

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Konseptual

1. Pengertian Dakwah

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan tanpa unsur paksaan.

Secara etimologi dakwah ialah mengajak dan meraih. Dakwah berasal dari akar kata *da'a, yad'u. da'wah*. Seperti buwa *minni da'wat al-rajul* yang artinya dia berupaya untuk meraihkku. Sedangkan pelakunya disebut dengan *da'i* yaitu orang yang mengajak kepada agamanya atau madhabnya. Dalam pengertian lain *da'wah* diartikan juga dengan ibadah, ajakan, permohonan (*al-istighathah*) permintaan dan *'azab* (Firdaus, 2019)

Secara terminologi, definisi mengenai dakwah telah banyak dibuat para ahli, dimana masing-masing definisi tersebut saling melengkapi. Walaupun berbeda susunan redaksinya, namun maksud dan makna hakikinya sama. Beberapa definisi dakwah menurut para ahli, diantaranya:

- a. Abu Bakar Zakaria mengatakan dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengalaman agama Islam untuk mendirikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal – hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan. (Riandita, 2012)
- b. Syaikh Ali Makhfuz, mengatakan dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat

Jadi yang dimaksud dengan pesan dakwah adalah suatu yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana tanpa adanya suatu paksaan yang bersumber pada Al – Quran dan Sunnah agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dari beberapa pengertian dakwah tersebut di atas, dapat di pahami bahwa pada prinsipnya dakwah merupakan upaya mengajak, menganjurkan, atau menyerukan manusia agar mau menerima kebaikan dan petunjuk yang termuat dalam Islam. Dakwah dalam pembahasan skripsi ini yaitu mengajak manusia untuk berbuat baik dengan menggunakan sebuah media yaitu film web series artinya pesan yang disampaikan dalam film

tersebut merupakan ajakan untuk kebaikan baik itu bentuk teks gambar atau audio dalam film. untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam film tersebut bisa melalui cerita atau pesan, actor yang berperan artinya pesan yang disampaikan dalam film tersebut tidak seperti penceramah tetapi di setiap adegan atau percakapan dalam film tersebut bisa mengandung pesan dakwah.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (objek dakwah), maddah (materi dakwah), thariqah (metode dakwah), wasilah (media dakwah), atsar (efek dakwah). (Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah.

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum *Da'i* juga disebut dengan sebutan mubalig (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Namun, sebutan ini memiliki konotasi sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan saja. Seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya.

Pada dasarnya tugas pokok seorang *Da''i* adalah meneruskan tugas Nabi Muhammad SAW yakni menyampikan ajaran-ajaran Allah seperti termuat dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasullullah. Berkenaan dengan kepribadian *Da''i*, Asmuni Syukir membedakannya menjadi dua bagian, yakni kepribadian yang bersifat rohaniah dan jasmaniah. Kepribadian rohaniah *Da''i* meliputi sifat dan sikap yang harus dimiliki. Sifat-sifat itu adalah:

- 1) Iman dan takwa kepada Allah SWT
- 2) Tulus dan ikhlas serta tidak mementingkan kepentingan diri pribadi.
- 3) Ramah dan penuh pengertian
- 4) Tawadlu' (rendah diri)
- 5) Sederhana dan jujur
- 6) Tidak memiliki sifat egoisme
- 7) Antusiasme (semangat)
- 8) Sabar dan tawakkal
- 9) Memiliki jiwa toleran
- 10) Terbuka (demokratis)

Syarat-syarat di atas secara keseluruhan apabila diperhatikan dan dimiliki serta dilaksanakan oleh seorang *da'i* maka proses dakwah yang dilakukannya tidak akan menemui kesulitan dan menjadi sia-sia.

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah baik sebagai individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam, maupun tidak atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Menurut Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi 3 golongan, yaitu:

- 1) Golongan cendikiawan yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis dan mendalam, cepat menangkap persoalan.
- 2) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dengan golongan diatas, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalam. (Manajemen Dakwah)

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Maddah adalah masalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i pada *mad'u* atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah (Al-Qur'an) maupun Sunnah Rasul-Nya. (Amin, 2009)

d. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, memerlukan metode atau strategi menuju pada sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dengan mengetahui metode dakwah, penyampaian dakwah dapat mengenai sasaran, dan dakwah dapat diterima oleh mad'u dengan mudah karena penggunaan metode yang tepat sasaran.

