

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah Salafi sering kali diklaim oleh sebagian masyarakat sebagai bentuk dakwah yang cenderung radikal karena penekanannya pada pemurnian ajaran dan penolakan terhadap inovasi dalam praktik keagamaan yang banyak ditemukan dalam masyarakat Indonesia. Kondisi ini menimbulkan persoalan strategis mengenai bagaimana bentuk komunikasi dakwah yang digunakan dalam mengemas pesan, menentukan gaya bahasa, serta membangun interaksi dengan audiens agar nilai-nilai Islam dapat diterima secara efektif tanpa mengaburkan substansi ajaran yang menjadi dasar dakwah Salafi (Sarwan & Masrial, 2018) (Sefriyono, 2015) (Wahid, 1970) (Qohar, 2011).

Media sosial telah mengakibatkan perubahan signifikan pada cara orang mendapatkan informasi, termasuk yang berkaitan dengan agama. Media sosial berfungsi sebagai tempat untuk memperoleh informasi dan membangun identitas seseorang dalam aspek agama (Ginting et al., 2024). Kejadian ini membuka kesempatan yang luas bagi kegiatan penyebaran ajaran Islam untuk menghubungi setiap muslim dengan cara yang lebih sesuai dan fleksibel terhadap budaya digital. Oleh karena itu, kehadiran dakwah digital yang bisa

mencakup mereka secara langsung memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat kesadaran beragama (Ummu Azka Amalia & Maksum, 2024).

Saat ini, media sosial juga berfungsi sebagai alat yang efisien untuk menyebarkan pesan dakwah, terutama di kalangan anak muda yang merupakan pengguna aktif berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook dan juga Twitter. Beragam jenis media sosial berkembang saat ini di antaranya Instagram, Twitter, WhatsApp, Facebook, TikTok, dan YouTube yang menjadi platform paling populer di kalangan masyarakat. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018, Facebook tercatat sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia dengan persentase 50,7%, instagram dengan persentase 17,8% dan YouTube dengan persentase 15,1% (Leony et al., n.d.).

Dalam hal ini, kelompok dakwah Salafi yang dikenal sebagai golongan yang ortodok-puritan juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam (Sarwan et al., 2025) (Ummu Azka Amalia, 2024). Kelompok Salafi telah berhasil mengadaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi secara efektif dalam kegiatan dakwah mereka. Meskipun Salafi dikenal sebagai gerakan dakwah yang bersifat tradisional (Rosadi, 2015), yang ditandai dengan kecenderungan

beragama yang merujuk pada masa lalu (Salaf) serta penolakan terhadap otoritas akal dalam menafsirkan teks-teks agama, di sisi lain mereka menunjukkan kecerdasan dalam memahami dinamika zaman. Hal ini terlihat dari cara mereka menggunakan teknologi informasi sebagai sarana dakwah yang modern dan strategis (Sarwan et al., 2021) (Ummu Azka Amalia & Maksum, 2024).

Sejumlah media sosial yang banyak digunakan oleh da'i Salafi dalam kegiatan dakwah meliputi YouTube, Facebook, dan Instagram. Youtube sebagai sarana penyampaian kajian yang bersifat mendalam, Facebook untuk membangun interaksi dan komunitas jamaah secara daring, dan Instagram sebagai media penyajian pesan dakwah dalam bentuk visual singkat yang menarik. Penyebaran dakwah Salafi di media sosial sering kali menampilkan konten keislaman berbasis teks, dan disampaikan langsung oleh para da'i yang berpengaruh di dunia digital, seperti ustadz Muhammad Elvi Syam, Lc., M.A yang akrab disapa 'Buya Elvi Syam' oleh jamaahnya. Melalui saluran YouTube, Facebook, hingga siaran langsung di Instagram, pesan dari dakwah Salafi menyebar secara luas dan teroganisir, sehingga berhasil membangun komunitas dakwah yang solid di ranah virtual (Ummu Azka Amalia & Maksum, 2024) (Roifah, 2020).

Ustadz Elvi Syam merupakan salah satu da'i Salafi di Indonesia. Ia sebagai ketua umum Yayasan Dar el-Iman Padang. Ustadz Elvi Syam juga

dikenal sebagai da'i yang secara rutin menyampaikan ceramah di berbagai daerah, terutama di wilayah Sumatera seperti Jambi, Pekanbaru, Duri, Dumai, Medan, Batam, Bukittinggi, Payakumbuh, hingga Mentawai. Aktivitas dakwahnya pun meluas ke berbagai kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bogor, Cirebon, Surabaya, Bali, Makassar, dan Kendari. Tidak hanya di dalam negeri, Elvi Syam juga pernah berdakwah di luar negeri, seperti di Johor, Malaysia, dan Sydney, Australia (Hendra, 2022).

