga orang putra dan satu orang putrid yaitu: Faqih Ahmad el-Fayyadh (Faqih), Fattah Karim el-Kautsar (Fattah), Azalea Farahel-Abqaria (Azal) dan Fasya Hasbiel-Rayyan (Fasya).

Jenjang pendidikan diawali di SD Negeri 52 Kota Bengkulu yang lulus pada tahun 1993. Kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Inderalaya Ogan Ilir Sumatera Selatan, lulus tahun 1996. Selanjutnya meneruskan sekolahnya di Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Inderalaya Ogan Ilir Sumatera Selatan, lulus tahun 1999. Satu tahun kemudian melaksanakan pengabdian di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum hingga tahun 2000. Ia melanjutkan studi Strata Satu di Fakultas Adab Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan lulus tahun 2005 dengan predikat *cum laude*. Karena keinginan yang kuat dan dorongan dari orang tua agar terus melanjutkan studi, maka ia melanjutkan studi pada jenjang magister ditempat yang sama pada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Program Studi Agama dan Filsafat Konsentrasi Studi Al-Qur'an dan Hadis, lulus tahun 2007 dengan predikat sangat memuaskan.

Selain mengabdikan diri di almamater UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, Ustad Farhan juga aktif pada kegiatan sosial keagamaan. Ia merupakan anggota Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) Bengkulu, 2010-2015, 2015-2020. Aktif juga

sebagai anggota Komisi Fatwa dan Perundang-Undangan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Bengkulu, 2010-2015, 2015-2020.

2. Deskripsi Akun Youtube Ustadz Ahmad Farhan M.S.I



Ustadz Ahmad Farhan M.S.I pertama kali bergabung dengan media sosial (*Youtube*) yaitu satu tahun yang lalu bertepatan pada tanggal 28 April 2020 dengan nama akun *youtube* Ahmad Farhan. Dapat dilihat bahwasannya pengikut akun *youtube* ustadz Ahmad Farhan yakni 1,85 rb subscriber. Beliau telah memposting sebanyak 101 video dan telah ditonton oleh ratusan pengikutnya di *youtube*. Bukan hanya itu, video yang telah di unggah di *youtube* pun beliau bagikan melalui akun *Facebook* nya yang berupa link dan deskripsi singkat mengenai video yang ia bagikan.

B. Penyajian Hasil

Tahapan strategi komunikasi dalam penelitian ini meliputi :

1. Pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Rabu, 7 Juli 2021 serta observasi dilapangan, maka dapat diketahui bahwa pada ceramah ustadz Ahmad Farhan tidak melalui tahapan pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan untuk menentukan perumusan sasaran dan tujuan dakwahnya. Karena ketika Ustadz Ahmad Farhan berdakwah materi-materi yang ia sampaikan mengenai situasi dan kondisi terkini atau fleksibel.

2. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Rabu, 7 Juli 2021 serta observasi dilapangan, maka dapat diketahui bahwa dengan adanya pandemi covid-19 pendakwah perlu mengenali siapa khalayaknya, berlokasi dimana saja, mengapa dengan alasan apa dan perlu mengetahui kondisi mad'u sebelum menyampaikan materi dakwahnya.

“Cara untuk mengenali mad'u itu dapat dilihat ketika kita sedang berdakwah, misalnya saya sedang berdakwah dikalangan masyarakat biasa saya menggunakan tutur kata yang sederhana yang mudah dipahami oleh mad'u itu sendiri. Begitupun jika saya sedang berdakwah dikalangan menenggang ke atas. Dengan adanya pandemi ini memang sedikit banyak perlu mengenali kondisi mad'u sebelum menyampaikan pesan dakwah itu sendiri. Jika kita sampai salah menyampaikan materi dan tidak sesuai dengan kondisi yang sedang dialami mad'u itu akan menyebabkan gagal nya pesan dakwah yang saya sampaikan.”⁴⁰ Ada yang terjadwal secara priode per bulan, seperti masjid Al-Barokah Timur Indah, masjid Al-Ikhlash Padang Harapan, Masjid Istiqomah Kebun Tebeng, masjid Syuhada Lingkar Timur. Ada juga yang bersifat insidental seperti di masjid raya Baitul Izzah Padang Harapan, masjid Akbar At-Taqwa Anggut, dan beberapa masjid di kota dan se provinsi Bengkulu dan rata-rata jamaah

⁴⁰Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S. I pada tanggal 07 Juli 2021

berasal dari Kaur sampai Muko-Muko, termasuk warga kota bahkan warga luar kota Bengkulu”⁴¹

Materi yang disampaikan oleh Ustad Ahmad Farhan, M.S.I biasanya dapat diterima oleh mad'u yang tidak hanya berasal dari dalam kota Bengkulu. Akan tetapi, juga berasal dari luar kota Bengkulu seperti berasal dari Kaur dan Muko-Muko.

Di kota Bengkulu sendiri masjid-masjid yang biasanya dijadikan sebagai tempat berdakwah seperti di masjid Al-Barokah Timur Indah, masjid Al-Ikhlash Padang Harapan, Masjid Istiqomah Kebun Tebeng, masjid Syuhada Lingkar Timur. Ada juga yang bersifat insidental seperti di masjid raya Baitul Izzah Padang Harapan, masjid Akbar At-Taqwa Anggut, dan beberapa masjid di kota dan se provinsi Bengkulu.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap Ustad Ahmad Farhan dapat dikatakan bahwa Ustad Ahmad Farhan M.S.I menyampaikan materi disesuaikan dengan kondisi sosial, ekonominya, dan juga sesuai dengan permasalahan yang dihadapi di usia remaja dan anak-anak. Jika, mad'unya bergabung antara usia anak-anak, remaja, dan dewasa, maka materi dakwah yang disampaikan maka tematik dan dicampur-campurkan. Selain itu dengan adanya pandemi, pendakwah perlu mengenali kondisi mad'u sebelum menyampaikan pesan dakwah agar materi dakwah dapat diterima dengan baik.

⁴¹Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

3. Analisis perencanaan dan penyusunan strategi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 07 juli 2021 serta observasi dilapangan, maka dapat diketahui bahwa analisis perencanaan dan penyusunan strategi dakwah Ustadz Ahmad Farhan memiliki dua aspek yaitu pemilihan pendekatan dan penentuan jenis pesannya.

