

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Kajian Teori Terkait Judul

#### 1. Dakwah

##### a. Pengertian Dakwah

Dakwah menurut etimologi (bahasa) berasal dari bahasa arab: da'a, yad'u, da'watan. Yang berarti mengajak, menyeru dan memanggil seruan, permohonan dan permintaan. dakwah sebagai aktifitas yang tidak lagi diartikan sebagai kegiatan ceramah yang dilakukan di pusat- pusat keagamaan, semisal di masjid-masjid, pengajian dan lain sebagainya.<sup>1</sup> Menurut terjemahan ini, dakwah berarti upaya memanggil, menyeru, dan mengajak individu kepada Tuhan. Sementara itu, "ajakan kepada Allah" mengacu pada "ajakan kepada agama-Nya", khususnya "al-Islam". Yang dimaksud dengan "dakwah" adalah kegiatan yang mengajak orang lain untuk mengikuti perintah Allah, menaati larangan-Nya, dan mengamalkan ajaran Islam. Proses pengiriman sadar dan disengaja. Dakwah juga berkontribusi pada transformasi keadaan buruk umat Islam menjadi keadaan yang menguntungkan yang membawa mereka lebih dekat ke Islam dan memastikan kebahagiaan mereka baik di dunia maupun di akhirat. Para ahli di bidang dakwah menawarkan sejumlah definisi bahasa yang berbeda-beda dari istilah tersebut, tetapi gagasan dasarnya tetap sama. Dakwah menurut Ali Mahfudz adalah menganjurkan perbuatan baik dan melarang perbuatan buruk guna menjamin kebahagiaan mad'u di dunia dan di surga. Drs. Dakwah, menurut H. M. Masyur Amin, adalah kegiatan yang menggunakan literatur Islam untuk membujuk orang untuk memeluk Islam secara terpelajar sehingga penerimanya dapat menikmati kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat.<sup>2</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah adalah usaha atau kegiatan untuk mengajak

---

<sup>1</sup> Nurwahidah Alimuddin, Konsep Dakwah Dalam Islam, Jurnal Hunafa Vol. 4, No. 1, Maret 2007, 74.

<sup>2</sup> Athul Bahri An-Nabiry, Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'I (Jakarta: Amzah, 2008), 21.

manusia berbuat kebaikan, melaksanakan ma'ruf, menghindari kemungkaran, dan mengubah keadaan menjadi lebih baik guna memperoleh ridha Allah SWT, tetap dalam lindungan-Nya. jalan, dan puas baik di dunia maupun di akhirat..

**b. Dasar Hukum Dakwah**

Orang-orang Mekkah mempertahankan posisi nilai yang tinggi dan istimewa karena hal-hal tersebut memberikan kehidupan yang sejahtera. Dakwah adalah proses motivasi untuk mendorong manusia berbuat baik dan melarangnya berbuat jahat agar mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat..<sup>3</sup> Seperti firman Allah SWT dalam QS. surah Ali Imron ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”

**c. Sumber Pesan Dakwah**

Pesan dakwah menurut ilmu komunikasi diwakili oleh simbol-simbol. Maudlu al-dakwah adalah kata Arab untuk pesan dakwah dalam sastra. Istilah “pesan dakwah” diyakini lebih tepat untuk menyampaikan isi dakwah melalui gambar, lukisan, kata-kata, dan bentuk lainnya. Jika dakwah disampaikan secara lisan, maka pesan disampaikan oleh pembicara.

**1) Ayat-Ayat Al-Qur’an**

Al-Qur’an adalah wahyu yang sempurna. Al-Qur’an memuat dan merangkul semua wahyu Allah SWT kepada para nabi sebelumnya. Kita bisa mengkaji antara lain isi surat Al-Fatihah yang diklaim oleh para ulama sebagai ringkasan Al-Qur’an, untuk melihat

---

<sup>3</sup> Umi Hayati, “Nilai-Nilai Dakwah; Aktivitas Ibadah Dan Perilaku Sosial,” INJECT (Interdisciplinary Journal Of Communication) 2, No. 2 (2017): 179.