Seorang *da'i* dalam menentukan metode dakwahnya sangat memerlukan pengetahuan dan kecakapan di bidang metodologi. Selain itu, pola berpikir dengan pendekatan sistem, dimana dakwah memerlukan suatu sistem, dan metodologi merupakan salah satu dimensinya, maka metodologi mempunyai peranan dan kedudukan yang sejajar dan sederajat dengan unsur-unsur lainnya seperti tujuan dakwah, objek dakwah, subjek dakwah maupun kelengkapan dakwah lainnya. Dengan menguasai metode dakwah, maka pesan-pesan dakwah yang disampaikan seorang da'i kepada mad'u sebagai penerima atau objek dakwah akan mudah dicerna dan diterima dengan baik. (Amin, Imu Dakwah , 2009)

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan, cara). Dengan demikian, kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode

berasal dari bahasa Jerman *methodicay* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa Arab disebut thariq. Metode berarti cara yang telah diatur melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.

Metode menurut Anton Bakker adalah cara bertindak menurut sistem aturan tertentu. (Baiti, 2015) Sedangkan didalam suatu penelitian kata metode diartikan sebagai kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek dan objek penelitian, sebagai upaya menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. (Ruslan, 2017)

Dari beberapa defenisi di atas maka kaitannya dengan dakwah adalah tentang bagaimana cara menyampaikan pesan dakwah yang sudah disiapkan sebelumnya dengan matang, agar terlaksananya dakwah ini tidak sekedar hanya pelaksanaan dakwah semata. Pelaksanaan dakwah dimaksudkan haruslah menggunakan metode yang tepat, dimana metode merupakan cara-cara yang dapat dilakukan seorang da'i kepada mad'u dengan mengacu pada perintah Allah dan Rasul-Nya.

e. **Wasilah (Media Dakwah)**

Media berasal dari Bahasa Latin median yang merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti perantara. Media merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan

pesannya kepada penerima. Saluran bisa merujuk pada cara penyajian pesan, apakah langsung tatap muka, media cetak (surat kabar, majalah), atau media elektronik. Semua itu dapat dikategorikan sebagai bagian dari saluran/media. dengan demikian ialah wahana atau alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

Media-media yang bisa dipakai pada aktivitas dakwah diantaranya media tradisional, pengeras suara, media broadcasting, Infocus, media audio visual ataupun media elektronik lainnya. Media modern ini dipakai selayaknya ketika kita melakukan kegiatan dakwah supaya bisa diterima langsung secara publik dan komprehensif.

Berikut terdapat beberapa jenis media komunikasi yang bisa dipakai dalam aktivitas tabligh diantaranya :

- 1) Media visual dijadikan sebagai alat komunikasi dan dipergunakan untuk memfungsikan indra penglihatan agar kita bisa menangkap sebuah data. Media visual bisa dilaksanakan melewati film, overhead proyektor OHP, slide maupun gambar foto diam.
- 2) Media auditif merupakan suatu alat komunikasi yang dipergunakan untuk memfungsikan bagian dari Indra pendengar serta bisa memberikan jangkauan terhadap target yang menjadi objek tabligh berdasarkan jarak jauh.

Misalnya seperti media radio, telepon, ataupun tape recorder.

- 3) Media audio visual merupakan alat komunikasi yang sudah satu perangkat dan bisa dijangkau berdasarkan indra penglihatan maupun pendengaran. Media kali ini dapat dicontohkan seperti televisi, film ataupun internet.
- 4) Media cetak yaitu alat komunikasi yang dijadikan sebagai media pelaksanaan melewati sebuah karya tulisan Misalnya saja dapat diaplikasikan melalui surat kabar, buku, buletin, koran ataupun majalah.
- 5) Media sosial merupakan suatu media yang dapat dilakukan sebuah sosialisasi antara individu dengan individu lain yang dilaksanakan berdasarkan online dan dapat memberikan kemungkinan manusia untuk bisa tetap melakukan interaksi tanpa dibatasi ruang serta waktu.

