

# ANALISIS\_GERAKAN\_DAKWAH\_ KHALID\_BASALAMAH.pdf

*by*

---

**Submission date:** 22-Jun-2023 11:49AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2120706365

**File name:** ANALISIS\_GERAKAN\_DAKWAH\_KHALID\_BASALAMAH.pdf (848.69K)

**Word count:** 3987

**Character count:** 24391

## **ANALISIS GERAKAN DAKWAH KHALID BASALAMAH DI *YOUTUBE***

Mustafa,<sup>1</sup> Ridzki K Mangkarto<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Institut Agama Islam Negeri Manado  
mustafa@iain-manado.ac.id

### **Abstrak**

Dakwah di media sosial sudah sangat banyak pemanfaatannya dan pengaplikasikannya, dengan tujuan semata-mata untuk memenuhi tuntutan zaman dan memperluas jangkauan dakwah Islam, salah satu *channel Youtube* yang aktif menghasilkan konten dakwah adalah Khalid Basalamah Official. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis isi pesan kualitatif gerakan dakwah di media sosial Youtube, dengan metode analisis isi kualitatif yang di gagas oleh Harold D. Lasswell dalam penelitian ini, berperan pada isi komunikasi yang tersurat (tampak atau manifest) sebaliknya isi komunikasi yang tersirat (latent) tidak digunakan pada penelitian ini. Selanjutnya menggunakan teknik pengumpulan data observasi virtual pada channel Youtube Khalid Basalamah Official. Hasilnya Youtube adalah salah satu media sosial yang mampu menjadi Gerakan dakwah alternatif yang masif oleh Ustadz Khalid Basalamah.

**Kata Kunci:** Gerakan Dakwah, Khalid Basalamah, Youtube

### ***Abstract***

Da'wah on social media has been very much used, and its application, with the sole purpose of meeting the demands of the times and expanding the reach of Islamic proselytizing, one of the Youtube channels that actively produces proselytizing content is Khalid Basalamah Official. The purpose of this article is to analyze the content of the qualitative message of the proselytizing movement on Youtube social media, with the qualitative content analysis method initiated by Harold D. Lasswell in this study playing a role in the content of the communication that is expressed (visible or manifest) otherwise the implied communication content (latent) is not used in this study. Furthermore, virtual observation data collection techniques are used on the Khalid Basalamah Official Youtube channel. As a result, Youtube is one of the social media that was able to become a massive alternative proselytizing movement by Ustadz Khalid Basalamah.

**Keywords:** Da'wah movement; Khalid Basalamah; Youtube

## **A. Pendahuluan**

Dakwah melalui internet merupakan inovasi terbaru dalam syiar Islam dan memudahkan para *da'i* dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media

dakwah merupakan kesempatan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya perkembangan teknologi informasi. Singkatnya kemudahan yang ditawarkan internet sangat potensial dimanfaatkan sebagai media dakwah.

Begitu banyak pengguna internet di dunia berdasarkan laporan digital Januari 2020 dilansir *We are Social* dan *Hootsuite*.<sup>1</sup> Indonesia adalah salah satu negara pengakses internet tertinggi, berada di angka 65 persen dengan total akses kurang lebih sebesar 174 juta orang, tidak hanya itu Indonesia menduduki posisi tiga dalam kategori negara pertumbuhan internet tertinggi, meski masih dibawah India dan China.

Media sosial umumnya merupakan *medium* bersosialisasi, juga menjadi ruang publik baru yang mempunyai manfaat untuk banyak hal, diantaranya, menyebarkan informasi, mengungkapkan pendapat, mendapat teman atau relasi baru, bahkan bisa menjadi sumber penghasilan (bisnis jual beli barang dan jasa). Salah satu aspek yang bisa ditinjau adalah dari segi sarana dan prasarana dalam hal ini adalah media dakwah melalui media sosial *Youtube*.

*Youtube* merupakan media sosial yang paling banyak diminati, pada tahun 2019 jumlah penonton bulanan *youtube* berada diangka fantastis yaitu 2 miliar, angka ini naik 5 persen dari penonton bulanan tahun 2018, data ini disampaikan oleh CEO Youtube Susan Wojcicki.<sup>2</sup> Salah satu fitur trending di *Youtube* seharusnya sudah bisa menunjukkan minat dan gambaran tontonan apa yang sedang dimitani dan digemari. Tapi sayangnya Indonesia dengan penduduk Islam terbanyak di dunia, Youtube Indonesia tidak pernah trending mengenai konten keislaman.

Sudah pasti bagi setiap umat Islam sangat menginginkan kegiatan dakwah berjalan secara efektif dan efisien, harus diperlukan menggunakan cara-cara yang strategis dan tepat dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Salah satu Mubaligh yang aktif di media sosial dalam gerakan dakwah di media sosial Youtube adalah Dr. Khalid Basalamah, Lc., MA.

