

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dakwah merupakan perintah Allah Swt. kepada para Nabi dan umat, ini yang termaktub dalam kitab-Nya. Namun, sebelum setiap muslim berdakwah haruslah berbekal pengetahuan terhadap syariat Allah Swt, sehingga dakwah tersebut berdasarkan ilmu. Ilmu dalam dakwah tidak dapat terlepas dari hikmah. Hikmah dalam artian ketepatan dalam perkataan dan perbuatan serta menempatkan sesuatu pada tempatnya. Hikmah sering diartikan dengan perkataan yang lembut, sikap memaafkan dan sopan santun. Disinilah pentingnya memahami isi (pesan) dakwah sehingga dakwah yang disampaikan benar-benar dipahami oleh *mad'u* (penerima pesan dakwah) (Pardianto, 2013:34).

Dakwah ditinjau dari aspek bahasa berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar yang memiliki arti panggilan, seruan atau ajakan. Sedangkan bentuk kata kerja (fi'il) nya berasal dari kata da'a-yad'u-da'watan yang berarti: memanggil, menyeru atau mengajak. Orang yang berdakwah disebut Da'i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan Mad'u (Karim, 2016: 158). Sedangkan menurut istilah dakwah memiliki beberapa definisi sebagaimana berikut ini (Saputra, 2011: 1-3): Pertama, Prof. Toha Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat. Kedua, Syaikh Ali Makhfudz dalam kitab

Hidayatul Mursyidin sebagaimana dikutip oleh Wahidin Saputra memberikan definisi dakwah Islam yaitu mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Selama proses sosialisasi ajaran, dakwah Islam telah melewati perjalanannya selama ratusan tahun. Selama rentang waktu yang cukup lama, penyebaran Islam mengalami perubahan. Dakwah dimulai dari hal yang sangat sederhana dan bersifat normative sampai berkembang sampai saat ini dengan menggunakan beberapa media dalam berdakwah. Sehingga sampai saat ini bisa dilihat, perubahan yang terjadi di masyarakat mampu mewarnai penyampaian pesan agama dengan berbagai cara untuk masuk ke semua lapisan masyarakat (Farihah, 2013:26).

Dakwah harus bersifat dinamis, artinya setiap kegiatan dakwah harus menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi dalam masyarakat. Dakwah harus diformat untuk bisa menghadapi tantangan zaman. Ini berarti bahwa dakwah tidak hanya digunakan untuk memperbaiki dampak kemungkaran akibat perkembangan zaman tetapi juga bisa dijadikan sebagai determinan dalam mengendalikan perkembangan zaman. Ada lima ciri dan esensi perkembangan zaman atau globalisasi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan dakwah, yaitu: terjadinya proses transfer nilai yang intensif dan ekstensif, terjadinya transfer teknologi yang masif dengan berbagai akibatnya, terjadinya mobilitas dan kegiatan umat manusia yang tinggi dan padat, terjadinya kecenderungan budaya global kontemporer yaitu kehidupan yang

materialistis, hedonistik, maupun pengingkaran terhadap nilai-nilai agama, terjadinya krisis sosok keteladanan bagi bangsa kerana figur-figur kurang amanah.

Sadar ataupun tidak, umat manusia telah dihadapkan pada pilihan-pilihan di era teknologi informasi sekarang. Pada satu sisi pilihan itu akan memberikan pengaruh dan manfaat bagi kehidupan dirinya. Dakwah yang selama ini dilakukan dengan metode pendekatan ceramah atau tabligh sudah saatnya diubah dengan menggunakan pendekatan-pendekatan dan strategi dakwah yang lebih substantaif (bersifat langsung pada inti persoalan), efektif, objektif, aktual dan faktual namun bukan berarti metode pendekatan ceramah sudah tidak berperan lagi.

Perkembangan teknologi disebabkan karena adanya globalisasi yang dapat mengikat umat manusia ke dalam lingkaran yang tak terbatas sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa media merupakan kebutuhan utama dalam kehidupan manusia. Globalisasi yang masuk menjadikan dakwah yang dilakukan melalui media tradisional di anggap kuno dan membosankan. Maka, media baru diperlukan untuk meningkatkan kualitas dari dakwah tersebut. Dakwah harus memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan informasi yang bermuatan pesan-pesan dakwah dalam kehidupan manusia agar mampu menghadapi arus globalisasi yang berkembang dengan berbagai macam media baru yang cepat dan efisien.

