

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Diskripsi Pustaka

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Kata “Dakwah” berasal dari bahasa Arab yang berarti ajakkan, seruan, panggilan, atau undangan. Jadi definisi ilmu dakwah secara umum ialah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara atau tuntunan-tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, meyakini, melaksanakan suatu ideologi pendapat-pendapat pekerjaan tertentu.¹ Menurut Masdar Helmi dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk amar ma’ruf nahi mungkar untuk memperoleh kebahagiaan dan dunia akhirat. Dengan demikian dakwah adalah dalam segala bentuk aktivitas penyampaian agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dari semua kehidupan.²

Dakwah juga memiliki tujuan utama untuk mengajak manusia menuju kepada Allah semata, bukan kepada ideologi, isme-isme dan kepercayaan hidup lainnya. Dan mewujudkan kebahagiaan serta kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang di ridhoi oleh Allah. Nabi Muhammad SAW member contoh dakwah kepada umatnya dengan berbagai cara melalui lisan, tulisan, dan perbuatan. Dakwah Nabi Muhammad SAW dimulai dari istrinya, keluarganya, dan teman-

¹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004),5.
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=zcq2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ali+aziz+ilmu+dakwah&ots=0OWrCNdogK&sig=ihxrymSusDetSwkqj-gjYaUp7A4>

² Qudratullah, Wandu, *Dakwah dan Komunikasi: Konsep dan Perkembangan* (Klaten: Penerbit Lekeisha, 2021) 2-3.
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=EqFKEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Qudratullah,+Wandu&ots=TWvcTOPEyP&sig=1YEN4neLftLrrCqCjVc51GN1WhY>

teman terdekatnya.³ Pada Al-Qur'an Surat Yunus menerangkan tentang tujuan dakwah dan makna dakwah.

وَاللَّهُ يَدْعُوهُ إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ

مُسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya: *Dan Allah menyeru (manusia) Darus-salam (surga), dan member petunjuk kepada orang yang Dia kehendakki ke jalan yang lurus (Islam). (Q.S. Yunus: 25)*⁴

Bila ditinjau pengertian dakwah maka dapat diungkapkan bahwa hakikat dakwah ialah mengajak manusia kepada jalan Allah. Berikut ini adalah hakikat dakwah:

- 1) Dakwah sebagai ajakkan menuju allah, merupakan hakikat dakwah yang sangat esensial, karena sejalan dengan tugas kerasullan Muhammad saw.
- 2) Dakwah sebagai pembangunan masyarakat, yang dimaksud dengan pembangunan masyarakat ialah islah (perbaiki) sebagai salah satu hakikat dakwah.
- 3) Dakwah sebagai amar ma'ruf dan nahi mungkar sebagai firman Allah.⁵

(Q.S. Ali Imran :104)

وَلَتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ

وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

³ Suherman, Alifa Nurridha, *Pesan Dakwah Dalam Novel*. Skripsi. (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanudin, 2017) 24. <http://repository.uinbanten.ac.id/591/4/BAB%20II%20baru.pdf>

⁴ *Alqur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta: Departement Agama RI, n.d.)

⁵ Adilah Mahmud, "Dakwah Dalam Al-Qur'an Sebagai Alat Untuk Mencapai Tujuan Dakwah Islam," *Jurnal Al Asas* 1, no 2 (2018): 66-68, <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alasas/article/view/924>.

Artinya: *Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan umat yang menyeru kepada kebijakkan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar.. dan mereka lah orang-orang beruntung.* (Q.S. Ali Imran: 104)⁶

b. Unsur-Unsur Dakwah

Kemajuan dan kemunduran umat islam berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Semakin gencar dan tepat dakwah itu disampaikan, maka akan semakin baik hasilnya. Ketepatan dan keberhasilan dakwah akan dapat terwujud dengan baik. Adapun unsur-unsur dakwah terpenuhi dengan baik yaitu:

1) Subjek Dakwah

Subjek dakwah yaitu orang atau sekelompok orang yang melaksanakan tugas dakwah. Subjek dakwah sebagai pelaku dakwah atau pelaksanaan dakwah biasanya dikenal dengan nama da'I, juru dakwah, pelaksana dakwah, atau istilah lainnya. Subjek dakwah bisa dilakukan perorangan atau kelompok. Abdul Munir Mulkhan mengungkapkan setidaknya ada tiga komponen dalam subjek dakwah yaitu da'i, perencana, dan pengelola dakwah. Sementara subjek dakwah kelompok biasanya berupa organisasi atau gerakan dakwah. Allah telah memberikan petunjuk, bahwa melaksanakan tugas wajib dakwah islamiyah haruslah dengan satu organisasi khusus, harus ada lembaga tersendiri, yaitu sebagai firman-nya:

2) Metode Dakwah

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

⁶ *Alqur'an Dan Terjemahnya*

mencapai satu tujuan.⁷ Metode dakwah, diharuskan bagi seorang dai selalu memperhatikan dalam pemilihan dan penggunaan suatu metode dakwah. Hal ini bertujuan agar para da'I atau mubaligh dalam memilih dan menggunakan metode dakwah tidak terpancang (fanatik) terhadap satu atau dua metode yang disukai, yang terpenting adalah menggunakan metode dakwah yang efektif dan efisien. Metode dakwah menyangkut masalah bagaimana cara seorang da'i selalu memperhatikan dalam pemilihan dan penggunaan dalam metode dakwah.⁸ Di dalam Al-Qur'an surat An-Nahl : 25 menyatakan sebagai berikut:

لِيَحْمِلُوا أَوْزَارَهُمْ كَامِلَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمِنْ أَوْزَارِ
الَّذِينَ يَضِلُّونَهُمْ بِغَيْرِ عِلْمٍ إِلَّا سَاءَ مَا يَزُرُونَ ﴿٢٥﴾

Artinya : “(Ucapan mereka) menyebabkan mereka pada hari kiamat memikul dosa-dosanya sendiri secara sempurna, dan sebagian dosa-dosa orang yang mereka sesatkan yang tidak mengetahui sedikitpun (bahwa mereka disesatkan). Ingatlah, alangkah buruknya dosa yang mereka pikul itu.” (An-Nahl 25)⁹

3) Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin yaitu *median* yang berarti alat perantara, sedangkan menurut istilah media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan alat sebagai perantara untuk mencapai

⁷ Hiyatul Mashunah, *M. Dakwah KH Tubagus Abdul Hakim*. Skripsi. (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanudin, 2019) <http://repository.uinbanten.ac.id/4742/>

⁸ Ayu Lestari, *Kiat-kiat cerdas cendikiawan muda muslim*, (Jakarta: Media Komputindo, 2015) <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ZixIDwAAQB AJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ayu+Lestari,+Kiatkiat+cerdas+cendikiawan+muda++muslim,&ots=2WsCL5SVB0&sig=DuLIwvUCuiokKQVmqmkEb3hgc-w>

⁹ *Alqur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta: Departement Agama RI, n.d.).

suatu tujuan tertentu. Adapun “Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah yang dimaksud dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.” Dari definisi diatas, maka media dakwah adalah semua peralatan baik lisan, cetak maupun elektronik yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah.¹⁰

c. Macam-Macam Dakwah

Menurut Wahyu Iaihi, komunikasi dakwah menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sasaran dakwah dibagi dua macam, yaitu media massa dan media non massa.

1) Media Massa

Media Massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh media massa yang dapat digunakan kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

2) Media Non Massa

Media dapat digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, papan pengumuman, CD, e-mail, dkk. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat missal.

Hamzah Ya'qud membagi dakwah menjadi lima sebagaimana yang diutif oleh Moh. Ali Aziz:

a) Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara.

¹⁰ Abdul Aziz, *Unsur-Unsur Dakwah Pada Proses Belajar Mengajar Santri Pondok Pesantren Nahdlatul Wathan* (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010) <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/19472>

Media ini berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya. Tulisan berupa buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms) spanduk dan lainnya.