---

<sup>1</sup> Bagus Ramadhan. *Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020*. diakses 08/03/2020. Dari : <https://teknoloia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>

<sup>2</sup> Bill Clinton. *Penonton Bulanan Youtube Tembus Angka 2 Miliar*. Diakses 09/03/2020. Dari: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/09/16120017/penonton-bulanan-youtube-tembus-angka-2-miliar>

Wujud media sosial khususnya *Youtube* dalam ihktiar memberi kemajuan dalam berdakwah di dunia maya adalah *channel* Khalid Basalamah *Official* salah satu akun *Youtube* dengan fokus konten dakwah, samapai saat ini jumlah *subscriber* atau pengikut paling banyak diantara *channel* konten dakwah yang ada. *Channel* Khalid Basalamah *Official* sudah mempunyai 1,25 juta lebih *subscriber* atau pengikut, kemudian total jumlah keseluruhan tanyangan (per klik pada video) mencapai 79.535.097 kali sejak awal akun ini di buat 7 tahun lalu atau tepatnya pada tanggal 7 Februari 2013.

Tim Khalid Basalamah *Official* adalah sebutan buat para relawan yang awalnya sering mendatangi kajian Ustadz Khalid Basalamah, kemudian berinisiatif untuk merekam dan mengunggah di *Youtube*, tentu sudah melalui persetujuan dari Ustadz Khalid. Hingga sekarang tim Khalid Basalamah *Official* sudah berkembang seiring dengan berjalannya waktu, baik dari segi editing video, manajemen tempat dan waktu kajian, pendanaan, perlengkapan alat-alat rekam, dan lain sebagainya.

Mengingat zaman multimedia saat ini banyak sekali tontonan yang sebenarnya tidak banyak membawa manfaat dalam kehidupan. <sup>3</sup>Terutama tontonan para kalangan milenial, kebanyakan dari mereka tidak begitu paham mengenai kewajiban berdakwah, padahal kewajiban berdakwah bukan hanya tugas para Ustadz, Da'i, Mubaligh. Untuk itu peran dari Gerakan dakwah seorang mubaligh harus hadir sebagai medium atau perantara ajaran-ajaran Islam.

## **B. Metode**

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif, selanjutnya dilakukan pengamatan secara virtual dan visual pada *Youtube Channel* Khalid Basalamah *Official*. Selain media sosial *Youtube*, dilakukan juga untuk menguatkan analisis di media sosial lain yang dimiliki / dikelola oleh tim ustadz Khalid Basalamah, diantaranya *Facebook*, *Instagram*, *Telegram*, *Twitter*, *Soundcloud*.

---

<sup>3</sup> <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>

Metode berikutnya yakni deskriptif mengandung pemaparan situasi atau peristiwa. Mencari atau menjelaskan antara hubungan ini dan itu, atau membuat prediksi bukan merupakan dari metode deskriptif.<sup>4</sup> Ada empat tujuan penelitian deskriptif :

1. Mengumpulkan data-data informasi yang valid secara detail yang berkaitan dengan keadaan sosial.
2. Mengidentifikasi persoalan-persoalan yang berlaku atau praktik-praktik pada lingkungan sosial tertentu.
3. Menentukan perbandingan atau evaluasi
4. Cermat melihat apa yang orang lain lakukan dalam persoalan yang dihadapi untuk belajar agar supaya bisa mempersiapkan pertimbangan atau keputusan dimasa depan.

Ciri lain metode deskriptif yaitu menitik beratkan pada kajian observasi suasana alamia (*naturalistic setting*). Mengamati, mengkategorikan perilaku, mengamati gejala, kemudian mencatat. Suasana alamia yang dimaksud adalah turun tangan langsung di lokasi atau objek yang menjadi bahan penelitian. Kejujuran tidak memanipulasi data-data yang ada. Karena tidak sedikit ada yang mempengaruhi pada perilaku gejala yang ada (*reactive measures*), agar supaya berusaha memperkecil pengaruh seseorang dalam melakukan penelitian, ditakutkan akan “merusak” kenormalan (*unobstrusive measures*).<sup>5</sup>

### **C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

#### **1. Biografi Singkat Ustadz Khalid Basalamah**

Ustadz Khalid Basalamah merupakan orang asli keturunan Indonesia, beliau mempunyai paras wajah timur tengah karna itulah banyak orang langsung mengira beliau Ustadz yang berasal dari Timur Tengah. Padahal tidak, Cuma memang ada keturunan dari Hadramaut Yaman, beliau lahir di Makassar, 1 Mei 1975 dengan nama lengkap Khalid Zeed Abdullah Basalamah.

