

**STRATEGI DAKWAH AGUS MUHAMMAD IQDAM KHOLID
PADA GENERASI Z
(ANALISIS CHANNEL YOUTUBE GUS IQDAM OFFICIAL)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

NUR MAULANA

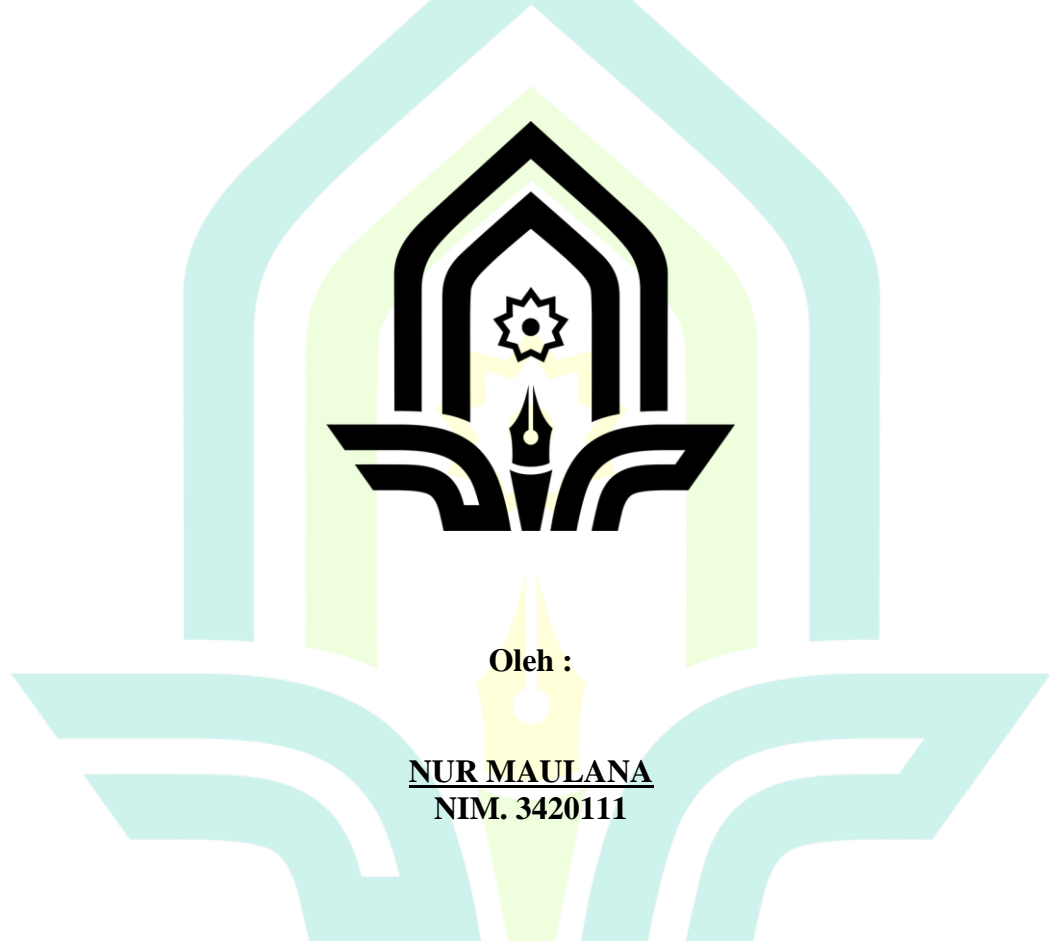
NIM: 3420111

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**STRATEGI DAKWAH AGUS MUHAMMAD IQDAM KHOLID
PADA GENERASI Z
(ANALISIS CHANNEL YOUTUBE GUS IQDAM OFFICIAL)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nur Maulana

NIM : 3420111

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI DAKWAH AGUS MUHAMMAD IQDAM KHOLID PADA GENERASI Z (ANALISIS CHANNEL YOUTUBE GUS IQDAM OFFICIAL)”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 23 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Nur Maulana
NIM. 3420111

NOTA PEMBIMBING

Qomariyah, M.S.I.

Jl. Bukit Beringin Utara 14 D 307 Ngaliyan, Semarang

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr, Nur Maulana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di- **PEKALONGAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Nur Maulana

NIM : 3420111

Judul : **Strategi Dakwah Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada
Generasi Z (Analisis Channel Youtube Gus Iqdam official)**

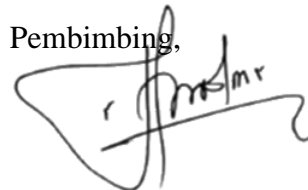
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 22 Januari 2024

Pembimbing,



Qomariyah, M.S.I

NIP. 198407232010032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

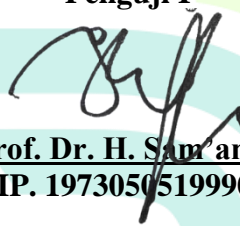
Nama : **NUR MAULANA**
NIM : **3420111**
Judul Skripsi : **STRATEGI DAKWAH AGUS MUHAMMAD IQDAM
KHOLID PADA GENERASI Z (ANALISIS CHANNEL
YOUTUBE GUS IQDAM OFFICIAL)**

yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 15 Maret 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Bimbingan Penyuluhan Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002


Kholid Noviyanto, MA. Hum
NIP. 198810012019031008

Pekalongan, 15 Maret 2024

Disahkan Oleh

Dekan



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini Sesuai dengan Surat Keputusan Bersama (SKB) dua menteri, yaitu Menteri Agama Republik Indonsia No. 158/1997 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dan No.0543 b/U/1987 Tertanggal 12 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

No.	Huruf Arab	Nama Latin	Nama Latin	Keterangan
1.	ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
2.	ب	ba'	B	-
3.	ت	ta'	T	-
4.	ث	sa'	ṣ	s dengan titik di atas
5.	ج	Jim	J	-
6.	ح	ha'	ḥ	ha dengan titik di bawah
7.	خ	kha'	Kh	-
8.	د	Dal	D	-
9.	ذ	Zal	Z	zet dengan titik di atas
10.	ر	ra'	R	-
11.	ز	Zai	Z	-
12.	س	Sin	S	-
13.	ش	Syin	Sy	-
14.	ص	Sad	ṣ	es dengan titik di bawah
15.	ض	Dad	ḍ	de dengan titik di bawah
16.	ط	ta'	ṭ	te dengan titik di bawah
17.	ظ	za'	ẓ	zet dengan titik di bawah

18.	ع	'ain	'	koma terbalik di atas
19.	غ	Gain	G	-
20.	ف	fa'	F	-
21.	ق	Qaf	Q	-
22.	ك	Kaf	K	-
23.	ل	Lam	L	-
24.	م	Mim	M	-
25.	ن	Nun	N	-
26.	و	Waw	W	-
27.	هـ	ha'	H	-
28.	ء	Hamzah	`	apostrop
29.	ي	ya'	Y	-

B. Konsonan Rangkap, termasuk tanda Syaddah, ditulis lengkap.

احمدية : ditulis *Aḥmadiyyah*

C. Ta' Marbutah

1. Transliterasi *Ta' Marbutah* hidup atau dengan *harakat, fathah, kasrah, dan dammah*, maka ditulis dengan “t” atau “h”.

contoh: زكاة الفطر : *Zakat al-Fitri* atau *Zakah al-Fitri*.

2. Transliterasi *Ta' Marbutah* mati dengan “h”

Contoh: طلحة : *Talhah*

Jika *Ta' Marbutah* diikuti kata sandang “al” dan bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”

Contoh: روضة الجنة : *Raudah al-Jannah*

3. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

جماعة : ditulis *Jama'ah*

4. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t

نعمة الله : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفطر: ditulis *Zakat al-Fitri*

D. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

No.	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	----- َ -----	Fathah	a	a
2.	----- ِ -----	Kasrah	i	i
3.	----- ُ -----	dammah	u	u

Contoh:

كتب - *Kataba*

يذهب - *Yazhabu*

سئل - *Su'ila*

ذكر - *Zukira*

2. Vokal Rangkap atau *Diftong*

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	يَ	Fathah dan ya'	ai	A dan i

2.	نو	Fathah dan waw	au	A dan u
----	----	----------------	----	---------

Contoh:

كيف : *Kaifa* حول : *Haula*

E. Vokal Panjang (*Maddah*)

Vokal panjang atau *maddah* yang lambangnya berupa h}arakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Latin	Nama
1.	اَ	Fathah dan alif	ā	a bergaris atas
2.	اِيّ	Fathah dan alif layyinah	ā	a bergaris atas
3.	يِ	Kasrah dan ya'	ī	i bergaris atas
4.	وِ	Dammah dan waw	ū	u bergaris atas

Contoh;

تُحِبُّونَ : *TuhibbŪna*

الإنسان : *al-Insān*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ : ditulis *a'antum*

مُؤْنِثٌ : ditulis *mu'annaṣ*

G. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh *jalalah* yang berada di tengah-

tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan ...
2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Masya' Allah kana wa ma lam yasya' lam yakun.*
4. *Billah 'azza wa jalla*
5. Jika diikuti huruf Qomariyah ditulis al-
القرآن : ditulis *al-Qur'an*
6. Bila diikuti huruf Syamsiyah, huruf I diganti dengan huruf Syamsiyah yang mengikutinya.
السَّيِّعَةُ : ditulis *as-Sayyi'ah*

H. Huruf Ganda (Syaddah atau Tasydid)

Transliterasi Syaddah atau Tasydid dilambangkan dengan huruf yang sama baik ketika berada di ditengah maupun di akhir.

