

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Aktivitas dakwah telah dilakukan dari zaman Rasulullah saw. Mulai dari dakwah pada diri sendiri yaitu Rasulullah, kemudian disampaikan kepada sahabat, kerabat dan kepada umat, yang kemudian terbentuklah para ulama dari berbagai belahan dunia untuk berdakwah menyebarkan ajaran agama Islam.

Dakwah pada mulanya di pahami sebagai kegiatan ritual ibadah yang biasa dilakukan dilingkungan masjid, dengan berdakwah di mimbar menyampaikan pesan keagamaan. Kemudian kegiatan dakwah mulai berkembang dengan cara lain, seperti disebarakan melalui tulisan seperti buku, majalah, koran, website, dan sebagainya, melalui audio seperti radio, podcast, dan melalui audio visual seperti di televisi, video DVD atau VCD, film.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi yang diperlukan. Apalagi dengan dakwah, fenomena dakwah saat ini harus tetap bisa mengikuti perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, karena dengan demikian akan mudah bagi orang banyak untuk mendapatkan informasi tentang dakwah dan mendengarkan dakwah.

Kehadiran internet sangat bermanfaat dan memudahkan masyarakat untuk melakukan segala urusan dan keperluannya, mulai dari edukasi, informasi dan hiburan. Mengacu pada hasil survei yang dilakukan oleh Data Reportal bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022, angka

ini meningkat 12,6 persen dari tahun 2021. Menurut survei tersebut media sosial yang paling populer di Indonesia, urutan pertama adalah YouTube. Jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta, yang sebanding dengan 50 persen dari total penduduk pada tahun 2022. Urutan kedua adalah Facebook dengan jumlah pengguna mencapai 129,9 juta pada awal tahun 2022. Urutan ketiga ditempati oleh media sosial Instagram yang mencapai 99,15 juta pengguna, dan di urutan ke empat ditempati oleh media sosial TikTok yang mencapai 92,07 juta pengguna pada tahun 2022 (Jemadu & Dicky, 2022).

Media sosial merupakan media dakwah yang banyak dimanfaatkan oleh para *da'i* untuk menyebarkan ajaran agama Islam. Berdakwah melalui media sosial dipandang lebih masuk akal dan mudah untuk menjangkau umat yang luas, dibandingkan dengan format dakwah tradisional yang lebih kompleks mobilitasnya. Maka dari itu, pada *da'i* harus bisa menguasai media sosial untuk berdakwah, terutama untuk merangkul generasi millennial.

Media sosial YouTube merupakan salah satu platform yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat pada umumnya. YouTube didirikan pada tahun 2005, situs web yang menyediakan berbagai macam video populer, baik yang diunggah oleh perusahaan maupun oleh pengguna YouTube itu sendiri. Platform ini menjadi media sosial yang populer saat ini karena menyediakan layanan video terbesar, yang dapat di akses secara gratis oleh siapa pun. Para penggunanya dapat memuat, menonton, dan berbagi video secara gratis.

Kelebihan YouTube dalam berkomunikasi, selain untuk berbagi video juga mempunyai durasi yang cukup panjang untuk menyampaikan informasi. Para

pengguna YouTube atau Youtuber dapat menampilkan videonya dengan cara mereka sendiri untuk menarik perhatian dan minat penonton. YouTube begitu digemari oleh kalangan anak-anak, remaja, orang dewasa bahkan para orang tua sekalipun.

Banyak orang yang tertarik dan beralih profesi menjadi Youtuber dengan membuat konten menarik yang cocok dengan dirinya. Hal itu menunjukkan bahwa perkembangan YouTube sangat pesat dan sangat persuasif di seluruh dunia, salah satunya di Indonesia. Begitupun para *da'i* yang banyak beralih ke dunia maya dan memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Tidak mau ketinggalan, pada *da'i* ini justru hampir menguasai media sosial dengan membuat akun official untuk menyebarkan dakwah baik melalui YouTube, Instagram ataupun Twitter. Dengan perkembangan teknologi dan informasi ini, YouTube menjadi tempat baru bagi para *da'i* untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Konten pada akun YouTube bisa disesuaikan oleh pengguna itu sendiri. Jenis konten yang bisa dibuat seperti: Vlog harian (*daily vlog*), konten memasak dan makanan, *travelling* (jalan-jalan), konten podcast, konten musik, konten pendidikan, konten ulasan produk, konten makeup dan beauty, konten keagamaan (dakwah), berita, *game streaming*, dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya konten yang bisa dipilih maka tidak ada batasan bagi siapa pun yang ingin berkreasi melalui video di YouTube.