3. Bentuk-Bentuk Dakwah

a. Dakwah *bil lisan*

Dakwah *bil hal* adalah dakwah yang diberikan oleh seseorang melalui amal perbuatan yang nyata. Metode dakwah ini merupakan cara penyampaian pesan dakwah melalui lisan, seperti ceramah atau komunikasi langsung antara *da'i* dan *mad'u*. Dakwah seperti ini akan menjadi efektif apabila dipakai dalam acara-acara pengajian, dalam

khutbah Jumat atau khutbah hari Raya. Dan kajian yang disampaikan menyangkut ibadah praktis, konteks sajian terprogram, dengan metode dialog berserta hadirin atau ceramah satu arah.

b. Dakwah *bil hal*

Dakwah *bil hal* merupakan sebuah bentuk metode dakwah melalui perbuatan nyata dan perilaku konkrit yang dilakukan *da'i*, dalam menyampaikan dakwahnya. Dakwah *bil hal* yakni kegiatan dakwah yang mengutamakan kemampuan kreativitas perilaku *da'i* secara luas atau yang dikenal dengan *action, approach* atau perbuatan nyata.

c. Dakwah *bil qalam*

Dakwah *bil qalam* merupakan penyampaian pesan dakwah menggunakan media tulisan, diantaranya: buku, majalah, surat kabar, risalah, buletin, brosur, dan lainnya. Dalam memanfaatkan media ini, hendaknya ia ditampilkan dalam bahasa yang lancar, mudah dipahami dan menarik minat publik, baik kalangan awam maupun terpelajar.

4. Pesan Sebagai Unsur Dakwah

Termasuk kedalam pesan dakwah ialah diantaranya unsur seseorang *da'i* menyampaikan komponen-komponen yang terdapat dalam kegiatan dakwah dengan karakteristik pesan dakwah yang orisinal dari Allah SWT. yaitu mudah, lengkap, seimbang, umum, masuk akal, dan membawa.

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah dalam ilmu komunikasi adalah message ialah simbol-simbol. Secara bahasa, pesan dakwah disebut *maudu al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan salah paham sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah hanya untuk menjelaskan isi dakwah, seperti kata, gambar, lukisan untuk memberikan penjelasan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah, sedangkan dakwah melalui tulisan yang menjadi pesan dakwah adalah tulisannya, dakwah melalui lisan menjadikan pesan dakwah ucapannya, dan dakwah melalui tindakan yang pesan dakwah perbuatan baik.

Pada prinsipnya pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Quran dan Hadis. Oleh karena itu, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Quran dan Hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral dengan mengutip ayat Al-Quran. Akan tetapi hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsu semata tidak termasuk dalam pesan dakwah. Abdullah, Ilmu Dakwah : Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah. Pesan dakwah dapat didefinisikan sebagai pesan-pesan yang berisi dorongan kepada manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk agama. Pesan dakwah juga

merupakan pesan yang berupa perbuatan baik serta melarang perbuatan munkar.

2. Sumber Pesan Dakwah

Penyampaian pesan komunikasi dakwah keagamaan pada beragam susunan komunikasi maupun model komunikasi supaya individu lain yang dijadikan sebagai target dakwah bisa terpanggil dan memiliki keutamaan islam serta ajaran pada dunia sekarang ini. Antara tatanan komunikasi yang bisa diaplikasikan terhadap dakwah, diantaranya tatanan komunikasi antar Pribadi, kelompok serta publik.

Kesimpulan diantara komunikasi serta dakwah ialah ikatan yang cukup erat, setelah diingat dakwah adalah penyatuan bersama manusia dengan kerangka yang bisa memberikan bentuk sebuah komunitas maupun masyarakat.