Dakwah Elvi Syam mengikuti manhaj *Salafiyyah*, yakni ajaran yang berpijak pada pemikiran Imam Ahmad bin Hanbal dan dilanjutkan oleh Ibn Taymiyyah (Hendra, 2022). Elvi Syam merupakan salah satu pendakwah yang dikenal luas melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook. Ia aktif menyampaikan kajian keislaman dengan gaya bahasa yang lembut, komunikatif, dan menenangkan. Melalui kanal YouTube-nya yakni "Buya Elvi Syam." Ia membahas beragam tema keagamaan. Gaya penyampaian yang sederhana namun menyentuh menjadikannya dekat dengan berbagai kalangan, khususnya generasi muda dan masyarakat yang mencari pendekatan dakwah yang menyejukkan. Dalam setiap dakwahnya, beliau berusaha menghadirkan Islam sebagai ajaran yang *rahmatan lil 'alamin*, yang menuntun umat menuju kedamaian batin dan keseimbangan hidup (Syam, 2025) (Sarwan et al., 2025).

Performa dakwah Ustadz Elvi Syam memperlihatkan penerapan nilai *Qaulan Sadidan* (perkataan yang tegas dan penuh kejujuran) sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nisa' ayat 9, serta mencerminkan prinsip *bil hikmah, mau'idzhah hasanah*, dan *mujadalah billatī hiya aḥsan* (QS. An-Nahl [16]: 125). Ia tidak hanya menyampaikan pesan agama secara informatif, tetapi juga berupaya menyentuh aspek emosional dan spiritual pendengarnya. Sikap santun, intonasi suara yang tenang, serta ekspresi wajah yang bersahabat menjadikannya figur pendakwah yang mampu menghadirkan dakwah dengan pendekatan komunikatif, reflektif, dan humanis. Dalam konteks dakwah digital, karakter seperti ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat modern yang menginginkan dakwah yang menyejukkan, bukan menghakimi, dan mengajak tanpa memaksa (Fahrurrozi et al., 2019).

Di dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
 أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125).

Ayat di atas tidak hanya mengandung hukum atau perintah untuk berdakwah kepada segenap kaum muslimin, tetapi juga mengandung prinsip-prinsip metodologis atau pendekatan-pendekatan yang perlu diterapkan dalam pelaksanaan aktivitas dakwah. Pendekatan tersebut harus senantiasa disesuaikan dengan perkembangan zaman dan dinamika kehidupan. Dengan kata lain, pemahaman tentang dakwah atau ajakan menuju jalan Allah sebagaimana tercantum dalam ayat tersebut menunjukkan bahwa kewajiban berdakwah harus dilaksanakan dengan mempertimbangkan berbagai metode atau strategi yang tepat anpa mengabaikan kondisi serta karakteristik mad'u atau objek dakwah (Nazirman, 2018).

Oleh karena itu, penelitian tentang metode penyampaian pesan dakwah Salafi pada akun YouTube Buya Elvi Syam penting dilakukan untuk memahami cara mereka (da'i) membangun kesadaran beragama, khususnya di kalangan remaja sebagai pengguna utama platform digital. Melalui konten visual yang menarik, metode terstruktur, dan bahasa sederhana, dakwah Salafi mampu memengaruhi pola pikir serta kesadaran keagamaan generasi muda di tengah arus modernitas, sehingga layak dianalisis lebih mendalam.

Kajian terdahulu yang mengulas tentang metode penyampaian pesan dakwah Salafi di era digital secara umum memiliki kesamaan fokus pada penggunaan media sosial yakni YouTube sebagai sarana penyebaran ajaran yang efisien. Siti Zahraini dan Andrian (2023) dalam penelitiannya