Konten dakwah di YouTube saat ini pun sudah banyak bertebaran, mulai dari konten dakwah yang jenaka, konten dakwah yang dibarengi dengan komedi, konten dakwah yang berupa podcast, konten dakwah *streaming* atau siaran

langsung, hingga konten dakwah yang dibuat film *mini series*. Ada beberapa akun YouTube yang berfokus pada konten dakwah seperti akun YouTube milik ustaz Adi Hidayat Official dengan jumlah berlangganan sebanyak 3,2 miliar, ada juga akun YouTube Hanan Attaki dengan jumlah berlangganan 2,3 miliar, konten pesan dakwah yang di buat menjadi animasi seperti pada akun YouTube Nussa dan Rara yang telah memiliki langganan sebanyak 8,8 miliar.

Dakwah melalui media sosial YouTube banyak menarik perhatian semua kalangan, termasuk Kementerian Agama Republik Indonesia yang membuat akun YouTube dengan nama Kemenag RI. Salah satu konten yang gencar di sampaikan oleh Kemenag RI terkait dengan moderasi beragama. Alasan utamanya yaitu karena Indonesia memiliki 6 agama yang diakui secara resmi, yaitu Islam, Kristen Protestan, Kristen Katolik, Hindu, Budha, Konghucu.

Berdasarkan data Dukcapil kementerian dalam negeri tahun 2021, 238,09 juta jiwa (86,93%) penduduk Indonesia beragama Islam, 20,45 juta (7,47%) penduduk Indonesia beragama Kristen, 8,43 juta jiwa (3,08%) beragama Katolik, dan 4,67 juta (1,71%) beragama Hindu. Tentang 2,03 juta orang atau 0,74 juta orang di negara itu yang beragama Buddha, 73,63 ribu orang (0,03%) menganut agama Konghucu, dan 126,51 ribu (0,05%) yang menganut aliran kepercayaan (Kusnandar, 2022).

Mengingat beragamnya agama yang dianut oleh masyarakat Indonesia, maka tidak heran jika muncul sikap intoleran terhadap sesama atau pemeluk agama yang berbeda. Menurut data Imparsial setidaknya ada 31 kasus intoleran yang terjadi di Indonesia selama tahun 2019, 12 di antaranya didominasi oleh pelarangan

terhadap ritual, pengajian, ceramah, ataupun pelaksanaan ritual keagamaan. Kemudian pelarangan pendirian tempat ibadah dengan 11 kasus, 3 kasus perusakan rumah ibadah, dan 2 kasus larangan terkait budaya tertentu (Suhendra, 2019). Kasus intoleran semakin meningkat pada tahun 2020 menjadi 180 peristiwa, lalu pada tahun 2021 berkurang menjadi 171 peristiwa (Nurhakim, 2022).

Maka wajar kiranya jika pemerintah gencar dalam menyuarakan moderasi beragama supaya masyarakat bisa menghargai satu sama lain. Moderasi beragama diartikan sebagai sikap yang seimbang dalam berbagi aspek kehidupan, dan juga menjunjung tinggi nilai kemanusiaan. Mengapa Indonesia membutuhkan sudut pandang moderasi beragama? Jawabannya adalah karena keragaman dalam beragama itu sangat mungkin terjadi, tidak mungkin dihilangkan. Konsep besar dari moderasi adalah untuk mencari persamaan bukan untuk mempertajam perbedaan.

Menyuarakan moderasi beragama tidak cukup jika hanya melalui media massa seperti pada televisi, radio, koran, ataupun buku saja, untuk zaman sekarang media sosial menjadi media yang sangat cocok untuk mendakwahkan terkait moderasi beragama. Karena yang harus bersikap moderasi bukan hanya orang-orang tua dan orang dewasa saja, tetapi kalangan millennial juga harus memiliki pemahaman terkait moderasi sejak dini. Seperti yang dilakukan oleh Kemenag RI pada akun YouTube mereka, tidak hanya membahas tentang moderasi beragama saja tapi konten lain seperti tentang haji, umrah dan konten lainnya.

Selain akun YouTube Kemenag RI yang selalu menyuarakan gerakan moderasi beragama, akun YouTube yang bernama Jeda Nulis juga memiliki konten tentang moderasi dalam beragama. Akun YouTube Jeda Nulis dibuat oleh Habib

Husein Ja'far Al-Hadar sejak tahun 2018 yang telah mencapai 1 juta *subscriber* dengan jumlah 225 video yang telah diunggah. Video pertama yang diunggah berjudul “Menjadi Muslim Moderat itu Bagaimana sih?” yang telah di tonton sebanyak 44.788 kali. Sejak saat itu, Habib Husein rutin mengunggah video yang berkaitan dengan moderasi beragama pada akun Jeda Nulis.

Awal mulanya video pada akun Jeda Nulis yang dibuat oleh Habib Husein, hanya beliau sendiri yang memberikan pandangan tentang Islam dan isu-isu yang sering terjadi, misalnya Islam bukan agama perang, Islam adalah agama kasih sayang, mengapa perang diharamkan saat Ramadan, pembelajaran mudah Islam nusantara, dan betapa agungnya Nabi Muhammad saw. Habib Husein memilih media sosial sebagai media dakwah adalah untuk memperkenalkan pilihan baru di tengah maraknya konten negatif. Karena tujuan utamanya adalah menysasar anak-anak muda yang dekat dengan dunia digital, sehingga Habib Husein memilih media sosial sebagai media dakwahnya.

