

ABSTRAK

Andhika Bayu Nugroho, Strategi Komunikasi Dakwah Kanal Youtube “Pemuda Tersesat” Bagi Generasi Milenial.

Dengan berkembangnya teknologi membuat manusia lebih mudah dalam mendapatkan dan menyebarkan informasi tanpa harus memikirkan jarak dan waktu. Kesempatan ini harus diambil oleh para dai karena mereka dapat menyebarkan ajaran agama Islam dengan cara yang efektif dan efisien. Pengguna media sosial terbanyak berasal dari generasi milenial. Tidak ada salahnya generasi milenial dijadikan sasaran dakwah dengan tujuan agar generasi milenial lebih mengerti ajaran keagamaan dibandingkan konten yang negatif lewat sosial media. Oleh karena itu terbentuklah kanal Youtube Pemuda Tersesat yang memiliki konsep berdakwah untuk generasi milenial dengan gaya milenial.

Tujuan Penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dakwah yang dilakukan kanal Youtube Pemuda Tersesat. Selain itu juga melihat bagaimana perencanaan yang dilakukan oleh kanal Youtube Pemuda Tersesat dalam memproduksi konten dakwah sehingga menarik jumlah penonton yang luar biasa banyaknya.

Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode yang dipilih guna menjabarkan secara lengkap sesuai fakta yang peneliti temukan pada penelitian terhadap objek penelitian. Peneliti memperoleh data melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi pustaka.

Teori komunikasi Harold D. Lasswell digunakan peneliti dalam penelitian ini. Teori tersebut menyatakan bahwa jika komunikasi adalah percakapan antara komunikandan komunikator dengan menimbulkan efek tertentu. Selain itu, terdapat teori jarum hipodermik, teori uses and gratifications, dan teori khitabah.

Dalam kanal YouTube Pemuda Tersesat, Habib Husein Ja'far Al-Haddar menjalankan peran sebagai seorang dai yang berkolaborasi dengan dua komika, yaitu Tretan Muslim dan Coki Pardede sebagai pembawa acara. Materi yang disajikan berasal dari pertanyaan para *subscriber* yang mencerminkan kehidupan sehari-hari, namun selalu memiliki kaitan erat dengan tema yang diangkat. Pemuda menjadi sasaran utama kanal ini, meskipun semua orang dapat dengan bebas menikmati konten dakwahnya. Dalam praktiknya, Habib Husein Ja'far Al-Haddar berusaha tampil sebagai teman sebaya ketika menjelaskan materi dakwah, menciptakan pendekatan yang membuat sasaran dakwah merasa lebih dekat dan memahami tanpa merasa digurui. Penggunaan bahasa milenial dalam komunikasinya juga menjadi ciri khas, menjadikan kontennya relevan dengan pemuda. Hasilnya, jumlah penonton per video mencapai angka minimal satu juta views, dan kolom komentar dipenuhi dengan respons positif dari mad'u yang setia menonton.

Kata Kunci : Strategi Dakwah, Media Sosial, Youtube, Konten, Generasi Milenial.