“Mengenai jenis pesan yang saya sampaikan pada saat berdakwah saya menggunakan jenis pesan verbal dan non verbal. Verbal itu sendiri bisa terjadi saat saya berdakwah tatap muka, karena jika bertatap muka itu sangat memungkinkan untuk melihat langsung mimik muka para mad'u setelah saya menyampaikan dakwah. Jika non verbal itu sendiri ketika saya menggunakan media sosial untuk melakukan dakwah nya melalui gambar ataupun video-video mereka merespon melalui komentar lalu saya menanggapi. Namun berdakwah menggunakan jenis pesan non verbal dan dilakukan melalui media sosial kurang efektif karena kita sebagai da'i tidak bisa melihat secara langsung mimik muka mad'u itu sendiri dan juga jika dalam penulisan terjadi kesalahan maka itu juga bisa menjadi penyebab tidak tercapainya tujuan dakwah itu”

Pada saat dakwah berlangsung jenis pesan verbal dan non verbal itu secara tidak langsung telah digunakan. Dalam menyampaikan sebuah dakwah melalui media sosial atau secara langsung kepada masyarakat Ustad Ahmad Farhan M.S.I menggunakan strategi dalam menyampaikan dakwahnya. Strategi dakwah yang direncanakan oleh ustad Farhan dihasilkan dari proses perencanaan dan penganalisaan matang terhadap permasalahan pokok yang sedang dihadapi oleh masyarakat pada saat ini, yaitu penyebaran virus covid-19.

strategi komunikasi da'i dalam menyampaikan pesan dakwah di masa pandemic covid-19 adalah menggunakan strategi terencana.

“Dalam menyampaikan dakwah ada strategi yang saya gunakan, yaitu strategi dakwah yang direncanakan. Strategi dakwah yang direncanakan, yaitu strategi yang dihasilkan dari proses perencanaan dan penganalisaan matang terhadap permasalahan pokok yang sedang dihadapi oleh seseorang atau sekelompok orang pada saat ini yaitu penyebaran virus covid-19 hingga terbentuk suatu strategi dakwah yang tepat. Strategi perencanaan yang saya lakukan dalam menyampaikan dakwah secara online dan Offline terdapat perbedaan. Adapun strategi yang digunakan dalam menyampaikan dakwah secara offline meliputi, penampilan, mukadimah, materi yang mudah dipahami, dan memahami kondisi mad'u. Sedangkan, strategi yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah secara online, yaitu media yang menarik dan kesesuaian materi.”⁴²

Berdasarkan pada strategi terencana yang dilakukan oleh Ustad Ahmad Farhan M.S.I terdapat perbedaan strategi yang digunakan oleh ustad dalam menyampaikan materi dakwah secara online maupun offline. Adapun strategi yang digunakan dalam menyampaikan dakwah secara offline meliputi, penampilan, mukadimah, materi yang mudah dipahami, dan memahami kondisi mad'u. Sedangkan, strategi yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah secara online, yaitu media yang menarik dan kesesuaian materi.

a. **Strategi Komunikasi dalam Menyampaikan dakwah Secara online**

Pada saat pandemi seperti sekarang, penyampaian materi dakwah secara *offline* sangat dibatasi mengingat tentang peraturan pemerintah yang membatasi aktivitas atau kegiatan secara langsung di lingkungan masyarakat, sehingga memungkinkan seorang Da'i untuk mengembangkan ide atau gagasan mengenai cara agar materi dakwah tetap tersampaikan dengan baik. Oleh karena itu, Ustad Ahmad Farhan

⁴²Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

M.S.I memilih media online sebagai wadah untuk menyampaikan dakwah kepada mad'u.

“Di zaman yang telah modern ini banyak yang telah memiliki gadget yang bisa digunakan untuk mencari sebuah informasi. Jadi bukan suatu alasan jika seseorang belum mengetahui positif dan negatifnya suatu media. Mengapa memilih media sosial, karena pada era modern ini hampir tidak ada yang tidak memiliki gadget. Semua kegiatan bisa dilakukan melalui gadget, salah satu nya ialah berdakwah menggunakan media sosial. Saat ini semua orang dapat mengakses media hanya saja diri kita lah yang mengendalikan ingin mencari dari sisi positif atau negatifnya dan juga saya pribadi ingin memposisikan diri sebagai perantara untuk menyampaikan ajaran agama Islam.”⁴³

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap ustad, maka pada saat pandemi UstadFarhan memilih menyampaikan materi dakwah melalui media *online* karena menimbang bahwa berbagai kalangan mayoritas sudah memiliki gadget yang bisa digunakan sebagai sumber informasi. Begitu juga, dengan dakwah dengan adanya media sosial semua orang juga dapat mengakses informasi dakwah.

Adapun beberapa strategi terencana yang telah dilakukan dan diterapkan oleh UstadAhmad Farhan M.S.I pada masa pandemi covid-19 melalui media online, yaitu membuat media yang menarik dan menyesuaikan materi sesuai kebutuhan pada masa pandemi.

⁴³Hasil wawancara dengan UstadAhmad Farhan M.S.I pada tanggal 07Juli 2021

1) Media yang Menarik

Pada saat menyampaikan dakwah di media online, ustad Farhan menggunakan strategi terencana dengan mendesign media secara menarik sebagai alat dakwah.

“Semua bisa dijadikan alat dakwah salah satunya yakni Media sosial. Saat ini media sosial bukan lah hal yang baru lagi bagi kalangan masyarakat. Menggunakan media saat berdakwah pun menjadi alternative saat ini, apalagi ini wasilah saya kemudahan bagi saya untuk memberikan informasi dan saling mengingatkan. Siapa tau mereka melihat apa yang saya bagikan dapat menambahkan wawasan dan pengetahuan keagamaannya sehingga tersentuh untuk melakukan kebaikan-kebaikan. Satu kali posting mengenai ceramah keagamaan di media sosial dapat memberikan dampak positif untuk yang melihat, mau menerima dan di aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Karena dimana pun kita berada kita tetap bisa mengetahui informasi-informasi melalui media sosial tidak harus mendengarkan sebuah ceramah itu di dalam masjid. Jika kita berdakwah melalui media kita bisa membuat gambar ataupun video yang menarik agar para penontonnya tidak bosan dan dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami.”⁴⁴

Berdasarkan pernyataan dari Ustad Farhan di atas dapat diketahui bahwa dalam menyampaikan materi dakwah hal utama yang harus dilakukan adalah membuat media yang menarik berupa video maupun gambar yang mudah dipahami oleh mad'u.

Penyampaian materi yang dilakukan secara online biasanya disampaikan oleh Ustad Ahmad Farhan M.S.I melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Youtube*. Namun, ustad tersebut lebih sering menyampaikan lewat akun youtube, sehingga mudah diakses dari mulai kalangan anak-anak, remaja, sampai dewasa.

⁴⁴Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

2) Kesesuaian Materi

Penyampaian materi dakwah yang biasanya dilakukan oleh Ustad Ahmad Farhan M.S. melalui media sosial secara *online* selain menggunakan strategi terencana seperti membuat media yang menarik. Akan tetapi, ia juga melakukan perencanaan seperti menyesuaikan materi dakwah sesuai dengan kebutuhan mad'u.