Kitab konstitusi yang merupakan Al-Quran sebagai dakwah yang sudah sering menghadirkan informasi mengenai bagaimana dakwah secara baik, bersama langkah-langkah yang dapat menyentuh mad'unya. Pada komunikasi al-quran memberikan pelajaran tentang sebuah pesan yang seharusnya disusun sedemikian macam hingga bisa menjangkau relung pendengarnta. Pada Al-Quran adaya ayat-ayat al-Quran yang memakai ungkapan yang mendekat bersama definisi komunikasi, al-Quran bisa memberikan penjelasan bahwa keutamaan pesan yang tersampaikan dari komunikator dakwah. Mengenalkan al-quran atas kata qaulan pada banyak

ayat yang diartikan sebagai pembicaraan yang mempunyai klasifikasi sebagai prinsip, kaidah maupun etika pada komunikasi islam.

3. Katagorisasi Bentuk Pesan Dakwah

Sarana untuk menyampaikan pesan dakwah adalah melalui media dakwah. Berikut adanya bagian-bagian jenis media komunikasi yang bisa dipakai pada aktivitas dakwah diantaranya :

a. Persuasif

Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan mengubah pandangan, sikap, dan perilaku mereka secara sukarela. Sebagaimana dijelaskan oleh Little Joan, pesan persuasif berupaya secara sadar memengaruhi pemikiran dan tindakan dengan memanfaatkan motif penerima untuk mencapai tujuan yang diinginkan. "Manipulasi" dalam konteks ini bukan sekadar menambah atau mengurangi fakta, tetapi lebih kepada penggunaan faktor-faktor yang relevan dengan motif audiens sasaran untuk mendorong mereka mengikuti maksud pesan.

b. Informatif

Komunikasi informatif adalah kegiatan penyampaian pesan dari satu individu ke individu lain dengan tujuan memberikan informasi. Dalam komunikasi ini, komunikator tidak berfokus pada efek spesifik apa yang akan diterima komunikan. Esensi komunikasi informatif

adalah agar komunikan mendapatkan pengetahuan. Meskipun pada akhirnya mungkin timbul efek positif atau negatif, komunikator tidak mempersoalkannya, meskipun idealnya efek yang diharapkan adalah yang positif.

4. Isi Pesan Dakwah

Pesan dalam Islam ialah nasehat, permintaan, amanah yang harus disampaikan kepada orang lain. Sedangkan pesan dakwah adalah semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah baik secara tertulis maupun bentuk pesan-pesan. (Tasmaran, 1987) Pesan dakwah itu dapat dibedakan dalam dua kerangka besar yaitu,

- a. Pesan Dakwah yang memuat hubungan manusia dengan khalik (hablum minallah) yang berorientasi kepada kesalehan individu.
- b. Pesan dakwah yang memuat hubungan manusia dengan manusia (hablum minannas) yang akan menciptakan kesalehan sosial.

Pesan sendiri adalah salah satu unsur penting dalam komunikasi. Isi pesan merupakan inti dari aktivitas komunikasi khususnya dakwah yang dilakukan, karena isi pesan itulah yang menjadi ide atau gagasan komunikator yang dikomunikasikan kepada komunikan. Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah berpendapat bahwa pesan dakwah merupakan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Jadi jika dakwah melalui tulisan, maka yang ditulis itulah pesan

dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan adalah dakwah, begitu juga jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum. (KBBI, 2018)

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Wikipedia, 2018) Media sosial ialah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti twittwer, facebook, blog, forsquare, dan lainnya.

Berikut beberapa pengertian media sosial menurut beberapa ahli menurut Mandibergh media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang mengasikkan konten. Sedangkn menurut Shirky media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna

untuk berbagi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka instusional maupun organisasi.

Dari pengertian-pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa mediasosial adalah media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu.

2. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial adalah hal yang melekat pada manusia modern. Media sosial memiliki beberapa jenis, sesuai dengan fitur-fitur yang berada di dalamnya. Berikut adalah jenis-jenis media sosial,

1) Aplikasi media jejaring sosial

Jejaring sosial membantu penggunaanya terhubung dengan satu sama lain dengan berbagai cara. Jejaring sosial memungkinkan penggunaanya saling berkomunikasi, bertukar informasi, gambar, audio, dan juga video. Contoh jejaring sosial adalah Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok, dan Telegram.