- b) Lukisan berupa gambar, karikatur dan sebagainya.
- c) Audio Visual, adalah alat yang yang dapat merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan keduanya. Bisa berbentuk televise, slide, internet dan sebagainya.
- d) Akhlaq adalah perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam yang dapat dinikmati dan didengar oleh mad'u.¹¹

2. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan (*maddah/ message*) adalah segala sesuatu yang disampaikan *da'I* kepada *mad'u*. Pesan tersebut terdiri dari materi-materi ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunan Rasull-Nya serta pesan-pesan lai yang berisi ajaran Islam. Dalam sumber pesan dakwah adalah Al-Qur'an dan al-Hadis serta ijtihad dan fatwa ulama. Dalam penyampaian pesan dakwah tergantung dengan bentuk dakwah. Bentuk *dakwah bil lisan* penyampaian pesan menggunakan kata dan kalimat-kalimat (*komunikasi verbal*). Penyampaian pesan *dakwah bil-khita*, pesannya melalui karya tulis dalam bentuk buku, jurnal, majalah, Koran, bulletin, dan sebagainya. Sedangkan penyampaian pesan *dakwah bil-hal*, pesannya melalui tindakan atau perilaku dan keteladanan untuk mempengaruhi orang lain kepada kebaikan (*komunikasi non verbal*).¹²

Pesan dakwah adalah bahan-bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pada kondisi

¹¹Aminuddin, *Media Dakwah* "Al-Munzir" 9, no. 2 (2016): 348-350
<https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/786>

¹² K. Kamaluddin, "Pesan Dakwah," *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 2, no. 2 (2016): 39, <http://repo.iain-padangsidempuan.ac.id/51/1/KAMALUDDIN.pdf>.

objektif *mad'u* yang diperoleh melalui pengamatan interview atau telat sumber-sumber yang tertulis. Dalam kajian pesan dakwah dikenal pesan utama atau pesan pendukung. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah Al-Qur'an dan Hadis, ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli dibidangnya, kisah-kisan dan berita.¹³

b. Materi Pesan Dakwah

Materi pesan dakwah adalah ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Materi dakwah merupakan isi pesan yang disampaikan komunikator *da'i* dan *mad'u*, materi dakwah dapat dikembangkan dari prinsip yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat berdasarkan intelektualnya. Berdasarkan ajaran Islam secara kaffah dan universal, yakni aspek tentang ajaran hidup dan kehidupan yang diperlukan setiap manusia, merespon dan menyentuh tantangan setiap kebutuhan masing-masing, dan disesuaikan dengan ajaran syari'at Islam.

Dalam penyampaian materi dakwah harus tepat dalam memilih materi yang akan disampaikan. Adapun beberapa pengelompokkan materi dakwah yang dapat disampaikan yaitu:

1) Akhlak

Akhlak secara etimologi adalah budi pekerti, peringai, perilaku, dan tabiat. Akhlak secara terminology adalah sifat yang tertanam pada jiwa manusia, baik dan buruknya perilaku maupun perbuatan tanpa membutuhkan pemikiran dan pertimbangan. Akhlak dalam materi dakwah adalah sebagai pelengkap. Untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang.

2) Akidah

Akidah berasal dari kata bahasa Arab yang berbentuk jama' *aqa'id* yang diartikan keyakinan

¹³ I Jafar, MN Amrullah, "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an," *Jurnal Komunikasi Islam* 1, no. 8 (2018): 43, <https://core.ac.uk/download/pdf/297914492.pdf>.

atau kepercayaan. Materi dakwah yang terkandung dalam akidah yaitu: iman kepada Allah, iman kepada Rasul-Nya, iman kepada kitab-kitannya, iman kepada malaikat, iman kepada hari Kiamat, iman kepada *qadla'* dan *qadar*. Selain pada masalah-masalah yang dimani. Akidah juga membahas masalah-masalah yang dilarang oleh Allah.

