

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Deskripsi Pustaka

##### 1. Tinjauan Model Komunikasi

###### a. Definisi Model Komunikasi

Model ialah representasi simbolik objek, sistem, ide, atau proses. Model juga dapat berupa grafik, bahasa, atau gambar. Model juga dimaknai dengan cara dalam melihat suatu objek yang menjelaskan mengenai kompleksitas suatu proses, pemikiran dan unsur-unsur hubungan yang mendukung<sup>1</sup>.

Komunikasi menjadi objek kajian yang sering dilakukan tidak hanya bagi pegiat ilmu komunikasi termasuk di masyarakat umum dimana komunikasi mempunyai beragam makna menurut para ahli. Istilah seperti itu umum diantara kita semua, dan meskipun setiap orang menafsirkan istilah itu secara berbeda, kesepakatan tentang komunikasi adalah langkah pertama dalam meningkatkan pemahaman tentang fenomena kompleks ini

Jadi dapat disimpulkan bahwa model komunikasi adalah suatu aktivitas komunikasi guna untuk menyampaikan ajaran Islam oleh da'i kepada mad'u yang bertujuan untuk mengajak kebaikan. Model komunikasi digunakan untuk membantu guna memudahkan dan memahami proses komunikasi supaya mencapai efektivitas yang baik dan maksimal, baik sebagai sumber (komunikator) atau penerima (komunikasi). Dakwah dijalankan dengan menyampaikan pesan sesuai dengan zamannya. Dakwah tidak selalu dijalankan melalui mimbar melainkan memanfaatkan berbagai teknik baru yang selaras dengan masyarakatnya.

---

<sup>1</sup> H. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005). 37.

## b. Model-Model Komunikasi

Menurut Hafied Cangara model komunikasi dibagi menjadi 3 bagian yaitu, model komunikasi spiral, sirkuler, dan linier, berikut penjelasan dari 3 model tersebut:

### 1) Model Komunikasi Linear (Satu Arah)

Komunikasi jenis ini bersifat searah, karena pelaksanaan komunikasi dijalankan dengan komunikasi yang sifatnya penerima pesan dan pasif dimana pesan ini sesuai dengan apa yang komunikator sampaikan.

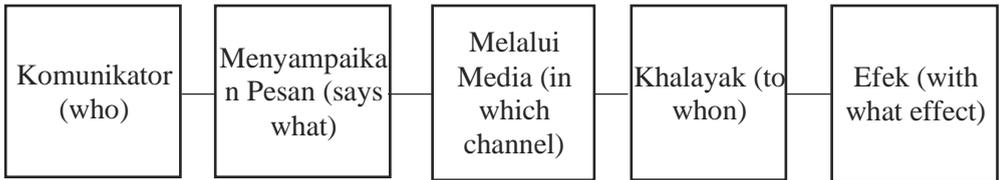
Ada beberapa ahli yang memberikan dukungan mengenai jenis komunikasi linear yaitu sebagai berikut:

#### a) Model Aristoteles



Model ini diartikan sebagai model komunikasi yang disebut dengan model retorika. Aristoteles memberikan model yang menjelaskan mengenai awal dan menjadi pemicu beragam model berikutnya. Menurut Aristoteles model ini memiliki lima unsure yaitu: sumber, pesan, media, penerima pesan dan efek pesan. Dimana aktivitas dalam berkomunikasi bisa dimengerti dengan sederhana dan dijalankan oleh tiga komponen yang dijalankan. Model komunikasi Aristoteles ini akan berhasil ketika komunikator mampu memainkan emosi penerimanya, pesan yang diberikan runtut dan adanya sumber pesan.

## b) Model Leswell



Harold D. Laswell merupakan orang yang mengenalkan model ini di tahun 1948. Kajian komunikasi massa menjadi sumber model ini. Komunikasi massa sendiri merupakan komunikasi yang dijalankan di media massa baik elektronik atau cetak. Focus penelitian Laswell ialah komunikasi propaganda dan politik. Model ini biasanya dijalankan menjadi komunikasi massa dan ada komponen di dalamnya yaitu bagaimana efeknya, kepada siapa, melalui media apa, mengatakan apa dan siapa. Laswell memasukan efek yang harus disampaikan kepada komunikatornya dengan efek yang sudah tertunda.

## c) Model Shannon-Weaver

Model ini dipengaruhi oleh tempat kerja shannon-weaver diperusahaan telepon bell. Model ini menggambarkan sebagai komunikasi suatu proses linear.<sup>2</sup>

## 2) Model Komunikasi Sirkuler (Dua Arah)

Model komunikasi linear didasarkan pada obsevasi komunikasi interpersonal dimana posisi komunikasi dan komunikator adalah sama. Karena komunikasi interpersonal, komunikasi bersifat dua arah dan posisi komunikasi dengan komunikator sama, selain itu tidak ada dominasi percakapan juga, sehingga interaksi yang dijalankan saling merespon, menanggapi dan dicampur adukkan.

<sup>2</sup> Nuruddin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. 219-223.

Beragam ahli yang memberikan dukungan dalam komunikasi sirkuler yaitu Melvin Lawrence Defleur, Theodore M Newcomb, Silbur Schram menggunakan teori model komunikasi sirkuler yaitu:

a) Model Schramm

Decoder dan Perangkat encoder muncul dalam model Schramm instrumen untuk melakukan pengodean yang terbaik. Encoder memiliki peranan encoding dalam interaksi yang dijalankan, bisa diketahui selaras dengan teori Floyd dan Curtis dengan symbol. Manusia sudah menyiapkan kata saat menentukan makna yang dimaksud sebelum kata ditulis atau diucapkan.

b) Model Newcomb

Model ini mengingatkan mengenai diagram jarring yang sudah dianut psikoog dan formulasi awalnya yang konsisten dalam model komunikasi tersebut. Model ini memberikan asumsi bahwasanya sikap kepada B dan kepada X saling bergantung dan ketiganya merupakan sistem yang bentuknya yaitu: Orientasi A terhadap X, sikap terhadap X sebagai kepercayaan dan tatanan kognitif, Orientasi A terhadap B, Orientasi B terhadap X, Orientasi B terhadap A.

c) Model Defleur

Model ini sangat benar untuk dijadikan model kounikasi massa, dan model ini juga masuk dalam model sirkuler karena komunikasinya mempunyai sifat dua arah<sup>3</sup>.