2) Aplikasi media *sharing network*

Media sharing networks adalah jenis social media yang memungkinkan penggunaanya saling berbagi hal yang berbagi visual seperti foto dan juga multimedia video. Media sosial yang

kontennya berfokus pada video adalah Youtube. Contoh lain media sharing network adalah Instagram, TikTok, dan Snapchat.

3) . **Aplikasi media forum diskusi**

Forum diskusi adalah salah satu jenis media sosial yang paling awal dikembangkan. Dalam forum diskusi, penggunanya dapat berdiskusi tentang hal apa saja yang mereka minati. Di mana terdapat tanya jawab, saling berbagi ide, dan juga berita. Contoh media sosial jenis forum diskusi adalah Reddit, Digg, Quora, Joomla, dan Kaskus.

4) **Aplikasi media *live streaming***

Live streaming adalah jenis media sosial di mana penggunanya melakukan siaran video secara langsung tanpa direkam ataupun diedit terlebih dahulu. Adapun, penonton live streaming dapat berinteraksi dengan penyedia konten. Contoh media sosial live streaming adalah YouTube Live, Facebook Live, Instagram Live, TikTok Live

3. **Youtube Sebagai Media**

Terdapatnya new media dapat memberikan pengaruh pada pola komunikasi para Da'I yang mulanya memakai media konvensional diantaranya, berbentuk ceramah langsung ataupun tak langsung, seperti pemakaian media cetak, radio, hingga terdapatnya pergeseran pada televisi dan sekarang memasuki babak serba digital.

Digitalisasi media dapat mengakibatkan seringnya muncul platform media social yang bersedia menghadirkan beragam fitur pada penyajian konten-konten yang diciptakan dari user pada beragam kebutuhan, misalnya twiter, Instagram, facebook, Tiktok, dan YouTube.

Berdasarkan laporan *We Are Social* pada Januari tahun 2019, terdapat 16 aplikasi media sosial yang mempunyai pengguna aktif terbanyak di Indonesia. Aplikasi yang menempati posisi pertama adalah Youtube.

Youtube adalah media baru yang kontennya diciptakan oleh pengguna media itu sendiri. Situs YouTube menyediakan video digital yang memungkinkan pengguna untuk melihat, mengunggah dan membagikan video, baik itu video musik, klip dari acara televisi, iklan, serta video yang dibuat sendiri oleh pengguna dengan bebas.

4. Dakwah Media Sosial

Dakwah di media sosial merupakan usaha penyampaian maupun penyebarluasan (*transmisi*) pada pembelajaran islam melewati media masa maupun media mimbar dengan target orang-orang yang mencakup jumlah yang banyak maupun khalayak publik lainnya yang dijangkau secara online.

D. Media Sosial Youtube Sebagai Media Dakwah

1. Media Dakwah

Berdasarkan tekstual pada ajaran al-Quram serta hadist belum ditemukan ayta maupun hadist yang menceritakan tentang media dakwah,

akan tetapi, media dakwah memiliki ketetapan menjadi salahsatu komponen utama agar menggapai tujuan dakwah.

Berdasarkan filosofi, media dakwah tak bisa terbagikan atas pribadi juru dakwah serta unsur lainnya. Jika diantaranya tak memberikan dukungan, maka dari itu aktivitas dakwah tak akan dilaksanakan maupun dipahami atas penyelenggaraan dakwah itu sendiri. Mahirnya seorang juru dakwah pada pemilihan media yang benar serta mendukung aktivitasnya secara baik. Media apapun bisa di pakai pada penggunaan sebagai alat agar dakwah selama media ini dianggap baik, efesien dan efektif serta tak mengganggu umat muslim lainnya, khususnya seseorang dengan agama lain.

Suatu Prinsip media dakwah ialah beragam alat, sarana yang bisa dipakai agar pengembangan dakwah islam terukur melalui kultur masyarakat yang tradisional, klasikm hingga modern. Misalnya seperti, panggung, mimbar, media cetak ataupun elektronik, pranata social, Lembaga, organisasi, karya seni, kebudayaan, ataupun wisata, dan ragam lainnya.