3) Syari'ah

Syariah atau hukum yang berhubungan dengan amalatan lahir dalam menaati peraturan Allah guna untuk mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya dan mengatur gaya hidup sesama manusia di dunia.¹⁴

c. Jenis Pesan Dakwah

Adapun enam jenis pesan dakwah menurut A. Hajmi dalam Islamawati yaitu:

- 1) Taklim dan Tarbiyah merupakan gaya penyampaian dengan mendidik agar memiliki keimanan dan mualamalah sesuai dengan nilai-nilai islam.
- 2) Tadzkir dan Tanbih merupakan penyampaian dakwah dengan cara mengingatkan kembali akan nilai-nilai pengetahuan yang dimiliki dan diamalkan.
- 3) Targhip dan Tabsyir merupakan penyampaian dakwah dengan penyampaian hal yang menyenangkan atau berita bahagia baik berupa pahala, atau hal menyenangkan lainnya.
- 4) Qoshos dan Riwayar adalah menyampaikan cerita sejarah.
- 5) Amar dan Nahi adalah penyampaian dakwah yang berisi perintah, larangan, dan tindakan penyimpangan makna dari bahasa yang digunakan.¹⁵

¹⁴ Haq, Zihni Ainul, *Pesan Dakwah Dalam Media Sosial YouTube Nussa Official-Nussa: Cintai Mereka* (Analisis Simiotika Roland Barthes (Skripsi: IAIN Ponorogo) 24. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/9096/>

¹⁵ Mega Cynthia, "Pesan Dakwah Yang Gaya Bahasa Pada Lirik Lagu "Sebujur Bangkai" Rhoma Irama" *Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 1, no 2 (2020): 112. <http://www.inteleksia.stidalhadid.ac.id/index.php/inteleksia/article/view/62>

d. Bentuk Pesan Dakwah

Beberapa bentuk pesan dakwah dalam prespektif Al-Quran adalah sebagai berikut:

1) Pesan Dakwah Dalam Bentuk Al-Qur'an

Al-Qur'an peranan sangat penting dalam kehidupan umat muslim yang akan menuntun manusia mencapai dunia dan akhirat sebagai tujuan dakwah. Pesan dakwah dalam Al-Qur'an mencakup beberapa aspek yang pertama aspek akidah, syariat, dan akhlak yang memiliki fungsi yaitu sebagai petunjuk umat manusia.

2) Pesan Dakwah Dalam Bentuk Hadist Nabi SAW

Hadist yang mencakup segala perkataan, perbuatan, dan takri Nabi SAW termasuk pesan dalam dakwah. Teks Al-Qur'an dan Hadist tidak memiliki perubahan meskipun peruhana yang dasyat dalam kehidupan manusia. Dalam hararki dan otoritas hadist memiliki posisi kedua, oleh karna itu tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an. Pesan dakwah dalam hadist mencakup 3 aspek yaitu: akidah, syariat, dan akhlak.

3) Pesan Dakwah Dalam Bentuk Pendapat Ulama

Dalam kesinambungan Risallah Ilahiliyah, ulama memiliki peranan sentran dalam dakwah. Pendapat ahli ulama dapat dijadikan sebagai pesan dakwah. Pendapat ulama memiliki posisi di masyarakat sebagai rujukan dan konsultan agama. Pendapat yang diambil juga tidak boleh bertentangan AL-Qur'an dan Hadist.

4) Hasil Penelitian Sebagai Pesan Dakwah

Dalam mengemukakan hasil para penelitian, para *da'I* dimintai penyebutan kualifikasi penelitian, tahun penelitan dan kembang penelitian. Dengan demikian *da'I* hendaknya bekerjasama dengan lembaga dan juga bekerjasama dengan jurnal penelitian.¹⁶

¹⁶ Anam, Muhammad Syafil, *Pesan Dakwah Ustadz Abdul Shomad di Acara Indahnya Ramadhan* (Skripsi: UIN Salatiga, 2020) file:///E:/REVISI%20123/bentuk%20pesan%20dakwah%2028%20n%2029.pdf