3) Model Komunikasi Spiral (Helical)

Komunikasi selalu berkembang dimana komunikasi ini mendapatkan pengaruh dari komunikasi sebelumnya dan pesan yang dikomunikasikan saat ini memebrikan pengaruh terhadap komunikan berikutnya. Proses yang

---

<sup>3</sup> Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Cv Pustaka Setia, 2017). 233-240.

berlanjut dinamakan dengan model helical atau spiral. Model Helical memiliki dasar kata Helix ditemukan oleh Frank Dance di tahun 1967. Model ini disebut juga dengan Dances Helix Model. Dance menjelaskan bahwasanya komunikasi menjadi aktifitas dinamis dan tidak linier.

Model spiral ini menggabungkan aspek komunikasi berbeda dari suatu proses komunikasi. Bahwa proses perkembangan teknologi komunikasi itu sangat cepat berkembangannya, dan tidak bisa diprediksi dimasa yang akan datang. Proses komunikasi berawal dari yang bagian bawah yang paling kecil terus bergerak keatas lalu menjadi yang lebih besar sampai tidak tahu ujungnya<sup>4</sup>.

## **2. Tinjauan Tentang Dakwah**

### **a. Definisi Dakwah**

Dakwah memiliki makna sebagai pengamalan ajaran agama, mempelajari, mengajak dan menyeru. Dalam kajian kebahasaan, dakwah merupakan kata yang direduksi dari Bahasa Arab yaitu menyeru, mengajak dan panggilan. Kemudian orang yang menyeru atau mengajak dianggap dengan da'i yakni seruan atau menyeru. Proses menyeru atau memanggil menjadi proses dalam menyampaikan pesan, maka akan dikenali bahwasanya mubaligh yakni seseorang yang memiliki fungsi menjadi komunikator guna memberikan pesan kepada komunikannya. Oleh karena itu dakwah secara etimologi adalah proses menyampaikan sesuatu yang seperti mengajak atau himbuan, dimana tujuannya supaya orang lain mengikuti ajakan. Kemudian pemaknaan kebahasaan dakwah diartikan sebagai cara bijak untuk mengajak manusia mengikuti kejalan yang benar sesuai perintah Allah untuk kemaslahatan orang lain di dunia dan akhirat.

---

<sup>4</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi dan Populer*. 234-239.

Menurut M. Arifin beliau mengartikan bahwa dakwah adalah ajakan secara perilaku, tulisan dan lisan yang direncanakan dan dijalankan secara sadar dengan tujuan memberikan pengaruh pada orang lain baik itu secara personal atau kolektif supaya mereka memahami, sadar, menghayati dan mampu mengamati ajaran agama, pesan dan penyampaiannya dengan tidak dengan memaksanya.<sup>5</sup>

Melalui pandangan yang diberikan, bisa diketahui bahwasanya dakwah menjadi panggilan dari Allah dan Rasulullah bagi semua manusia dengan tujuan mengingatkan manusia agar mempercayai agama Islam dan menjalankan syariatnya. Dakwah juga menjadi dorongan perilaku manusia dalam menjalankan Islam agar terwujud rahmatan lil alamin bagi semua manusia.

#### **b. Hakikat Dakwah**

R. Al-Faruq dan Lanya berpendapat bahwa dakwah Islam juga mencakup tiga term yaitu sebagai berikut:

##### 1) Kebebasan

Kebebasan sangatlah dijamin didalam ilmu agama Islam, salah satunya yaitu kebebasan untuk menyakini agama. Objek dakwah harus merasakan kebebasan yang berupa ancaman, dan harus benar-benar menyakini kalau kebenaran itu hasil dari penilainnya sendiri. Seperti terkandung dalam Al-Qur'an yang artinya:

*“Tak ada paksaan dalam agama, kebenaran sudah nyata; Barang siapa menghendaki, biarlah dia beriman; dan barang siapa tidak menghendaki, biarkan dia berfikir. Barang siapa menerima dakwah, maka yang beruntung adalah dirinya sendiri; barang siapa menolaknya maka yang celaka adalah dirinya sendiri”.* (QS. 2: 256, 18: 29, 39: 41)

Dalam penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa dakwah adalah ajakan yang mempunyai tujuan untuk mencapai persetujuan tanpa harus

---

<sup>5</sup> Aziz Ali, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017). 13.

dipaksa dari objek dakwah<sup>6</sup>. Dakwah adalah sebuah ajakan untuk mengajak menjadi lebih baik dan tanpa harus ada paksaan. Dalam penyampaian dakwah pun harus disesuaikan oleh keadaan kondisi madunya supaya pemahaman madu sendiri tidak memberatkan. Dakwah tidak memaksa dan mengikat atau menekan supaya penerima tidak merasa terpaksa, dan dakwah juga disampaikan dengan cara yang lembut dan kebebasan supaya madu itu nyaman untuk mendengarkan.

### 2) Rasionalitas

Dakwah adalah tindakan mengajak untuk berfikir, debat dan beragumen, guna memberikan penilaian dari berbagai kasus yang hadir. Manusia tidak bisa acuh dalam upaya berdakwah di mana ketika ada manusia yang bodoh bisa jadi muncul kedengkian di dalam hatinya.

Dakwah juga tidak hanya hasil yang bersikap ilusi, dan bukan semata untuk memancing sebuah emosi, sehingga seseorang menanggapinya itu bersifat pura-pura atau seorang menilainya itu pura-pura. Dakwah harus menjelaskan supaya tenang terhadap kesadaran, yang gimana akal atau hati yang tidak harus mengakibatkan, keputusannya itu harus berupa tindakan akal diskusif yang harus didukung intuisi emosi dari beberapa nilai-nilai yang bersangkutan<sup>7</sup>.