2. Youtube Sebagai Media Dakwah

Sebagaimana media-media lainnya, sasaran dari Youtube adalah khalayak atau publik. Dalam perkembangannya, sekarang ini Youtube sudah sangat memasyarakat. Bahkan dibanding televisi, masyarakat lebih memilih beralih ke Youtube dalam mencari hiburan dan informasi.

Di sisi lain, dakwah juga memiliki sasaran yakni khalayak atau publik sebagaimana sasaran Youtube. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, metode dakwah pun mengalami perubahan dan semakin maju, tanpa menghilangkan esensi dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional dalam arti melalui pengajian- pengajian dan ceramah-ceramah di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah di era sekarang ini sudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah media Youtube.

3. Sejarah Youtube

Pada era globalisasi saat ini banyak kalangan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, baik untuk mencari informasi maupun mendapatkan informasi. Salah satu media sosial yang populer dan sering digunakan adalah Youtube. (Nasrullah, 2016) Platform berbagi video, Youtube, setahun yang lalu, mencatat jumlah penonton bulanan terdaftarnya (logged-in monthly users) sudah menembus 2 miliar. Angka ini naik sekitar 5% dari jumlah penonton bulanan di tahun 2018 yang tercatat di angka 1,8 miliar. Hal itu disampaikan oleh CEO Youtube, Susan Wojcicki saat memberikan presentasi di acara tahunan Brandcast Youtube ke para pengiklan di New York City, AS. Jumlah penonton ini belum

termasuk para pengguna internet lain yang kerap menonton video Youtube tapi tidak memiliki akun. 3Bill Clinton, “Penonton Bulanan Youtube Tembus Angka 2 Miliar”,

YouTube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari [Sequoia Capital](#) antara November 2005 dan April 2006 yang didirikan oleh [Chad Hurley](#), [Steve Chen](#), dan [Jawed Karim](#).

Kantor pertama YouTube terletak di atas sebuah restoran Jepang dan pizzeria di [San Mateo](#), California yang aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya. Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari. Kebanyakan pemakai Youtube diketahui ialah anak muda hingga tua.

E. Content Analysis W

Seperti yang utarakan oleh Holsti bahwa analisis isi kualitatif sering digunakan sebagai pendeskripsian sebuah karakter atas sebuah pesan. (Eriyanto, 2013:32) Harold D. Lasswell Sebagai penggagas analisis isi yang pendapatnya menjelaskan bahwa Teknik symbol coding yakni sebagai pencatatan pesan maupun lambing yang susunannya sudah tersistem, yang selanjutnya dihadirkan sebuah interpretasi.

Penelitian ini menjadikan sebuah metode paling atas pada ilmu komunikasi. Analisa yang menjelaskan isi media, seperti halnya, buku, surat kabar, tv maupun radio dan film yang memakai analisis isi. Melalui analisis tersebut Peneliti bisa mendapatkan pelajaran deskripsi isi, karakteristik pesan serta perkembangannya (*term*).

Metode yang dipakai dilakukan secara tersusun, kualitatif dan objektif bersama isi yang sebenarnya. Tersusun atau tersistematika diartikan sebagai semua upaya agar menguraikan serta melakukan rumusan sesuatu yang berarti utuh, terpadu, menyeluruh, dan memiliki kemampuan untuk memaparkan rangkaian sebab akibat yang berhubungan dengan objeknya. Secara objektif artinya usaha-saha agar memperoleh sifat alamiah (dan teridentifikasi) suatu objek yang tengah dilakukan penelitian serta dipelajari bersama dengan langkah-langkah yang mendapatkan perolehan dan tak bergantung atas fasilitas apapun atas subjek yang tengah diselidiki.

Lasswell sebagai pelopor analisis isi memperkenalkan teknik pengkodean simbol, yakni mencatat lambang atau pesan yang disusun secara sistematis, lalu kemudian diberi interpretasi. Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis isi digunakan oleh peneliti yang ingin memperoleh penjelasan yang terkandung suatu isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk tanda-tanda, simbol-simbol, lambang-lambang atau kriteria-kriteria tertentu lainnya.