Media dakwah yang sedang berkembang di masyarakat seperti radio, televisi, internet disebabkan oleh zaman selalu berkembang dari waktu ke waktu. Mau tidak mau pada akhirnya manusia akan dijajah oleh benda-benda teknologi yang seolah-

olah hendak mendirikan sebuah imperium yang absolute dan kemudian membuat aturan-aturan yang harus diikuti oleh seluruh manusia (Kusnawan, 2004: 113).

Saat ini media internet dianggap sebagai salah satu penyebar informasi yang cepat dan akurat sehingga banyak diminati oleh masyarakat. Dengan adanya internet, suatu informasi dapat berpindah dari suatu tempat ke tempat lain dalam waktu yang singkat sehingga media internet sangat efisien dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Internet adalah salah satu media yang selalu mengalami perkembangan dan telah menempati posisi yang kuat di deretan media massa yang telah ada.

Menurut Rulli Nasrullah (2016:11) media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempersentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara vitrual. Jenis-jenis media sosial diantaranya adalah facebook, twitter, instagram dan youtube.

Salah satu platform di media sosial yang saat ini menjadi tempat bertemunya orang-orang dengan minat yang sama, dan menjadi salah satu media sosial yang telah “naik daun” adalah youtube. Menurut data yang telah diakses dalam artikel [cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com) dari total 146 juta pengakses internet di Indonesia terdapat 50 juta pengguna aktif youtube setiap bulannya. Dibandingkan tahun sebelumnya, durasi penggunaan youtube di Indonesia meningkat 155% dan sebesar 75% trafiknya berasal dari seluler (Kustin Ayu Wuragil, “YouTube Jadi Aplikasi Media Paling Populer di Indonesia”, (<https://www.cnnindonesia.com/>, diakses pada tanggal 26 Januari 2019).

Selain itu, berdasarkan riset We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2017, Youtube berhasil menjadi aplikasi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia setelah meninggalkan Facebook yang saat ini berada di posisi kedua. Pada tahun ini, youtube telah diakses setidaknya oleh 100 juta orang yang jumlahnya pada 2020 mendatang diprediksi akan meningkat tujuh kali lipat.

Berdasarkan fakta di atas yang menunjukkan bahwa youtube adalah salah satu platform di media sosial yang paling banyak diakses, YouTube bisa dijadikan peluang bagi para pendakwah untuk semakin kreatif mengatur metode atau siasat dalam menyampaikan nilai-nilai Islam yang memanfaatkan perkembangan teknologi yang tersedia. Melalui media YouTube, dakwah mencakup lebih luas sarannya, hal ini merupakan contoh bahwa media dakwah akan terus berkembang sesuai dengan zaman.

Berbagai konten berbasis video dapat diakses di YouTube, seperti konten musik, film, olahraga, gaya hidup, kecantikan, tutorial dll. Konten musik merupakan konten yang paling sering diakses di YouTube. Dalam konten musik banyak para pengguna YouTube yang mengcover lagu, karena melalui YouTube orang dengan mudah mengekspresikan dirinya dengan berkarya di bidang musik tanpa harus melalui proses rekaman.

Di Indonesia sendiri, cover lagu cukup mencuri perhatian dan banyak diminati oleh khalayak. Hal tersebut terbukti karena video cover lagu masuk ke dalam 5 jenis konten video yang paling populer di Youtube. Entah itu dibawakan dengan alat musik tertentu, beberapa lirik yang diganti dari lagu aslinya, atau aransemen musik yang

diubah dari lagu original-nya (<https://www.gamedia.com/blog/jenis-konten-video-paling-populer-di-youtube/#gref>, diakses pada tanggal 29 Januari 2019).

Cover lagu adalah membawakan sebuah lagu yang berbeda dari versi aslinya, misalkan lagu tersebut dibawakan dengan aransemen yang berbeda atau beberapa lirik yang diganti dari lagu aslinya. Contohnya lagu Despacito karya Luis Fonsi yang dicover menjadi Ayo Mondok oleh Menara Band. Berikut penggalan lirik lagu Despacito versi asli:

Despacito
 Quiero respirar tu cuello despacito
 Deja que te diga cosas al oído
 Para que te acuerdes si no estás conmigo
 Despacito
 Quiero desnudarte a besos despacito
 Firmo en las paredes de tu laberinto
 Y hacer de tu cuerpo todo un manuscrito (sube, sube, sube)
 (Sube, sube)

Berikut penggalan lirik lagu Despacito yang sudah dicover oleh Menara Band menjadi Ayo Mondok:

Ayo mondok!
 Jadi santri minimal hafal juz amma
 Bisa ngomong ceramah empat bahasa
 Biar makin disayang ayah dan bunda
 Ayo mondok!
 Makan teri berasa makan hoka bento
 Ga' bisa nonton tv dengar radio
 Mau buka facebook aja susah banget bro
 (Sukses, sukses sukses,,)

Lagu Despacito merupakan lagu populer dan banyak disukai oleh anak-anak, awalnya lagu tersebut mengandung pesan-pesan yang tidak bermoral, namun setelah dicover oleh Menara Band lagu tersebut menjadi lagu yang mengandung pesan

dakwah. Selain Despacito ada beberapa lagu populer lainnya yang dicover menjadi lagu yang mengandung pesan dakwah seperti lagu Jaran Goyang yang dicover menjadi lagu Baca Qur'an oleh Kery Astina, berikut penggalan lirik lagu Jaran Goyang versi asli:

Apa salah dan dosaku, sayang
Cinta suciku kau buang-buang
Lihat jurus yang kan ku berikan
Jaran goyang, jaran goyang

Sayang, janganlah kau waton serem
Hubungan kita semula adem
Tapi sekarang kecut bagaikan asem
Semar mesem, semar mesem

Jurus yang sangat ampuh, teruji terpercaya
Tanpa anjuran dokter, tanpa harus muter-muter
Cukup siji solusinya, pergi ke mbah dukun saja
Langsung sambat, "Mbah, saya putus cinta"

Kalau tidak berhasil, pakai jurus yang kedua
Semar mesem namanya, jaran goyang jodohnya
Cen rodok ndagel syarate, penting di lakoni wae
Ndang di cubo, mesti kasil terbukti kasiate, gejrottt
Dam dudidam aku padamu, I love you
I can't stop loving you, oh darling
Jaran goyang menunggumu

Berikut penggalan lirik Jaran Goyang yang dicover oleh Kery Astina

Silahkan saja dicoba sayang
kalo mau pake jaran goyang
karna ku sudah punya penangkal
baca Quran, baca Quran

Kamu mau pake semar mesem?
Supaya aku jadi kesemsem?
Aku tiap malam tak kan merem
Sholat malem sholat malem

Penangkal yang memang ampuh
Memang sudah terpercaya
Tanpa harus ke dokter
tak perlu ke orang pintar

Cukup satu solusinya
Pergi ke masjid terdekat
Langsung sholat
Jangan lupa baca Quran

Selanjutnya terlihat adanya salah satu akun YouTube yang mengcover lagu dengan gaya yang unik, yakni SMVLL. Akun dengan pemilik bernama Deka Al-Gazmi cukup menarik perhatian banyak orang. Berbeda dengan akun yang lain SMVLL mengcover lagu dengan aliran musik reggae sehingga akun tersebut menjadi populer.

Alasan pemilihan SMVLL sebagai objek penelitian ialah karena pemilihan aliran lagu yang SMVLL gunakan berbeda dengan seni musik lainnya yakni reggae. Dalam kurun waktu kurang dari satu tahun SMVLL telah mengunggah 51 video dengan 6 kategori program yang berbeda, antara lain kumpulan lagu cover SMVLL, ganti lirik, lagu sendiri, tentang SMVLL, instrument only dan tutorial SMVLL. SMVLL juga merupakan salah satu akun cover lagu dengan jumlah pengikut yang banyak yakni 1.850.737 subscriber dengan jumlah 62.192.929 kali penayangan.

Hal menarik lainnya dari akun SMVLL adalah adanya beberapa lagu populer yang diganti liriknya sehingga lirik tersebut memiliki pesan dakwah. Salah satunya adalah lagu dari boyband Korea yang bernama Ikon, lagu tersebut berjudul Love

Scenario. SMVLL mengubah lagu tersebut dengan judul Cuma Dunia, berikut beberapa penggalan lirik lagu cover SMVLL yang berjudul Cuma Dunia:

Dan jadi orang gila saat mimpi tak tersampaikan
Dan kau merasa tak adil
Tak bisa dapatkan semua isi dunia
Kau tak perlu lihat awan hitam
Tapi jadikan patokan jiwa
Dan tenanglah pandang dasar bumi
Hingga lapisan terbawah
Nikmat mana lagi yang kini coba dustakan
Dan bila di hitung lagi tak terhingga