### 3) Universal

Universal atau keseluruhan, atau seluruh manusia juga harus berhak untuk menerima atau mendapatkan dakwah. Baik umat muslim dan non, karena dakwah itu menyeru atau mengajak supaya menjadi lebih baik, jadi semua orang berhak untuk memperbaiki diri supaya lebih baik dari sebelumnya, dan bisa menuju kepada jalan

---

<sup>6</sup> Munzier Suparta, Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana Cetakan, 2009). 31.

<sup>7</sup> Munzier Suparta, Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana Cetakan, 2009). 32.

Allah. Jadi kapanpun dan siapapun kalau bisa diwajibkan untuk menyampaikan dakwahnya kepada semua umat manusia.

### c. Unsur Dakwah

Beragam unsure yang terdapat di dalam dakwa yaitu adanya mad'u dan juga dai..<sup>8</sup>

#### 1) Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah pelaku aktivitas dai atau juga disebut dengan mubaligh (orang yang menyempunakan ajaran Islam) dan seorang da'i harus menerapkan atau mengikuti cara-cara yang sudah ditentukan oleh Rasulullah, supaya hasilnya bisa memperoleh kesuksesan seperti yang dilakukan oleh Rasulullah. Oleh karena itu bahwa kepribadian dan akhlak seseorang da'i adalah panutan yang menghasilkan keberhasilan seorang da'i.

M. Natsir berpendapat da'i dakwah merupakan orang yang melakukan untuk memberi peringatan atau memanggil agar memilih, yaitu memilih kejalan kebaikan dan supaya lebih beruntung atau membawa keberuntungan. Dalam melakukan dakwah juga sangat penting dalam lancarnya sebuah kegiatan dakwah, karena kalau tidak ada da'i dakwah juga hanya sebagai ideologis yang tidak terwujud<sup>9</sup>.

#### 2) Mad'u (Obyek Dakwah)

Mad'u terdiri dari beberapa golongan yaitu:

- a) Dari segi sosiologi, masyarakat yang asing, perdesaan, perkotaan, juga masyarakat yang berada di lingkungan yang termarginalkan dari kota besar.
- b) Dari segi kelembagaan yaitu santri, abangan, priai dan khususnya di masyarakat Jawa.
- c) Dari segi tingkatan usia, disini ada orang

<sup>8</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2012), 288-289

<sup>9</sup> Amirudin, "Konsep Dasar Dakwah", *Al-Munzir* Vol. 9, No. 1, (2016), 36-37, diakses pada 28 November, 2019, <http://ejournal.iainkendari.ac.id>.

- tuwa, dewasa, dan aja juga naka-anak.
- d) Dari segi profesi, ada seniman, pedagang, petani dan juga orang menengah keatas maupun menengah kebawah.
  - e) Dari segi khusus seperti tunawisma, tunasusila, tunakarya, narapidana dan masih banyak lainnya.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat diartikan kalau mad'u itu ada beberapa macam yang berbeda. Bahwa mad'u kalau menyapaikan dakwahnya harus melihat situasi dan keadaan maupun menyesuaikan kondisi yang sedang dihadapi.

#### d. Hukum Dakwah

Terdapat berbagai ayat yang memberikan penjelasan mengenai hukum dakwah, yang wajib disampaikan oleh semua umat muslim. Tentu kita semua sebagai umat Islam untuk mengingatkan, mengasistahu untuk kearah kebaikan, kebenaran dan menjahui larangan-larangan yang buruk. Yang terkandung dalam surat An-Nahl ayat 125:

لِيَحْمِلُوا أَوْزَارَهُمْ كَامِلَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمِنْ أَوْزَارِ  
الَّذِينَ يَضِلُّونَهُمْ بِغَيْرِ عِلْمٍ ۗ إِلَّا سَاءَ مَا  
يَزُرُونَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”

Hukum selanjutnya dalam dakwah yaitu memberikan kewajiban bagi umat Islam untuk menjalankan yang baik dan meninggalkan yang buruk disertai dengan ajakan kepada yang lainnya disesuaikan dalam Q.S Ali-Imron ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ  
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya :*“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”*

#### e. Metode Dakwah

Khauli menjelaskan mengenai metode dakwah yang menjadi proses untuk mengharumkan suatu aturan-aturan Islam untuk menjadikan atau menjadikan semua umat dari yang awalnya suatu keadaan yang belum baik menjadi lebih baik lagi atau yang khalayak<sup>10</sup>. Menurut Toto Asmara metode dakwa menjadi berbagai cara khusus yang dijalankan da'i dan disampaikan kepada mad'u dengan tujuan tertentu melalui jalan kasih sayang dan hikmah<sup>11</sup>.

Jadi bisa dipahami bahwasanya dakwah adalah cara atau jalan dalam menggapai tujuan secara efisien dan efektif. Ada beberapa landasan umum mengenai metode dakwah yaitu sebagai berikut:

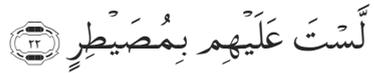
##### 1) Bil Hikmah (Bijaksana)

Hikmah adalah bentuk komunikasi yang dijalankan dengan dasar ajakan. Terdapat konsekuensi dari dakwah yaitu penghargaan dan pengakuan hak yang sifatnya demokratis, dimana

<sup>10</sup> Wahid Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 242.

<sup>11</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, 43.

sifat informative dalam dakwah muncul. Sebagai ketentuan Al-Quran:



Artinya : “Maka berilah peringatan, sesungguhnya kamu hanyalah orang yang sudah memberikan peringatan, kamu bukanlah orang yang berkuasa atas mereka” (QS: Al Ghosyiyah ayat 21-22)

Dari ayat diatas dipahami mengenai hikmah yang artinya memberi ajakan kepada manusia agar menyadari keEsaan Allah melalui adanya kelapangan dada, ramah, sabar, semangat dan lembut disertai dengan tindakan nyata yang melebihi ukurannya<sup>12</sup>.

2) Bil Maudizatil hasanah (Dengan Pelajaran Yang Baik)

Maudizatil atau memberi nasehat dengan baik adalah memberi nasehat melalui cara yang baik, yaitu penyampaian pesannya dengan bicara yang baik, tidak membahas kesalahan umum, menghindari sikap kasar, menyentuh hati, berkenaan dihati, bisa diterima dan dalam berdakwah bersedia menjalankan dakwah sesuai dengan pemahaman madu.