Contoh:

مُحَمَّدٌ : *Muhammad*

الوَدُّ : *al-Wudd*

I. Kata Sandang “ال”

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah dan huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

Contoh:

القرآن : *al-Qur'ān*

السنة : *al-Sunnah*

J. Huruf Besar/Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, namun dalam transliterasi ini disamakan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang berpedoman pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yakni penulisan huruf kapital pada awal kalimat, nama diri, setelah kata sandang “al”, dll.

Contoh:

الإمام الغزالي : *al-Imām al-Ghazālī*

السيب المثناني : *al-Sab'u al-Masānī*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya lengkap dan kalau disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نسرمن الله : *Nasruminallāhi*

لله الأمر جميعا : *Lillāhi al-Amrujamā*

K. Huruf Hamzah

Huruf Hamzah ditransliterasikan dengan koma di atas (') atau apostrof jika berada di tengah atau di akhir kata. Tetapi jika hamzah terletak di depan kata, maka Hamzah hanya ditransliterasikan harakatnya saja.

Contoh:

احياء علوم الدين : *inyā' ulūm al-Dīn*

L. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair al-rāziqīn*

M. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

شيخ الإسلام

:ditulis *syaikh al-Islam* atau *syaikhul Islam*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kesehatan, dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan meraih cita-cita. Saya persembahkan karya tulis skripsi ini untuk orang-orang yang berjasa membantu dan do'anya kepada saya:

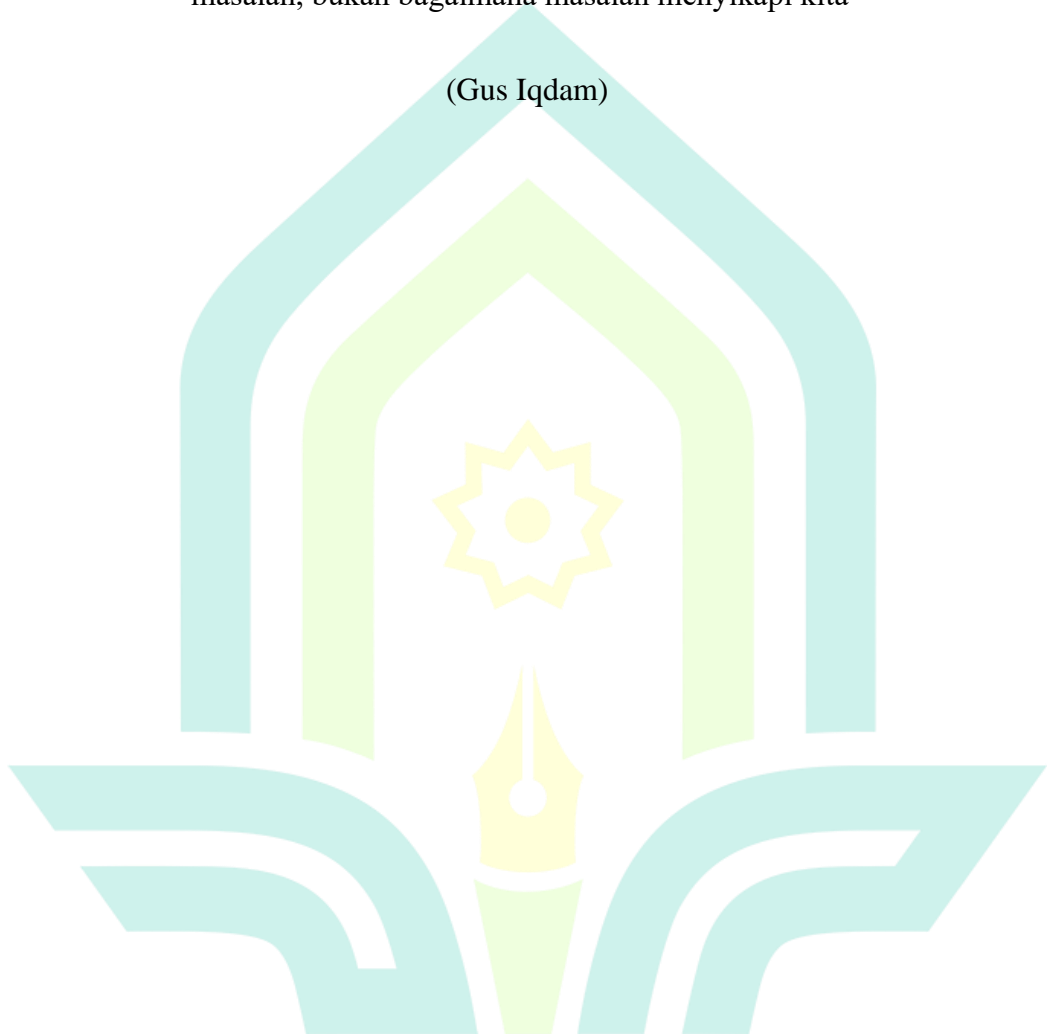
1. Kedua orang tua saya, Bapak Solikhin dan ibu Kartini, orang hebat yang senantiasa selalu menjadi penyemangat saya, yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu mendukung, mendoakan atas kelancaran setiap perjalanan dan pencapaian di hidup saya.
2. Kepada diri saya sendiri, Nur Maulana atas segala kerja keras dan semangatnya untuk terus berjuang tidak menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini.
3. Kepada keluarga, Danan Jaya Slamet, Misrokhah S.Pd, Mahfud Fauzi, Mutoharoh, Fatimah, Nur Arifin yang telah bersedia menjadi tempat bertukar fikir dan memberikan semangat.
4. Kepada Ibu Qomariyah, M.S.I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi yang saya kerjakan.
5. Kepada dosen Pembimbing Akademik Ibu Mukoyimah M. Sos, yang telah memberikan arahan selama saya menempuh pendidikan setrata satu ini.

6. Kepada dosen Bapak Lutfi Maulana, M.Ag dan Ibu Shinta Nurani, M.A, yang telah membantu dan memberikan referensi dalam penyusunan skripsi yang saya kerjakan.
7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya. Vella Kharisma Febrinda telah memberikan waktu, nasihat, dan selalu menyemangati jikalau aku pasti bisa menyelesaikan semuanya, sudah menjadi tempat untuk berbagi dalam suka maupun duka, bersedia mendengarkan semua keluh kesah saya semasa mengerjakan tugas akhir ini, dan menjadi salah satu sumber kebahagiaan saya. Terimakasih atas kesetiaan dan kepercayaannya selama ini.
8. Kepada teman-teman angkatan 2020 Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya kelas C, dan teman-teman KKN di Kesesi, Ilma Fathan Akbar, Ahmad Riefaldi, Khoirotul Umaroh, Fairus Shofa, Shinta Aghnina, Zahrotul Husna, Khofifah Umi Khafidhoh, Hikmah Fitriyani, yang telah menemani selama perkuliahan baik di lingkungan kampus maupun diluar perkuliahan dan memberikan pengalaman kebersamaan.

MOTTO

“Jangan hanya mengeluh dan menyalahkan keadaan. Kita harus bisa beradaptasi dan mencari solusi. Karena hidup ini adalah tentang bagaimana kita menyikapi masalah, bukan bagaimana masalah menyikapi kita”

(Gus Iqdam)



ABSTRAK

Nur Maulana. Strategi Dakwah Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada Generasi Z (Analisis Channel Youtube Gus Iqdam official). Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Qomariyah, M.S.I.