3. Analisis Isi

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*context analysis*) adalah teknik penelitian khusus untuk melaksanakan analisis tekstual. Analisis ini termasuk mereduksi teks menjadi unit-unit (kalimat, ide, gambar, bab, halaman depan majalah, dan sebagainya). Kemudian menerapkan skema pada unit-unit tersebut untuk membuat inferensi mengenai komunikasi dalam teks.¹⁷

Analisis isi dibagi menjadi dua pendekatan yaitu analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Dalam perspektif metodologi kuantitatif, analisis isi merupakan variabel, sedangkan dalam metodologi kualitatif, analisis isi berdekatan dengan metode analisis data dan metode tafsir teks. Analisis isi yang kuantitatif lebih banyak digunakan oleh para peneliti ilmu sosial yang positivisme, sedangkan metode analisis isi yang kualitatif lebih banyak digunakan oleh para peneliti yang anti positivisme.¹⁸

Dalam teknik penelitian untuk memperoleh gambaran isi pesan komunikasi massa yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan relevan secara sosiologis, uraian analisis biasanya dilakukan dengan menggunakan pengukuran kualitatif dan kuantitatif. R. Holsty mendefinisikan analisis isi sebagai teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menentukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif sistematis.

¹⁷ Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Penerbit Selemba Humanika, 2008) 86. https://books.google.co.id/books?id=XqlOV2TWy4YC&printsec=frontcover&dq=Richard+West+teori+komunikasi+dan+aplikasi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjQob-cg5D1AhUlheYKHW9mARAgEAAI

¹⁸ Jumal Ahmad, *Desain Peneliti Analisis Isi (content Analysis)*, 5.9 (2013): 3, https://www.researchgate.net/profile/Jumal-Ahmad/publication/325965331_Desain_Penelitian_Analisis_Isi_Content_Analisis/s/links/5b305090a6fdcc8506cb8b21/Desain-Penelitian-Analisis-Isi-Content-Analysis.pdf.

Adapun lima tujuan analisis isi, antara lain:

- 1) Menggambarkan isi komunikasi
- 2) Menguji hipotesis karakteristi-karakteristik suatu pesan
- 3) Membandingkan dunia isi media dengan “dunia nyata”
- 4) Melalui imej kelompok tertentu.¹⁹

Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi. Bahkan analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media cetak maupun elektronik. Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atau suatu yang dimanfaatkan dokumen (teks).²⁰

4. YouTube

a. Pengertian YouTube

YouTube adalah media audio visual yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton dan berbagi video. Kebanyakan konten video diunggah secara individu, meskipun banyak juga dari perusahaan atau organisasi yang mengunggah material mereka sebagai *platform* media sosial. Youtube menjadi salah satu tujuan utama bagi anak muda dalam mencari konten berbentuk video. Di dalam konten Youtube terdapat bagian dari kehidupan anakmuda serta generasi milenial yang tidak bisa lepas dari derasnya penetrasi internet.²¹

¹⁹ Anis Fitria, *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustad Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hirah* (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2018) <file:///E:/REVISI%20123/analisis%20isi%2014%20n%2015.pdf>

²⁰ Iis Rachmania, *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Novel Umami Karya Asma Nadia* (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2013) <file:///E:/REVISI%20123/jurnal%20analisis%20isi%203.pdf>

²¹ Anggraini Laila Fitria, *Moderasi Beragama Dalam Media Sosial (Analisis Wacana Model Van Dijk Pada Chanel Youtube Najwa Shihab)* (Skripsi: IAIN Purwokerto: 2021) http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9309/2/Laila%20Fitria%20Anggraini_Mode%20rasi%20Beragama%20dalam%20Media%20Sosial%20%28Analisis%20Wacana

Youtube merupakan salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunaan untuk mengupload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan YouTube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau paling lengkap dan variatif. Pada awalnya YouTube memang bukan dikembangkan oleh Google tetapi Google mengakuinya kemudian menggabungkan dengan layanan-layanan Google yang lain. Sama seperti Google mengakui Blogger. YouTube adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2006. YouTube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen, para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis.²²