Itulah beberapa penggalan lirik dari lagu Cuma Dunia yang mengandung pesan dakwah. Beberapa video yang diunggah SMVLL sudah ada yang mencapai 1 juta penonton. Berdasarkan dari lirik lagu, gaya bahasa, nada lagu, dan cara penyampaian yang menarik dari lagu-lagu cover SMVLL, maka dalam penelitian ini dengan latar belakang yang sudah tertera diatas, sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul **“Dakwah Melalui Media Youtube (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Video Cover Di Akun Youtube SMVLL)”**

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini difokuskan pada pesan dakwah video cover lagu di akun youtube SMVLL. Cover lagu adalah membawakan sebuah lagu yang berbeda dari versi aslinya, misalkan lagu tersebut dibawakan dengan aransemen yang berbeda atau beberapa lirik yang diganti dari lagu aslinya. Peneliti

memilih 5 video cover lagu dengan mengganti lirik dari aslinya, yaitu Cuma Dunia, Santai Kawan Oke, Aku Malu, Teman Sejati dan Humble.

Adapun fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kategori pesan dakwah pada video cover lagu SMVLL?
2. Bagaimana karakteristik pesan dakwah pada video cover lagu SMVLL?
3. Imbauan pesan apa yang ada pada video cover lagu SMVLL?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah:

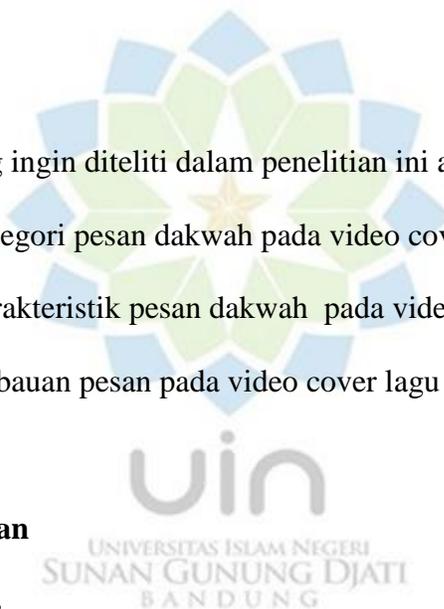
1. Mengetahui kategori pesan dakwah pada video cover lagu SMVLL.
2. Mengetahui karakteristik pesan dakwah pada video cover lagu SMVLL.
3. Mengetahui imbauan pesan pada video cover lagu SMVLL.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi suatu masukan dan tambahan dalam penelitian bagi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Sehingga, penelitian ini sebagai wujud kontribusi pengetahuan dan wawasan bagi penulis maupun para pembaca dalam perkembangan ilmu dakwah. Agar tercapainya tujuan dakwah yang efektif dimasyarakat.

2. Manfaat Teoritis



- a. Sebagai kontribusi dalam perkembangan ilmu dakwah, terutama dakwah melalui media musik.
- b. Sebagai kontribusi kepada para da'i dalam mengembangkan strategi dakwahnya dengan menggunakan lagu atau musik.
- c. Sebagai kontribusi kepada para seniman maupun pecinta musik untuk terus berkarya menciptakan lagu yang berkualitas.

E. Landasan Pemikiran

Landasan penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian, metode penelitian, serta objek penelitian yang serupa.

Diantaranya sebagai berikut:

- 1) **Dimensi Dakwah Melalui Media Instagram (Analisis Isi Videogram pada Akun Instagram @Fuadbakh)**, Velyyana Paraswati, Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2017. Penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti pesan dakwah melalui media sosial. Namun pada penelitian ini media yang digunakan adalah instagram sedangkan peneliti memilih media youtube sebagai objek penelitiannya.
- 2) **Strategi Dakwah Islam Akun Youtube Ibnu The Jenggot dalam Meningkatkan Kesadaran nilai-nilai Islam**, Anggy Masyyta, Komunikasi

dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2018. Penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti video musik melalui media youtube. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut meneliti bagaimana strategi dakwah pada akun Ibnu The Jenggot sedangkan dalam penelitian ini meneliti bagaimana pesan dakwah dalam akun youtube SMVLL.

3) Analisis Pesan Dakwah Hummod Alkhuder dalam Lagu Kun Anta pada

Media Online Youtube, Lailatul Maghfiro, UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018. Persamaan pada penelitian ini adalah dakwah yang dilakukan sama-sama melalui musik lalu media yang digunakan sama-sama menggunakan media youtube. Namun pada penelitian ini aliran musik yang digunakan adalah *Arabic Pop* sedangkan pada akun youtube SMVVL aliran yang digunakan adalah musik reggae.