Kata Kunci: Strategi Dakwah, Youtube, Gus Iqdam, Generasi Z.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh salah satu pendakwah yang aktif berdakwah melalui media sosial youtube dengan channel Youtube Gus Iqdam Official Dalam konten yang diunggahnya terdapat dakwah yang menarik perhatian penonton youtube. Berdasarkan hal tersebut, penulis mencoba melakukan penelitian terkait strategi dakwah Agus Muhammad Iqdam Kholid pada Generasi Z (Analisis channel youtube Gus Iqdam Official).

Penulis melakukan penelitian dengan rumusan masalah yaitu Bagaimana Strategi dakwah yang dilakukan Agus Muhammad Iqdam Kholid pada Generasi Z dalam channel Youtube Gus Iqdam official. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah yang digunakan Agus Muhammad Iqdam Kholid pada Generasi Z dalam channel Youtube Gus Iqdam Official.

Menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif Sumber data dari penelitian ini didapatkan melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis Teori Strategi Dakwah Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni guna mengetahui Strategi dakwah yang dilakukan dalam channel Youtube Gus Iqdam Official.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penggunaan strategi dakwah dari Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni dengan cara memberikan nasihat dengan diselipkan candaan serta menggunakan bahasa yang santun dalam strategi sentimental (*al-Manhaj al-'Athif*), strategi rasional (*al-Manhaj al-'Aql*) Gus Iqdam mengajak mitra dakwahnya untuk menggunakan pikirannya yang mayoritas generasi Z yang awam dengan ilmu agama dan latar belakang beragam, lalu dalam strategi indrawi (*al-Manhaj al-Hiss*), Gus Iqdam menerapkannya terkait Tidak hanya materi atau pesan dakwah yang diberikan melalui ceramahnya beliau juga memberikan contoh secara langsung, dalam hal ini panca indra di wakili oleh indra pendengaran dan penglihatan karena keduanya lebih dominan dalam penerimaan informasi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Dakwah Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada Generasi Z (Analisis Channel Youtube Gus Iqdam Official)”. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sam'ani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Mukoyimah M.Sos, selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. dan selaku Wali dosen penulis dengan penuh kesabaran telah membimbing dan mengarahkan selama proses perkuliahan.

6. Segenap Dosen dan Staf Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
7. Orang tua, keluarga, dan teman-teman yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi.
8. Semua pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa temuan pada penelitian ini yang diperoleh belum seimbang karena keterbatasan kemampuan peneliti, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat, dan Allah SWT, melipatgandakan pahala bagi kita.

Akhir kata, hanya Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan do'anya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Aamiin, Allahumma Sholi'ala Sayyidina Muhammad.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 23 Januari 2024

Penulis



Nur Maulana
NIM. 3420111

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	xii
MOTTO	xiv
ABSTRAK	xv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Berpikir	11
G. Metode Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. Dakwah dan Ruang Lingkupnya.....	19
B. Strategi Dakwah	23
C. Teori Strategi Dakwah Muhammad Abu Al- Fath Al-Bayanuni.....	30
D. Media Sosial.....	34
E. Generasi Z.....	36

BAB III GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN

A. Profil Agus Muhammad Iqdam Kholid	41
1. Profil Gus Iqdam.....	41
2. Akun Youtube Gus Iqdam Official.....	43
3. Video dakwah Gus Iqdam Official	44
B. Strategi Dakwah akun Youtube Gus Iqdam Official	46

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Dakwah Dalam Media Youtube Gus Iqdam Official	58
1. Strategi Sentimentil (<i>al-Manhaj al-‘Athifī</i>)	58
2. Strategi Rasional (<i>al-Manhaj al-‘Aqlī</i>)	64
3. Strategi Indrawi (<i>al-Manhaj al-Hissī</i>)	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi 2020	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	12
Gambar 3.1 Foto Gus Iqdam	48
Gambar 3.2 Profil Akun Youtube Gus Iqdam Official	50
Gambar 3.3 Video Youtube Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Bersama Happy Asmara.....	52
Gambar 3.4 Video Youtube Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar 7 Agustus 2023.....	52
Gambar 3.5 Video Youtube Peringatan Muharom Majelis Sabilu taubah	53
Gambar 3.6 Gus Iqdam Menggunakan Strategi Dakwah Sentimentil (<i>al-Manhaj al-‘Athifī</i>)	56
Gambar 3.7 Gus Iqdam Menggunakan Strategi Dakwah Rasional (<i>al-Manhaj al- ‘Aqlī</i>)	59
Gambar 3.8 Gus Iqdam tanya jawab dengan Mei jama’ah Sabilu Taubah	60
Gambar 3.9 Gus Iqdam tanya jawab dengan Faiz jama’ah Sabilu Taubah dari Demak	61
Gambar 3.10 Gus Iqdam tanya jawab dengan Susanti jama’ah Sabilu Taubah dari Bojonegoro	62
Gambar 3.11 Gus Iqdam Menggunakan Strategi Dakwah Indrawi (<i>al-Manhaj al- Hissī</i>)	63
Gambar 4.1 Gus Iqdam tanya jawab dengan Mei jama’ah Sabilu Taubah	70

Gambar 4.2 Gus Iqdam tanya jawab dengan Faiz jama'ah Sabilu Taubah dari Demak 71

Gambar 4.3 Gus Iqdam tanya jawab dengan Susanti jama'ah Sabilu Taubah dari Bojonegoro 72

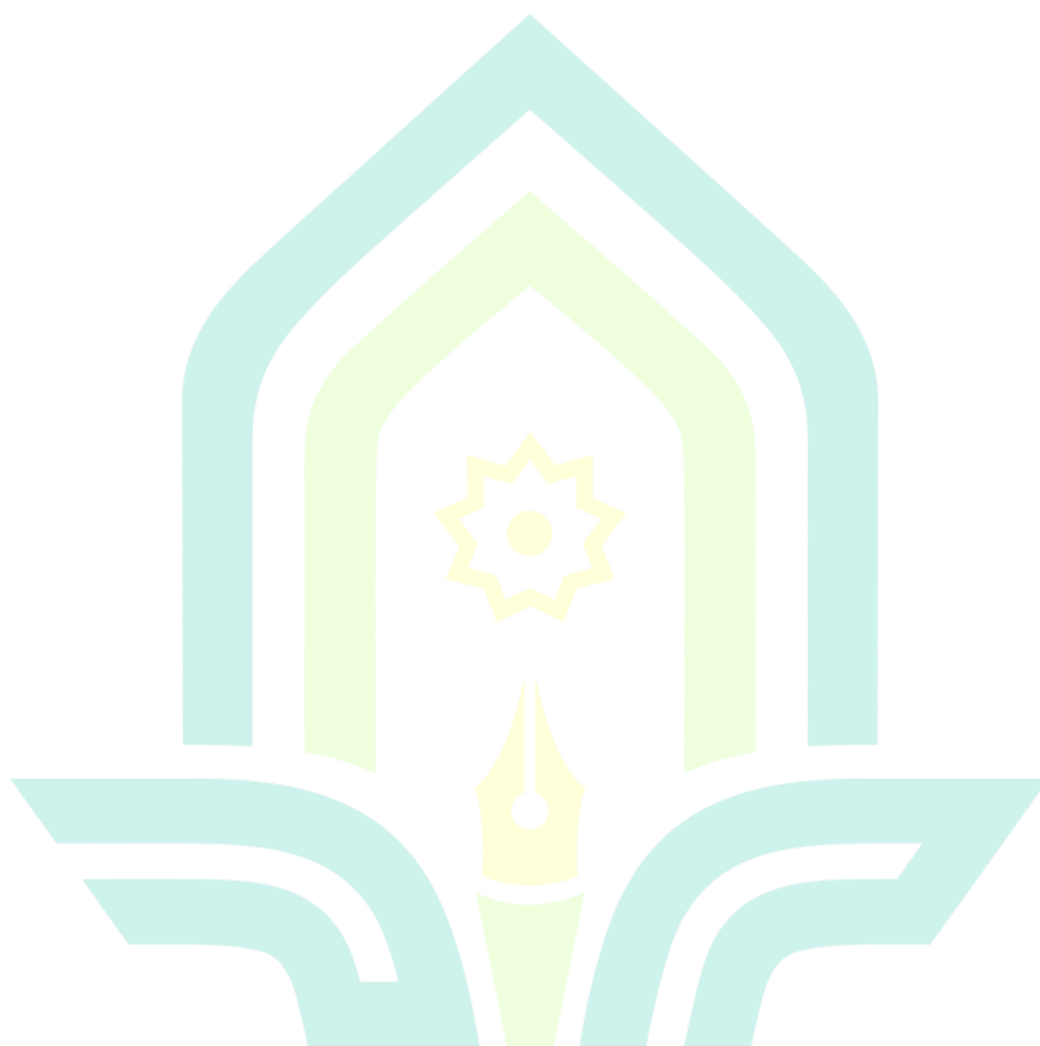


DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Bukti Wawancara dengan Praktisi Da'i dan Viewers Gus Iqdam Official

Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan revolusi industri 5.0 merupakan sebuah era kolaborasi antara manusia dan teknologi, kemajuan zaman ke era revolusi industri 5.0. Memungkinkan perubahan yang cepat menjadi mungkin, mengingat tujuan utama dari era tersebut adalah memberikan akses teknologi kepada seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia tanpa memandang status sosial.¹ Perkembangan ini merubah pola hidup dari masyarakat, salah satunya perubahan pada pola komunikasi dimana pada awalnya dilakukan dengan kontak fisik atau tatap muka berubah menjadi pemanfaatan teknologi internet yang mengandalkan dari sebuah media saja. Perubahan ini membawa masyarakat untuk bisa menyesuaikan kehidupan pada era modernisasi, dimana perubahan berpengaruh di setiap kegiatan yang dilakukan tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Kondisi ini dapat dilihat jelas, yaitu hampir semua orang di penjuru dunia bisa saling berkomunikasi dengan mudah dan cepat dengan memanfaatkan media internet. Akan tetapi berjalannya waktu dan teknologi internet terus berkembang dan memunculkan beberapa situs baru yang lebih membuat segala kegiatan menjadi lebih mudah. Salah satu situs dari perkembangan sebuah internet tersebut adalah Youtube yang dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai

¹ Fajri Dwiwama, "Pemasaran Pendidikan Menuju Era Revolusi Industri 5.0," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 11, no. 1 (2021): hlm24–34.

sarana berbagi video yang berisikan tentang informasi dan hiburan.²

Berdasarkan hasil penelitian dari Hootsuite (*We Are Social*) pada tahun 2021, terdapat 107 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, yang setara dengan 61,8% dari total populasi negara ini. Peningkatan jumlah pengguna media sosial ini sejalan dengan tingginya penetrasi internet.³ Sebagaimana terlihat dalam data dari *Internet World Stats* pada Maret 2021, yang mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta orang. Dengan angka tersebut, Indonesia menempati peringkat ketiga sebagai negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia.⁴

Dapat dipastikan saat ini hampir setiap orang memiliki sosial media di dalam ponselnya. Beberapa media sosial yang sering digunakan saat ini antara lain youtube, whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, dan Twitter. Youtube merupakan situs video yang digunakan oleh penggunanya untuk menambahkan, mengunduh, dan berbagi berbagai macam video. Website *Broadcast* yang di dirikan sejak tahun 2005 ini menjadi sebuah platform yang mampu memfasilitasi penggunanya yang ingin mengunggah video yang dapat Diakses oleh pengguna di seluruh dunia, Youtube mendominasi sebagai platform media sosial yang paling banyak dikunjungi, menempati peringkat pertama.⁵ Youtube berada di urutan pertama dengan presentase pengguna

² Ibnu Hajar, "*Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)*" (2018). hlm 95

³ Andi Dwi Riyanto *We Are Social*, "*Hootsuite. Digital 2021: Indonesia*," *Global Digital Insight*," *Datareportal. Com.* hlm 79 (2022).

⁴ Simon Kemp, "*Digital 2022 Global Overview Report. We Are Social & Hootsuite*," (2022.) hlm1- 6

⁵ Andi Dwi Riyanto, *Social "Hootsuite (we are social) Indonesian. Digital Report."* (2021) hlm 4

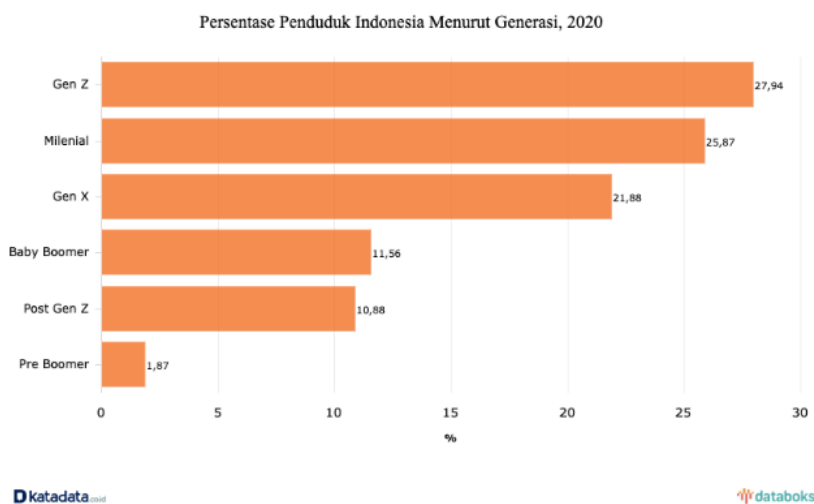
sebesar 93,8% dari jumlah populasi.

Perkembangan fungsi Youtube bisa di katakan sebagai salah satu media baru dengan internet, sehingga untuk aksesnya dapat memberi sebuah dampak digitalisasi terhadap banyak segi aspek kehidupan dan mengubah cara serta gaya penyampaian pesan maupun menerima pesan tanpa terkecuali, khususnya pendakwah yang mengambil peran baru pada dakwah islam tentang konsep penyebarannya. Mudahnya akses pada Youtube dapat di manfaatkan sebagai Peran media dakwah, youtube pada era sekarang sangat di butuhkan agar da'i di tuntut untuk bisa menyesuaikan dengan *mad'unya* yang cenderung hidup pada era modernisasi. Komunikator dakwah (da'i) dalam hal ini selain di tuntut untuk terampil terkait materi yang akan di sampaikan serta strategi komunikasi dakwah agar pesan-pesan agama dapat tersampaikan dan di kemas dengan baik sesuai dengan target khalayak.⁶

Pendengar dakwah sangat beragam, antara lain adalah generasi Z yang merupakan generasi yang cukup sulit di dekati. Generasi ini mempunyai karakteristik yang cenderung fasih dalam penggunaan perangkat teknologi, dapat di pahami bahwa generasi Z kelompok individu yang lahir di era teknologi informasi, mencakup sekitar 74,9 juta orang atau sekitar 27,94% dari keseluruhan penduduk Indonesia, menurut data sensus penduduk tahun 2020. Rentang usia generasi Z saat ini diperkirakan antara 11 hingga 26 tahun. Meskipun belum seluruhnya memasuki masa produktif, namun dalam kurun

⁶ Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).hlm 25

waktu sekitar tujuh tahun mendatang, sebagian besar generasi Z akan memasuki usia produktif.⁷



Gambar 1.1

Presentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020

Salah satu cara agar dakwah kita mudah di terima *Mad'u* yakni menyampaikan dakwah dengan mengikuti perkembangan zaman dan generasi. Dakwah dengan kemajuan teknologi pada era ini dapat mencapai audiens yang lebih besar melalui media sosial, seperti YouTube. Hal ini menjadi hal yang familiar bagi generasi Z, yang telah tumbuh dalam lingkungan teknologi sejak lahir kini tidak terbatas pada lingkungan Masjid dan Mushola saja.⁸ YouTube tetap menjadi penyimpanan terbesar untuk semua jenis video di Indonesia. Di platform ini, terdapat beragam konten, termasuk dakwah, edukasi, musik, ekonomi, tutorial, dan beragam video lainnya merupakan konten yang

⁷ Badan Pusat Statistik, “Berita Resmi Statistik,” *bps. go. id* 27 (2021): 1–52.