Analisis isi ialah penelitian yang sifatnya memberikan bahasan secara dalam pada isi sebuah Informasi yang didalamnya tertuang sebuah media massa (analisis isi objeknya dikhususkan pada media massa). Seluruh objek yang akan diteliti dapat dipetakan pada bentukan lambing ataupun tulisan yang selanjutya diberikan pada bentuk interpretasi secara satu-satu. Namun, pada media yang memiliki sifat audio tetap perlu mendengarkan, bersama ketetapan yang mestinya menulis kembali. Begitupun bersama media -media visual. Hal tersebut bertujuan agar pengetahuan seluruh karakter tersampaikan. Analisis isi ialah sebuah Teknik penelitian yang berupaya untuk menciptakan inferensi-inferensi yang bisa dilakukan peniruan (*replicable*) serta data yang valid kemudian memperhatikan konteknya. Penelitian kualitatif yang menggunakan analisis isi di pergunakan sebagai memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan teks maupun isi kandungan komunikasi yang bersifat nyata (*manifest*), bahkan anallisis isi menurut Laswell akan seputar mengenai “what”

F. Analisis Wacana

Menurut Ardianto dalam konteks Ilmu Komunikasi, analisis wacana dipahami sebagai studi tentang rangkaian kalimat dan ucapan, baik tertulis maupun lisan, yang disampaikan oleh seseorang. Kajian ini dalam ilmu komunikasi umumnya berfokus pada ranah interpersonal, meskipun wacana juga dapat dibangun melalui interaksi interpersonal.

Pada sistem komunikasi yang memiliki kebebasan (*libertarian*), wacana merupakan bentukan yang beda dari sistem komunikasi yang terkekang

(otoritarian). Terkhususkan pada dinamika eksternal dan internal yang berkenaan dengan diri seseorang pelaku konstruksi yang mana juga memberikan pengaruh pada aktivitas konstruksi. Hal ini memperlihatkan tentang bagaimana wacana bukan berada pada ruang vakum. Datangnya pengaruh atas keinginan pribadi untuk si pencipta hal yang berkenaan dengan ideologis, idealis serta hal-hal yang memiliki keutamaan eksternal atas public yang dijadikan sebagai target pasar, sponsor dan ragam lainnya.

Penelitian Hamad menyoroti bagaimana wacana muncul melalui proses konstruksi realitas oleh individu. Proses ini dimulai dari realitas awal yang mencakup berbagai aspek, seperti kondisi, pikiran, individu, objek, peristiwa, dan lain-lain. Sistem komunikasi secara umum berperan sebagai indikator yang memengaruhi individu dalam menciptakan wacana. Sistem komunikasi yang menganut kebebasan (libertarian) menghasilkan wacana yang berbeda dengan sistem komunikasi yang terkekang (otoritarian). Perbedaan ini terutama dipengaruhi oleh dinamika internal dan eksternal individu yang terlibat dalam konstruksi wacana, yang pada akhirnya turut memengaruhi proses konstruksi itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa wacana tidak terbentuk dalam ruang hampa, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keinginan pribadi pencipta wacana yang berkaitan dengan ideologi, idealisme, serta faktor eksternal seperti target pasar, sponsor, dan sebagainya.

Dijadikan sebagai media yang bisa mengambil suatu makna atas discourse/Discourse yang sebenarnya analisis wacana dapat digunakan sebagai

“alat pembacaan” serta dijadikan “metode Penelitian”. Seperti halnya analisis wacana dipakai sebagai alat tafsir dalam sebuah cana bersama penggunaan satu maupun lebih atas metode analisis wacana dengan tidak ditujukan sebagai dirinya sendiri, hingga tafsirnya dapat secara subjektif yang dilandasi atas kehendak maupun keinginan pribadi pelaku tafsirnya.