3) Mujadalah

Mujadalah atau diskusi melalui cara yang baik dan menggunakan etika diskusi. Mujahadah yaitu cara terakhir dalam berdakwah ketika cara lainnya tidak berhasil dan ini menjadi caranya orang yang mau berpikir kritis dan maju misalnya kepada ahli kitab yang sudah memiliki pemahaman keagamaan dari dulu yang sudah diutuskan sebelumnya. Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada Al-Qur'an pada (QS: Al-Ankabut

<sup>12</sup> Siti Muriah, Metode Dakwah Kontemporer. (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000). 42.

ayat 46)

﴿ وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ  
 أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا ءَامَنَّا  
 بِالَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْنَا وَأُنزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا  
 وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَخُنْ لَهُ مُسْلِمُونَ ﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu berdebat dengan para ahli kitab, melainkan dengan cara yang paling baik, kecuali dengan orang-orang zalim diantara mereka, dan katakanlah:kamu telah beriman kepada (kitab-kitab) yang diturunkan kepada kami dan yang diturunkan kepadamu; Tuhan kami dan Tuhanmu adalah satu; dan kami hanya kepadanya berserah diri”. (QS: Al-Ankabut ayat 46)

#### f. Sumber-Sumber Dakwah

##### 1) Al-Qur'an

Didalam Al-Qur'an ada berbagai ayat yang berhubungan dengan dakwah.<sup>13</sup> Pesan dan cerita di dalam Al-Qur'an dimanfaatkan dai sebagai materi dakwahnya. Hal ini disebabkan Al-Qur'an merupakan panutan dan tauladan bagi manusia.

##### 2) Hadist (Sunnah Rasul)

Didalam sunnah Rasuk ada banyak hadist-hadist yang bersangkutan dengan dakwah.<sup>14</sup> Hadist tersebut bersangkutan dengan kisah Nabi Muhammad serta sahabat-sahabatnya untuk menjadi petunjuk para dai supaya menyiarkan dakwahnya dengan benar dan baik. Dan hadist

<sup>13</sup> Munzier Suparta, Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, 18.

<sup>14</sup> Munzier Suparta, Harjani Hafni, *Metode Dakwah*, 20

juga sebagai sumber materi ke dua yang digunakan oleh para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah tersebut.

3) Rakyat

Islam mengajarkan semua umat muslim supaya menggunakan akal pikirannya, seperti untuk menemukan hukum-hukum yang operasional yang bertafsir dan takwil terhadap Al-Qur'an dan Hadist. Guna pemikiran itu dapat dijadikan sebagai sumber kisah dakwah selama masih dalam jalur yang benar.

4) Sejarah Hidup Para Sahabat dan Fuqoha

Kisah kehidupan sahabat dan fuqoha juga bisa menjadi sumber dakwah yang benar kepada madunya. Karena dengan dijelaskan tentang kisah nabi makan mad'u itu akan percaya kalau itu memang benar-benar ada nyata.

5) Pengalaman

Dengan adanya pengalaman maka seorang komunikasi akan berintropeksi kepada tingkah laku atau yang sudah terjadi pada dirinya. Dari pengalaman tersebut dapat menjadi sumber dakwah untuk dijadikan pembahasan atau kisah dan pengalaman yang sudah dilihat pada sebelumnya, juga menginspirasi untuk tema-tema yang selanjutnya dibawakan<sup>15</sup>.

**g. Pesan Dakwah**

Pesan secara terminologi yaitu perintah, nasehat atau amanat yang diberikan kepada orang lain baik dari sisi personal ataupun kolektif. Deddy Mulyani berpendapat bahwa pesan merupakan hal-hal yang harus dikomunikasikan dari sumber kepada penerima.

Sedangkan pesan dakwah diartikan dengan simbol atau *message*. Kajian Bahasa Arab memaknai pesan dakwah dengan *maudlu al-dawah*. Dimana istilah tersebut menjelaskan mengenai "materi dakwah" dengan sebutan *maddah al-dakwah*. Sebutan ini memunculkan dualism pemaknaan yaitu logistik

---

<sup>15</sup> Mubasyaroh, *Metodologi Dakwah*. (Kudus: Stain Kudus, 2009). 14-15.

dakwah. Pesan dakwah menjelaskan mengenai, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan lain sebagainya dan juga diharapkan dapat memberikan pemahaman juga perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah”. Misalnya isi tulisan menjadi pesan dakwah ketika da’i berdakwah melalui tulisan, dan apa yang diucapkan menjadi pesan dakwah ketika berdakwah melalui lisan dan uswatun hasanah menjadi pesan dakwah ketika dai berdakwah melalui tindakan.

Pesan dakwah bisa berbentuk lisan, tulisan dan tindakan selama pesan ini tidak menentang syariat Islam. sedangkan ketika tidak selaras dengan syariat Islam maka tidak dinamakan dengan pesan dakwah. Pesan dakwah bisa dibagi menjadi dua yaitu pesan utama yang didapatkan dari sumber ajaran islam dan pesan penunjang atau tambahan<sup>16</sup>.

Salah satu komponen dakwah ialah pesan dakwah yang mendukung keberhasilan dakwah. Keberhasilan dakwah bisa ditentukan dari pesan dakwah atau materi dakwah, jadi perencanaan secara matang dilakukan sebelum menyampaikan dakwah yang lebih menarik dan juga bisa memengaruhi dari berbagai komunikator dengan adanya dakwah yang sudah disampaikannya.

Menurut Muhammad Syahrur ada beberapa jenis pesan dakwah yaitu ada aqidah, syariah dan juga akhlaq, berikut penjelasannya:

1) Aqidah

Aqidah yaitu kepercayaan atau keyakinan, Aqidah juga diartikan sebagai suatu ajaran Islam yang didalamnya juga menjelaskan sebagai bentuk percaya dan yakin juga tertanam di dalam hati kepada Allah SWT<sup>17</sup>.

2) Syari’ah

Syari’ah adalah aturan hidup manusia secara personal, masyarakat, dan alam semesta. Syariat juga mengatur mengani kehidupan manusia agar

---

<sup>16</sup> Muh Ali Azizi, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 318-319.