kandungan Al-Qur'an. Ada tiga topik utama dalam Surat Al-Fatihah yang sebenarnya mewakili pesan utama dakwah: iman (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6), dan muamalah (ayat 7). Ajaran Islam fokus terutama pada tiga poin ini. Dalam mengutip ayat Al-Qur'an sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan :

- a) Al-Qur'an harus ditulis atau diucapkan dengan benar. Arti sebuah ayat Al-Qur'an dapat diubah dengan tidak adanya satu huruf pun atau dengan validitas tanda baca (syakl). Demikian pula, lafal yang tidak mengikuti pedoman lafal (tajwid) akan mendistorsi makna. Para mubaligh wajib memperoleh Ilmu Tajwid dari lokasi ini..
- b) Terjemahan Al-Qur'an harus digunakan saat menulis atau mengucapkan ayat-ayat tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk membantu para mitra dakwah memahami ayat-ayat Al-Qur'an. Baik bahasa Arab maupun bahasa Al-Qur'an tidak dipahami oleh semua orang. Memanfaatkan terjemahan lebih disukai untuk pengkhotbah yang merupakan penerjemah yang terampil. Jika dia tidak bisa, dia harus memilih terjemahan yang dapat dipercaya dan menulis atau berbicara sumbernya..
- c) Ayat-ayat yang disajikan dalam kaitannya dengan pokok bahasan dakwah harus tepat dan relevan. Arah dan tujuan ayat tersebut menentukan tingkat signifikansinya. Meneliti hasil terjemahan serta petunjuk ayat sebelum dan sesudahnya merupakan metode yang paling efektif untuk memahami sebuah ayat..
- d) Sebelum membaca ayat Al-Qur'an pendakwah hendaknya membaca ta'awwudh dan basmalah.

## 2) Hadis Nabi SAW

Dalam hadits, perkataan, perbuatan, sifat, bahkan sifat fisik Nabi SAW termasuk dalam segala sesuatu yang berhubungan dengannya. Pengkhotbah hanya membutuhkan sarana untuk memperoleh hadits yang dapat dipercaya dan memahami isinya. Banyak buku hadits yang banyak merujuk pada hadits-hadits Nabi SAW. Pengkhotbah akan berjuang untuk mengingat

semuanya. Pengkhotbah hanya perlu mengkategorikan hadits menurut kualitas dan pokok bahasannya.<sup>4</sup> Dalam mengutip Hadis Nabi SAW ada beberapa etika yang harus diperhatikan oleh para pendakwah:

- a) Hadits harus ditulis atau diucapkan dengan benar. Kesalahan mungkin mengubah artinya. Namun, kesalahan tersebut tidak lebih serius dari kesalahan penulisan atau pengucapan ayat-ayat Al'quran.
- b) Penulisan ataupun pengucapan hadits disertai terjemahannya, agar pengertian dapat dipahami oleh mitra dakwah.
- c) Nama Nabi SAW atau rasulullah Saw serta nama perawi sahabat dan perawi penulis kitab hadits harus disebutkan.
- d) Pendakwah harus memprioritaskan hadits yang lebih tinggi kualitasnya.

### 3) Pendapat Para Sahabat Nabi SAW

Sahabat Nabi SAW adalah orang-orang yang hidup pada masanya, pernah bertemu dengan Nabi SAW, dan beriman kepadanya. Sahabat senior (Kibar al-shahabah) dan sahabat junior (Sighar al-shahabah) termasuk di antara para sahabat Nabi SAW. Sahabat senior dinilai dari awal masuk Islam, seberapa keras mereka harus bekerja, dan seberapa dekat mereka dengan Nabi SAW. Dalam kitab-kitab hadits, hampir semua perkataan para sahabat berasal dari para sahabat senior. Sama hal dengan kutipan-kutipan sebelumnya, yang mengutip pendapat sahabat juga harus mengikuti etika sebagai berikut :

- a) Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis.
- b) Menyebutkan nama sahabat yang dikutip.
- c) Menyebut sumber rujukan.
- d) Membaca doa dengan kata radliyallahu anhu (anha) atau menulis dengan singkatan r.a dibelakang nama sahabat.