“Menyampaikan mengenai tematik Menyesuaikan situasi dan kondisi. Misal ketika vaksin kita mencoba untuk mengedukasikan vaksin ini untuk kesehatan dan berikhtiar terus berbaik sangka terhadap kondisi atau ujian ini. Jika dikalangan masyarakat ada tema-tema yang memang bertujuan untuk memperbaiki ibadah, akhlak dan syariah. Materi dakwah itu sendiri tidak harus yang berat-berat juga yang penting mad'u paham akan apa yang saya sampaikan. Penyampaian Materi itu tidak terfokus ke satu itu saja namun bisa juga dikaitkan dengan bercanda namun tidak keluar dari konteks.”⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menyampaikan materi Ustad Ahmad Farhan M.S. biasanya menyampaikan materi dakwah yang berupa materi tematik guna menyesuaikan dengan kondisi dan situasi yang terjadi pada masa sekarang.

Adapun salah satu contoh kesesuaian materi yang biasanya disampaikan, yaitu tentang edukasi vaksin bagi kesehatan dan senantiasa berprasangka baik dalam menghadapi pandemi covid-19. Dalam menyampaikan dakwah melalui media secara *online* Ahmad Farhan M.S. tidak menyampaikan materi yang terlalu berat. Namun,

⁴⁵Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S. pada tanggal 07 Juli 2021

ia menyampaikan materi dakwah yang mudah dipahami, tidak berat, dan tidak memfokuskan hanya pada satu titik permasalahan saja, kadang-kadang juga dislipkan dengan canda dan gurauan. Hal ini bertujuan agar materi dakwah yang disampaikan kepada mad'u tidak membosankan dan mudah dipahami dengan baik.

Pada saat menyampaikan materi dakwah, Ustad Farhan juga memperhatikan intonasi suaranya dan bahasa yang digunakan pada saat penyampaian dakwah biasanya menggunakan bahasa yang tidak baku atau bahasa sehari-hari.

“Untuk menarik perhatian seorang mad'u itu juga harus diperhatikan, seperti intonasi kita bisa menyesuaikan sedang dikondisi mana kita berdakwah. Jangan sampai mad'u merasa bosan dengan apa yang ingin kita sampaikan dan itulah salah satu penyebab tidak tercapainya tujuan dakwah itu. Mengapa kita harus memperhatikan hal-hal seperti itu, karena jika kita sampai salah dalam hal menyampaikan itu berakibat fatal untuk keberlangsungan ceramah kedepannya.”⁴⁶

Ustad Farhan menyampaikan materi dakwah dengan gaya dan sikap yang bagus. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian dari mad'u itu sendiri. Adapun bentuk strategi materi yang mudah dipahami didukung juga dengan gaya bicara, intonasi, dan kondisi dari mad'u itu sendiri.

b. Strategi Terencana dalam Menyampaikan dakwah Secara offline

Pada masa pandemi covid-19 Ustad Ahmad Farhan M. Si tidak serta merta menyampaikan materi dakwahnya secara *online*. Akan tetapi,

⁴⁶Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S. I pada tanggal 07 Juli 2021

ia juga tetap menyampaikan materi dakwah secara *offline* ke berbagai majelis seperti di masjid-masjid yang berada di provinsi Bengkulu.

“Dikondisi seperti ini ceramah di masjid masih tetap berjalan dengan mematuhi prokes yang ada dan mad’u nya pun dibatasi. Selain itu penggunaan media sosial pun bisa menjadi salah satu cara untuk tetap melanjutkan berdakwah di masa pandemi seperti ini. Karena saat ini zaman telah modern banyak sekali media-media sosial yang bisa digunakan untuk mencari ilmu khususnya mengenai ceramah keagamaan. Saya memanfaatkan media sosial *Youtube* untuk membagikan apa yang telah saya ketahui untuk mad’u. Di media sosial *Youtube* pun saya tetap memperhatikan apa yang akan disampaikan, materinya pun sesuai kebutuhan mad’u juga.”⁴⁷

Ustad Ahmad Farhan, M.S.I. dalam menyampaikan materi dakwah juga melakukan dakwah secara *offline* di masjid-masjid yang ada di provinsi Bengkulu. Namun, tetap mematuhi protokol kesehatan yang telah dihimbaukan oleh pemerintah dan jumlah mad’u sebagai penerima materi dakwah juga dibatasi.

“Ada yang terjadwal secara priode per bulan, seperti masjid Al-Barokah Timur Indah, masjid Al-Ikhlas Padang Harapan, Masjid Istiqomah Kebun Tebeng, masjid Syuhada Lingkar Timur. Ada juga yang bersifat insidental seperti di masjid raya Baitul Izzah Padang Harapan, masjid Akbar At-Taqwa Anggut, dan beberapa masjid di kota dan se provinsi Bengkulu dan rata-rata jamaah berasal dari Kaur sampai Muko-Muko, termasuk warga kota bahkan warga luar kota Bengkulu”⁴⁸

Materi yang disampaikan oleh Ustad Ahmad Farhan, M.S.I biasanya dapat diterima oleh mad’u yang tidak hanya berasal dari dalam

⁴⁷Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

⁴⁸Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

kota Bengkulu. Akan tetapi, juga berasal dari luar kota Bengkulu seperti berasal dari Kaur dan Muko-Muko.

Di kota Bengkulu sendiri masjid-masjid yang biasanya dijadikan sebagai tempat berdakwah seperti di masjid Al-Barokah Timur Indah, masjid Al-Ikhlash Padang Harapan, Masjid Istiqomah Kebun Tebeng, masjid Syuhada Lingkar Timur. Ada juga yang bersifat insidental seperti di masjid raya Baitul Izzah Padang Harapan, masjid Akbar At-Taqwa Anggut, dan beberapa masjid di kota dan se provinsi Bengkulu.

“

Dalam menyampaikan materi dakwah secara *Offline* Ustad Ahmad Farhan, M.S.I juga menerapkan beberapa strategi terencana, yaitu seperti strategi terencana berupa penampilan, mukadimah, materi yang mudah dipahami, dan memahami kondisi Mad'u.

1) Penampilan

Pada saat menyampaikan materi dakwah di masjid-masjid secara *Offline* ada strategi terencana agar materi yang disampaikan dapat diterima oleh mad'u dengan baik dan mudah dimengerti, serta dapat menarik perhatiannya, yaitu dengan cara berpenampilan yang menarik. Penampilan yang baik, menarik, dan sesuai dapat membangkitkan semangat mad'u.

“Strategi yang biasanya saya gunakan guna mendukung dakwah saya berjalan dengan lancar, tentunya ferforma atau penampilan, pakaiannya, pecinya, sarung, dan sorban karena kita adalah panutan. Performa itu adalah bagian dari

sebuah strategi berdakwah. Jadi seorang Da'i harus memperhatikan penampilan"⁴⁹

Dapat dikatakan bahwa penampilan sangat mencerminkan kepribadian seseorang. Begitu pula dengan seorang Da'i jika penampilannya menarik dan sesuai seperti memakai pakaian gamis laki-laki atau sarung, berpeci dan bersorban, serta berpakaian rapi dan bersih. Dengan berpenampilan seperti itu, maka dapat meyakinkan para mad'u sehingga materi dapat diterimanya dengan baik dan mudah dipahami.