⁸“<https://www.uii.ac.id/gen-z-yuk-bersemangat-menjadi-subyek-dan-obyek-dakwah/> Di Akses Pada 4 September 2023 , Pada Pukul 23.05 WIB.”

dihasilkan dari aktivitas pribadi maupun berbagai sumber. Dalam konteks penelitian ini, dakwah memiliki peran penting dalam komunikasi massa Islam, dimana sistem komunikasi massa islam mempunyai ciri khas yang di miliki, yaitu menyebarkan (menyampaikan) informasi kepada khalayak tentang perintah dan larangan Allah SWT yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis. Penyampaian komunikasi islam atau dakwah pada era ini sudah banyak yang memanfaatkan sebuah media Youtube yang dapat di jangkau dengan audio maupun visual.⁹

Agus Muhammad Iqdam Kholid atau yang biasa kita kenal dengan nama Gus Iqdam merupakan seorang pendakwah yang memiliki retorika yang unik dan dapat menyentuh emosional *audiens*. Hal ini di tandai dengan pemilihan tema, kalimat dan kata-katanya yang di sesuaikan dengan segmentasi dakwahnya yakni anak muda khusus nya generasi Z. Beliau memiliki gaya yang khas, karakternya yang lembut dan ramah, ceramahnya yang di bawakan dengan Suasana ceria dan santai, menjauhkan kesan resmi, membuat jama'ah merasa nyaman. Mereka bahkan menemukan ruang untuk berbicara dengan bebas dalam skala yang luas. Hal demikian sekaligus melahirkan komunikasi kelompok di mana jama'ah diberikan ruang untuk didengar dan di kuatkan secara lebih terkait ilmu agamanya.¹⁰

Konten dakwah Gus Iqdam Official sering kali membahas tentang tema yang dibutuhkan anak muda seperti tema pergaulan anak muda, konten baper,

⁹ Abdul Muis, *Komunikasi Islam* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011). Hlm 24

¹⁰ Aisyatul Mubarakah, Alif Albian, and Andhita Risko Faristiana, "Strategi Dakwah Bil Lisan Gus Iqdam Dalam Meningkatkan Religiusitas Mad'u Melalui Majelis Ta'lim Sabihu Taubah," *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora* 4, no. 2 (2023): 112–122.

kelas cinta dan masih banyak lagi, kata-kata yang di gunakan kekinian dan mudah di tangkap anak muda. Cuplikan-cuplikan dakwah Gus Iqdam Sering kali dibagikan ulang oleh pengikutnya di berbagai *platform* media sosial. Pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah selain menampilkan sebuah tayangan, Youtube juga menyediakan kolom komentar untuk mengetahui *feedback* dari beberapa pengikutnya dan dapat di manfaatkan sebagai media agar mengembangkan isi ataupun kreativitasnya dalam mengemas pesan-pesan agama nya. Seperti channel Youtube Gus Iqdam official yang merupakan sebuah program dari Majelis Ta'lim *Sabilu Taubah* di Karanggayam Srengat Blitar yang memiliki 525 Ribu Subscriber terhitung sampai tanggal 4 September 2023. Dengan merujuk pada latar belakang masalah, peneliti memeriksa permasalahan ini melalui suatu penelitian yang berjudul. **“Strategi Dakwah Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada Generasi Z (Analisis Channel Youtube Gus Iqdam Official) “.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah. Bagaimana Strategi dakwah yang dilakukan Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada Generasi Z dalam Channel Youtube Gus Iqdam Official?.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui Strategi dakwah yang di lakukan Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada Generasi Z dalam Channel Youtube Gus Iqdam Official.

D. Manfaat Penelitian

1. Dalam bidang Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memberikan manfaat dalam mengembangkan wawasan dalam keilmuan yang berkaitan dengan strategi dakwah melalui media sosial Youtube. Selain itu sebagai tambahan pemahaman untuk permasalahan kedepannya dan menjadi bahan rujukan untuk program studi komunikasi dan penyiaran islam.

2. Dalam bidang Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi referensi pengetahuan untuk masyarakat. Khususnya para Da'i agar termotivasi untuk mengkreasikan gaya penyampaian dakwah melalui media sosial, agar dapat menarik para *mad'u* dari berbagai kalangan khususnya bagi kaum generasi Z.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian yang relevan

Berikut merupakan tinjauan kajian terdahulu yang relevan dengan judul yang diangkat oleh peneliti yaitu:

- a. Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad (UAS) di Channel Youtube
Tinjauan Terhadap Komunikasi. Oleh Ellen Erice Mared.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Ustadz Abdul Somad dalam mengevaluasi gaya komunikasi, tidak hanya dakwah yang dilakukan di masjid-masjid, namun dakwah kini juga dilakukan di youtube. Oleh orang-orang yang

sebelumnya tidak mengetahui kajian Ustadz Abdul Somad menggunakan media youtube yang di unggah oleh Ustadz Abdul yang di tampilkan dengan cara nya sendiri dengan teori gaya komunikasi Edward T. Hall sedangkan Metodologi penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan tujuan tentang pemahaman dan berpikir terkait perilaku dari orang yang di amati. Perbedaan spesifik pada objek penelitian ,rumusan masalah,dan tujuan yang ingin dicapai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas adalah peran Penggunaan sosial media sebagai media dakwah khususnya Youtube. Adapun berdasarkan pengamatan (observasi) penulis , gaya komunikasi dichannel youtube yang menggambarkan beragam gaya komunikasi, mulai dari dominan, dramatis, kontroversial, animasi, berkesan, santai, *atentif*, terbuka, bersahabat, hingga tepat.¹¹

b. Strategi Dakwah Youtuber Gita Savitri Dalam Kajian Islam Kontemporer Indonesia. Oleh Indah Fitriyah.

Tujuan penelitian untuk mengetahui penggunaan youtube sebagai media dakwah. Metodologi penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif terkait fenomena yang dialami secara *holistik* dan di lakukan dengan penelitian pustaka (*Library Research*). Terdapat perbedaan spesifik pada objek penelitian, rumusan masalah, dan tujuan yang ingin dicapai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas

¹¹ Ellen Erice Mared, “Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad (UAS) Di Channel Youtube (Tinjauan Terhadap Gaya Komunikasi) Program studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang” (2021).

adalah peran Penggunaan sosial media sebagai media dakwah khususnya Youtube. Adapun hasil dari observasi peneliti mengetahui manfaat penggunaan youtube sebagai media dakwah juga faktor penghambat dan faktor pendukung youtube sebagai media dakwah.¹²

c. Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handaya yekti di Channel Youtube Gedang Mas. Oleh Aniq Nahdia Lulu Annawawie.

Tujuan penelitian untuk menjelaskan tentang cara mengoptimalkan youtube sebagai media dakwah, penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode wawancara. Terdapat perbedaan spesifik dalam hal objek penelitian, formulasi masalah, dan tujuan yang ingin dicapai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah peran Penggunaan sosial media sebagai media dakwah khususnya Youtube. dari hasil penelitian ini ditemukan tentang tahap dan pemahaman meliputi penggunaan fitur media youtube serta pembiasaan terhadap kamera dimana yang biasa dulunya sering pengajian tatap muka.¹³

d. Strategi Kreatif Kanal Youtube Viva Digital Venture Company (VDVC) Religi Dalam Mengemas Konten dakwah melalui program Kata Ustadz. Oleh Anisa Citra Salsabila.

¹² Indah Fitriyah, “Strategi Dakwah Youtuber Gita Savitri Dalam Kajian Islam Kontemporer Di Indonesia” (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.(2023).

¹³ Aniq Nahdia Lulu Annawawie, “Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti Di Channel Youtube Gedang Mas” Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2022.).

Tujuan penelitian untuk mengetahui dalam memanfaatkan media sosial youtube sebagai media dakwah dan mengetahui isi pesan dakwah dalam akun youtube Viva Digital Venture Company (VDVC). Penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif terkait fenomena yang dialami oleh subjek seperti persepsi dan motivasi. Perbedaan spesifik pada objek penelitian, rumusan masalah, dan tujuan yang ingin dicapai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah peran Penggunaan sosial media sebagai media dakwah khususnya Youtube. Ditemukan hasil bahwa berdakwah dengan media sosial youtube sebagai perkembangan dalam berdakwah melalui sosial media hal ini juga mengurangi kekhawatiran *Mad'u* yang tidak ikut kajian.¹⁴

- e. Strategi Dakwah Ustadz Nur Khozin Dalam Akun Youtube “El – Tartil TV. Oleh Lutfi Kurnia Veron.