mengatakan bahwa dakwah harus dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi mad'u serta menggunakan metode *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujadalah* agar pesan kebaikan dapat diterima. Hal yang belum diteliti dari penelitian ini penggunaanya dalam konteks media sosial dan respon audiens. Senada dengan penelitian Mutiawati dan Rahmadani (2023) mengatakan bahwa *dakwah bil-hal* merupakan metode yang efektif dan efisien karena pesan dakwah disampaikan melalui keteladanan nyata yang mudah dipahami dan diteladani, sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah *shalallahu'alaihi wa sallam*. Hal yang belum diteliti dari penelitian ini adalah pada analisis metode penyampaian pesan belum banyak dilakukan. Selain itu, Bagas Tri Cahyo (2023) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa TPQ Baitul Qur'an Al-Hikmah Bandar Lampung mengintegrasikan psikologi komunikasi dalam dakwah dengan menyesuaikan materi, metode, dan pendekatan pada kondisi santri, sehingga proses belajar lebih mudah dipahami dan meningkatkan partisipasi mereka. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang hanya bersifat deskriptif taktis atau mengukur respons awal, distingsi penelitian ini terletak pada fokusnya yang lebih dalam, yaitu analisis dampak dari metode penyampaian pesan tersebut, secara khusus untuk mengukur sejauh mana ia berkontribusi pada peningkatan kesadaran beragama audiens, sehingga melampaui deskripsi keberadaan dan taktik semata.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan studi tentang komunikasi dakwah khususnya pada dakwah Salafi di media sosial, selain itu juga dapat menjadi acuan praktis bagi para pendakwah, lembaga keagamaan, serta pendidik dalam merumuskan strategi komunikasi keagamaan yang lebih tepat dan berdampak positif pada pembentukan karakter religius di setiap individu.

Dalam kerangka teoritis, metode dakwah menurut Jalaluddin Rakhmat adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam ilmu komunikasi, metode dakwah ini lebih dikenal sebagai '*approach*', yaitu cara-cara yang dilakukan oleh seorang da'i atau komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Prinsip ini juga sejalan dengan ajaran Al-Qur'an dalam QS. An-Nahl [16]: 125 yang menegaskan pentingnya berdakwah dengan hikmah, nasihat yang baik, dan dialog yang santun (Sauyai et al., 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis metode penyampaian pesan dakwah yang diterapkan oleh ustadz Elvi Syam di platform media sosial yaitu YouTube dalam menyampaikan ajaran Islam kepada audiens berdasarkan tiga prinsip komunikasi Islam, yakni *Qaulan Ma'rufan* (perkataan yang baik), *Qaulan Sadidan* (perkataan yang tegas dan penuh kejujuran), *Qaulan Kariman* (perkataan yang mulia). Peneliti

membatasi penelitian ini pada tiga prinsip komunikasi Islam alasannya adalah karena ketiganya dapat diamati secara langsung baik dari segi tutur kata, intonasi, mimik serta cara penyampaian da'i dalam ceramah video, sehingga memudahkan proses analisis secara konkret dan sistematis terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana pendekatan komunikasi dakwah Salafi beradaptasi dengan budaya digital tanpa kehilangan otentisitas ajarannya. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu komunikasi dakwah dan memberikan acuan praktis bagi pendakwah serta lembaga keagamaan dalam merancang strategi dakwah digital yang lebih efektif, moderat, dan kontekstual terhadap kebutuhan masyarakat modern.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana metode penyampaian pesan dakwah Salafi yang diterapkan oleh ustadz Muhammad Elvi Syam di YouTube ditinjau dari prinsip komunikasi Islam (*Qaulan Ma'rufan*, *Qaulan Sadidan*, dan *Qaulan Kariman*).

C. Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan tidak terjadi kesalahan dari penelitian ini, maka penulis perlu mengemukakan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penyampaian pesan *Qaulan Ma'rufan* pada dakwah Salafi.
2. Penyampaian pesan *Qaulan Sadidan* pada dakwah Salafi.
3. Penyampaian pesan *Qaulan Kariman* pada dakwah Salafi.

Pemilihan *Qaulan Ma'rufan*, *Qaulan Sadidan*, dan *Qaulan Kariman* dilandasi oleh tuntutan dakwah di media sosial yang memerlukan penyampaian pesan secara santun, benar, dan berdaya guna. *Qaulan Ma'rufan* menggambarkan sikap bermoral dalam berbicara, *Qaulan Sadidan* menggambarkan tutur kata yang tegas dan penuh kejujuran, sedangkan *Qaulan Kariman* menekankan kejujuran serta validitas isi pesan. Ketiga prinsip tersebut telah mencakup unsur pokok dakwah berupa nilai kebaikan, kebenaran, dan keberhasilan pesan dalam mencapai sasaran, sehingga prinsip lain seperti *Qaulan Balighan*, *Qaulan Maysuran*, dan *Qaulan Layyinan* secara implisit telah terwakili. Pembatasan pada tiga prinsip ini juga dimaksudkan agar analisis tetap terfokus, mendalam, dan sistematis.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan metode penyampaian pesan berdasarkan prinsip *Qaulan Ma'rufan* (perkataan yang baik) pada dakwah Salafi.
2. Mendeskripsikan metode penyampaian pesan berdasarkan prinsip *Qaulan Sadidan* (perkataan tegas dan jujur) pada dakwah Salafi.
3. Mendeskripsikan metode penyampaian pesan berdasarkan prinsip *Qaulan Kariman* (perkataan yang mulia) pada dakwah Salafi.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu dan pengetahuan serta membuka cakrawala berpikir di bidang akademik, khususnya di bidang ilmu komunikasi bagi program studi Komunikasi Penyiaran Islam tentang Metode Penyampaian Pesan Dakwah Salafi Pada Akun YouTube Buya Elvi Syam.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kerangka teoritis tentang Metode Penyampaian Pesan Dakwah Salafi Pada Akun YouTube Buya Elvi Syam. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru bagi para