Habib Husein Ja'far Al-Hadar menggunakan media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram dan YouTube sebagai media dakwahnya. Pada 22 Desember bertahun 2018 Habib Husein berkolaborasi dengan Irfan Amalee, yang pada tahun 2011 mendapatkan penghargaan sebagai salah satu dari 500 tokoh muslim yang paling berpengaruh di dunia menurut *Royal Institute for Islamic Studies* Yaman Yordania, keduanya membahas tema toleransi dan perdamaian di Indonesia maupun dunia. Sejak saat itu Habib Husein sering melakukan kolaborasi dengan berbagai macam tokoh dengan latar belakang yang berbeda mulai dari *stan up* komedian, influencer, musisi, cendekiawan, tokoh agama, dan lain sebagainya.

Lahirnya media sosial membuat perubahan cara berperilaku individu karena terjadinya pergeseran budaya, etika, dan norma yang ada. Indonesia sebagai negara yang besar, serta penduduk yang banyak dan berasal dari berbagai macam suku, ras dan agama yang beranekaragam memiliki banyak sekali potensi untuk terjadinya perubahan sosial. Oleh karena itu, Habib termasuk cukup banyak membahas tentang moderasi beragama terhadap agama lain, karena memang itu yang sedang ramai dibicarakan belakangan ini karena terlalu banyak orang sekarang sulit untuk menerima perbedaan, mulai dari perbedaan pendapat hingga perbedaan keyakinan.

Dalam akun YouTube Jeda Nulis, Habib Husein banyak membahas dan menjadi terobosan bagi kaum millennial untuk mengetahui tentang konsep moderasi beragama. Tanda khusus dari moderasi beragama dalam merawat keberagaman adalah menghargai semua perbedaan, juga sikap adil dan saling menghormati satu sama lain. Selain itu, cara Habib Husein dalam mengarahkan atau meng-guide dalam obrolannya jika ada sesuatu yang keliru dia tidak langsung menentukan hal itu benar atau salah, tetapi dia memberikan solusi yang benar itu seperti apa dan yang salah itu seperti apa. Sudut pandanganya tersebut dianggap moderat karena selalu berada di tengah tanpa menghakimi kelompok mana yang benar atau salah.

Video dari akun YouTube Jeda Nulis banyak mencuri perhatian para pengguna YouTube seperti pada salah satu video yang berjudul “Boris Belajar Islam, Tak Takut Mualaf?” video tersebut telah di tonton sebanyak 3.403.881 kali. Boris merupakan seorang komika yang beragama Kristen, tapi tumbuh beriringan dengan agama Islam. Pada kolom komentar pun banyak dari kalangan yang berbeda

agama berkomentar positif terkait video tersebut, salah satunya mengatakan “KTP saya Kristen, tapi saya selalu mendengarkan Habib Ja’far, Cak Nun, Buya Syakur, Islam yang saya kenal melalui beliau sungguh menyejukkan hati”. Selain itu, jumlah subscriber dari akun Jeda Nulis setiap bulan terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Dalam akun YouTube Jeda Nulis Habib Husein ingin berdakwah kepada semua kalangan terutama untuk merangkul generasi millennial supaya paham tentang apa itu moderasi beragama. Dalam video yang diunggah ia sering berbincang dengan banyak orang yang berbeda latar belakang agama, ras, dan suku, untuk menunjukkan kepada khalayak bahwa Islam itu agama damai dan selalu mengajarkan toleransi kepada siapa pun tanpa adanya diskriminasi terhadap satu sama lain. Karena memang masih jarang *da’i* yang secara khusus membahas tentang moderasi beragama yang dibungkus dengan cara yang ringan dan mudah dipahami oleh semua pihak.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di jelaskan, objek kajian yang akan diangkat adalah bagaimana konstruksi pesan dakwah tentang moderasi beragama pada akun YouTube Jeda Nulis. Oleh karena itu, perlu adanya kajian lebih mendalam mengenai hal tersebut dengan penelitian tesis yang berjudul “Konstruksi Pesan Dakwah Moderasi Beragama (Studi Deskriptif pada Akun YouTube Jeda Nulis)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana konstruksi pesan dakwah moderasi beragama mengenai keadilan (*'adalah*) pada akun YouTube Jeda Nulis?
2. Bagaimana konstruksi pesan dakwah moderasi beragama mengenai keseimbangan (*tawazun*) pada akun YouTube Jeda Nulis?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang konstruksi pesan dakwah tentang moderasi beragama yang ada pada akun YouTube Jeda Nulis. Maka berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan uraian terhadap tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui konstruksi pesan dakwah moderasi beragama mengenai keadilan (*'adalah*) pada akun YouTube Jeda Nulis.
2. Untuk mengetahui konstruksi pesan dakwah moderasi beragama mengenai keseimbangan (*tawazun*) pada akun YouTube Jeda Nulis.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini semoga memberikan kegunaan baik itu yang bersifat teori ataupun praktis. Adapun kegunaan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Bagi Peneliti yang lain, bahan referensi untuk dijadikan sebagai peneliti yang lain dalam meneliti dengan permasalahan yang sama dan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan komunikasi penyiaran Islam tentang konstruksi pesan dakwah tentang moderasi beragama dalam media sosial YouTube. Penulis dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dan menerapkan teori atau literatur ilmu komunikasi penyiaran Islam yang sudah diperoleh dan dipelajari di bangku perkuliahan dalam dunia nyata yang sesungguhnya. Bagi almamater diharapkan hasil penelitian ini memberikan informasi dan dapat digunakan sebagai bahan dan referensi dalam melakukan penelitian, topik dan masalah yang sama padan masa yang akan datang, maupun untuk penelitian lanjutan.