Nama yang diberikan oleh beliau adalah Khalid sedangkan Zeed adalah nama Kakeknya, Abdullah adalah nama Ayahnya. Kemudian nama Basalamah yang menempel dibelakang adalah merupakan salah satu kebiasaan sifat nenek moyang penanam diakhir nama dipilih berdasarkan

---

<sup>4</sup> Jalaluddin Rakhmat dan Idi Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Simbiosis, 2016). Hlm. 68.

<sup>5</sup> Jalaluddin Rakhmat dan Idi Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Simbiosis, 2016). Hlm. 68-69.

kabilah atau tempat asal nama itu berada. Marga Basalamah asalnya di Hadramaut Yaman tepatnya berada di Jazirah Arab bagian Selatan.

Beliau terkenal sebagai juru dakwah yang konsisten berdakwah, dalam sehari itu beliau bisa mengisi kajian sampai di tiga bahkan empat tempat yang berbeda. Tidak kalah penting juga ada peran dalam menunjang kajian Ustadz Khalid adalah peran Tim Khalid Basalamah *Official* yang selalu mempunyai *girah* (semangat) baik untuk mempersiapkan alat-alat, merekam, mengedit, dan mengunggah di sosial media Youtube. Beliau juga sering mengisi acara kajian di televisi seperti di Insan tv, Wesel tv, Rodja tv, dan lainnya.

Latar belakang pendidikan Ustadz Khalid Baslamah dari sekolah dasar sampai sekolah menengah pertama, beliau selesaikan di kota kelahirannya Makassar, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah akhir beliau tempuh di Madina Sudi Arabia pada tahun 1990-an. Melanjutkan pendidikan di sekolah tinggi S1 di Universitas Madinah Arab Saudi. Kegiatan selama di kota suci itu beliau habiskan dengan rutinitas ke sekolah belajar, seringkali pergi ke Masjid Nabawi beribadah mendekatkan diri kepada Allah *Ta'ala*, mengikuti kajian, terkadang juga mengunjungi orang-orang Indonesia yang sedang ada di Madinah Arab Saudi, dan menyelesaikan kuliah kemudian pulang ke Indonesia pada tahun 2000-an.

Pendidikan pascasarjana beliau memilih di Universitas Muslim Indonesia di Makassar sehingga memperoleh gelar Master dan Doktor di Universitas Muslim Indonesia Makassar.

Ustadz Khalid juga aktif menduduki posisi di beberapa lembaga seperti ketua umum Yayasan Ats-Tsabat Jakarta Timur, Ketua Forum Pengiriman Da'i di Papua, Irianjaya dan penasehat di Wesel tv Jakarta.<sup>6</sup>

Salah satu bentuk ustadz Khalid tidak bergantung dari pemasukan dengan mengisi kajian diberbagai tempat, dengan segala kesibukan berdakwah di jalan Allah tetap juga mandiri melakukan *ihktiar* usaha dalam hal menjalankan kewajiban menafkahi keluarganya. Beliau mendirikan usaha kuliner bernama "Ajwad Resto" dengan menu utama adalah masakan makan dan minum dari Timur Tengah. Dengan tujuan orang-orang yang belum pernah berkesempatan mungunjugi Timur Tengah baik untuk Umroh atau Haji, bisa mengetahui cita rasa dari makan khas Timur Tengah, dan juga orang yang sudah pernah berkempatan pergi ke Timur Tengah baik

---

<sup>6</sup> Siti Nurdalila (2019). Strategi Dakwah Ustadz Khalid Basalamah Dalam Mensyiarkan Dakwah. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Banten. Hlm. 37.

umroh atau Haji, bisa merasakan lagi makanan khas Timur Tengah tanpa harus pergi ke Mekkah atau Madinah. Samapai sekarang Ajwad Resto sudah mempunyai dua cabang yang pertama di Jalan Kalibata Raya Nomor 1 Kalibata City Square, blok E nomor 11 Jakarta, Indonesia. Cabang ke dua jalan raya Condet Nomor 50, RT.1/RW.3, Batu Ampar Keramatjati, Jakarta Timur, 13530.<sup>7</sup>

## 2. Isi Playlist Konten Youtube Khalid Basalamah Official

Sangat beragam isi dari kategori konten di dalam *Channel* Khalid Basalamah Official. Berikut isi dari daftar video yang dibuat oleh tim Khalid Basalamah Official :