### 4) Pendapat Para Ulama

Meskipun kata "ulama" merujuk pada siapa saja yang berilmu luas, namun istilah "ulama" di sini merujuk secara khusus kepada orang-orang yang

---

<sup>4</sup> Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004) h.274

beriman, memahami ajaran Islam, dan mengamalkannya. Ada dua jenis pendapat yang dipegang para ulama: yang telah disepakati (al-Muttaafaq'alah) dan yang masih diperdebatkan (al-mukhatalaf fih). Adapun etika mengutip pendapat ulama sebagai berikut :

- a) Tidak bertentangan dengan AL-Qur'an dan Hadis.
- b) Menyebut nama ulama yang telah dikutip.
- c) Menguasai argumentasinya, agar terhindar dari kepengikutan yang tidak cerdas (Taqlid ).
- d) Memilih pendapat ulama yang tertulis daripada pendapat yang diperoleh dari komunikasi lisan.
- e) Memilih pendapat ulama yang paling kuat dasarnya dan paling besar manfaatnya untuk masyarakat.

**5) Hasil Penelitian Ilmiah**

Sifat relatif dan reflektif mencirikan temuan penelitian ilmiah. relatif karena nilai kebenarannya bisa bergeser. Cerdas karena mencerminkan realitas. Temuan penelitian dapat diubah oleh penelitian selanjutnya atau penelitian di berbagai bidang. Oleh karena itu, pengutipan hasil penelitian ilmiah untuk pesan dakwah harus berpegang pada etika sebagai berikut :

- a) Menyebut nama penelitinya, atau lembaga bila melibatkan suatu lembaga.
- b) Menyebutkan objek penelitian yang sesuai dengan topik dakwah.
- c) Disajikan dengan kalimat yang singkat dan jelas.
- d) Disampaikan kepada mitra dakwah yang memahami fungsi penelitian.
- e) Disampaikan untuk menguatkan pesan dakwah.

**6) Kisah Dan Pengalaman Teladan**

Mencari upaya yang memudahkan mitra dakwah untuk memahami ide-ide yang kami sampaikan ketika mereka merasa kesulitan. Kita mencari informasi yang menguatkan argumentasi atau bukti nyata mereka dalam kehidupan ketika mereka kurang semangat dan percaya diri terhadap pesan dakwah. Salah satunya adalah untuk berbagi pengalaman pribadi terkait dengan subjek dengan orang lain. Pengkhotbah harus berhati-hati

ketika menceritakan pengalaman, terutama yang melibatkan keteladanan.<sup>5</sup>

#### d. Macam-macam Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan yang mendorong manusia untuk menjadi manusia yang lebih baik. Alhasil, dakwah memiliki metode penyampaian pesan kepada khalayak tertentu.. Dalam Al-Qur'an telah diungkapkan beberapa cara dakwah, yaitu :

##### 1) Dakwah Bil Hikmah

Karena dapat menyentuh perasaan mad'u, dakwah bil hikmah merupakan salah satu metode dakwah yang masih relevan hingga saat ini. Metode dakwah bil hikmah yang realistik-praktis adalah metode di mana da'i mampu mengamati keadaan terkini pada tataran intelektual, psikologis, dan sosiologis. Da'i berdakwah dengan keyakinan, kesungguhan, kejujuran, dan ketekunan sesuai dengan format al-nubuwwah dan pelajaran dalam Al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan dakwah bil hikmah, yang dilandasi ilmu dan hikmah penuh.<sup>6</sup>

##### 2) Al-Mauidzah al-Hasanah

Abdul Hamid Al-bilali mengatakan bahwa mau'idzah hasanah adalah cara berdakwah untuk mengajak manusia ke arah yang lebih baik dengan cara menunjuk secara halus atau menasihatinya agar mad'u menjadi lebih baik sesuai dengan apa yang Allah firmankan. Dalam metode dakwah ini, da'i sepenuhnya menasihati dan memperingatkan Anda dengan bahasa yang sopan untuk menarik minat Anda dan mendorong Anda untuk menerima nasihat tersebut..<sup>7</sup>

##### 3) Dakwah bil-Mujadalah

Dalam metode dakwah ini terdapat upaya dakwah yang dilakukan oleh dua pihak yang bekerja

---

<sup>5</sup> Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004) h. 278

<sup>6</sup> Nur Alhidayatillah, Urgensi Dakwah Bil Hikmah Pada Generasi Millennial, *Idarotuna*, Vol. 1, No. 2. April 2019, 37.