2. Secara Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat menjabarkan dengan jelas kepada khalayak terkait moderasi beragama terhadap sesama. Bagi akun YouTube Jeda Nulis diharapkan hasil penelitian ini memberikan informasi atau *feedback* positif dalam pesan moderasi beragama yang disampaikan akun YouTube Jeda Nulis.

E. Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran dapat diartikan sebagai sistem berpikir atau struktur teori yang dapat menelusuri dalam sebuah penelitian dengan logis. Landasan pemikiran merupakan gambaran singkat tentang teori dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab penelitian (Bisri, 2001: 43).

Makna pesan yang ditunjukkan oleh KBBI atau Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah permintaan, nasihat, ajakan, dan perintah yang harus disampaikan melalui orang lain (KBBI: 2022). Sedangkan secara jelas pesan diartikan sebagai apa (sesuatu) yang harus di sampaikan oleh sumber pesan kepada penerima pesan. Pesan yang dimaksud adalah seperangkat simbol verbal ataupun nonverbal yang memiliki kualitas, pemikiran, dan tujuan dari sumbernya. Pesan sebenarnya mempunyai tiga bagian yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk, atau organisasi pesan (Ilaihi, 2010: 97).

Pesan merupakan komponen penting dan utama dalam berdakwah, tanpa pesan, dakwah tidak akan berarti. Pesan dakwah merupakan materi yang disampaikan dalam berdakwah. Pesan dakwah merupakan pesan ajaran Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan kepada objek dakwah. Substansi pesan dakwah adalah seluruh ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits (Sukayat, 2015: 25-26).

Dakwah juga diartikan sebagai usaha untuk mengajukan usul kepada orang lain dengan tujuan agar mereka terbuju agar menyelesaikan dan mengerjakan ajaran Islam serta nilai yang terkandung di dalamnya, baik secara perkataan maupun perbuatan (*speech and action*). Dalam situasi ini kegiatan dakwah tidak

hanya diterapkan secara teoretis-instruktif, namun harus ada aktivitas logis dan tepat (Ridwan, 2022: 72).

Prinsip dakwah menurut Wahyu Ilaihi (Ilaihi, 2010: 15) *Pertama*, ajakan menuju jalan Allah Swt. *Kedua*, dilakukan secara terkoordinasi. *Ketiga*, kegiatan untuk mempersuasi individu agar masuk ke jalan Allah Swt. *Keempat*, tujuan dakwah bisa secara jemaah atau *fardiah*.

Pesan dakwah berarti materi yang akan disampaikan oleh seorang *da'i* kepada *mad'u* berupa ajakan maupun seruan untuk memiliki eksistensi kehidupan yang unggul. Ada tiga macam isi pesan dakwah menurut Wahyu Ilaihi (2010: 20) yakni pesan akidah, syariah, dan akhlak. Pesan akidah adalah pesan yang menyinggung tentang keyakinan dan keimanan kepada ke-Esaan Allah SWT. Pesan syariah adalah pesan yang mengandung standar atau aturan yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah, manusia dengan sesama manusia, dan antara manusia dengan alam. Sementara itu, pesan akhlak memfokuskan pada pesan-pesan yang bertujuan untuk membentuk kemuliaan cara-cara berperilaku yang terpuji yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Yusuf al-Qardhawi mendefinisikan moderat sebagai sikap yang mengandung pengertian adil, lambang rasa aman, solidaritas dan kekuatan. Untuk mencapai disposisi ini, memiliki pemahaman mendalam tentang keyakinan terhadap keyakinan agamanya masing-masing. Menurutnya, sikap moderat mengangkat nilai sosial seperti keadilan, hak-hak manusia, musyawarah, kebebasan, dan hak minoritas (Polka, 2013).