Tabel 1. *Playlist Channel* Khalid Basalamah Official

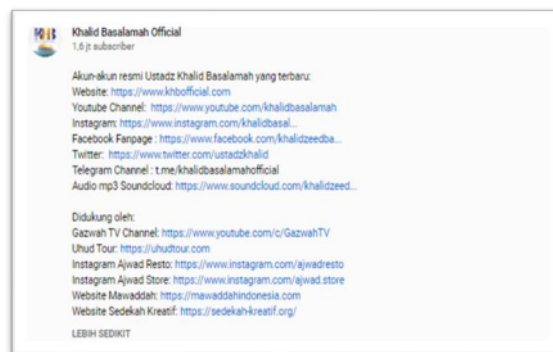
No.	Daftar Playlist	Jumlah Video
1.	Kitab. 70 Kekeliruan Wanita	35
2.	Khutbah Jum'at	31
3.	31 Sebab lemahnya Iman	32
4.	Kajian Singkat	639
5.	Kajian Kitab Minhajul Muslimin	112
6.	Kajian Thibbun Nabawi	12
7.	Live Dakwah	32
8.	Kitab Hishnul Muslim	13
9.	Kitab. Kiat-kiat Hijrah	6
10.	Shahih At-Taghib wa At-Tarhib	13
11.	Karakteristik Mereka yang di Cintai Allah	6
12.	Kajian Dosa-dosa Besar	74
13.	Kajian Al-Adab Al-Mufrad	43
14.	Sirah Sahabat Nabi (Sejarah Sahabat Nabi)	55
15.	Kajian Hadits Qudsi	24
16.	Kajian Kitab Riyadhush Shalihin	47
17.	Safari Dakwah	78
18.	Mukhtashar Minhajul Qashidin	6
19.	Kajian Lainnya	41

<sup>7</sup> Instagram: @KhalidBasalamahofficial

20.	10 Pembatal Keislaman	1
21.	Sirah Nabawiyah (Balikpapan)	28
22.	Kajian 1000 Amalan Sunnah dalam Sehari Semalam	7
23.	Rasulullah Bercerita tentang Surga dan Neraka	12
24.	Kajian Kitab Tauhid	10
25.	Kajian At-Tadzkirah	16
26.	Kajian Mahkota Pengantin	16
27.	Kajian Amalan-amalan yang mendatangkan Rahmat Allah	5
28.	Ring Back Tune (RBT)	1
29.	Kajian 15 pilar Mempertahankan Rumah Tangga	3

Jumlah keseluruhan daftar video adalah 29 dan jumlah keseluruhan video yang ada selama Youtube *Channel* Khalid Basalamah *Official* sejak pertama kali buat akun dibuat pada tanggal 7 februari 2013 sampai saat ini Desember 2020 adalah berjumlah 1.397 video.

#### 1. Deskripsi pada video *sirah* sahabat Rasulullah *shalallahu 'alaihiwasalam*



Gambar 1. Isi Deskripsi Video





Gambar 2. Tampilan Jamaah yang hadir dalam Kajian

Ada sesekali sorotan kamera pada arah jamaah yang hadir dalam *tabligh* akbar pembahasan *Sirah Sahabat Rasulullah shalallahu 'alaihiwasalam*. Penentuan sorotan kamera seperti gambar 12 tentunya perlu juga ditampilkan, karna penonton di *Channel Youtube* ada kesan seolah-olah berada hadir dalam kajian, dengan penggambaran sorotan kamera kiri kanan seperti hadir dalam kajian. Bisa saja seorang yang pernah hadir bersama duduk mengikuti kajian, akan merasakan *flashback* (kilas balik) syahdunya menjalankan perintah ibadah menuntut ilmu. Akan tetapi penayangan sorotan kamera ke arah jamaah tidak ditayangkan lagi pada video *Sirah Sahabat Rasulullah shalallahu 'alaihiwasalam*

## 2. Iklan Pada tanyangan *Sirah Sahabat Rasulullah shalallahu 'alaihiwasalam*

Pada dasarnya iklan muncul di antara-antar video ditentukan oleh *Youtube*, seorang pengguna *Youtube* tidak bisa menentukan iklan yang mana saja disukai untuk ditonton, yang menentukan adalah pihak *Youtube* lebih khususnya lagi adalah ada sistem kerja komputer yang sangat kompleks mangaturnya.

Iklan Pada tanyangan *Sirah Sahabat Rasulullah shalallahu 'alaihiwasalam* Iklan *Youtube* berusaha menyajikan tanyangan iklan yang muncul sesuai dengan minat dan kelola pengguna *Youtube*. Untuk itu ketika seorang pengguna menggunakan *Youtube* fokus untuk menuntut ilmu *Syar'i*, maka mustahi akan muncul iklan minuman keras atau aplikasi judi.

