

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk Allah yang diciptakan dalam keadaan terindah, dan dikaruniai berbagai macam yang membedakan antara manusia dengan makhluk ciptaan Allah lainnya. Manusia memerlukan interaksi dengan orang lain, hal ini terdapat dalam QS.Ar-Rahman ayat 1-4.¹ Manusia perlu berinteraksi dengan orang lain, maka terciptalah sistem komunikasi dalam kehidupan bersama.

Komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia, karena sebagian besar kehidupan manusia terdiri dari komunikasi dengan keluarga, teman, tetangga dan diri sendiri. Melalui komunikasi, seseorang dapat meningkatkan kehidupan fisik dan mental sehingga dapat memenuhi segala kebutuhannya. Melalui komunikasi juga, manusia dapat bertukar, berbagi, mengembangkan, dan memperoleh berbagai manfaat lainnya.

Komunikasi ini sangat dibutuhkan dalam menyampaikan informasi di kehidupan sehari-hari. Sama halnya dengan menyampaikan pesan dakwah, sangat dibutuhkan komunikasi yang efektif agar orang yang menerima dakwah dapat mengerti dan memahami. Dengan hal ini, seorang da'i harus memiliki strategi dengan menetapkan metode, taktik, atau manuver yang dipergunakan dalam penyampainnya agar pesan dakwah yang di sampaikan dapat di pahami oleh para pendengarnya atau mad'u

¹ Puji Laksono, *Spektrum Komunikasi Massa*, (Malang: Literasi Nusantara, 2019), hal. 1.

dengan mudah.² Karena dakwah ini tidak cukup dilaksanakan secara spontanitas saja, tetapi harus dipersiapkan secara baik dengan memikirkan beberapa faktor yang mempengaruhi pelaksanaan dakwah.

Strategi dakwah ini merupakan sebagai proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan hal ini, seorang da'i dituntut untuk memahami situasi dan kondisi masyarakat yang terus mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial keagamaan.

Dakwah secara sederhana ialah ajakan kepada manusia agar senantiasa bersifat dan bersikap amar ma'ruf nahi munkar (mengajak pada kebaikan dan menjauhi kemungkaran) untuk mencapai keberkahan ridho Allah SWT di dunia juga keselamatan di akhirat.³ Banyak orang yang berfikir bahwa yang pantas untuk berdakwah adalah ulama dan tokoh agama saja, padahal dakwah diwajibkan bagi setiap muslim untuk mendakwahi dirinya sendiri dan orang lain untuk berbuat kebajikan.⁴

Allah SWT, telah menegaskan bahwa umat manusia di utus untuk melaksanakan dakwah, perintah tersebut tertera dalam QS. An-Nahl ayat 125 :

² Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah (Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal. 32.

³ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 5.

⁴ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 10.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (١٢٥)

Artinya : “ Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (Pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl [16] : 125)

Dalam ayat di atas dapat di simpulkan bahwasannya umat muslim ditugaskan untuk berdakwah, menyampaikan kebenaran dan mencegah kemungkaran. Usaha mengajak orang lain untuk pindah dari situasi yang jauh dari ajaran Allah SWT, menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, cara pandang terhadap dakwah menjadi lebih maju dan terbuka. Kini dakwah tidak hanya soal menyampaikan ceramah di pengajian-pengajian dan tabligh akbar, berpidato dari masjid ke masjid saja, namun dakwah di era digital ini bisa di terima dan disampaikan dengan berbagai metode yang sesuai dengan perkembangan zaman digitalisasi. Di zaman sekarang terdapat berbagai media baru dalam berdakwah dan menjadi salah satu *trend* dalam menyebarkan agama islam kepada khalayak luas, yang dikenal dengan istilah dakwah kontemporer.

Dakwah kontemporer merupakan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan teknologi modern yang sedang berkembang, misalnya televisi, radio, media cetak dan internet. Dakwah kontemporer ini sangat cocok digunakan untuk berdakwah apalagi dilakukan dilingkungan masyarakat kota atau masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan menengah ke atas.

Teknik yang dilakukan dalam dakwah kontemporer ini berbeda dengan dakwah kultural. Dakwah kultural dilakukan dengan cara menyesuaikan budaya yang ada pada masyarakat setempat, sedangkan dakwah kontemporer ini dilakukan dengan cara mengikuti teknologi yang sedang berkembang pada saat ini. Perkembangan dakwah islamiyah inilah yang menyebabkan agama islam dalam ajarannya senantiasa berkembang dan disebarluaskan kepada masyarakat.⁵ Terutama kepada masyarakat di kehidupan globalisasi.