YouTube adalah media sosial yang memiliki ciri khas yang membuatnya berbeda dari media sosial lainnya. YouTube menampilkan beragam video menarik perhatian, dan bisa digunakan untuk mencari informasi.

b. Karakteristik YouTube

YouTube memiliki beberapa karakteristik yang membuat para pengguna nyaman menggunakannya, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tidak mempunyai batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan YouTube dengan beberapa aplikasi lainnya memiliki batasan durasi minimal waktu.
- 2) System pengamanan sudah mulai akurat. YouTube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang illegal.
- 3) System offline. YouTube memiliki beberapa fitur termasuk system offline ini untuk memudahkan para

%20Model%20Van%20Dijk%20pada%20Channel%20Youtube%20Najwa%20Shihab%29.pdf.

²² Ricardo F. Narunu, *Seni Berwawasan Teknologi Modern Youtube*. (2020): 2-3. <https://osf.io/3vshc/download>

pengguna untuk menonton video pada saat offline tetapi sebelumnya harus mendownload video terlebih dahulu.

- 4) Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit video terlebih dahulu. Menambah filter warna, atau menambahkan efek pada video tersebut.²³

c. YouTube Sebagai Media Dakwah

Sosial media merupakan dua unsure yang disatukan dalam satu aplikasi yang mendukung sosialisasi sekaligus media informasi, baik sifatnya terbatas maupun tak terbatas. Masyarakat sekarang berkomunikasi tidak hanya bertatap dan bertemu, namun di zaman modernisasi telah merubah semua gaya hidup masyarakat dengan member fasilitas yang mudah. Seperti halnya seseorang jika ingin berkomunikasi dengan orang lain sangat begitu sulit namun sekarang lebih mudah berkomunikasi dengan orang lain dan kita juga lebih mudah mendapatkan informasi dari luar lewat media sosial seperti media YouTube.²⁴

Menurut Micheal Cross dalam penjelasan Umi Aflaha bahwa media sosial merupakan suatu term yang mendiskripsikan beragam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam kolaborasi, saling tukar informasi, dan berinteraksi lewat pesan berbasis web. Media Youtube dimanfaatkan pengguna media untuk melihat berbagai video, dapat digunakan oleh pengguna untuk live streaming media Youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video

²³ Dhela, Gyta Rastyka, Pemanfaatan Chanel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung) (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung: 2020) <http://repository.radenintan.ac.id/12862/2/SKRIPSI%20LENGKAP%20DHELA.pdf>.

²⁴ Siahaan, Rahmi Fitra Ulwani. "Youtube Sebagai Media Dakwah." 2-3. <https://www.academia.edu/download/64124461/YOUTUBE%20SEBAGAI%20MEDIA%20DAKWAH.pdf>

yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah. Adanya Youtube memudahkan dalam penyampaian pesan-pesan dakwah kepada khalayak diseluruh dunia tanpa batas waktu dan mudah diakses oleh para pengguna media sosial.²⁵

Media YouTube dapat digunakan untuk menyebarkan informasi berupa dan mendapatkan informasi. Media YouTube juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui konten-konten video ceramah dengan menggunakan media Youtube mempermudah mencari informasi dan menyampaikan informasi melalui dakwah melalui konten tersebut.

d. Kelebihan dan Kekurangan YouTube

Diera globalisasi ini YouTube menjadi media yang populer karna banyak manfaat dan kelebihan namun dalam perkembangannya juga memiliki kekurangan dan menyebarkan informasi. Berikut kelebihan dan kekurangan media sosial YouTube:

1) Kelebihan

- a) Dengan YouTube kita bisa melihat dan mengambil berbagai video yang belum kita lihat di Televisi, sebelumnya, sehingga kita tidak melewatkan informasi maupun infotainment.
- b) Didalam YouTube terdapat menu *search* sehingga apabila kita memasukkan nama atau jenis video yang mau diambil maka secara otomatis dan cepat akan muncul video yang kita cari.
- c) Didalam YouTube juga terdapat jenis format video yang kita inginkan sesuai dengan aplikasi pemutaran video yang kita punya.
- d) Dengan YouTube kita bisa menyalurkan kreativitas tanpa batas dengan membuat konten video.