<sup>17</sup> Muhammad Syahrur, *Islam dan Iman: Aturan-Aturan Pokok* (Yogyakarta: Jendela, 2002), 26.

sholeh. Kesolehan sosial adalah suatu keharmonisan dengan individu atau lingkungan sosial juga dengan masyarakat yang mempunyai sifat peduli atau mengerti dan juga mempunyai kasih sayang yang besar terhadap semua. Syariah juga berarti aturan yang berguna dalam menciptakan hubungan secara harmonis antar manusia dengan alam dan pada akhirnya memberikan kemanfaatan bagi sesama<sup>18</sup>.

### 3) Akhlaq

Akhlaq ialah keadaan batin, hati dan mental manusia yang sudah memberikan pengaruh pada tindakan. Akhlaq juga sebagai cerminan kita sendiri, sehingga akhlaq yang baik membuat kita lebih dipandang dengan kualitas keimanan, karena keimanan juga harus dilihat pada perilaku yang telah dijalankan dalam keseharian manusia.

### **h. Media Dakwah**

Media didapatkan dari “*medius*” (Latin) dengan artian, pengantar, tengah, perantara. Media secara jamak disebut dengan “*medium*” (Inggris) dengan artian rata-rata, antara dan tengah. Melalui pengertian ini bisa dijelaskan bahwasanya media menjadi instrumen yang berkaitan dengan pesan komunikasi yang dijelaskan oleh dai kepada madunya.

Munir dan Ilahi memaknai media dakwah dengan alat yang digunakan dalam menyampaikan materi mengenai dakwah atau ajaran islam kepada penerimanya<sup>19</sup>. Media dakwah menjadi alat yang digunakan sebagai perantara dalam menyampaikan pesan kepada mad'u. Menurut Hamzah Yaqub media dakwah dibagi menjadi lima yaitu:

- 1) Lisan yaitu dakwah yang berbentuk seperti pidato dan ceramah.
- 2) Tulisan diartikan dengan dakwah yang dijalankan melalui surat kabar, majalah dan buku.
- 3) Lukisan yaitu dakwah yang berbentuk karikatur,

---

<sup>18</sup> Muhammad Syahrur, *Islam dan Iman: Aturan-aturan Pokok*, (Yogyakarta: Jendela, 2002), 26.

<sup>19</sup> Muh Ali Azizi, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 403-404

lineart dan lainnya.

- 4) Audio diartikan dengan media berdakwah dengan memberikan rangsangan terhadap indra penglihatan dan pendengaran misalnya film, tv dan internet.
- 5) Akhlak diartikan dengan media berdakwah dari berbagai perbuatan yang baik guna digunakan oleh para da'i supaya menjadi contoh yang baik kepada para madunya.

#### **i. Konten Dakwah**

Konten diartikan sebagai alat untuk memberikan sebuah informasi yang disediakan oleh media elektronik. Pesan dakwah disampaikan melalui media social, video, audio, Tv dan juga internet. Istilah ini juga dipakai dalam memberikan identifikasi berbagai genre atau format informasi yang digunakan sebagai komponen tambahan dalam media<sup>20</sup>. dakwah juga diartikan dengan ajakan kepada sesama manusia demi berperilaku sesuai dengan yang diinginkan yaitu ajaran islam. melalui ini bisa dipahami bahwasanya konten dakwah diartikan dengan bahan informasi yang dilakukan melalui media elektronik yang berbentuk dakwah. Dan dalam dakwah tersebut harus mengenai genre Islam dan juga penyiarannya memanfaatkan media elektronik.

### **3. Tinjauan Tentang Model Komunikasi Dakwah**

Cangara memaknai model dengan gambaran abstrak atau sistematis yang mencerminkan mengenai berbagai potensi yang berhubungan dengan bagian dari proses<sup>21</sup>. Komunikasi dakwah diartikan dengan tahapan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada manusia secara personal atau kolektif dimana dainya juga personal atau kolektif yang membahas mengenai Al-Quran dan Hadits yang tujuannya merubah perilaku, pendapat, dan sikap manusia agar lebih baik dari sebelumnya yang dijalankan melalui lisan, tulisan, dan sikap secara

<sup>20</sup> "Konten", 09 April 2020, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/konten>

<sup>21</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015) 43

langsung ataupun tidak<sup>22</sup>. Menurut Romli komunikasi dakwah diartikan dengan kegiatan dalam menyampaikan pesan dakwah agar mad'u membela, menyebarkan, mengamalkan, memahami dan mengimani kebenaran ajaran Islam<sup>23</sup>.

Komunikasi dakwah adalah suatu proses untuk menyampaikan suatu pesan tentang ajaran Islam kepada masyarakat supaya mempunyai pemahaman yang baik dan perilaku yang bersangkutan dengan Islam. Model komunikasi dakwah harus menunjukkan sistem dakwah, karena sudah disiapkan teks atau ruang untuk belajar atau memahami tingkah laku spesifik.

Dapat disimpulkan bahwasanya model komunikasi dakwah diartikan dengan pola atau gambaran dalam menyampaikan dakwa oleh da'i dimana pesan dakwahnya mengenai ajaran Islam yang dijalankan dengan cara mengajak manusia secara personal atau kolektif supaya berbuat dan berperilaku baik sesuai dengan ajaran Islam.

Wiseman dan Barker dalam Mulyani menjelaskan mengenai tiga fungsi yang terdapat di dalam model komunikasi:

- 1) Menggambarkan proses komunikasi
- 2) Menunjukkan hubungan visual
- 3) Memperbaiki dan menemukan kemacetan komunikasi<sup>24</sup>.

#### 4. Tinjauan Tentang Media Sosial Youtube

##### a. Peran Media Sosial Youtube Dalam Proses Dakwah

Media menjadi sasaran atau alat yang dipakai untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Pakar psikologi menjelaskan bahwasanya dalam komunikasi yang dijalankan antar manusia yang mana

---

<sup>22</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 26.

<sup>23</sup> Asep Symsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2013), 12.