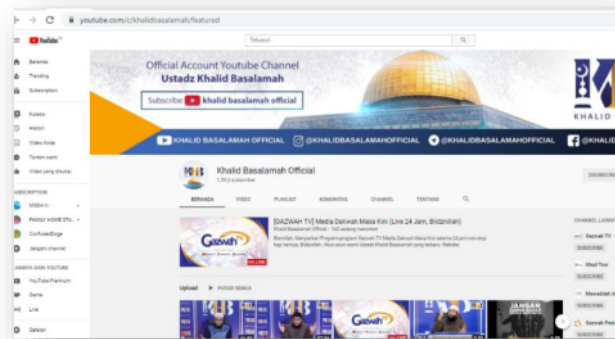
Iklan yang muncul merupakan berkaitan dengan jenis konten yang sering ditonton oleh pengguna Youtube, kemudia ada juga faktor-faktor lain<sup>8</sup>, diatanya :

- a) Data-data yang ditulis dalam membuat akun Gmail. Seperti jenis kelamin, umur, Agama, dan lain-lain
- b) Aktivitas klik pada layanan Google lainnya, seperti Google Ads
- c) Jenis situs yang sering dikunjungi dan aktivitas aplikasi seluler diperakat *Smartphone*.
- d) Situs dan aplikasi bisnis yang memasang iklan di Google yang pernah dikunjungi, misalnya sering membuka tokopedia, maka tanyangan iklan yang akan sering muncul tokopedia.
- e) Info yang Youtube terima dari pengguna layanan jasa iklan di Youtube.

Selain itu Iklan tidak hanya berperan sebagai strategi promosi. Namun, bertindak mengarahkan dan memposisikan pemirsa sebagai pilihan untuk kepentingan belanja. Iklan menciptakan standar baru masyarakat untuk laki-laki juga perempuan yakni sebagai sosok yang agresif sekaligus sensitif, memadukan antara unsur yang ada.(Lasido, 2016)

### 3. Youtube Channel

Tampilan urutan deskripsi berikutnya adalah tampilan dari Youtube *channel* Khalid Basalamad *Official* sendiri, ini tampilannya :



Gambar 3. Tampilan Youtube *channel* Khalid Basalamad *Official*<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Tim Redaksi Youtube. *Mengelola Jenis Iklan Yang Anda Lihat di Video Youtube*. Di akses 29 November 2020. Dari <https://support.google.com/youtube/answer/7403255?hl=id>

<sup>9</sup> Youtube Channel: <https://www.youtube.com/khalidbasalamah>. Di akses 29 november 2020

1) Instagram



Gambar 4. Tampilan Instagram<sup>10</sup>

2) Facebook Fanpage



Gambar 5. Tampilan Facebook<sup>11</sup>

<sup>10</sup> <https://www.instagram.com/khalidbasalamahofficial/> . diakses 29 November 2020

<sup>11</sup> [https://web.facebook.com/khalidzeedbasalamah?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/khalidzeedbasalamah?_rdc=1&_rdr). Di akses 29 November 2020

### 3) Twitter



Gambar 6. Tampilan Twitter<sup>12</sup>

### 4) Telegram Channel

Situs yang di dalam deskripsi video *sirah* sahabat Rasulullah *shalallahu 'alaihiwasalam* seperti pada gambar 3 tidak bisa di klik (lihat gambar 3), dari warna tulisan saja sudah menunjukkan situs Telegram Channel tidak aktif, bukan artinya Telegram dari tim KHB tidak ada.

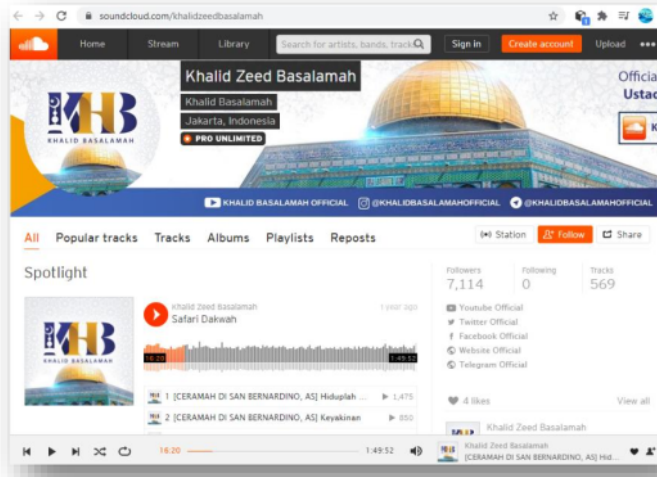
Cara kerja sosial media Telegram sedikit berbeda dengan situs yang lain para pengguna harus mendapatkan situs resmi dari admin pengelolah Telegram, meski sudah mendapatkan, tapi dalam jangka waktu yang lama alamat situs tersebut tidak dapat digunakan lagi, penyebabnya adalah pembaruan sistem kerja aplikasi yang selalu diperbaruhi secara berkala.

Ada cara lain, yaitu langsung masuk pada sosial media Telegram dan tulis kata kunci yang cari, setelah dapat *channel* Telegramnya, lalu klik tombol bergabung dengan grup, seorang pengguna harus perlu menunggu konfirmasi dari admin.