Berdasarkan kelebihan diatas YouTube dijadikan sebagai salah satu media sosial yang

²⁵ Sikumbang, Ahmad Tamrin, *Youtube As A Da'wah Media* Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah 26, no 2 (2020) 16-17. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/5792>

dimintai oleh banyak orang, karna kelebihan YouTube dalam memberikan informasi maupun berita serta adanya kebudahan ketika mencari informasi dalam bentuk video-video yang kita inginkan disertai format dan gambar berkualitas tentunya menjadikan pengguna media sosial tertarik untuk mengakses media sosial YouTube.

- 2) Kekurangan
 - a) Apabila koneksi internet lama atau lemot, maka dalam menonton video akan terganggu
 - b) Video didalam YouTube umumnya memiliki ukuran atau kapasitas sangat besar.
 - c) YouTube tidak menyediakan aplikasi pengambilan video di website, sehingga kita harus mencari aplikasi lain. YouTube menyediakan kapasitas upload video bagi siapa saja, sehingga disini dapat disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
 - d) Perkembangan teknologi yang sangat pesat dan sangat mudah pula seseorang bisa mengakses kapan saja.²⁶

B. Penelitian Terdahulu

Judul penelitian memiliki kemiripan dengan judul skripsi-skripsi lain yang telah ditulis oleh mahasiswa, yang mencoba mengalisis isi pesan dakwah yang terkandung dalam media massa atau penggunaan analisis teks media. Skripsi-skripsi tersebut antara lain:

1. Muhammad Rosyid Ardiyansah (2019), mahasiswa jurusan Komuniksai Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Penulis menyusun karya ilmiah yang berjudul “Gaya Komunikasi Dakwah Mamah Dedeh Pada Progam Mamah dan A’a di Indosiar. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah yang disampaikan oleh Mamah Dedeh pada acara “Mamah dan Aa Beraksi” dalam penelitian ini

²⁶ Umi Aflaha. Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah dan Komunikasi Alternatif, *INJECT: Interdisciplinay Journal of Communication* 2, no. 2, (2017): 247-274 <https://inject.iainsalatiga.ac.id/index.php/INJECT/article/view/1315>

dapat dilihat dari pemelihan bahasa, pemelihan kata, teknik pengucapan, dan penyampaian sumber pesan dalam komunikasi.²⁷

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan peneliti yang dilakukan oleh Muhammad Rosyid Ardiansyah, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan yaitu mengenai objek video dakwah Shihab & Shihab tentang islam yang disalah pahami. Sedangkan pada penelitian terdahulu objeknya tentang gaya komunikasi dakwah Mamah Dedeh dalam program televisi Mamah dan A'a.

2. Rizqi Risawati Asrining Ati (2019) mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, penulis menyusun karya ilmiah yang berjudul “Analisis Pesan Dakwah M. Quraish Shihab Dalam Kajian Penyakit Hati Pada Video YouTube Najwa Shihab. Kajian Hati oleh M. Quraish Shihab pada YouTube Najwah Shihab mengandung tiga kategori pesan dakwah, mulai dari Aqiqah (keimanan pada Allah) tentang ajakkan lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT, agar keimanan kita tetap berpegang teguh kepada yang maha kuasa.²⁸

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Risqi Risawati Asrining Ati, yaitu sama-sama menggunakan media YouTube dan menganalisis salah satu video Shihab & Shihab. Sedangkan perbedaan penelitian ini, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif.