2) Mukadimah

Dalam menyampaikan dakwah Ustad Ahmad Farhan M.S.I juga menerapkan strategi terencana berupa mukadimah. Sebelum menyampaikan materi dakwah, maka ustad tersebut menyampaikan beberapa mukadimah sebagai pembuka atau awalan brdakwah.

“Biasanya saya memulai mukadimah yang khas seperti alhamdulillahirobil alami wasalatuwaalaasrafilambiyaiwalmursalin sayidina muhamadinwaalaalihiwasabihirosulilahiajmain atau biasanya kalau dalam bahasa Indonsia saya akan mmulai mukadimah seperti mari kita bersukur kepada Allah SWT, kita masih bisa hadir di sini, dan harus menarasikan dan mukadimah menjadi *point*, sehingga masyarakat tertarik untuk melanjutkan atau mendengarkan materi dakwah yang akan disampaikan Da'i”

Selain penampilan yang menarik, mukadimah juga perlu diperhatikan sebagai sebuah strategi dalam menyampaikan materi dakwah. Biasanya mukadimah tersusun dari serangkaian kata-kata

⁴⁹Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

ucapan syukur dan salam, serta puji-pujian terhadap nabi muhamad SAW sebagai awal pembuka dakwah.

Dengan adanya strategi terencana berupa mukadimah ini dapat memengaruhi atau mempersuasi mad'u agar dapat mengikuti kegiatan berdakwah secara sukarela dan juga dapat membuatnya menjadi tidak bosan. Selain itu, dakwah yang baik harus diawali dengan mukadimah yang menarik pula. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mad'u.

Mukadimah yang menarik menjadi *point* penting dalam berlangsungnya berdakwah bagi pendakwah. Jika dari pembukaan atau mukadimahnya menarik perhatian mad'u maka dapat membuka jalan bagi pendakwah untuk lebih percaya diri dalam menyampaikan materi dakwah, serta dapat memudahkan pendakwah dalam menjalin komunikasi dengan mad'u selaku audiens.

4. Analisis khalayak dan segmentasinya

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 07 juli 2021 serta observasi dilapangan, maka dapat diketahui bahwa Kondisi sosial, ekonomi, dan latar belakang mad'u menjadi bagian yang sangat penting dipahami oleh pendakwah. Pendakwah harus menyesuaikan dengan kondisi ekonomi dari mad'u. Selain itu, materi perlu disampaikan dengan kondisi mad'u. Materi yang disampaikan dengan anak-anak dan remaja sangat disesuaikan

dengan kondisi. Walaupun materi antara anak-anak dengan remaja tidak terlalu berbeda tapi, masih juga perlu disesuaikan.

“Materi yang saya sampaikan kepada anak-anak tidak terlalu berbeda. Namun, ada sebagian yang sama. Masalahnya antara remaja dan anak-anak itu saling berkesinambungan. Jadi, misalkan dalam saya berdakwah terdapat remaja dan anak-anak, maka saya akan menyampaikan materi yang berimbang sesuai dengan usianya.”

Adapun tujuan dari pemahaman kondisi mad'u yaitu agar materi yang disampaikan sesuai. Artinya, jika mayoritas mad'u berasal dari kalangan berpendidikan, maka materi yang disampaikan harus disesuaikan sesuai taraf kehidupan dan pendidikannya. Misalkan materinya sedikit agak tinggi. Begitupun sebaliknya, jika mayoritas mad'u berasal dari kalangan bawah, maka materi dakwah yang disampaikan disesuaikan dengan tingkatan sosial dan ekonominya. Agar para mad'u dapat menerima materi dengan baik.

Materi yang disampaikan oleh Ustad Ahmad Farhan, M.S.I biasanya dapat diterima oleh mad'u yang tidak hanya berasal dari dalam kota Bengkulu. Akan tetapi, juga berasal dari luar kota Bengkulu seperti berasal dari Kaur dan Muko-Muko.

Di kota Bengkulu sendiri masjid-masjid yang biasanya dijadikan sebagai tempat berdakwah seperti di masjid Al-Barokah Timur Indah, masjid Al-Ikhlas Padang Harapan, Masjid Istiqomah Kebun Tebeng, masjid Syuhada Lingkar Timur. Ada juga yang bersifat insidental seperti di masjid raya Baitul Izzah Padang Harapan, masjid Akbar At-Taqwa Anggut, dan beberapa masjid di kota dan se provinsi Bengkulu. Terkait dengan regulasi dan himbauan pemerintah

memang ada kondisi dimana semua kegiatan sekarang telah dibatasi. Akhirnya kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial kemasyarakatan juga dibatasi namun ketika tetap diminta untuk berdakwah akhirnya masyarakat setempat lah yang menyiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan prokes covid-19 seperti tempat yang bersih, menyediakan untuk cuci tangan sebelum masuk masjid dan tentunya mad'unya juga terbatas. Namun ada juga yang ingin menghindari untuk berkerumun masyarakat juga meminta untuk tetap berdakwah namun melalui via zoom dan itu penyelenggara yang menyiapkan segala sesuatunya saya hanya menjadi penerjemah/Da'inya saja.⁵⁰

Walaupun penyampaian materi dakwah yang dilakukan oleh Ustad Ahmad Farhan M.S.I dapat dilakukan secara *Offline*. Namun, terkait dengan regulasi pemerintah, maka kegiatan yang bersifat sosial masyarakat seperti dakwah di masjid juga dibatasi. Jadi, masyarakat setempatlah yang mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan protokol kesehatan, seperti menyiapkan tempat cuci tangan, membersihkan tempat berdakwah, dan menyiapkan masker bagi mad'u. Sehingga, dakwah yang dilakukan oleh Da'i dapat berjalan lancar.

5. Seleksi Media

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada hari rabu 07 juli 2021 serta observasi yang dilakukan dilapangan maka dapat diketahui pemanfaatan media sosial yang digunakan da'i untuk berdakwah.

“Semua bisa dijadikan alat dakwah salah satunya yakni Media sosial. Saat ini media sosial bukan lah hal yang baru lagi bagi kalangan masyarakat. Menggunakan media saat berdakwah pun menjadi alternative saat ini, apalagi ini walisah saya kemudahan bagi saya untuk memberikan

⁵⁰Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

informasi dan saling mengingatkan. Siapa tau mereka melihat apa yang saya bagikan dapat menambahkan wawasan dan pengetahuan keagamaannya sehingga tersentuh untuk melakukan kebaikan-kebaikan. Satu kali posting mengenai ceramah keagamaan di media sosial dapat memberikan dampak positif untuk yang melihat, mau menerima dan di aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Karena dimana pun kita berada kita tetap bisa mengetahui informasi-informasi melalui media sosial tidak harus mendengarkan sebuah ceramah itu di dalam masjid. Jika kita berdakwah melalui media kita bisa membuat gambar ataupun video yang menarik agar para penontonnya tidak bosan dan dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami.”