<sup>24</sup> Gordon Wiseman dan Larry Barker, *speech-Interpersonal Communication*, san Francisco: Chandler, 1967, 13-14. Dikutip oleh Deddy Mulyani, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 133.

dominan media yang dipakai yaitu pancaindra manusia. pesan yang diterima melalui indra akan diproses menuju pikiran dan pada akhirnya akan memunculkan sikap ketika dihadapkan tentang sesuatu. Media yang dimaksud dalam ini yaitu media sosial, media yang dimaksud dalam hal ini yaitu media sosial yang menjadi bagian dari media massa sebagai kebutuhan manusia saat ini.

Media massa adalah instrumen yang dimanfaatkan dalam menyampaikan pesan dari da'i kepada mad'u dengan memanfaatkan beragam alat komunikasi mekanik mulai dari Tv, radio, film, surat kabar. Majunya zaman memunculkan sosial media yang berisi mengenai situs online yang menghubungkan komunikasi antar satu manusia dengan manusia lainnya.

Media sosial diartikan dengan aplikasi yang berbasis media online dan internet dan juga bisa mendapatkan beragam data. media sosial juga didukung oleh komunikasi yang memanfaatkan media berbasis *web* untuk merubah komunikasi agar menjadi dialog interaktif. Ada beberapa ciri media sosial yaitu sebagai berikut<sup>25</sup>:

- 1) Terdapat kebebasan dalam pesan karena tidak harus melalui *gate keeper*.
- 2) Penyampaian pesan sangat cepat.
- 3) Pesan bisa diterima kapanpun dan dimanapun.

Media sosial *youtube* saat ini sangat fenomenal dimana situs ini bisa mengirimkan video agar dilihat oleh orang lain. *Youtube* diartikan dengan media online yang digunakan oleh semua orang dan ada juga yang memanfaatkan media *youtube* untuk digunakan sebagai berdakwa, membuat ide-ide yang bagus, dan menghibur semua orang. Dan *youtube* sangatlah mudah untuk diakses semua orang dan digunakan secara baik, pengguna *youtube* bisa diakses dari kalangan anak kecil, remaja, dan tua semua hampir

---

<sup>25</sup> Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial", *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, vol. 12, No. 1, (2018): 104, diakses pada 29 November 2019, <http://jurnaliainpontianak.or.id>

bisa menggunakan youtube dan memanfaatkan *youtube*.

Disini juga ada beberapa macam motif yang menggunakan media sosial yaitu *youtube* yang mempunyai aspek-aspek menurut McQuail yaitu<sup>26</sup>:

- 1) Motif Informasi
  - a) Yaitu digunakan untuk mencari peristiwa atau berita pada kondisi yang terkait dengan lingkungannya di sekitar masyarakat dan dunia lainnya.
  - b) Merasa ingin tau atau mencari informasi yang umum.
  - c) Bisa digunakan untuk belajar pendidikan diri sendiri .
- 2) Motif Identitas Pribadi
  - a) Yaitu untuk menemukan penunjang nilai pribadi.
  - b) Menemukan model pribadi.
  - c) Mengidentifikasi dengan berbagai nilai-nilai dalam media.
  - d) Untuk peningkatan pemahaman terhadap diri sendiri.
- 3) Integrasi dan Interaksi Sosial
  - a) Guna memperoleh tentang pengetahuan terhadap orang lain.
  - b) Punya rasa ingin memiliki.
  - c) Menemukan berbagai bahan untuk percakapan dan interaksi sosial.
  - d) Keinginan seseorang untuk lebih menghargai semua keluarga, juga untuk menghargai teman dan menghargai masyarakat.
- 4) Motif Hiburan
  - a) Untuk melepaskan diri dari berbagai masalah.
  - b) Bersantai.
  - c) Menghibur diri.
  - d) Mengisi waktu yang luang dengan melihat

---

<sup>26</sup> Aritas Puica Sianipar, “Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa (study Penggunaan Youtube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunika FISIP USU Medan Dengan Pendekatan Uses and Hratification)”, 4-5. Diakses pada 18 November 2019, <https://jurnal.usu.ac.id>.

- konten-konten yang ada di *youtube*.  
 e) Kurangi rasa emosi kepada siapapun.

Akses *Youtube* bisa dilakukan oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun. Setiap manusia bisa mengunggah videonya di *youtube* dimana video ini menyajikan berbagai hal mulai dari hiburan, pendidikan dan juga dakwah. *Youtube* bisa menjadi media dalam berdakwah dan menjadi media untuk berdakwah dimana harus memunculkan inovasi karena perkembangan zaman.

## **b. Kelebihan dan Kekurangan Dakwah Media *Youtube***

- 1) Kelebihan *youtube* sebagai media dakwah
  - a) Media *Youtube* berfungsi sebagai siaran dakwah yang dilakukan melalui konten video dengan pidato atau ceramah supaya lebih gampang untuk diakses semua orang dan bisa kapanpun dan dimanapun untuk melihat atau mendengarkannya.
  - b) Saat ini pengguna media *youtube* sangat mudah untuk mengakses berbagai bentuk konten video dakwah dan berbagai macam informasi juga untuk menambah berbagai wawasan atau pengetahuan dalam bidang ilmu agama.
  - c) Dengan adanya perkembangan zaman pada saat ini terutama di kalangan milenial, pengguna media sosial tidak lepas dari media *youtube*, seperti zaman sekarang sangat lah mudah untuk belajar lebih dalam atau berbagai cara dengan menggunakan media *youtube*, dan bisa melihat contoh-contoh konten dakwah lainnya untuk belajar.
  - d) *Youtube* juga sangat cepat untuk penyampaiannya dan juga sangat menjangkau bagi kalangan dan bisa menghemat biaya, waktu dan bisa mempermudah semua orang untuk penyebaran semua ilmu yang umum atau terutama tentang dakwah Islam.