Aktivitas dakwah di era digital ini telah banyak menggunakan media penunjang yang efektif, efisien dan memudahkan penggunaanya untuk mengakses halaman dakwah yang mudah ditemui diberbagai *platform*. Salah satunya Jaringan internet, saat ini mampu menghadirkan berbagai macam konten teknologi media massa. Diantaranya adalah situs dan aplikasi berbasis audio visual seperti YouTube yang dapat dijadikan media untuk memberikan kemudahan dalam berdakwah di era digitalisasi.

⁵ Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 17.

Perkembangan era digitalisasi ini di manfaatkan oleh pondok pesantren Lirboyo Kediri yang memiliki beberapa badan otonom, salah satunya Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM). LIM merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang keagamaan dan dakwah. Selain dakwah secara langsung, LIM juga berdakwah menggunakan media sosial melalui empat *platform*, yaitu Facebook, Instagram, Twitter dan YouTube. Dalam prosesnya, LIM mengkoordinir dakwah digital dengan mengemas ajaran-ajaran khas pesantren menjadi konten dakwah yang mudah, ringan hingga momentum permasalahan yang sedang dialami.

Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) salah satu cara mengoptimalkan dakwahnya melalui YouTube yang bernama @LIMProduction. YouTube menjadi pilihan menarik karena dapat membagikan video dengan kualitas yang baik. @LIMProduction sendiri sudah memiliki 69 ribu *subscriber*. @LIMProduction mempunyai beberapa *playlist* salah satunya tentang fiqih wanita. Dalam deskripsi *playlist* fiqih wanita ini dijelaskan bahwasannya terdapat beberapa persoalan fiqih yang hanya dialami oleh wanita seperti dalam urusan bersuci, wanita bisa mengalami haid, istihadhah dan nifas.⁶ Yang sudah membahas tentang Haid sebanyak 6 episode, Istihadhah sebanyak 5 episode dan Nifas sebanyak 3 episode.

Ning Sheila Hasina Zamzami merupakan seorang da'iyah yang aktif diberbagai *platform* media. Dikenal sebagai sosok *influencer*

⁶ YouTube LIM Production, <https://youtube.com/@limproduction>, diakses pada tanggal 16 November 2023.

pesantren dari kalangan perempuan. Dikatakan *influencer* karena memiliki kemampuan dalam *public speaking*, pandai bermusyawarah, membuat konten video dan berdakwah. Dalam menyampaikan pendapat atau gagasan serta pesan dakwahnya mudah untuk dipahami dan diterima khalayak umum, meskipun kajian yang disampaikan terbilang rumit seperti hukum darah pada wanita.

Fiqih merupakan ilmu tentang hukum-hukum syara' yang bersifat praktis yang diperoleh dari dalil-dalil yang terperinci. Fiqih dikembangkan sebagai bidang ilmu dan keahlian khususnya dalam dunia pendidikan islam. Oleh karena itu, fiqih perlu dipelajari dan dikembangkan, supaya keadilan dan tata tertib hidup dapat dipelihara dengan semestinya, perlu adanya peraturan, hukum, dan undang-undang yang dapat dilaksanakan dengan sempurna.

Wanita dan laki-laki adalah pribadi yang memiliki karakteristik berbeda baik secara mental maupun fisik. Wanita mengalami beberapa siklus yang tidak di alami kaum laki-laki, seperti menstruasi, melahirkan dan menyusui yang menjadi keistimewaan wanita.⁷ Akan tetapi walaupun memiliki keistimewaan yang luar biasa seorang wanita juga memiliki batasan-batasan dalam banyak hal juga, seperti halnya dalam ibadah dan kehidupan sehari-hari apalagi dalam hal ibadah.