Konsep moderasi menurut Yusuf al-Qardhawi (dalam Bashori, 2013: 3-10) di bagi menjadi enam point; *Pertama*, kewajiban terhadap nilai moralitas akhlak, berarti memiliki nilai akhlak yang mulia seperti amanah, kejujuran, kesepakatan, bersikap rendah hati, dan malu, begitu juga terhadap hal dengan moralitas sosial misalnya kebijakan, keadilan, berasosiasi dengan kelompok masyarakat. *Kedua*, perpaduan kolaborasi di antara dua hal yang bertentangan, kedudukan moderat yang menunjukkan dapat mengambil manfaat dari kelebihan dan menghindari beban dari dua sisi aspek yang konfrontatif ini. Jadi tidak diperbolehkan memihak satu pihak dan menghindari pihak yang berlawanan sehingga akan bersikap ekstrem. *Ketiga*, Perlindungan hak-hak agama minoritas, kewajiban mereka setara dengan apa yang dilakukan oleh orang lain, namun dalam masalah agama ibadah harusnya adanya pemisahan tidak bercampur. Negara tidak boleh membatasi ruang gerak ketat kaum minoritas, misalnya melarang makan daging babi dan minum minuman keras.

Keempat, Nilai humanis dan sosial, nilai humanis dan sosial adalah khazanah autentik Islam. Perkembangan modern lebih mengidentifikasi hal tersebut sebagai nilai barat. Hal tersebut menjadi nilai yang sejalan dengan konsep keadilan di tengah masyarakat dan pemerintah, kemuliaan, kebebasan, dan hak asasi manusia. *Kelima*, Solidaritas dan keteguhan, semua komponen umat harus memiliki pilihan untuk bekerja sama pada hal-hal yang disepakati dan toleran pada hal-hal yang telah disepakati semua orang. *Keenam*, keyakinan pada pluralitas, keimanan akan pluralitas religi, pluralitas adat istiadat, pluralitas bahasa, pluralitas politis, pluralitas intelektualitas, pentingnya konsistensi antara berbagai pendapat.

Kemudian di tegaskan juga dalam QS. Al-Baqarah ayat 143:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۗ

“Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu...” (Depag, 2002: 23).

Media sosial sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan informasi yang masuk ke dalam media baru. Media sosial itu tempat bagi para pengguna internet untuk memperkenalkan dirinya ataupun berbagi, berinteraksi, berkomunikasi dengan pengguna lain, berkerja sama, juga membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017: 11). YouTube adalah salah satu produk media sosial yang saat ini menjadi *platform* yang menawarkan banyak tontonan bagi masyarakat umum. Karakteristik dari media sosial yang bebas, dan karakteristik dari khalayak yang beragam, dan memiliki target pasar nya sendiri. Media sosial YouTube sebagai media baru dalam pertarungan komunikasi memberikan berbagai kemudahan

Dalam video yang diunggah di YouTube ada beberapa point penting yaitu judul dan narasi. Judul adalah kepala karangan yang akan dibuat, judul dapat dibuat atau diambil dari topik yang telah ditentukan sebelumnya. Sebuah judul dianggap bagus apabila seluruh isinya berhubungan dengan pokok bahasan dan umumnya akan singkat, sekitar 10 hingga 15 kata, pembuatan judul harus dibuat semenarik mungkin dan semakin pendek sebuah judul, permasalahan yang dibahas akan lebih mendalam.

Fungsi judul diantaranya: 1) merupakan identitas dari keseluruhan video, 2) subjeknya menjelaskan dirinya sendiri dan menarik perhatian sehingga menarik

banyak orang untuk menonton video, 3) gambaran global tentang arah, maksud dan ekstensi, 4) berkaitan dengan isi seluruh video, masalah, maksud, dan tujuannya.

Narasi merupakan gambaran yang menceritakan suatu tindakan atau kejadian, keadaan secara berurutan dari awal sampai akhir sehingga terlihat rangkaian hubungan satu sama lain. Bahasanya berupa penjelasan yang disampaikan dengan gaya naratif (Widjono, 2007: 175). Dalam sebuah video, narasi adalah apa yang di sampaikan oleh pembicara baik itu satu orang atau lebih.

Tindak tutur merupakan teori yang mengkaji makna bahasa yang berhubungan pada tuturan dengan tindakan yang dilakukan oleh penuturnya. Kajian tersebut didasarkan pada pandangan bahwa tuturan merupakan sarana untuk berkomunikasi dan tuturan memiliki makna jika direalisasikan dalam tindak komunikasi yang nyata, seperti membuat pernyataan, pertanyaan, perintah, dan permintaan. Dengan demikian, tindakan merupakan karakteristik tuturan dalam komunikasi.

Menurut Leoni (dalam Sumarsono, dan Paina Pertama, 2010:329-330) teori tindak tutur merupakan bagian dari peristiwa tutur, dan peristiwa tutur merupakan bagian dari situasi tutur. Setiap peristiwa tutur terbatas pada kegiatan, atau aspek-aspek kegiatan yang secara langsung diatur oleh kaidah atau norma bagi penutur.