Tujuan penelitian untuk menjelaskan tentang cara optimalisasi youtube untuk dakwah di kalangan millennial. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif melalui penyampaian analisis yang diamati, metode ini terkait optimalisasi youtube sebagai media dakwah bagi generasi millennial hal ini dalam upaya memahami, menafsirkan tentang fenomena dan data yang diperoleh melalui literatur dari jurnal, artikel dan skripsi. Perbedaan spesifik pada objek penelitian, rumusan masalah, dan tujuan yang ingin dicapai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian

¹⁴ Anisa Citra Sasabila, “Strategi Kreatif Kanal YouTube VIVA Digital Venture Company (VDVC) Religi Dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Program Kata Ustadz” Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.(2022)

di atas adalah peran penggunaan sosial media sebagai media dakwah khusus nya Youtube. Adapun hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa optimalisasi ada tiga cara yang pertama melaksanakan *training regenerasi* yang baru. Kedua membuat konten dakwah yang lebih menarik serta menghibur. Ketiga pengecekan dan perbaikan peralatan produksi dilakukan secara berkala setiap hari.¹⁵

2. Kerangka Berpikir

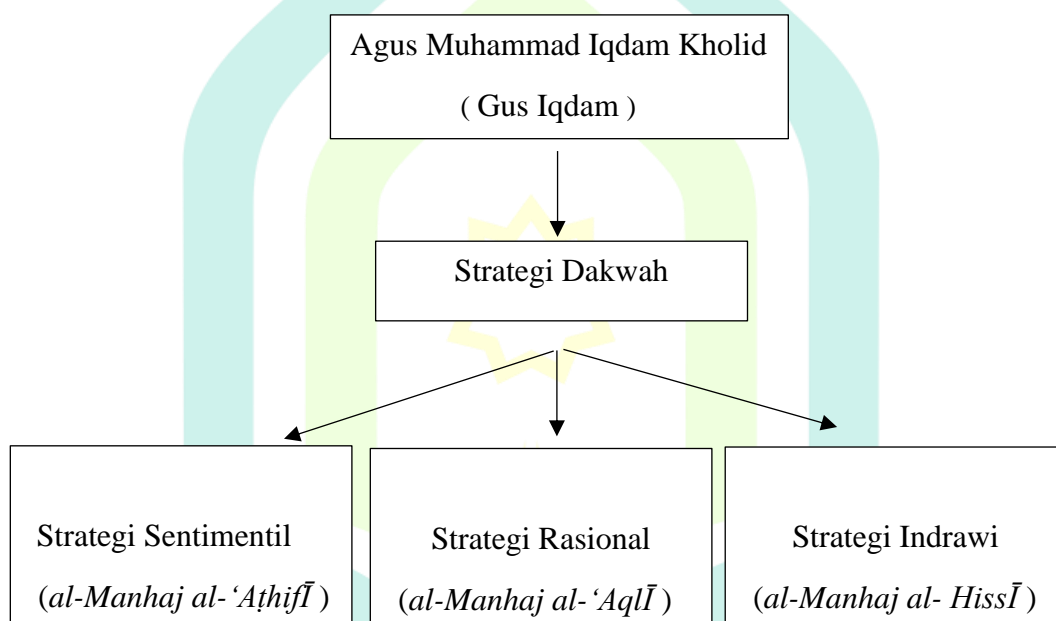
Inti dari suatu penelitian adalah kerangka berpikir yang disusun melalui sintesis fakta, observasi, dan kajian pustaka. Dengan demikian, kerangka berpikir ini mencakup teori atau konsep yang menjadi landasan utama dari penelitian tersebut. Argumen yang menjadi penyusun dalam kerangka berpikir akan memberikan sebuah kesimpulan. Kesimpulan ini menjadi jawaban sementara terhadap pemecahan masalah penelitian.¹⁶

Kerangka berpikir akan memberikan gambaran bagaimana tahap-tahap penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan arah-arah dari penyusunan penelitian ini. Dari latar belakang di atas maka kerangka berfikir yang tepat adalah berawal dakwah seorang Da'i yang ketika berdakwah tentunya mempunyai beberapa unsur dakwah di dalamnya, salah satunya adalah media, media yang di gunakan pun beragam mengikuti perkembangan teknologi, maka munculah trend media dakwah melalui media youtube. Penelitian ini

¹⁵ Lutfi Kurnia Veron, "*Strategi Dakwah Ustadz Nur Khozin Dalam Akun Youtube 'El'*". Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,(2023).

¹⁶ Nurdin Ismail and Sri Hartati, "*Metodologi Penelitian Sosial*," Surabaya: Media Sahabat Cendekia (2019)hlm 16. *Tartil TV*

merupakan penelitian yang di lakukan pada media sosial youtube, khususnya pada akun youtube Gus Iqdam Official milik ustadz Agus Muhammad Iqdam Kholid. Dimana fokus masalah ini yaitu mencari apa saja strategi dakwah yang di gunakan oleh Gus Iqdam, memuat alur penelitian yang akan ditempuh peneliti, yaitu analisis Strategi dakwah Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada Generasi Z (Analisis Channel Youtube Gus Iqdam official) dalam dakwah melalui media youtube dalam majelis *Sabilu Taubah*. Alur kerangka berpikir digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

F. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Penelitian dilakukan untuk menemukan fakta atau kebenaran. Dalam mengungkap kebenaran ini, peneliti memerlukan suatu perangkat untuk

melihat fakta dan realita atau yang disebut dengan paradigma.¹⁷ Harmon mengartikan paradigma ialah cara yang paling mendasar untuk berpikir sekaligus menilai, dan mempersepsi sesuatu yang ada kaitannya dengan sebuah realitas. Paradigma, akan memudahkan peneliti dalam menggali data dan mengembangkan teori pengetahuan berdasarkan data di lapangan.

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivis. Paradigma ini memiliki pandangan bahwa realitas merupakan sesuatu yang dikonstruksi, dan kebenaran atas realitas sosial sifatnya relatif. Oleh karena itu, fokus dari penelitian ini, menginterpretasi realita yang dikonstruksi oleh suatu individu. Paradigma konstruktivis dalam penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana realitas strategi dakwah melalui media Youtube.

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif, dengan pendekatan kualitatif dengan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat *virtual*. Deskripsi-deskripsi yang sifatnya menjelaskan melalui kata-kata, kalimat, maupun gambar. Pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan uraian mendalam tentang objek yang diamati.¹⁸

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah akun media sosial youtube Gus Iqdam

¹⁷ Hamzah B Uno, "Paradigma Penelitian," *E-Prosidings Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo* (2020).hlm 26

¹⁸ Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif Dalam Equilibrium," *Jurnal Pendidikan* 5, no. 9 (2009).hlm 1-8

Official. Sedangkan Objek penelitian ini yaitu Strategi Dakwah yang di gunakan dalam channel Youtube Gus Iqdam Official.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu rujukan dan sumber data utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai data primer yaitu konten dalam media youtube resmi milik Gus Iqdam yaitu Gus Iqdam Official. Data primer ini diambil berdasarkan konten yang diunggah dengan mengambil tiga video dengan jumlah *viewer* terbanyak.

- 1). Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar Bersama Happy Asmara. Dengan jumlah penonton 1,4 Juta (Upload pada tanggal 10 Juli 2023)
- 2). Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar 7 Agustus 2023. Dengan Jumlah penonton 1,2 Juta (Upload pada tanggal 7 Agustus 2023)
- 3). Peringatan Muharom Majelis Sabilu Taubah. Dengan Jumlah Penonton 1,1 Juta (Upload pada tanggal 24 Juli 2023)

b. Data Sekunder

Data sekunder atau data pendukung penelitian ini dibutuhkan untuk semakin memperkuat data utama. Data pendukung diambil dari berbagai sumber yang memiliki kompetensi tinggi sesuai dengan topik penelitian. Data pendukung ini dapat berupa jurnal, tesis, buku, artikel, disertasi, serta dokumen-dokumen lain yang memiliki kaitan dengan topik

penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian berkaitan dengan metode yang dipakai dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, Metode yang dipakai untuk pengumpulan data tujuannya mendukung keabsahan penelitian berupa observasi, dokumentasi, studi pustaka, serta wawancara.¹⁹

a. Observasi non partisipan

Penulis juga melaksanakan Observasi non partisipan merupakan suatu bentuk pengamatan di mana peneliti tidak terlibat secara langsung dengan objek penelitiannya. Sebaliknya, peran peneliti hanyalah sebagai pengamat *independent*.²⁰ Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan melalui pengamatan terhadap tiga konten dengan jumlah *Viewer* terbanyak dalam channel youtube Gus Iqdam Official. Dalam hal ini peneliti mengamati dan memilah judul dengan berbagai pertimbangan untuk bisa dijadikan objek penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam sebuah penelitian berupa segala data yang berbentuk tulisan. Pengumpulan data melalui dokumentasi ini meliputi catatan, buku, naskah, arsip maupun dokumen-dokumen yang masih berkaitan pada topik pembahasan penelitian. Dokumentasi ini akan dipelajari untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data dan segala

¹⁹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)* (Deepublish, 2018).hlm 34

²⁰ Dr Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*" (2013).hlm 21

informasi yang terkait dengan isu penelitian.

c. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data melibatkan studi pustaka, dimana data diperoleh dari berbagai sumber ilmiah seperti buku, jurnal, kamus, dan teks berita baik dalam media cetak maupun online.

d. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam rangka penelitian, melibatkan pertukaran tanya jawab antara pewawancara dan narasumber, baik secara lisan maupun tertulis, dengan menggunakan panduan wawancara. Dalam konteks penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan praktisi dakwah serta *Viewers* dari Gus Iqdam Official.²¹

6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data induktif, yang merinci fakta-fakta terlebih dahulu sebelum mencapai tingkat teori. Penerapan metode analisis ini bertujuan untuk menghindari manipulasi data penelitian, dimulai dengan mengidentifikasi data baru dan kemudian menyesuaikannya dengan teori.²² Yang mana peneliti menyimpulkan dari informasi yang bersifat spesifik. Proses pengumpulan data dan analisis data merupakan dua aspek yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan.