### 5) Audio mp3 Souncloud

Media berikutnya adalah media pemutar musik dengan cara kerjanya harus terhubung dengan jaringan Internet, jadi para pengguna aplikasi Soundcloud bisa menyimak ceramah dengan media suara.

<sup>12</sup> <https://twitter.com/ustadzkhaliid>. Di aksese 29 november 2020



Gambar 7. Tampilan Soundcloud<sup>13</sup>

Tampilan deskripsi berikutnya setelah 7 akun-akun resmi Ustadz Khalid Baslamah ada juga akun yang pendukung dengan jumlah enam akun (lihat gambar 3), berikut akun dukungan untuk Khalid Basalamah *Official* :

- 1) Gazwah TV Channel: <https://www.youtube.com/c/GazwahTV>
- 2) Uhud Tour: <https://uhudtour.com>
- 3) Instagram Ajwad Resto: <https://www.instagram.com/ajwadresto>
- 4) Instagram Ajwad Store: <https://www.instagram.com/ajwad.store>
- 5) Website Mawaddah: <https://mawaddahindonesia.com>
- 6) Website Sedekah Kreatif: <https://sedekah-kreatif.org/>

Penggunaan isi deskripsi belum begitu optimal, dari semua video di dalam *Playlist sirah* sahabat Rasulullah *Shalallahu 'alahiwasalam* ada 55 video tulisan dalam deskripsinya sama semua hanya mencantumkan akun- akun resmi dan akun dukungan tim KHB. Bukan berarti tidak tepat mencantumpakan alamat situs akun-akun tersebut, akan tetapi belum optimal, karna dalam deskripsi video youtube berfungsi sebagai penguat informasi isi dari video, selain informasi dari judul dan *Thumbnail* (gambar kecil di atas judul).

<sup>13</sup> <https://soundcloud.com/khalidzeedbasalamah>. Di akses 29 November 2020

Informasi yang terkandung dalam deskripsi akan di *crawl* (diarahkan) oleh situs pencari seperti bing, yahoo *search*, google dan pada aplikasi Youtube sendiri.<sup>14</sup> Sehingga penulisan deskripsi video yang baik dan tepat sangat berpengaruh penyebaran video dakwah di dunia maya.

Deskripsi video lumayan banyak banyak kapasitas kata yang di sediakan oleh pihak Youtube, yaitu lima ribu kata. Penulisan keterangan singkat mengenai isi video bisa diterapkan dalam deskripsi video *sirah* sahabat Rasulullah *shalaullahu 'alahiwasalam*, ketika ada pengguna Youtube yang membuka video *sirah* sahabat Rasulullah *shalaullahu 'alahiwasalam* bisa mengetahui isi-isi pokok dalam video, sebelum menonton secara keseluruhan video.

Pada saat *buffering*, seorang pengguna bisa memanfaatkan waktu dengan menekan jeda terlebih dahulu videonya kemudian membaca deskripsi video selagi menunggu koneksi internet stabil kembali. Para pengguna juga bisa memanfaatkan waktu membaca deskripsi ketika ada iklan yang muncul, tentunya ketika iklan yang tayang sudah berulang, karna fungsi iklan yang melekat dengan Youtube pada dasarnya untuk mempromosikan produk.

Ketika sebuah iklan yang tayang pada *channel* Youtube ada algoritma yang bekerja membaca lamanya menonton video dan mengklik produk yang di iklankan. Jadi ketika ada kemungkinan para pengguna Youtube tertarik dengan produk yang di iklankan, kemudian banyak pengguna Youtube membeli produk dari iklan yang di tayangkan pada video *sirah* sahabat Rasulullah *shalaullahu 'alahiwasalam*. Maka kemungkinan besar iklan yang sama akan muncul lagi dan pemasukan bagi hasil uang dari pihak Youtube dan *channel* Khalid Basalamah *Official* akan meningkat. Pemahasan tentang tampilan iklan akan dibahas lebih dalam pada poin 5 dibawah.

Penggunaan deskripsi pada video Youtube bisa menyebutkan krator lain pada deskripsi itu sendiri dan pada judul video<sup>15</sup>. Misalnya dalam isi ceramah Ustadz Khalid mengalami kesulitan menjelaskan sesesuatu atau lupa, tim KHB bisa menyertakan akun kreator dakwah lain supaya penonton bisa memahami lebih jelas isi dari ceramah. Caranya adalah dengan menggunakan simbol “@” kemudian tulis nama *channel* kreator yang akan dituju. Misalnya, “pada menit 20.20

---

<sup>14</sup>Ali Humaidi. (2020). *Cara Menulis Deskripsi Video Yang Tepat dan Benar*. Diakses 23 November 2020. dari <https://alihumaidi.com/cara-menulis-deskripsi-video-youtube>.