4) Dakwah Digital Akademisi Dakwah, Enjang Muhaemin, UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2017. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana dakwah *da'i* akademisi dilakukan di jagat maya. Subyek penelitian ini adalah para *da'i* akademisi di Fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Bandung. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan perspektif teori yang digunakan adalah teori interaksi simbolik.

2. Kerangka Teori

Analisis isi (content analysis) digambarkan oleh para ahli sebagai studi ilmiah tentang isi komunikasi. Analisis isi adalah studi tentang isi dengan mengacu pada makna, konteks dan maksud yang terkandung dalam pesan. O.R Holsti mendefinisikan analisis isi sebagai teknik untuk membuat kesimpulan secara sistematis dan objektif dengan cara mengidentifikasi karakteristik khusus suatu pesan (Holsti, 1968: 608).

Penggunaan analisis isi dilakukan jika seorang peneliti ingin memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat juga digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, musik, iklan dan sebagainya (Suhaimi: 2006: 68).

Dalam ilmu komunikasi dakwah, pesan dakwah disebut dengan message, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut dengan maudlu' a-dakwah. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah maaddah ad-dakwah. Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu al-Qur'an dan al-Hadits. Kedua sumber ini yang kemudian melahirkan pesan-pesan dakwah lainnya.

Secara terperinci pesan dakwah diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu pesan utama (al-Qur'an dan al Hadits) dan pesan tambahan atau penunjang yang terdiri dari pendapat para sahabat Nabi Muhammad saw, pendapat para ulama, hasil penelitian ilmiah, kisah dan pengalaman teladan, berita dan peristiwa, karya sastra, dan karya seni. (Moh. Ali Aziz, 2004: 319).

Tema pesan dakwah yang disampaikan pada dasarnya tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Banyak klasifikasi yang diajukan oleh para ulama dalam memetakan Islam. Endang Saifuddin Anshari (1996: 71), membagi pokok-pokok ajaran Islam menjadi (a) akidah, yang meliputi iman kepada Allah Swt., iman kepada para malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada rasul-rasul Allah, iman kepada qadha dan qadar, dan iman kepada hari kiamat; (b) syariah, yang meliputi ibadah dalam arti khusus (thaharah, shalat, shaum, zakat, dan haji) dan mumalah dalam arti luas (al-qanun al-khas/ hukum perdata dan al-qanun al-'am/ hukum publik); dan (c) akhlak, yang meliputi akhlak kepada Allah sebagai khaliq dan kepada sesama makhluk-Nya.

Ulama lain membagi pokok-pokok ajaran Islam dengan mengambil intisari surat al-Fatihah (Moh. Ali Aziz, 2004: 333). Nabi Saw. menyebut surat al-Fatihah sebagai ummu al-kitab (induk al-Qur'an) yang di dalamnya terkandung beberapa tema ajaran Islam, yaitu akidah, syari'ah, dan akhlak. Atau dengan menggunakan bahasa lain, Iman, Islam, dan Ihsan, yang direkam dalam hadits Nabi Saw. yang mengisahkan proses belajar beliau dari malaikat Jibril As.

Terdapat sikap yang variatif yang muncul di kalangan para ulama dalam menanggapi tiga ajaran pokok Islam ini. Sebagian menandang ketiga komponen ini diletakkan secara hierarkis. Artinya, mula-mula seorang muslim harus mengokohkan akidah terlebih dahulu, lalu menjalankan syari'at, kemudian menyempurnakan akhlak. Di lain pihak, ada ulama yang mengatakan bahwa ketiganya diletakkan secara sejajar dengan pelaku yang berbeda. Maksudnya, akidah yang bertempat di akal,

syariat dijalankan oleh anggota tubuh, dan akhlak dimantapkan dalam hati (Moh. Ali Aziz, 2004: 335-336).

Tema pesan dakwah domain akidah perlu didukung oleh logika dan beberapa pembuktian. Oleh sebab itu, sains fisika dan atau metafisika dapat ikut berperan dalam penyampaian pesan dakwah. Sementara untuk domain syari'ah, Abdul Wahhab Khallaf (1990, 22-23) menyebutnya dengan istilah 'amaliyah dan diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu ibadah yang membawahi rukun Islam dan mu'amalah yang meliputi tujuh aspek hukum, antara lain hukum perdata keluarga (ahkam al-ahwal asy-syakhshiyah), hukum perdata ekonomi (al-ahkam al-madaniyyah), hukum pidana (al-ahkam al-jinayah), hukum acara (al-ahkam al-murafa'at), hukum tata negara (al-ahkam ad-dusturiyyah), hukum politik (al-ahkam ad-dauliyyah), dan hukum publik (al-ahkam al-amaliyyah).

Dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut, ada beberapa cara yang harus diperhatikan agar pesan tersebut efektif dicerna oleh penerima pesan, antara lain dirancangan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud, menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti, membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu, dan menyarankan agar suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki. (Abdul Karim Zaidan, 1993: 45)

Agar dakwah semakin mantap menyentuh hati dan meneguhkan keimanan para penerima dakwah, perlu juga diperhatikan beberapa karakteristik yang harus dimuat dalam pesan dakwah yang disampaikan. Terdapat beberapa pendapat mengenai karakteristik pesan dakwah. Moh. Ali Aziz (2004: 342) menjelaskan tujuh karakteristik pesan dakwah, antara lain orisinal dari Allah Swt., mudah, lengkap, seimbang, universal, masuk akal, dan membawa kebaikan.

Menurut Rulli Nasrullah (2016:11) media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempersentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Jenis-jenis media sosial diantaranya adalah facebook, twitter, instagram dan youtube.

Terdapat beberapa kategori imbauan atau seruan yang dirumuskan oleh Jalaluddin Rakhmat (2015: 294) yaitu imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut, imbauan ganjaran dan imbauan motivasional. Imbauan rasional didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan emosional bila imbauan rasional tidak ada. Menggunakan imbauan rasional artinya meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-bukti.

Imbauan emosional merupakan imbauan yang menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunika. Sudah lama diduga bahwa kebanyakan tindakan manusia lebih didasarkan pada emosi daripada sebagai hasil pemikiran. Dengan demikian efek imbauan emosional akan kurang kuat bila

topik yang dibicarakan bukan sesuatu yang baru, artinya komunikate bereaksi berdasarkan kerangka rujukan yang sudah mapan.

Imbauan takut menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam atau meresahkan. Imbauan takut yang tinggi diduga menimbulkan kecemasan yang tinggi sehingga komunikate kurang memperhatikan pesan dan lebih banyak memusatkan perhatian pada kecemasannya sendiri.

Imbauan ganjaran menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikate sesuatu yang mereka perlukan atau yang mereka inginkan. Sedangkan imbauan motivasional menggunakan imbauan motif (*motive appeals*) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Penentuan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2008: 38) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek penelitian skripsi ini dilakukan pada lirik-lirik lagu SMVLL. Dipilihnya lirik-lirik lagu SMVLL ini didasarkan pada pertimbangan bahwa objek penelitian ini mudah didapatkan sehingga memudahkan penulis dalam melakukan pengumpulan data. Selain itu, setelah penulis melakukan pengamatan dan kajian, penulis mengetahui bahwa ada beberapa lirik-lirik lagu SMVLL yang mengandung pesan dakwah.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis isi yang menurut L.J Moleong (2011: 6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Berangkat dari definisi tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa dalam penelitian ini, peneliti langsung berlaku sebagai alat peneliti utama (key instrument) yang melakukan proses penelitian secara langsung dan aktif karya SMVLL.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diambil. Sumber data ini bisa berupa benda, hal atau tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data (Arikunto, 1998: 116). Dalam penelitian ini sumber datanya terbagi kepada:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang berasal dari sumber yang asli atau pertama. (Umi Narimawati, 2008: 98). Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini video yang terdapat pada akun youtube SMVLL yang memiliki durasi sekitar 14 menit.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer (Sugiono, 2008: 402). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain artikel dan data yang relevan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Penelitian ini juga dilengkapi dengan analisis dokumen, yaitu dengan screenshot akun youtube SMVLL mulai dari keseluruhan sampai spesifik pada 5 video yang menjadi representasi dari tema-tema yang pernah dinyanyikan pada akun youtube SMVLL.

5. Analisis Data

Dalam penelitian ini membutuhkan metode analisis kualitatif, yaitu mendeskripsikan teks dan lirik-lirik lagu yang ada pada video cover lagu SMVLL dan mencari pesan yang memiliki nilai dakwah Islam. Ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Mengklasifikasi data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
- 2) Menganalisis data yang diperoleh sesuai dengan rumusan masalah.
- 3) Menafsirkan data yang telah selesai diklasifikasikan.
- 4) Menarik kesimpulan.