Jeda Nulis merupakan sebuah akun YouTube yang dimiliki oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar, konten video yang unggah meliputi dakwah, diskusi, dan bertukar opini antara dirinya baik dengan sesama muslim ataupun orang-orang yang berbeda akidah atau keyakinan. Bukan hanya satu atau dua orang saja, tapi di sering

mengundang tokoh agama Kristen, Budha, ataupun Hindu untuk berdiskusi dan berdakwah mengenai perbedaan yang ada, tanpa mengurangi sikap moderasi beragama, toleransi dan hormatnya kepada tamunya tersebut. Dalam akun YouTube-nya itu banyak membahas tentang komunikasi lintas agama dan lintas kebudayaan yang ada di Indonesia, sehingga tidak jarang video yang diunggah banyak mendapat perhatian dari berbagai kalangan terutama pemuka agama dan khalayak yang menggunakan YouTube.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai moderasi beragama sebetulnya telah banyak dikerjakan, tetapi belum banyak yang berbicara lebih khusus tentang konstruksi pesan moderasi beragama yang disampaikan melalui media sosial YouTube. Penelitian ini mempunyai kemiripan baik media yang diteliti ataupun objek penelitian dengan penelitian terdahulu. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kemiripan dan untuk terhindar dari kesamaan dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, serta unsur kebaruan atau *novelty* dari penelitian ini, diantaranya:

Pertama, Tesis yang berjudul “Komunikasi Dakwah Mubaligh Pada Jemaah Masjid Lautze 2 Bandung Dalam Meningkatkan Moderasi Beragama” karya Atin Mar'atusolihatin tahun 2022 mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Tesis tersebut berbicara tentang komunikasi dakwah mubaligh untuk meningkatkan moderasi beragama di masjid Lautze 2 Bandung. Masjid Lautze 2 Bandung dengan tugas *muballigh* di dalamnya telah lama menghadapi perbedaan latar belakang sosial, ekonomi, budaya, dan lain sebagainya. Teori yang digunakan

pada penelitian ini adalah teori Proses dan Tahapan Dakwah. Teori tersebut menyinggung pada proses dakwah Rasulullah dan para sahabatnya yang dapat dikemukakan bahwa terdapat beberapa model dakwah sebagai jalan perwujudan realitas Islam (*ummatan khairan*). Metodologi penelitian yang digunakan yaitu Studi Kasus dengan pendekatan kualitatif, dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini secara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya komunikasi dakwah mubaligh pada jamaah masjid Lautze 2 Bandung dalam memperluas moderasi beragama yaitu dengan proses dan tahapan dakwah, diantaranya pertama, tahap pembentukan (*Takwin*) melalui kegiatan dakwah *bil lisan* atau *tabligh* seperti khutbah jumat, ceramah, dan kajian keislaman lainnya pada waktu tertentu, dengan tidak mengabaikan materi tentang pentingnya moderasi beragama. Tahap kedua yaitu tahap pengorganisasian (*tandzim*) melalui pembinaan pada jamaah dengan kajian tadabur Al-Qur'an. Tahap terakhir yaitu pendelegasian, yakni khususnya melalui peran mubaligh yang melepas namun tetap membimbing jamaah untuk merealisasikan nilai Islam dalam kegiatan sosial seperti bakti sosial dan jumat berkah. Mubaligh dan para jamaah serta masyarakat sekitar masjid sependapat untuk menggunakan sebutan "koko" dan "cici" tanpa membedakan awal mula mereka yang berasal dari keturunan Tionghoa ataupun yang bukan sebagai usaha untuk mencegah perpecahan di antara mereka dan hal tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan dan menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama.

Persamaan dari penelitian tersebut adalah ruang lingkup penelitian yang mengangkat judul tentang moderasi beragama, jenis penelitiannya deskriptif kualitatif. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian, penelitian tesis terdahulu meneliti komunikasi dakwah mubalig pada jamaah di masjid Lautze 2 Bandung, sedangkan penelitian ini objeknya adalah akun YouTube Jeda Nulis milik Habib Husein.

Kedua, Tesis yang berjudul “Komunikasi Dakwah Pesantren Dalam Meningkatkan Moderasi Beragama” karya Nida Ankhofiyya tahun 2020 mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Inti dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana kiprah kiai, pola dakwah dan metode yang ada di Pesantren Anak Jalanan Attamur dalam memajukan toleransi beragama untuk meningkatkan moderasi beragama. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan teori interaksi simbolik.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa: 1) tugas Kiai sangat penting dalam memberikan teladan dan melaksanakan nilai toleransi dan konsep Islam yang moderat, 2) pola komunikasi dakwah didasarkan pada penyampaian pesan terdiri dari pola interaksi dan atraksi, aksi, sedangkan pola dakwah berdasarkan sasarannya yaitu pola dakwah *fi'ah* dan dakwah *fardiyah*. 3) Metode dakwah yang digunakan yakni metode hikmah artinya dengan pendekatan akulturasi budaya dan *mauidzah hasanah* seperti ceramah, gerakan magrib mengaji, konseling atau pembinaan dan diskusi.