<sup>15</sup>Tim Redaksi Youtube. *Menyebutkan Kreator di judul dan deskripsi video*. Di akses 28 November 2020. Dari <https://support.google.com/youtube/answer/9637404?hl=id>

Ustadz Khalid kurang jelas menjelaskan hadist tentang jual beli, bisa langsung melengkapinya dengan Ustadz @Abdul Somad”.

Melanjutkan penjelasan dari halaman bantuan resmi Youtube, hanya kreator yang memiliki lebih dari 1.000 *subscriber*/pelanggan yang bisa dicantumkan dalam judul atau deskripsi.<sup>16</sup> Iklan Pada tayangan *Sirah Sahabat Rasulullah shalallahu ‘alaihiwasalam* Iklan Youtube berusaha menyajikan tayangan iklan yang muncul sesuai dengan minat dan kelola pengguna Youtube. Untuk itu ketika seorang pengguna menggunakan Youtube fokus untuk menuntut ilmu Syar’i, maka mustahil akan muncul iklan minuman keras atau aplikasi judi.

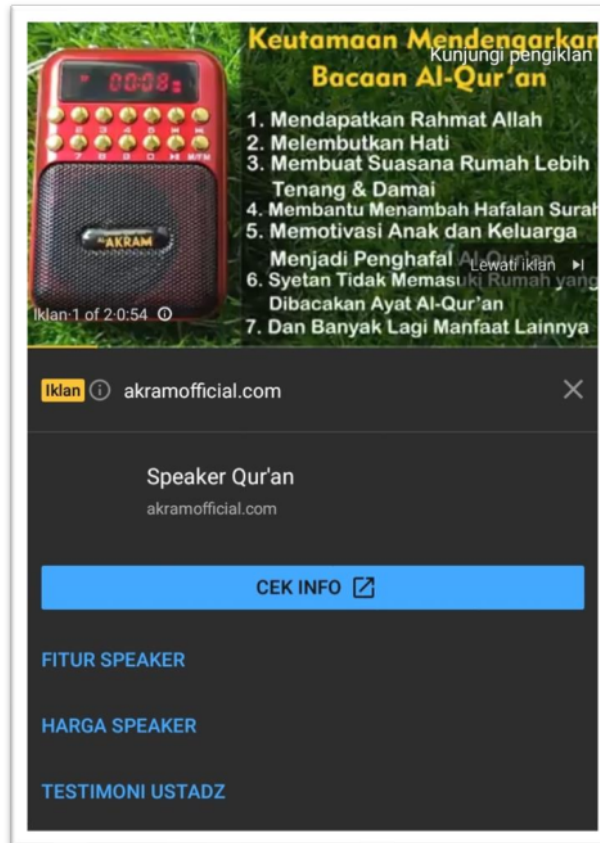
Pada tayangan iklan *channel* Khalid Basalamah *official* terlihat pada gambar gambar 13, iklan yang muncul adalah produk pemutar suara dengan isi aya-ayat suci Al-Qur’an, dibawah gambar 13 juga ada iklan yang lain tentang membuat toko *online* sendiri.



Gambar 8. Tampilan Iklan<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Tim Redaksi Youtube. *Menyebutkan Kreator di judul dan deskripsi video*. Di akses 28 November 2020. Dari <https://support.google.com/youtube/answer/9637404?hl=id>

<sup>17</sup> Youtube *Channel* Khalid Basalamah *official*. Diakses 10 Oktober 2020



Gambar 9. tampilan lanjutan Iklan<sup>18</sup>

Ketika seorang pengguna menekan tombol “cek info” (lihat gambar 13) maka akan muncul tampil gambar 14. Jenis iklan juga bisa mengetahui tempat keberadaan pengguna Youtube, (lihat poin e diatas) <sup>19</sup>kemungkinan besarnya adalah seorang pengguna sering membukan berita artikel tentang daerahnya, maka akan muncul iklan yang berkaitan dengan lokasi tempat tinggal.

<sup>18</sup> Youtube *Channel* Khalid Basalamah *official*. Diakses 10 Oktober 2020

<sup>19</sup> Tim Redaksi Youtube. *Mengelola Jenis Iklan Yang Anda Lihat di Video Youtube*. Di akses 29 November 2020. Dari <https://support.google.com/youtube/answer/7403255?hl=id>



Youtube sangat memprioritaskan para pengguna aplikasi Youtube supaya lebih nyaman dan tenang dalam menikmati video-video dari para patner Youtube yaitu para konten krator. Maka dari itu muncullah yang namanya Youtube Premium. Youtube premium adalah salah satu pilihan yang jitu ketika seorang pengguna yang masih merasa terganggu dengan iklan yang sering muncul di dalam viedo Youtube.