G. Kajian Teoritis

1. Teori Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah pada intinya adalah ajakan kepada kebaikan dan kebenaran yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Lebih rinci, pesan dakwah dapat didefinisikan sebagai:

- 1) Pemberitahuan, kata, atau komunikasi yang mengandung arti segala pernyataan berupa seperangkat lambang bermakna.
(eprints.walisongo.ac.id)
- 2) Segala sesuatu yang menjadi isi dalam pelaksanaan dakwah.
(repository.iainkudus.ac.id)
- 3) Ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan komunikator (da'i) kepada komunikan (mad'u) dengan tujuan mempengaruhi ke

arah sikap yang diinginkan komunikator.

(repository.uinfasbengkulu.ac.id)

b. Unsur-Unsur Pesan Dakwah

Pesan dakwah idealnya mencakup tiga unsur utama (yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah):

- 1) Aqidah (kepercayaan): Ajaran tentang keyakinan kepada Allah, malaikat, kitab-kitab, rasul-rasul, hari akhir, dan qada/qadar.
- 2) Akhlak (moral): Ajaran tentang perilaku dan budi pekerti yang baik.
- 3) Syariah (hukum): Ajaran tentang aturan dan tata cara ibadah serta muamalah (hubungan antar manusia).

c. Metode Penyampaian Pesan Dakwah

Pesan dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara, antara lain:

- 1) Lisan (ceramah, khutbah, dialog)
- 2) Tulisan (buku, artikel, media sosial)
- 3) Perbuatan (contoh teladan yang baik)
- 4) Media (televisi, radio, internet)

d. Tujuan Pesan Dakwah

Tujuan utama pesan dakwah adalah:

- 1) Mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran.
- 2) Meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT.

- 3) Membentuk masyarakat yang berakhlak mulia.
- 4) Mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat

e. Kesimpulan

Pesan dakwah merupakan inti dari kegiatan dakwah, yaitu ajakan kepada kebaikan dan kebenaran yang bersumber dari ajaran Islam. Penyampaian pesan dakwah harus dilakukan dengan cara yang bijaksana dan efektif, dengan memperhatikan unsur-unsur pesan, metode penyampaian, dan teori-teori yang relevan.

2. Teori Harold Lasswell

Teori ini membagi proses komunikasi menjadi lima unsur utama, dan unsur "Says What" secara khusus berkaitan dengan pesan.

"Says What" (Apa yang Dikatakan/Pesan) Unsur ini merujuk pada isi atau materi yang dikomunikasikan oleh pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan). Pesan ini bisa berupa informasi, ide, gagasan, opini, perintah, atau bentuk komunikasi lainnya.

Meskipun Lasswell tidak secara eksplisit merinci karakteristik pesan secara mendalam seperti beberapa teoritikus komunikasi lainnya, kita dapat menyimpulkan beberapa hal penting dari modelnya:

- 1) Tujuan: Pesan selalu memiliki tujuan tertentu, yaitu untuk mempengaruhi penerima dengan cara tertentu (With What Effect). Tujuan ini bisa berupa informatif, persuasif, instruktif, atau hiburan.

- 2) Simbol: Pesan disampaikan melalui simbol-simbol, baik verbal (kata-kata) maupun nonverbal (bahasa tubuh, gambar, suara, dll.).
- 3) Makna: Pesan membawa makna yang perlu diinterpretasikan oleh penerima. Makna ini dipengaruhi oleh konteks, budaya, dan pengalaman penerima.
- 4) Analisis Isi: Lasswell menekankan pentingnya analisis isi (content analysis) untuk memahami pesan secara objektif. Analisis ini dapat mengidentifikasi tema, frekuensi, intensitas, dan arah pesan.

Unsur "*Says What*" dalam teori Lasswell menekankan pentingnya pesan sebagai inti dari proses komunikasi. Pesan harus dirancang dan disampaikan dengan mempertimbangkan tujuan, simbol, makna, dan karakteristik penerima. Meskipun model ini memiliki beberapa keterbatasan, ia tetap menjadi landasan penting dalam studi komunikasi, terutama dalam analisis isi dan pemahaman tentang bagaimana pesan mempengaruhi khalayak.