Persamaan dari penelitian tersebut adalah ruang lingkup penelitian dibahas yaitu tentang moderasi beragama dan jenis penelitiannya deskriptif kualitatif.

Perbedaannya terdapat pada objek penelitian, penelitian terdahulu objeknya adalah dakwah di pesantren, sedangkan pada penelitian ini objeknya di media sosial yaitu akun YouTube jeda nulis.

Ketiga, Tesis yang berjudul “Konstruksi Pesan Dakwah Akun @Duniajilbab Di Media Sosial Instagram” karya Sofa Nurjajilah tahun 2018 mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini membahas tentang konstruksi pesan dakwah yang ada pada akun Instagram @duniajilbab. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori pesan dakwah.

Hasil penelitian tersebut adalah pesan dakwah yang diunggah pengelola akun @duniajilbab selama bulan Juni 2018 sebanyak 16 pesan dakwah. Yang dibagi berdasarkan kategori isi pesan dakwah (akidah, Syari’ah dan akhlak), jenis pesan dakwah, dan teknik komunikasi. Sementara itu, konstruksi pesan dakwah yang dilakukan pengelola akun @duniajilbab dilakukan dalam empat tahap, 1) tahap menyiapkan materi dakwah yang dibuat oleh pengelola @duniajilbab dan juga *followers*, 2) tahap sebaran konstruksi dilakukan dengan mengunggah pesan dakwah oleh pengelola akun @duniajilbab dengan menggunakan kolom *place* dan tagar untuk sebaran pesan yang lebih luas. 3) pada tahap penyusunan materi penilaian *follower* atau anggota komunitas akun @duniajilbab terbentuk penilaian publik yang berbeda beda. 4) tahap konfirmasi. Interaksi antara pengelola akun @duniajilbab dengan para *followers* terjadi melalui interaksi tombol *like* dan interaksi kolom *comment*.

Persamaan penelitian tentang konstruksi pesan dakwah di media sosial dan jenis penelitiannya deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya pada media sosial yang akan diteliti, penelitian terdahulu di media sosial Instagram, sedangkan pada penelitian ini pada akun YouTube. Perbedaan selanjutnya terdapat pada ruang lingkup yang di bahas.

Keempat, Disertasi yang berjudul “Narasi Moderasi Islam Indonesia Dalam Media Cetak” karya Dudung Abdul Rohman tahun 2020 mahasiswa doktor UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini menelaah tentang narasi moderasi Islam Indonesia yang disebarakan oleh Kementerian Agama melalui media cetak Koran Republika untuk meredam serta memerangi isu radikalisme dan terorisme yang bernuansa agama. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kognisi sosial Teun A. Van Dijk yang mengusulkan tiga kerangka, yaitu analisis konstruksi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media cetak Koran Republika berperan dalam membangun berita narasi moderasi Islam Indonesia menurut perspektif Kementerian Agama sehingga menjadi sajian informasi dan opini publik. Konsepsi moderasi Islam Indonesia diantaranya: (1) Islam yang *rahmatan lil-âlamîn*; (2) Islam yang mengedepankan persaudaraan, keterbukaan, dan kemanfaatan; (3) Islam yang bergantung pada sikap keadilan, keseimbangan dan toleransi; (4) Islam yang dipahami secara utuh; (5) Islam yang bukan radikal atau ekstrem. Keperluan moderasi Islam Indonesia meliputi: (1) Konteks global, dapat melunakkan peradaban dunia yang sedang dilanda tekanan; (2) Konteks dunia Islam, dapat menghentikan pertikaian yang terus terjadi dan melanda negara-negara

Muslim; dan (3) Konteks keislaman Indonesia untuk menjaga solidaritas, kerukunan, serta kesatuan di tengah keragaman bangsa Indonesia yang plural dan multikultural. Sedangkan pelaksanaan moderasi Islam Indonesia meliputi: (1) Penguatan melalui sosialisasi dan penyebarluasan moderasi Islam ke semua tingkatan pendidikan; (2) Pelembagaan moderasi Islam ke dalam program dan kebijakan; (3) mengkoordinasikan pandangan moderasi Islam ke dalam program pembangunan nasional.

Persamaan dari penelitian ini adalah ruang lingkup yang dibahas tentang moderasi beragama dan jenis penelitiannya deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian, penelitian terdahulu mengacu pada media cetak yaitu koran Republika, adapun pada penelitian ini adalah media sosial YouTube jeda nulis.