²¹ Prof. Dr. H M Burhan Bungin and S Sos, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (Kencana, 2005). Hlm 32

²² Muhammad Rohmadi and Yakub Nasucha, "*Dasar-Dasar Penelitian Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*," Surakarta: Pustaka Brilliant (2017). Hlm 10

Metode yang diterapkan dalam menganalisis data penelitian ini adalah melalui evaluasi strategi dakwah menggunakan pendekatan model interaktif yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman. Model interaktif ini terdiri dari.²³

- a. Reduksi data
- b. Penyajian Data
- c. Penarikan Kesimpulan

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian yang berjudul Strategi Dakwah Agus Muhammad Iqdam Kholid Pada Generasi Z (Analisis Channel Youtube Gus Iqdam Official) disusun ke dalam lima bab sesuai dengan pedoman penulisan skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, yaitu dituliskan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan : Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori : Bab ini menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu : Dakwah, Strategi Dakwah, Teori Strategi Dakwah Muhammad Abu Al- Fath Al- bayanuni, Media Sosial, dan Generasi Z.

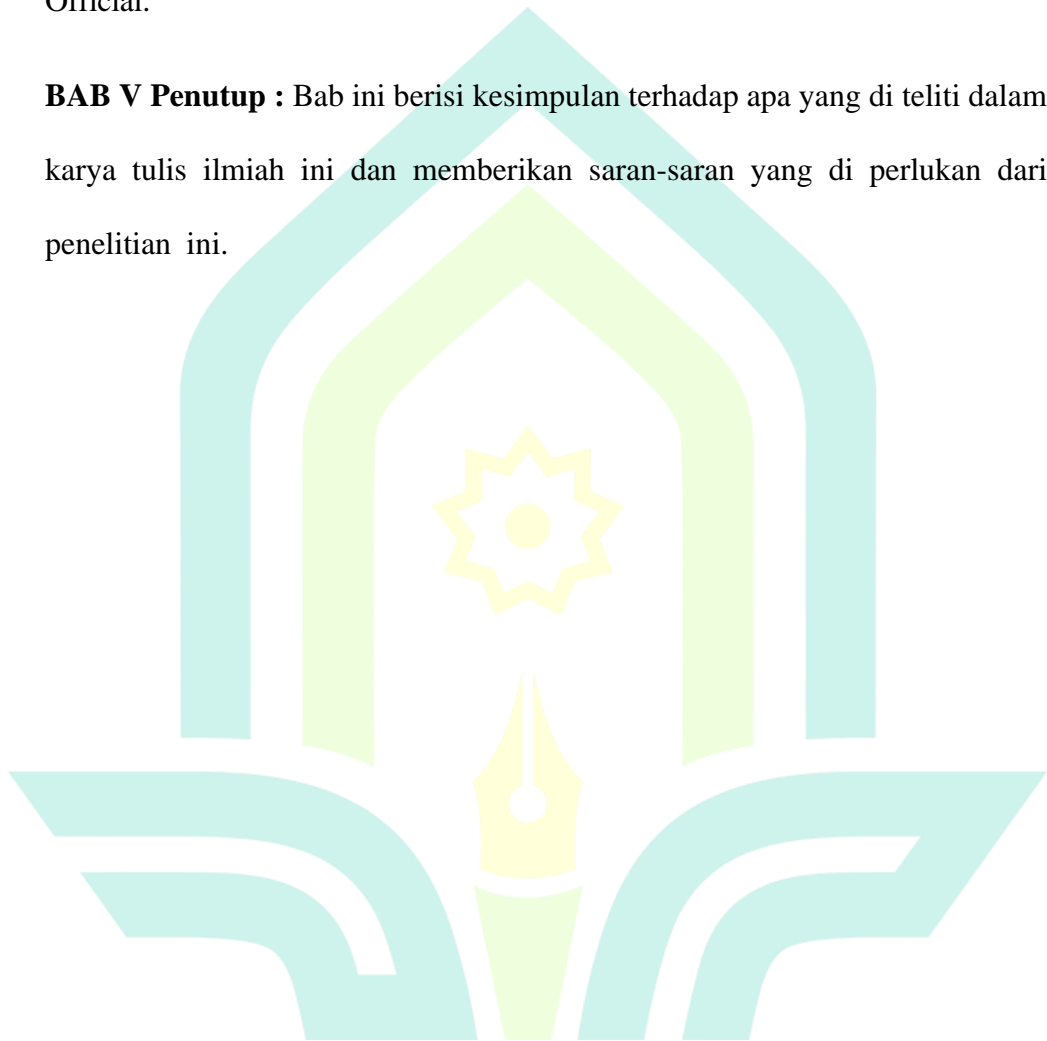
BAB III Gambaran Umum Dan Hasil Penelitian : Bab ini menjelaskan informasi tentang Gus Iqdam yang mencakup biografi, profil, pencapaian, dan

²³ Idrus Muhammad, “*Metode Penelitian Ilmu Sosial*,” Edisi Kedua, Yogyakarta: Erlangga (2009): 21–46.

perjalanan karir hingga saat ini dan hasil penelitian mengenai strategi dakwah Channel Youtube Gus Iqdam Official.

BAB IV Analisis Hasil Penelitian : Bab ini menguraikan tentang Analisis hasil penelitian, yaitu : Strategi dakwah Gus Iqdam di media Youtube Gus Iqdam Official.

BAB V Penutup : Bab ini berisi kesimpulan terhadap apa yang di teliti dalam karya tulis ilmiah ini dan memberikan saran-saran yang di perlukan dari penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi dakwah Akun Youtube Gus Iqdam Official diatas Gus Iqdam menggunakan tiga bentuk strategi dakwah yang dipelopori oleh Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, diantaranya:

- a. *Al-Manhaj al-'Athifī* (Strategi Sentimentil), strategi ini lebih mengedepankan aspek hati dan batin *mad'u* dengan melibatkan perasaan *mad'u*. Gus Iqdam menggerakkan hati dan batin dari *mad'u*, tidak hanya itu Gus Iqdam juga memberikan harapan serta motivasi kepada *mad'u* untuk memiliki masa depan yang lebih baik lagi.
- b. *Al-Manhaj al-'Aqlī* (Strategi Rasional), strategi ini mempunyai titik fokus pada penggunaan akal pikiran yang berlandaskan pada logika. Ketika berdakwah dengan *mad'u* yang mayoritas generasi Z yang awam dengan ilmu agama dan latar belakang beragam, Gus Iqdam menggunakan metode *Maw'izah al-Hasanah* Metode ini menggunakan retorika dengan tujuan agar *Mad'u* mendapatkan manfaat dari pendakwah. Dengan demikian, pesan dakwah yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh *mad'u*.
- c. *Al-Manhaj al-Hissī* (Strategi Indrawi), strategi ini lebih fokus pada orientasi panca indra yang digunakan. Tidak hanya materi atau

pesan dakwah yang diberikan melalui ceramahnya beliau juga memberikan contoh secara langsung, dalam hal ini panca indra di wakili oleh panca indera pendengaran dan penglihatan memiliki dominasi yang lebih tinggi dalam menerima informasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada akun youtube Gus Iqdam Official, maka peneliti memiliki beberapa saran, yakni sebagai berikut:

1. Peneliti berharap untuk penelitian ini bermanfaat bagi para mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, khususnya Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang nantinya akan membaca penelitian ini
2. Untuk peneliti lain agar penelitian ini ditelaah kembali lebih jauh, lebih dalam, dan dikembangkan menggunakan pendekatan atau teori lain sehingga menghasilkan penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya sesuai dengan disiplin ilmu oleh berbagai perguruan tinggi

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Al-Fath Al-Bayanunni. (2010). *Ilmu Dakwah Prinsip Dan Kode Etik*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Al- Hasyimi. (1994). *Mutiara Ilmu Balagh Terjemahan M. Zuhri Ahmad Chumaidi Umar*. Surabaya: Daral-Ihya'.
- Annawawie, Aniq Nahdia Lulu. (2022). *Strategi Dakwah Ustadzah Mumpuni Handayayekti Di Channel Youtube Gedang Mas*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta .
- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Penerbit Armico.
- Asep, Muhyiddin & Agus Ahmad Safei. (2002). *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Asmuni, Syukir. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Aziz, Ali. (2009). Edisi Revisi. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Aziz, Moh. Ali. (2017). *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Kencana.
- Aziz, Moh Ali. (2019). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media,
- Bungin & M. Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua*. Kencana.
- David, Fred R. (2002). *Manajemen Strategi Dan Konsep*. Jakarta: Prenhalindo.
- Dwiyama, Fajri. (2021). *Pemasaran Pendidikan Menuju Era Revolusi Industri 5.0*. Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 11, no. 1: 24–34.
- Fitriyah, Indah. (2023). *Strategi Dakwah Youtuber Gita Savitri Dalam Kajian*

Islam Kontemporer Di Indonesia. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hajar, Ibnu. (2018). *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di kota
Makassar (Analisis Sosial Media)*.

[https://www.liputan6.com/islami/read/5368962/profil-gus-iqdam-mubaligh-
muda-viral-yang-perkenalkan-istilah-dekengane-pusat-hingga-garangan](https://www.liputan6.com/islami/read/5368962/profil-gus-iqdam-mubaligh-muda-viral-yang-perkenalkan-istilah-dekengane-pusat-hingga-garangan).

[https://www.uin.ac.id/gen-z-yuk-bersemangat-menjadi-subyek-dan-obyek-
dakwah/](https://www.uin.ac.id/gen-z-yuk-bersemangat-menjadi-subyek-dan-obyek-dakwah/)

<https://www.youtube.com/@gusiqdamofficial1024>.

Illahi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakrya.

Ismail, Nurdin & Sri Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya:
Media Sahabat Cendekia.

Ismatullah, A M. (2015). *Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an (Studi Penafsiran
Hamka Terhadap QS. An-Nahl: 125)*. Lentera 17, no. 2.

Iswarini, Titik. (2020). *Metode Dakwah Bil Hikmah Sebagai Proses Pembentukan
Karakter Remaja Di Desa Gunung Raya Kecamatan Marga Sekampung
Lampung Timur*. IAIN Metro

Jalaluddin, Rahmad. (1996). *Etika Komunikasi Perspektif Religi*. Jakarta:
Makalah Perpustakaan Nasional.

Kemp, Simon. (2022). *Digital 2022 Global Overview Report. We Are Social &
Hootsuite*.

Lalu, Muchsin Effendi & Faizah. (2015). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Penamedia
Group.

- Liliweri, Alo. (2010). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Ma'arif, Bambang Saiful. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Manam, Al. (2022). *Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, Vol 2.
- Mared, Ellen Erice. (2021). *Strategi Dakwah Ustad Abdul Somad (UAS) Di Channel Youtube (Tinjauan Terhadap Gaya Komunikasi) Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang*.
- Masitoh, Laksmi Dewi. (2009). *Strategi Pembelajaran*. Direktorat Jendral Pendidikan Islam Depag RI.
- Mubarokah, Aisyatul, Alif Albian, & Andhita Risiko Faristiana. (2023). *Strategi Dakwah Bil Lisan Gus Iqdam Dalam Meningkatkan Religiusitas Mad'u Melalui Majelis Ta'lim Sabilu Taubah*. *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora* 4, no. 2: 112–122.
- Muh, Ali Aziz. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana,
- Muhammad, Idrus. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Edisi Kedua, Yogyakarta: Erlangga: 21–46.
- Muis, Abdul. (2011). *Komunikasi Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munir, Muhammad. (2021). *Manajemen Dakwah*. Prenada Media.
- Munzien Saputra, Harjani Hefni. (2009). *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenata Media Group.
- Nizar, Muklis. (2018). *Strategi Dakwah Al-Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah)*. *Islamic Communication Journal* 3, no. 1 : 74–87.

- Nurcholis, Madjid. (1999). *Cendekiawan Dan Religiusitas Masyarakat*. Jakarta: Paramadina.
- Pardianto, Pardianto. (2013). *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*. Jurnal Komunikasi Islam (*Journal of Islamic Communication*) 3, no. 1: 22–47.
- Peihananto. (2001). *Internet Sebagai Media Dakwah Alternatif Pada Masyarakat Informasi*. Surabaya: *Jurnal Ilmu Dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: Jurnal Ilmu dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Pimay, Awaludin, Zuhri. (2011). *Intelektualitas Dakwah Prof. KH. Saifuddin Zuhri*. Semarang: Rasail Media Group.
- Pimay, Awaludin, Zuhri. (2005). *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi Dan Metode Dakwah Prof. KH Saifuddin Zuhri*. Rasail Media Group.
- Purwanto, Yedi, and Shohib Khoiri. (2016). *Studi Agama & Etika Islam Dan Keberagaman Mahasiswa " Z" Generation: Kajian Di Lingkungan Kampus ITB Bandung*. Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan 24, no. 2.
- Rahmat, Pupu Saeful. (2009). *Penelitian Kualitatif Dalam Equilibrium*. Jurnal Pendidikan 5, no. 9 1-8.
- Rahmawati, Ita dkk. (2020). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Ridlwan, A C H Zakaria. (2013). *Konsep Kecerdasan Perspektif Ary Ginjaran Agustian*. Sarjana Pendidikan Islam (S. Pd. I) Jurusan Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam.

- Ritonga Jamiluddin, M. (2005). *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: Gramedia.
- Rohmadi, Muhammad, and Yakub Nasucha. (2017). *Dasar-Dasar Penelitian Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*. Surakarta: Pustaka Brilliant.
- Romli, Asep Syamsul M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Samsul, Munir Amin. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Hamzah.
- Sasabila, Anisa Citra. (2022). *Strategi Kreatif Kanal YouTube VIVA Digital Venture Company (VDVC) Religi Dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Program Kata Ustadz*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Riyanto, Andi Dwi. (2022). *Social, We Are. Hootsuite. Digital 2021: Indonesia. Global Digital Insight. Datareportal. Com. 79*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Berita Resmi Statistik. bps. go. id 27: 1–52*.
- Steiner, George A. (2016). *Kebijakan Dan Strategi Manajemen Edisi 2*.
- Sudrajat, Akhmad. (2012). *Generasi Z Dan Implikasinya Terhadap Pendidikan. Diakses dari <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2012/10/05/generasi-z-danimplikasinya-terhadap-pendidikan>*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Suhandang, Kustadi. (2014). *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya .

- Sumadiria, Haris. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Uchjana Effendy, Onong. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosda Karya.
- Ummah, Athik Hidayatul. (2020). *Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*. *Tasâmuh* 18, no. 1: 54–78.
- Uno, Hamzah B. (2020). *Paradigma Penelitian*. E-Prosiding Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo
- Veron, Lutfi Kurnia. (2023). *Strategi Dakwah Ustadz Nur Khozin Dalam Akun Youtube 'El Tartil TV*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wahid, Abdul. (2019). *Gagasan Dakwah: Pendekatan Komunikasi Antar budaya*. Prenada Media.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Nur Maulana
Tempat/Tanggal Lahir : Pekalongan, 14 Mei 1998
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Desa Kebonsari No.31 RT/RW 01/04 Kecamatan
Karangdadap Kabupaten Pekalongan
Email : nurmaulana086@gmail.com

Orang Tua :

1. Nama Bapak: Solikhin
2. Nama Ibu : Kartini

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI Bustanul Iman Pegandon Lulus tahun 2010
2. SMP Islam Pegandon Lulus tahun 2013
3. SMK N 1 Karangdadap Lulus tahun 2016
4. Tercatat sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tahun 2020/2021.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 22 Januari 2024

Penulis



NUR MAULANA
NIM. 3420111