Youtube premium adalah langganan berbayar yang harus dikeluarkan oleh pengguna Youtube dengan pilihan paket yang ada, dengan mendapatkan kelebihan yang tidak bisa dinikmati oleh pengguna akun Youtube biasa.<sup>20</sup>

## **Kesimpulan**

Memproduksi konten dakwah di media sosial Youtube merupakan suatu bentuk Gerakan alternatif untuk tersebar luasnya dakwah Islam sesuai dengan tuntutan zaman kemajuan teknologi dan informasi. Terlihat sesau dengan isi tampilan Channel Khalid Basalamah Official memaksimalkan semua media sosial yang populer diantaranya adalah Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Telegram dan Website.

Mengoptimalkan media Youtube sebagai lahan dakwah merupakan keputusan yang tepat karena dilihat dari aspek fleksibilitas serta efesiensi dan efektifitas dapat di terima oleh warganet ukurannya dapat dilihat dari jumlah pelanggan (subscriber) atau pengikut (follower) dari waktu kewaktu semakin bertambah, tidak pernah ada penurunan sejak awal di buatnya akun Channel Khalid Basalamah Official pada tanggal 7 Februari 2013.

---

<sup>20</sup>Tim Redaksi Youtube. *Mengelola Jenis Iklan Yang Anda Lihat di Video Youtube*. Di akses 29 November 2020. dari <https://support.google.com/youtube/answer/7403255?hl=id>

### **Daftar Pustaka**

- Aziz, Ali Mohammad. (2017). Ilmu Dakwah, Jakarta : Kencana.
- Apsyahwati, Y. (2019). 'Dakwah Di Kalangan Kaum Milenial'. Tesis. Bandung : UIN SGD Bandung.
- AS, Enjang dan Aliyah. (2009). Dasar-Dasar Ilmu Dakwah. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Ishak, Saidulkarnain. (2015). Dakwah Sambil Ngenet. Jakarta: Kelolmpok Gramedia. Kriyantono.
- Rachmat. (2014) Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Morissan, Wardhani, C. Andy dan Hamid, Farid. (2013). Teori Komunikasi Massa Bogor : Ghalia Indonesia.
- Muhammad, Na'im Yasin. (1990). Yang Menguatkan Yang Membatalkan Iman: Kajian Rinci dua Kalimat Syahadah. Jakarta: Gema Insani Press.
- Manzilati, Asfi. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Malang: UB Press. Muhtadi, A. Saeful. (2012).
- Lasido, N. A. (n.d.). *Mitos Gaya Hidup Metroseksualitas dalam Iklan Produk Kosmetik Vaseline Men*. [www.esprit.co.uk](http://www.esprit.co.uk):2015
- Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi, Bandung: Simbiosis.
- Natta Abuddin. (2020). Pendidikan Islam di Era Milenial. Jakarta: Prenada Media Group
- Novianti, Evi. (2019). Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya Yogyakarta : Andi.
- Nursalilah, Siti. (2019). Strategi Dakwah Ustadz Khalid Basalamah Dalam Mensyiarkan Dakwah. Skripsi. Banten : Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin
- Pawito. (2015). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: Lkis.
- Purwodarminta, W.J.S. (2005). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Panuju, Redi. (2018). Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi; Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu. akarta: Kencana.

Ruslan dan Effendi M. Mahfud. (2017). Metodologi Penelitian; penelitan kualitatif, tindakan kelas & studi kasus. Sukabumi : CV Jejak.

Rukmina dan Ismail (2018). Stategi Dakwah Masyarakat Minoritas Muslim Minahasa. Yogyakarta: Budi Utama.

Rakhmat, Jalaluddin dan Ibrahim, I. Subandy. (2016). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung ; Simbiosis.

Sari Endang S. (1993). Audience Research. Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengn dan Pemirsa. Yogyakarta : Adi Offset

Sormin Darliana, "Kedudukan Sahabat dan 'Adaalahnya". Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman 1 (1) 2017

Samosir, E Hasrat, "Syariat Islam Menjamin Martabat Manusia dan Mengatur Jalur Keturunan" Buletin Taqwa Universitas Medan Area, Do

# ANALISIS\_GERAKAN\_DAKWAH\_KHALID\_BASALAMAH.pdf

---

## ORIGINALITY REPORT

---

1 %

SIMILARITY INDEX

1 %

INTERNET SOURCES

0 %

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

---

## MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

< 1%

★ Nuning Kristiani, Shahnaz Wirenta Putri.  
"PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN  
PLAYFULNESS TERHADAP INTENTION TO USE  
PENGGUNA APLIKASI TIK TOK DI MASA PANDEMI  
COVID 19", CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan  
Manajemen, 2022

Publication

---

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 15 words