Di zaman yang telah modern ini banyak yang telah memiliki gadget yang bisa digunakan untuk mencari sebuah informasi. Jadi bukan suatu alasan jika seseorang belum mengetahui positif dan negatifnya suatu media. Mengapa memilih media sosial, karena pada era modern ini hampir tidak ada yang tidak memiliki gadget. Semua kegiatan bisa dilakukan melalui gadget, salah satunya ialah berdakwah menggunakan media sosial. Saat ini semua orang dapat mengakses media hanya saja diri kita lah yang mengendalikan ingin mencari dari sisi positif atau negatifnya dan juga saya pribadi ingin memosisikan diri sebagai perantara untuk menyampaikan ajaran agama Islam.

Dengan menyampaikan materi melalui media sosial menggunakan video dan menampilkan gambar, maka dapat meningkatkan antusias dari mad'u sebagai pihak yang menerima materi. Sehingga mad'u tidak bosan dan jenuh mendengarkan penyampaian materi dakwah dari Ustad Ahmad Farhan M.S.I.

“Antusiasnya dari para mad’u setelah dan sebelum pandemi sedikit berbeda dalam media sosial karena dengan adanya pandemi banyak mad’u yang tidak bisa mendengarkan dakwah secara langsung, sehingga para mad’u beralih mendengarkan dakwah melalui media sosial.”⁵¹

Antusias dari mad’u mendengarkan dakwah dari Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada saat pandemi lebih meningkat dan berbeda pada masa sebelumnya. Hal ini dapat diketahui dengan hasil wawancara dan jumlah penonton ceramah ustad di *Youtube*.

Antusias dari mad’u sangat berbeda kerana dengan adanya penyampaian melalui media sosial, maka mad’u lebih leluasa memahami materi dan dapat memutar-mutar ulang materi dakwah yang telah disampaikan oleh ustad.

6. Desain dan penyusunan pesan

a. Materi yang Mudah

Dalam menyampaikan materi dakwah Ustad Ahmad Farhan M.S. Imnyampaikan materi dakwah yang mudah dipahami oleh mad’u. Materi yang disampaikan oleh pendakwah disampaikan sesuai dengan pengetahuan mad’u itu sendiri. Pada saat berdakwah langsung secara *Offline* ke masjid-masjid, maka ustad Farhan menyampaikan materi sesuai dengan tanggapan dari mad’u.

“Terlepas dari apa yang telah saya sampaikan saya juga memperhatikan pengetahuannya, sikap, dan bagaimana mad’u memposisikan diri diluar jangkauan saya (di dalam masjid/tempat ceramah lainnya). Jika di dalam masjid saya

⁵¹Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

melihat bagaimana cara mad'u itu merespon apa yang telah saya sampaikan, menjawab pertanyaan yang saya berikan. Ataupun mereka mempunyai antusias sendiri untuk bertanya. Jika disuatu tempat ceramah itu mad'u nya mempunyai wawasan yang luas biasanya sering terjadi dialog antara seorang Da'i dan mad'u itu sendiri"⁵²

Materi yang menarik juga didukung dengan candaan dan gurauan, sehingga suasana berdakwah tidak membosankan dan mad'u akan menerima materi dakwah dengan baik. Jika materi dakwah dapat diterima mad'u dengan baik, maka tujuan dari dakwah dapat tersampaikan dan dapat diterima mad'u secara utuh dan menyeluruh.

Selain, menggunakan beberapa strategi terencana yang baik, Ustad Ahmad Farhan, M.S.I. Juga menggunakan metode yang dapat mendukung kelancaran penyampaian materi dakwah. Adapun metode yang digunakannya, yaitu metode hikmah. Metode hikmah ini menekankan pada pendekatan persuasif dan memotivasi para mad'u.

“Dalam menyampaikan dakwah, saya biasanya menggunakan metode hikmah sesuai dengan Surah An Nahl ayat 125.”⁵³

b. Memahami Kondisi Mad'u

Dalam menyampaikan materi dakwah perlu adanya mengenali kondisi ekonomi sosial, pendidikan, pekerjaan dan usia mad'u sebelum melakukan ceramah. Hal ini merupakan bagian dari strategi berdakwah yang Ustad Farhan lakukan.

“Perlu, karena sebelum kita menyampaikan sebuah materi keagamaan kita juga dituntut untuk mengetahui latar

⁵²Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

⁵³Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S.I pada tanggal 07 Juli 2021

belakang mad'u yang akan kita berikan pemahaman. Jangan sampai materi yang akan disampaikan itu terlalu tinggi untuk mereka pahami. Keadaan seperti ini juga mempengaruhi materi apa yang akan disampaikan berat atau ringan bobot materinya dan pribahasa yang akan digunakan itu harus cocok dengan kondisi mad'unya.⁵⁴

Kondisi sosial, ekonomi, dan latar belakang mad'u menjadi bagian yang sangat penting dipahami oleh pendakwah. Pendakwah harus menyesuaikan dengan kondisi ekonomi dari mad'u. Adapun tujuan dari pemahaman kondisi mad'u yaitu agar materi yang disampaikan sesuai. Artinya, jika mayoritas mad'u berasal dari kalangan berpendidikan, maka materi yang disampaikan harus disesuaikan sesuai taraf kehidupan dan pendidikannya. Misalkan materinya sedikit agak tinggi. Begitupun sebaliknya, jika mayoritas mad'u berasal dari kalangan bawah, maka materi dakwah yang disampaikan disesuaikan dengan tingkatan sosial dan ekonominya. Agar para mad'u dapat menerima materi dengan baik.

Selain itu, materi perlu disampaikan dengan kondisi mad'u. Materi yang disampaikan dengan anak-anak dan remaja sangat disesuaikan dengan kondisi. Walaupun materi antara anak-anak dengan remaja tidak terlalu berbeda tapi, masih juga perlu disesuaikan.

C. Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian serta observasi, wawancara dan telaah dokumentasi maka selanjutnya peneliti akan melakukan analisis terhadap

⁵⁴Hasil wawancara dengan Ustad Ahmad Farhan M.S. I pada tanggal 07 Juli 2021

hasil penelitian dalam bentuk deskriptif analisis. Dalam menganalisis hasil penelitian, peneliti akan menginterpretasikan hasil wawancara peneliti dengan informan mengenai “Strategi Komunikasi Da’i Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19”

1. Pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan

Ustadz Ahmad Farhan yang menjadi informan pada saat diwawancarai oleh peneliti berkata pada saat berdakwah ia tidak menggunakan tahap pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan. Karena ketika ustadz Ahmad Farhan berdakwah materi-materi yang ia sampaikan itu mengenai situasi dan kondisi terkini atau fleksibel.

2. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi

Pada tahap ini ada empat persoalan yang perlu dipertanyakan ialah:

a. Siapa yang menjadi khalayak/mad’u sasaran

Pada saat wawancara yang dilakukan oleh Ustadz Ahmad Farhan maka peneliti menyimpulkan bahwa yang menjadi khalayak/mad’u saat Ustadz Ahmad Farhan berdakwah yakni seluruh umat muslim khususnya yang berada di Kota Bengkulu tanpa terkecuali. Namun dengan adanya pandemi covid-19 ini khalayak/mad’u nya pun dibatasi dan tetap menggunakan protocol kesehatan.

b. Dimana khalayak/mad’u sasaran berlokasi

Mengenai lokasi para khalayak/mad’u Ustadz Ahmad Farhan itu seluruh umat muslim khususnya di Provinsi Bengkulu.

c. Mengapa memilih khalayak/mad'u tersebut

Mimilih khalayak/mad'u itu sendiri tidak melalui tahap-tahap tertentu namun berjalan seperti biasanya saja. Tidak ada syarat tertentu untuk bisa mengikuti kegiatan yang dilakukan Ustadz Ahmad Farhan.

d. Alasan apa harus tercapai

Menjadi seorang da'i pasti ada suatu hal yang harus dicapai salah satunya yaitu apa yang disampaikan bisa diterima oleh mad'u dan diaplikasikan kedalam kehidupan sehari-hari.

3. Analisis perencanaan dan penyusunan strategi

Pada tahap ini ada dua aspek yang saling berhubungan dari penyusunan strategi komunikasi yaitu pemilihan pendekatan dan penentuan jenis pesan yang akan disampaikan. Pada saat Ustadz Ahmad Farhan berdakwah ia menggunakan jenis pesan verbal dan non verbal. Karena kedua jenis pesan tersebut dapat mempermudah seorang da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya dan memperkecil kemungkinan akan terjadinya salah paham atas apa yang disampaikannya. Karena pada saat berdakwah da'i dan mad'u bisa langsung bertatap muka dan da'i akan lebih mudah mengetahui mimik muka para mad'u atau responnya atas apa yang telah ia sampaikan.

Pada tahap ini juga Da'i mempunyai strategi terencana dalam menyampaikan dakwah secara online dan offline. Berdasarkan wawancara maka pada saat pandemi Ustadz Ahmad Farhan memilih

menyampaikan materi dakwahnya melalui media online nya dan strategi yang digunakan pada saat berdakwah melalui media adalah media yang menarik dan kesesuaian materi. Sedangkan strategi terencana dalam menyampaikan dakwah secara offline ialah penampilan dan mukadimah.

4. Analisis khalayak dan segmentasinya

Analisis khalayak menjadi salah satu faktor yang paling penting dalam mendesain suatu strategi komunikasi efektif. Dibutuhkan segmentasi khalayak pada tahap ini guna untuk mengetahui adanya cirri-ciri maupun kebutuhan yang berbeda-beda dari khalayak sasaran. Pembagian ini mendasari pendidikan, ekonomi sosial, umur serta pekerjaan sehari-hari khalayak/mad'u. jika tidak adanya analisis khalayak terlebih dahulu maka bisa terjadi apa yang ingin disampaikan tidak tepat sasaran. Misalnya seperti materi yang seharusnya disampaikan kepada orang tua bisa saja tersampaikan kepada anak-anak, itu akan menimbulkan masalah karena tujuan dari dakwah itu sendiri tidak tersampaikan dengan benar.

5. Seleksi media

Pada tahap menyeleksi media yang akan digunakan untuk berdakwah memiliki beberapa prinsip seperti

- a. Tidak ada satu media pun yang paling baik sebagai sarana untuk keseluruhan tujuan dakwah, sebab setiap media memiliki

karakteristik (kelebihan,kelemahan dan keserasian) yang berbeda-beda.

- b. Media dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- c. Media dipilih sesuai dengan sasaran dakwah yang hendak dituju.
- d. Media dipilih sesuai dengan sifat materi dakwahnya.
- e. Pemilihan media hendaknya dilakukan secara objektif artinya bukan atas dasar kesukaan seorang Da'i.
- f. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- g. Efektivitas dan efisien penyampaian materi dakwah melalui media dakwah yang dipilih harus diperhatikan

6. Desain dan penyusunan pesan

Pada tahap ini tema pesan, tuturan dan penyajannya harus ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan pokok dalam tahapan ini adalah mendesain suatu pesan yang akan disampaikan terlebih dahulu sebelum disampaikan kepada khalayak/mad'u. Pada saat terjadinya kegiatan mendesain dan penyusunan pesan ini da'i menggunakan materi yang mudah agar para khalayak/mad'u mudah memahami apa yang disampaikan oleh da'i. Kemudian selain materi yang mudah da'i juga memahami kondisi khalayk/mad'u sebelum berdakwah agar tidak terjadi kesalah pahaman antara da'i dan mad'u, setelah itu materi yang disampaikan juga terkait apa yang sedang khalayak alami saat ini misalnya di pandemic covid-19 ini seperti vaksinasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan, bahwa dalam menyampaikan materi dakwah Ustad Ahmad Farhan M.S.I menerapkan enam tahapan ialah *pertama* pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan, *kedua* perumusan sasaran dan tujuan komunikasi, *ketiga* analisis perencanaan dan penyusunan strategi, *keempat* analisis khalayak dan segmentasinya, *kelima* seleksi media dan *keenam* mendesain dan penyusunan pesan.

Pada keenam tahap dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Ustadz Ahmad Farhan ialah hanya lima saja. Tahap yang dilewati oleh Ustadz Ahmad Farhan ialah tahap pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan. Pada tahap ini ustadz tidak menggunakannya karena ia berdakwah hanya mengikuti alur saja tidak begitu kaku dalam menjalankan aktifitas dakwahnya ia menggunakan cara yang fleksibel saja. Pada saat berdakwah ustadz Ahmad farhan menggunakan strategi terencana adapun strategi terencana yang dilakukan oleh Ustad Ahmad Farhan dapat diterapkan dalam dakwah secara *online* dan *Offline*. Strategi yang digunakan dalam menyampaikan dakwah secara offline meliputi, penampilan, mukadimah, materi yang mudah dipahami, dan memahami kondisi mad'u. Sedangkan, strategi yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah secara online, yaitu media yang menarik dan kesesuaian materi.

B. Saran

Setelah dilakukan penelitian pada strategi komunikasi Da'i, yaitu khususnya Ustad Ahmad Farhan M.S.I dalam menyampaikan pesan dakwah di masa pandemi covid-19 terdapat saran yang dapat ditunjukkan kepada peneliti, masyarakat, dan mahasiswa, yaitu sebagai berikut.

1. Saran Bagi Peneliti

Peneliti sebaiknya dalam menganalisis sumber data harus lebih cermat dan tekun agar hasil data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat sebaiknya mengapresiasi penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Dengan adanya apresiasi yang diberikan masyarakat, maka peneliti akan mengembangkan penelitian selanjutnya, sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat.

3. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa hendaknya menjadikan strategi yang sudah diterapkan oleh pendakwah untuk diterapkan dalam lingkungan masyarakat ketika berdakwah di masjid-masjid dalam masa pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz, Moh.2004. *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Prenadamedia Group).
- Arifin. Bustanol. 2018. *Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan* (Volume 2 Nomor 2)
- Bahri Gazal. M. 1997. *Dakwah Komunikatif Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah* (Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya).
- Bugin Burhan, 2010. *Metodologi penelitian kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers)
- Farid, Miftah. 2005. *Cahaya Ukhuwah* (Bandung : Ikhtiar Publishing).
- Hasan, M.Hafidz. 2018. *Strategi Komunikasi Dakwah Partisipatif pada Komunitas FSRMM Riau Pada Generasi Masyarakat Pekan Baru Riau.*
- Hasanah. 2016. *Arah Pengembangan Dakwah Melalui Sistem Komunikasi Islam Al-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol,4.*
- Helmi dalam Moch Fakhruroji. 2017. *Dakwah di Era Media Baru* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media).
- Ilahi, Wahyu.2010. *Komunikasi Dakwah* (Bandung : Remaja Rosdakarya).
- Kaholis, Irpan. 2019. *Strategi Dakwah di Pondok Pesantren Al-Mubaraak Kota Bengkulu.*
- Mahadi, Ujang. 2008. *Komunikologi Dalam Menghadapi Globalisasi dalam jurnal ilmiah madania : Transformasi Islam dan kebudayaan. Vol.12, Nomer 2.*
- Mulyana. Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya).
- Munir Amin, Samsul, 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta : Amzal)
- Nzir. 2003. *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Ghalia Indonesia).

- Purwanti, Eneng. 2012. *Wilayah Penelitian Ilmu Dakwah dalam jurnal Adzikra* vol.3. No.1.
- Riswandi. *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta : Graha Ilmu).
- Suhandi, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya).
- Susan R.Weiss dan Sonia Navas Martin.2005. *Corona Virus Pathogenesis and The Emerging Pathogen Severe Acuterespiratory Syndrome Corona Virus* Vol.69. No.4.
- Syabibi, M.Ridho. 2008. *Metodologi Ilmu Dakwah Ontologis Dakwah Ikhwan Al-Safa* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar).
- Tjiri, Hajir. 2015. *Etika dan Estetika Dakwah Perspektif Teologis,Filosofis dan Praktis* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media).
- Uchjana Effendi. Onong. 1992. *Dinamika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya).
- Uchjana, Effendi Onong. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya).
- Wibowo, Amien. 2015. *Strategi Komunikasi Dakwah (Dakwah Majelis dan Sholawat Jumoro Surakarta)*.
- Yusuf, M.Yunan. 2006. *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Kencana Prenda Media Group).