Dalam Islam, wanita yang telah mengalami menstruasi di kategorikan sebagai orang yang sudah baligh. Maka dalam hal ini, wanita

⁷ Lahaji, Sulaiman Ibrahim. "Fiqih Perempuan Keindonesiaan", Jurnal Al-Bayyinah, VOL. 3, No. 1, 2019, hal. 4.

yang telah baligh sudah semestinya mengetahui hukum-hukum syara' yang dibebankan kepada dirinya dalam setiap perbuatan, seperti wajib, sunnah, haram, makruh, dan mubah. Untuk itu, wanita perlu memahami dan mengetahui akan ilmu fiqh pada umumnya dan ilmu fiqh wanita pada khususnya. Karena dalam ilmu fiqh wanita terdapat penjelasan mengenai hukum-hukum yang dikecualikan bagi wanita, seperti hukum shalat bagi wanita yang sedang haid, istihadhah, nifas harus bagaimana dan lain sebagainya.

Mempelajari ilmu fiqh akan bermanfaat dalam memberi pemahaman tentang berbagai aturan secara mendalam, seperti mengetahui cara bersuci, shalat, zakat, puasa dan lain sebagainya. Selain itu juga berguna sebagai acuan untuk bersikap dalam menjalani kehidupan. Kemudian dengan mengetahui dan memahami ilmu fiqh, seseorang akan berusaha untuk bersikap dan bertindak laku menuju yang diridhoi Allah SWT, karena tujuan akhir ilmu fiqh ini adalah untuk mencapai keridhaan Allah dengan melaksanakan syari'at-Nya.⁸

Berkaitan dengan permasalahan pada zaman sekarang, YouTube @LIMProduction sangat membantu masyarakat karena pada masa sekarang banyak wanita yang masih kurang faham ajaran fiqh yang sesuai dengan kaidah. Seperti halnya pembahasan mengenai darah pada wanita yang haid, istihadhah dan nifas adalah pembahasan yang sering dipertanyakan oleh kaum wanita.

⁸ H.A. Djazuli, *Ilmu Fiqih: Penggalan, Perkembangan, dan Penerapan Hukum Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 31-32.

Dalam penelitian ini peneliti akan lebih berfokus pada pembahasan fiqih wanita tentang istihadhah. Istihadhah merupakan darah yang keluar melebihi batas haid dan melebihi batas nifas. Seperti darah yang kurang dari satu hari satu malam, atau yang melebihi 15 hari dari haid, dan darah yang melebihi 60 hari dari nifas.

Pembahasan ini merupakan salah satu bahasan tersulit dalam masalah fiqih, sehingga banyak yang keliru dalam memahaminya. Bahkan meski pembahasannya telah berulang-ulang kali disampaikan, masih banyak wanita muslim yang belum memahami kaidah dan perbedaan dari ketiga darah ini. Mungkin ini dikarenakan darah tersebut keluar dari jalur yang sama namun pada setiap wanita tentulah keadannya tidak selalu sama dan berbeda pula hukumnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis akan meneliti tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh Ning Sheila Hasina Zamzami pada channel YouTube LIM Production di *playlist* fiqih wanita tentang istihadhah, dengan menggunakan strategi dakwah Muhammad Abu Fatah Al-Bayanuni yang memiliki tiga metode, yaitu Sentimentil, Rasional, dan Indrawi. Maka dari itu, penulis memberi judul **“Strategi Dakwah Ning Sheila Hasina Zamzami Dalam Mengkaji Fiqih Wanita Tentang Istihadhah Melalui YouTube LIM Production.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Strategi Dakwah Ning Sheila Hasina Zamzami dalam Mengkaji Fiqih Wanita Tentang Istihadhah melalui YouTube LIM Production?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui Strategi Dakwah Ning Sheila Hasina Zamzami dalam Mengkaji Fiqih Wanita Tentang Istihadhah melalui YouTube LIM Production.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan informasi yang jelas tentang Strategi Dakwah Ning Sheila Hasina Zamzami Dalam Mengkaji Fiqih Wanita Tentang Istihadhah.
 - b. Memberikan referensi tentang peran penggunaan media sosial YouTube dikalangan remaja dan juga dalam penyebaran ajaran agama islam.
 - c. Memberikan dan memperkaya wawasan serta khazanah keilmuan para pembaca serta dijadikan rujukan bagi para peneliti lain yang akan meneliti dengan tema yang terkait.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi institusi

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan, perbandingan serta referensi dalam membuat karya ilmiah pada judul penelitian yang hampir sama, serta bermanfaat bagi seluruh yang membaca penelitian ini.

b. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini menambah dan memperkaya wawasan berpikir keilmuan dibidang strategi dakwah, media dakwah dan ilmu komunikasi.