Kelima, Jurnal yang berjudul “Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok)” karya Putri S. dkk. (2021). Jurnal ini mengkaji terkait dampak dari media sosial sebagai media untuk berkampanye yang berkaitan dengan moderasi beragama dan men konsepsi terkait bentuk dari pemanfaatan media sosial Instagram dan TikTok dalam menyebarkan gerakan moderasi beragama. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggabungkan dengan penelitian kajian literatur terhadap sumber dan jurnal terkait, dengan pendekatan studi lapangan, dan fokus kajian pada konten Instagram dan TikTok.

Dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa untuk menguatkan moderasi beragama dapat dimungkinkan dengan berbagai strategi, salah satu strateginya

adalah sosialisasi pemahaman, pemikiran, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat. Karena hal tersebut kampanye mengenai gerakan moderasi beragama harus dilaksanakan secara besar-besaran dan sinergis, terutama di media sosial khususnya Instagram dan TikTok yang merupakan layanan media sosial yang sedang populer saat ini. Dengan memanfaatkan kepopuleran layanan media sosial tersebut, diharapkan kampanye terhadap gerakan moderasi beragama dapat disambut baik oleh masyarakat pada umumnya.

Persamaan dari penelitian tersebut adalah ruang lingkup yang dibahas tentang moderasi beragama yang ada di media sosial. Sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis media sosial yang diteliti, penelitian terdahulu meneliti media sosial Instagram dan TikTok, sedangkan dalam penelitian ini pada media sosial YouTube, dan pendekatan yang dilakukan.

Supaya lebih jelas, berikut tabel penjelasan dari penelitian terdahulu yang telah di paparkan di atas;



Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Teori	Persamaan dan Perbedaan
01	Atin Mar'atusolihatin (2022)	Komunikasi Dakwah Mubaligh Pada Jamaah Masjid Lautze 2 Bandung Dalam Meningkatkan Moderasi Beragama	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologi penelitian yang digunakan yaitu studi kasus, dengan pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivisme. - Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini secara observasi, wawancara, dan dokumentasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Teori Proses dan Tahapan Dakwah. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang lingkup penelitian yang di bahas tentang moderasi beragama. - Jenis penelitian deskriptif kualitatif - Perbedaan pada objek yang di
02	Nida Ankhofiyya (2020)	Komunikasi Dakwah Pesantren Dalam Meningkatkan Moderasi Beragama (Studi Kasus Komunikasi Dakwah Kiai Kepada Santri Dalam Meningkatkan Moderasi Di Pesantren Anak Jalanan Attamur Bandung)	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologi penelitian menggunakan Studi kasus 	<ul style="list-style-type: none"> - Teori interaksi simbolik 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang lingkup penelitian yang di bahas tentang moderasi beragama. - Jenis penelitian deskriptif kualitatif - Perbedaan pada objek yang di teliti.

03	Sofa Nurjajilah (2018)	Konstruksi Pesan Dakwah Akun @Dunijalbab Di Media Sosial Instagram	- Metodologi penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	- Teori pesan dakwah	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaannya tentang konstruksi pesan dakwah di media sosial. - Jenis penelitian deskriptif kualitatif - Perbedaan pada Media sosial yang diteliti, dan ruang lingkup pembahasan.
04	Dudung Abdul Rohman (2020)	Narasi Moderasi Islam Indonesia Dalam Media Cetak (Studi Tentang Artikel Moderasi Islam Perspektif Kementerian Agama Dalam Koran Republika Periode 2017-2019)	- Metodologi penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kognisi sosial Teun A. Van Dijk yang mengisyaratkan tiga kerangka, yaitu analisis konstruksi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.	- Tidak dicantumkan	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang lingkup penelitian yang di bahas tentang moderasi beragama. - Jenis penelitian deskriptif kualitatif - Perbedaan pada media yang di teliti, penelitian terdahulu mengacu pada media cetak, sedangkan penelitian ini pada media sosial YouTube.

05	Putri Septi, Mia Putri, Ahmad Fauzan, Ismail, Tafsir.	Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok)	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologi yang digunakan deskriptif kualitatif, dengan menggabungkan penelitian kajian literatur terhadap sumber dan jurnal terkait. - Pendekatan penelitian adalah studi lapangan, dengan fokus kajian pada konten Instagram dan Tik Tok. 	- Tidak dicantumkan	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang lingkup penelitian yang di bahas tentang moderasi beragama di media sosial. - Perbedaan pada jenis media sosial yang dijadikan objek penelitian
----	---	--	--	---------------------	--



Kaitan dari penelitian yang telah disebutkan diatas dengan apa yang diteliti dalam penelitian ini adalah tentang moderasi beragama yang telah di teliti dalam penelitian tersebut. Penelitian ini juga akan menggali dan memaparkan tentang konstruksi pesan dakwah moderasi beragama pada akun YouTube Jeda Nulis milik Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Sehingga penelitian terdahulu dianggap tepat untuk di jadikan referensi untuk penelitian ini.