- 2) Kekurangan *youtube* sebagai media dakwah
  - a) Kekurangan dakwah di media *youtube* yaitu adanya interaksi yang kurang antara dai dan madu secara berlangsung, karena dakwah di *youtube* merupakan dakwah dalam satu arah dan tidak bisa dilakukan dengan tatap muka dan juga tidak bisa untuk menerima masukan secara langsung.
  - b) Media dakwah juga bersifat instan karena yang dijelaskan atau disampaikan dalam waktu yang singkat dan juga tidak menjelaskan secara detil tentang informasi agama. Karena mad'u itu berbeda tidak semua orang sama, dan media *youtube* meminta semua kalangan yang menggunakan *youtube* itu benar-benar paham dan jelas apa yang sudah ia jelaskan.

## **B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Sofyana Dwi Arsih yang berjudul, “*Model Komunikasi Dakwah Ustadz Hannan Attaki di Media Sosial Youtube*”. Pada penelitian tersebut menggunakan metode analisis isi, dan penelitian ini juga menggunakan beberapa teori seperti teori Aristoteles, Laswell, dan Newcomb. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana pesan dari video dakwah Ustadz Hanan Attaki, Bagaimana karakteristik dakwah Ustadz Hanan Attaki, bagaimana gaya bahasa yang digunakan dakwah Ustadz Hannan Attaki, dan bagaimana pola komunikasi pada dakwah Ustadz Hanan Attaki. Hasil penelitian ini yaitu meneliti dua tema yang berjudul “Menghadapi ayah yang kasar” dan Renungan Itiraf”. Pada penelitian ini sudah berhasil menggunakan dua komunikasi yaitu komunikasi Linier dan komunikasi Sirkuler, komunikasi Linear yaitu ada sumber, pesan, media, penerima pesan dan efek. Kalau komunikasi Sirkuler yaitu komunikasi yang dilakukan secara dua arah atau ada timbal balik pada mad'u, pada respon tersebut menanggapi secara positif dan baik. Persamaan dengan penelitian saya yaitu sama-sama membahas tentang model komunikasi dakwah, juga menggunakan metode analisis isi dan menggunakan teori Aristoteles, Leswell dan cuma beda satu teori yaitu teori Shannon-Weaver. Perbedaan

penelitian saya dengan penelitian tersebut yaitu kalau penelitian ini membahas tentang model komunikasi dakwah Ustadz Hannan Attaki, kalau penelitian saya membahas tentang model komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat. Tujuan penelitian saya yaitu untuk mengetahui bagaimana model komunikasi Ustadz Adi Hidayat dan bagaimana pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Wisnuwati yang berjudul “*Analisis Model Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Youtube (Studi analisis konten dakwah pada bulan juli 2019)*”. Pada penelitian tersebut memanfaatkan pendekatan kualitatif dimana teori yang dijalankan ialah Aristoteles, Laswell, Shanon-Weaver, Schramm, Newcomb, dan Defleur. Penelitian ini juga mempunyai tujuan untuk memahami konten daakwah Ustadz Hanan Attaki disertai model komunikasi dakwahnya. Hasil penelitian ini yaitu pada analisis konten tersebut disini ada tiga tema yaitu “Benci jadi cinta”, “Empat cara meraih mimpi” dan “Kuota fisabilillah”, pada judul ini dapat disimpulkan bahwa dakwah Ustadz Hanan Attaki memiliki tiga komponen utama yaitu eksistensi media, penampilan dan gaya bahasa. Dakwah ini juga dijalankan melalui praktisi media dan media massa. Persamaan dengan penelitian saya yaitu sama-sama membahas model komunikasi dakwah dan metodenya juga sama. Letak perbedaan berada pada subjek yang diteliti kalau penelitian ini membahas tentang model komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki, kalau penelitian saya membahas tentang model komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat. Unsur kebaruan dari kajian saya dibandingkan penelitian ini berada pada prinsip dasar yang berbeda atas permasalahan yang dikaji, peneliti melakukan proses pengkaji melalui berdasarkan model komunikasi dakwah yang sudah ada di media sosial. Tujuan penelitian saya yaitu untuk mengetahui bagaimana model komunikasi Ustadz Adi Hidayat dan bagaimana pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat.

Penelitian yang dilakukan oleh Nungky Mei Lani yang berjudul “*Model Komunikasi Dakwah Komunitas Ayo Cinta Masjid (ACM) Dalam Pengalaman Syiar Islam di Masjid Taqwa Kota Metro*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara

observasi, wawancara dan mengambil dokumentasi, dan penelitian ini juga menggunakan beberapa teori seperti Aristoteles, Laswell dan Shannon dan Weaver. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui model komunikasi dakwah komunitas ayo cinta masjid disertai berbagai faktor yang mendukung dan menghambatnya. Hasil penelitian ini yaitu model komunikasi yang digunakan oleh penelitian ini adalah model komunikasi Laswell adalah komunikator atau dai yaitu penyampai pesan dengan cara baik, bertahab, tidak membeda-bedakan, tidak menakut-nakuti dan menyejukan hati. Dalam faktor pendukung dan pendapat penelitian ini yaitu faktor pendukung dari model komunikasi dakwah yaitu di masjid taqwa strategis di pusat Kota Metro, bekerjasama dengan komunitas lainnya, respon anggota yang baik dan implementasi model komunikasi yang menarik. Untuk faktor penghambat model komunikasi dakwah yaitu anggota yang lambat dalam merespon, latar belakang madu yang berlainan, perijinan yang banyak dalam tabligh akbar dan para anggotanya tidak bersemangat dalam melakukan kegiatan. Persamaan pada penelitian saya yaitu sama-sama membahas tentang model komunikasi dakwah dan teorinya juga sama. Perbedaan penelitian saya dengan penelitian ini terletak pada subjek yang telah diteliti dan media penyebarannya, kalau peneliti ini membahas tentang model komunikasi dakwah komunikasi ayo cinta masjid, kalau penelitian saya membahas tentang model komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat. Tujuan penelitian saya yaitu untuk mengetahui bagaimana model komunikasi Ustadz Adi Hidayat dan bagaimana pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat.