3. Nurul Latifah (2016) mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, penulis menyusun karya ilmiah yang berjudul “Analisis Semiotik Pesan Dakwah

²⁷M Rosyid Ardiansyah. *Gaya Komunikasi Dakwah Mamah Dedeh dalam Prgram Mamah Dedeh dan A' di Indosiar*. Skripsi.(Semarang: UIN Walisongo,2019) <http://eprints.walisongo.ac.id/10831/>

²⁸Rizki R,AA. *Analisis Pesan Dakwah M.Quraish Shihab dalam Kajian Penyakit Hati pada Video Youtube Najwa Shihab*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Teknologi.(Surabaya: Universitas Islam Negri Sunan Ampel, 2019) http://digilib.uinsby.ac.id/29445/3/Rizki%20Risawati%20Asrining%20Ati_B91215072.pdf

dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika” penulis menganalisis hasil temuan data yang telah dikemukakan yaitu film Bulan Terbelah di Langit Amerika memiliki makna denotasi sebagai film yang mendiskripsikan bagaimana wajah islam dalam kehidupan sehari hari ditengah kehidupan Non Muslim khususnya pasca pariwisata 11 september 2021.²⁹

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Latifah yaitu menggunakan metode pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini, yaitu mengenai objek video dakwah Shihab & Shihab berteman Islam yang disalah pahami dan menggunakan analisis isi.

4. Ulfa Ulufia (2008) mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, penulis menyusun karya ilmiah yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Program Siaran Keagamaan “SPIRITUAL SHARING” Di Radio Ramako105,8 FM” isi pesan dakwah mengandung tiga kategori ajaran Islam yaitu: Aqidah, Syariah, dan Akhlak.³⁰

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Ulufia yaitu menggunakan metode pendekatan kualitatif analisis isi. melalui media massa (radio). Sedangkan perbedaan penulis menggunakan objek video dakwah Shihab & Shihab tentang Islam yang disalah pahami melalui media sosial (Youtube).

5. Jerina Fujiantie (2021) mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, penulis menyusun karya ilmiah yang berjudul “Analisis Simiotika Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @BAGUSSUHAR. Penelitian menunjukkan bahwa berbagai makna simiotika pesan

²⁹Nurul L. Analisis *Semiotik Pesan Dakwah Dalam Bulan Terbelah di Langit Amerika*. (Skripsi: Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah: 2016)

³⁰Ulfa U. *Analisis Pesan Dakwah dalam Program Keagamaan “Spiritual Sharing” di Radio Ramako 105,8 FM*. (Skripsi: UIN Starif Hidayatullah Jakarta: 2008)

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/8188>

dakwah disampaikan dalam postingan instagram @bagussuhar. Pesan dakwah tersebut didapat dari makna denotasi dan konotasi analisis Simiotika Roland Barthes pada setiap video. Berikut uraian hasil analisis simiotika pesan dakwah pada postingan akun instagram @bagussuhar.³¹

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jerina Fujiantie yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penulis menggunakan objek video dakwah Shihab & Shihab bertema Islam yang disalah pahami dan menggunakan metode analisis isi.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah landasan dari keseluruhan proses penelitian. Kerangka berfikir mengembangkan teori yang telah disusun menguraikan dan menjelaskan hubungan-hubungan yang terjadi antara variable yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangkaberfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variable yang akan diteliti.

Kerangka berfikir adalah penjelasan terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Criteria utama agar suatu kerangka pemikiran bisa meyakinkan sesama ilmuwan/pembaca adalah alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berfikir yang membuahkan kesimpulan untuk membuat sebuah hipotensi.³²

Setiap penelitian membutuhkan landasan berfikir yang ditunjukkan melalui kerangka pikiran sehinggadapat menggambarkan dari sudut manakah yang diamati. Kerangka berfikir mencangkup teori-teori pokok dan juga berupa gambarang hubungan antara konsep yang diuraikan dalam penelitian. Kerangka berfikir mulai dari mengamati video

³¹Jerinia, F. *Analisis Semiotika Pesan Dakwah pada Akun Instagram @Bagussuhar*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. (Skripsi: UIN Antasari Banjarmasin: 2021) <https://idr.uin-antasari.ac.id/16736/>

³²Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Padang: Penerbit Sakabina Press, 2016) 37-38. <https://osf.io/preprints/inarxiv/aucjd/>

YouTube Najwa Shihab. Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan penelitian memerlukan salah satu cara mengelompokkan beberapa ciri yang membedakan dalam pesan dakwah. Karena didalam penyusunan isi pesan dakwa.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