ustadz Salafi mengenai metode penyampaian pesan dakwah dalam menyebarkan ajaran agama Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini memberikan pemahaman dan panduan nyata bagi para pelaku dakwah, khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran beragama.
- b. Penelitian ini dapat memberikan panduan strategis dalam merancang dan menyampaikan pesan dakwah secara lebih efektif kepada setiap audiens. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya serta sebagai bahan pertimbangan dalam Metode Penyampaian Pesan Dakwah Salafi Pada Akun YouTube Buya Elvi Syam.

F. Penjelasan Judul

Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini, maka penulis memandang perlu memberikan penjelasan mengenai judul penelitian ini “Metode Penyampaian Pesan Dakwah Salafi Pada Akun YouTube Buya Elvi Syam”, di antaranya yang perlu dijelaskan ialah:

1. Metode Dakwah: Metode dakwah adalah cara atau pendekatan komunikasi yang digunakan oleh da'i untuk menyampaikan ajaran

Islam dengan memperhatikan kondisi psikologis dan sosial mad'u, sehingga mampu menghasilkan perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. Dakwah Salafi: Dakwah Salaf merupakan upaya menyampaikan ajaran Islam yang berpijak pada Al-Qur'an dan Sunnah berdasarkan pemahaman generasi terdahulu umat Islam (*salafusshalih*), yakni para sahabat, tabi'in, dan tabi'ut tabi'in. Dakwah ini berfokus pada pemurnian akidah tauhid, pelaksanaan ibadah sesuai ajaran Rasulullah *shalallahu'alaihi wa sallam* serta menghindari praktik bid'ah, takhayul, dan berbagai bentuk penyimpangan dalam keyakinan.
3. Media Sosial: Media sosial merupakan sebuah platform di internet yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berinteraksi, bekerja sama, dan membagikan berbagai informasi seperti tulisan, foto, video, atau suara secara interaktif. Media sosial biasanya dipandang sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan penggunaanya berperan sebagai pencipta dan juga pengguna konten.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan terarah, maka peneliti membagi pembahasan ke dalam beberapa bab yang di bagi ke dalam sub-sub bab sebagai berikut:

- BAB I: Di dalam bab ini, dijelaskan latar belakang penelitian yang mengungkapkan perbedaan antara apa yang seharusnya ada dan apa yang terjadi saat ini disertai dengan identifikasi masalah utama yang ingin diselesaikan dan dirumuskan menjadi tiga pertanyaan penelitian. Bab ini juga mencakup penjelasan mengenai tujuan dari penelitian serta pemaparan beberapa kajian pustaka atau penelitian sebelumnya yang relevan agar penelitian ini dapat menemukan posisi atau perbedaannya. Terakhir, akan diuraikan mengenai struktur penulisan laporan penelitian ini untuk memenuhi aspek keilmiahannya.
- BAB II: Bagian ini menjelaskan tentang dasar teori, karena penelitian ini berfokus pada metode penyampaian pesan dakwah Salafi di media sosial. Oleh karena itu, teori-teori yang disampaikan dalam bagian ini adalah teori-teori yang berkaitan dengan metode, dakwah, dan media sosial.
- BAB III: Bagian ini menjelaskan mengenai penggunaan metode penelitian kualitatif. Data utama untuk penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data kualitatif yang berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi yang digunakan untuk memperdalam informasi penelitian.

BAB IV: Bab ini membahas hasil penelitian mengenai metode penyampaian pesan dakwah Salafi pada kanal YouTube Buya Elvi Syam. Pembahasan diawali dengan gambaran umum subjek penelitian, dilanjutkan dengan temuan penelitian terkait penerapan prinsip *Qaulan Ma'rufan*, *Qaulan Sadidan*, dan *Qaulan Kariman*, kemudian dianalisis dalam pembahasan berdasarkan perspektif komunikasi Islam dan teori dakwah yang relevan.

BAB V: Bab ini membahas bagian penutup penelitian yang terdiri atas kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat hasil penelitian mengenai metode penyampaian pesan dakwah Salafi pada kanal YouTube Buya Elvi Syam, sedangkan saran berisi rekomendasi untuk mendukung pengembangan dakwah Islam dan kajian komunikasi dakwah di media digital.