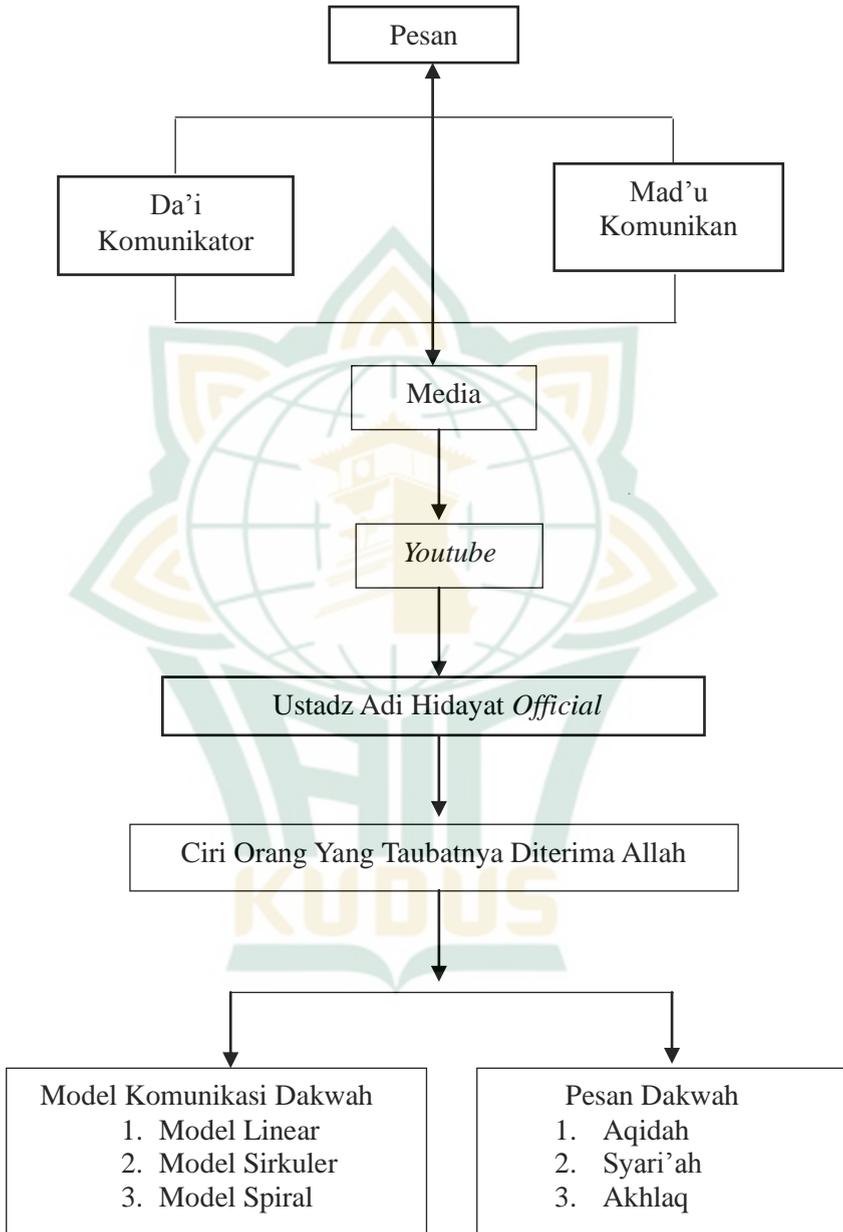
Penelitian yang sudah dilakukan oleh Ahmad Syauqi Hilman yang berjudul, "*Model Komunikasi Islam Ustadz Cholil Nafis Pada Twitter Akun @cholinafis*". Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengamatan secara langsung yang bersifat interaktif, dan penelitian ini juga menggunakan beberapa teori seperti teori S-R (stimulus-respons), Aristoteles, Lasswell, Achramm, dan Shannon dan Weaver. Penelitian ini juga mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui model komunikasi Islam ustadz cholil nafis pada *twitter*. Hasil penelitian ini yaitu model komunikasi Islam Ustadz Colil nafis ini menggunakan dua model komunikasi yaitu Model Aristoteles yang berarti dalam

komunikasi hanya satu arah, dan Model Schramm yang berarti adanya interaksi dari dua pihak antara komunikator dengan komunikan. Maka dari model komunikasi tersebut sejalan dengan komunikasi Islam yaitu Tabligh (informasi), Taghyir (perubahan), Khairu Ummah (masyarakat teladan), dan Akhlak Al-karimah (perilaku mulia). Adapun persamaan penelitian saya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang model komunikasi, dan metodenya pun sama. Untuk mengetahui perbedaan penelitian saya dengan penelitian ini terletak pada subjek dan akun yang digunakan, penelitian ini membahas tentang model komunikasi Islam ustadz cholil nafis pada *twitter* sedangkan penelitian saya membahas tentang model komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat. Tujuan penelitian saya yaitu untuk mengetahui bagaimana model komunikasi Ustadz Adi Hidayat dan bagaimana pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran ini menjadi model konseptual mengenai cara teori memiliki keterkaitan dengan beragam faktor objek penelitian. Oleh karena itu maka pada zaman sekarang ini media sosial sudah tidak asing lagi dikenal oleh banyak orang, hampir semua orang sekarang mempunyai atau menggunakan media sosial digunakan sebagai untuk mendapatkan sebuah informasi atau mencari berita-berita yang terkini atau yang viral.

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berfikir



Untuk mengetahui pada kerangka berfikir maka akan digambarkan melalui skema, dalam skema tersebut menjelaskan tentang pesan atau disebut dengan dakwah, dakwah itu sendiri harus ada da'i (komunikasi) yaitu orang yang menyampaikan dakwahnya dan mad'u (komunikator) yaitu orang yang menerima dakwah. Dalam menyampaikan dakwah disini juga menggunakan media sosial yaitu salah satunya *youtube* untuk digunakan sebagai media dakwah atau menyampaikan pesan dakwah, dalam melakukan pesan dakwah ini juga menggunakan media sosial *youtube* yaitu dalam *channel youtube* "Adi Hidayat *Official*" yang bertema "Ciri Orang Yang Taubatnya Diterima Oleh Allah", dan disini saya mengambil tema itu untuk dijadikan sebuah penelitian. Dalam penelitian saya ini juga menggunakan beberapa tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana model komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat dan apa saja pesan dakwah dalam video dakwahnya Ustadz Adi Hidayat dalam *youtube* Ustadz Adi Hidayat tersebut.