L

A

M

P

I

R

A

N

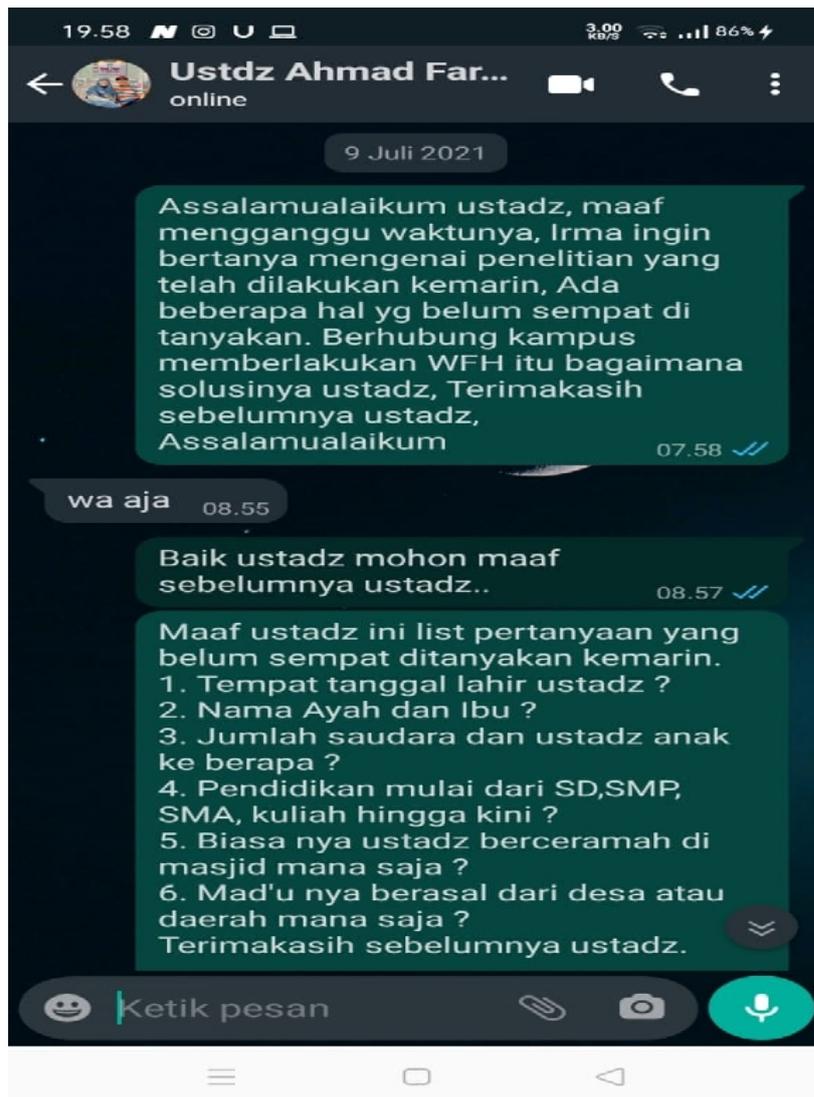
DOKUMENTASI

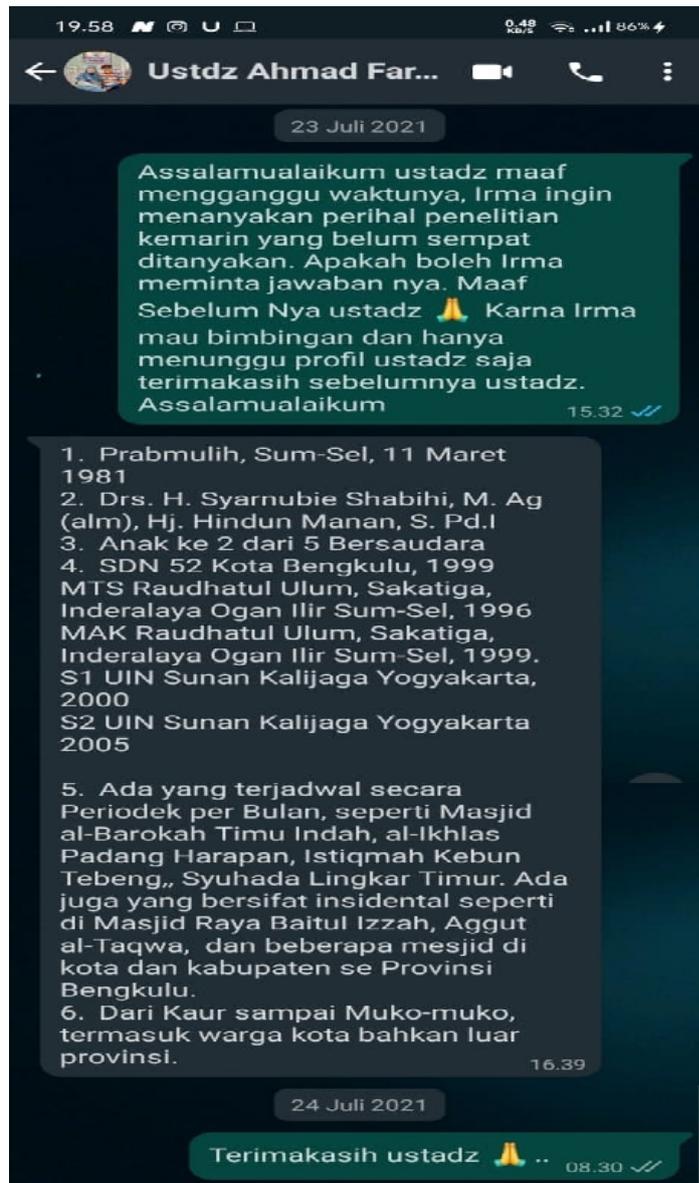


Gambar profil akun *Youtube* Ustadz Ahmad Farhan



Pelaksanaan wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan





Pelaksanaan wawancara tambahan melalui media *whatsapp*



Dokumentasi saat Ustadz Ahmad Farhan berdakwah *Offline* di salah satu masjid kota Bengkulu



Dokumentasi saat Ustadz Ahmad Farhan berdakwah melalui media *Online Youtube*.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Selebar Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faximile (0736) 51171
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0669 /In.11/F.III/PP.009/03/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa, maka Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk dosen:

Nama : Dr. Suryani, M.Ag
NIP : 19690110 199603 2 002
Tugas : Pembimbing I

Nama : Poppi Damayanti, M.Si
NIP : 19770717 200501 2 010
Tugas : Pembimbing II

Bertugas untuk membimbing, mengarahkan dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draf skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasah bagi mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : Irma Yunita Sari
NIM : 171 131 0028
Jurusan/Program Studi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Sekripsi : Strategi Komunikasi Da'i Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Masa Pandemi Covid-19 (Melalui Facebook Ahmad Farhan)

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Bengkulu
Pada tanggal : 10 Maret 2021
Dekan,

†Suhirman 4

Tembusan:

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Selebar Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faximile (0736) 51171
Website: www.iainbengkulu.ac.id

30 Juni 2021

Nomor : 2228 /In.11/F.III/PP.00.3/06/2021
Lamp : 1 Berkas Proposal Skripsi
Perihal : Mohon Izin Penelitian

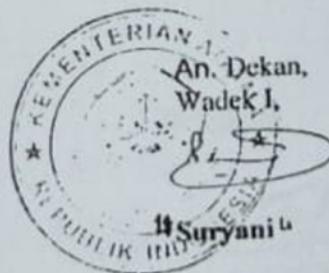
Yth. Ustadz Ahmad Farhan, M.S.I

Dengan Hormat,

Schubungan akan dilaksanakannya penelitian Skripsi Mahasiswa Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2020/2021, dengan ini kami mohon kiranya berkenan memberikan izin penelitian kepada saudara:

Nama : Irma Yunita Sari
NIM : 1711310028
Jurusan/Program Studi : Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : Delapan (VIII)
Waktu Penelitian : Tanggal 1 Juli s/d 1 Agustus 2021
Judul : Strategi Komunikasi Da'i Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di masa Pandemi Covid-19
Tempat Penelitian : Media Sosial Ustadz Ahmad Farhan, M.S.I

Demikian permohonan izin ini kami sampaikan, atas perkenan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



SURAT KETERANGAN

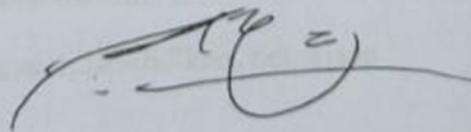
Yang bertanda tangan dibawah ini Ustadz Ahmad Farhan M.S.I menerangkan bahwa :

Nama : Irma Yunita Sari
Nim : 1711310028
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Bahwa yang bersangkutan telah melakukan wawancara sebagai salah satu bahan kelengkapan penelitian penyusunan skripsi yang berjudul : “ Strategi Komunikasi Da’i Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19”

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, Agustus 2021



Ahmad Farhan M.S.I

TRANSKRIP WAWANCARA

A. Identitas Informan :

Nama :

Tempat Tanggal Lahir :

Jenis Kelamin :

Jabatan dan Pekerjaan :

B. Judul : Strategi Komunikasi Ustadz Ahmad Farhan Pada Masa Pandemi

Covid-19

1. Bagaimana pengalaman singkat ketika berdakwah di masa pandemi covid-19 ini ?
2. Bagaimana cara Da'i mengenali kondisi mad'u setelah adanya covid-19 ini ?
3. Bagaimana cara Da'i untuk mengetahui pengetahuan mad'u, sikap dan praktik kegiatan sehari-harinya ?
4. Bagaimana cara da'i mengetahui sikap mad'u terhadap hal-hal yang tidak disenangkannya ?
5. Dengan adanya pandemi covid-19 ini apakah da'i masih melakukan ceramah dari masjid ke masjid atau ada media lain sebagai penunjang ?
6. Apakah perlu untuk mengenali kondisi ekonomi sosial, pendidikan, pekerjaan dan usia mad'u sebelum melakukan ceramah ?
7. Mengapa memilih media sosial untuk berdakwah dan apakah da'i telah mengetahui persepsi-persepsi mad'u terhadap media yang dipilih ?

8. Bagaimana Da'i mendisign sebuah media sebagai alat dakwah ?
9. Materi apa yang biasanya da'i sampaikan ?
10. Strategi apa yang digunakan da'i dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u agar mencapai tujuan yang diinginkan ?
11. Adakah perbedaan materi yang di sampaikan kepada mad'u misalnya anak-anak atau remaja ?
12. Bagaimana antusias Mad'u di media setelah pandemi dan sebelum pandemi?
13. Apakah ada metode yang biasanya digunakan Ustad Ahmad Farhan M. Si dalam berdakwah?

PEDOMAN OBSERVASI

Nama informan :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendidikan/ Pekerjaan :

Waktu observasi :

Tempat observasi :

Tuliskan tanda cek pada kolom Baik, Cukup dan Kurang dengan keadaan yang anda amati.

No	Butir-butir sasaran	Baik	Cukup	Kurang
1	Pengikut di media sosial yang sangat antusias mengikuti selama ceramah di tayangkan			
2	Da'i mempersiapkan materi sebelum membuat dan menayangkan video ceramah di media			
3	Da'i melibatkan orang lain dalam pembuatan video ceramah yang ditayangkan di media.			
4	Mengamati perilaku mad'u dari postingan			

	media sosial nya.			
5	Peralatan yang menunjang untuk menjalankan media guna melanjutkan berdakwah di masa pandemi covid-19			
6	Proses berdakwah berjalan dengan baik di media			