<sup>7</sup> Ismi Khoir, Konsep Al-Hikmah Dan Al-Mau'idzah Al-Hasanah Dalam Al-Qur'an (Perspektif Pendidikan Islam), Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, IAIN Negeri Batusangkar 2022, 17.



sama untuk berdiskusi atau bertukar pendapat agar diterima pandangan yang berlawanan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat guna mencari solusi atau kebenaran atas suatu masalah tanpa menyakiti satu sama lain.<sup>8</sup>

Selain metode dakwah tersebut di atas, beberapa metode dakwah kontemporer dihadirkan sesuai dengan perkembangan media terkini. Selain itu, metode ini lebih unggul karena penerapannya yang efektif. Dakwah ini dikemas lebih menarik untuk menarik perhatian mad'u. Metode dakwah modern antara lain:

Salah satu media dakwah di era modern atau globalisasi adalah produk teknologi yang dikenal dengan dakwah melalui Handpone (HP). Karena eksis dan bisa dijadikan wacana pemikiran untuk pengembangan kegiatan dakwah, maka HP harus dijadikan media dakwah. Bahkan mayoritas mubaligh di zaman sekarang ini menggunakan handphone. Selain dimanfaatkan untuk kepentingan propaganda melalui SMS.

Melalui fasilitas internet, HP juga dapat berpartisipasi dalam kegiatan dakwah dengan saling bertukar informasi dan berkomunikasi dengan orang lain. Di zaman sekarang ini, pelaksanaan dakwah melalui handphone harus sesuai dengan esensi dakwah itu sendiri. Misalnya, melakukan seruan langsung dan mengkomunikasikan pesan dakwah (bil kalam) secara lisan. Jika ingin menjadi kenyataan, maka harus diawali dengan sapaan Islami—mengucapkan salam—atau tidak akan keluar dari esensi dakwah. Setelah itu, mulailah menggalakkan komunikasi yang bijak (bil hikmah wa mau'zah al-hasanah) agar materi khutbah menyentuh mad'u. Pemberitaan melalui media HP dapat dikirimkan melalui SMS, email, faksimili, dan metode lain selain telepon langsung. Karena handphone kini menjadi kebutuhan khalayak di era modern, semakin banyak peluang aktualisasi dakwah dalam berbagai hal.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Harjani Hefni, Metode Dakwah,( Kencana: Jakarta, 2003), 6.

<sup>9</sup> Mulyati Amin, Metodologi Dakwah, Ed. Nurhidayat (Makassar: Alaudin University Press, 2013), 71.

Teknologi Informasi (TI) sebagai sarana Dakwah Teknologi Informasi atau dikenal juga dengan teknologi informasi dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi melalui internet. Bisa juga dijadikan sarana dakwah melalui aplikasi yang terinstal seperti TikTok, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya. Penggunaan Teknologi Informasi (TI) sebagai media dakwah sangat mendesak karena TI termasuk perangkat elektronik yang dapat diakses internet dan fasilitas elektronik lainnya seperti radio dan televisi telah digunakan sebagai media dakwah. Dakwah sendiri merujuk pada himbuan atau ajakan, yang dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi (TI) dengan menyerukan dakwah di platform seperti Twitter, Facebook, YouTube, TikTok, dan lain sebagainya.<sup>10</sup>

**e. Pesan Dakwah**

Semua pesan dakwah yang disampaikan da'i kepada Muhammad didasarkan pada dalil aqli (akal) dan naqli (Al-Qur'an dan Hadits). Banyak ajaran yang dapat dijadikan maddah, terutama dalam Al-Qur'an yang telah mengatur segala aspek kehidupan. Namun secara umum, hanya ada tiga maddah yang harus disiarkan ke maddah. Tentu saja ajaran Islam yang bersumber dari dua dalil tersebut sangatlah luas. yang terlihat seperti ini:

1) Akidah

Kata bahasa Arab aqidah, yang berarti beriman, mempercayai, atau bertambah, berasal dari kata aqada-ya'diqu-aqadan. Dengan demikian, ikatan yang terjalin antara seorang hamba dengan Tuhannya adalah definisi iman. Seorang da'i wajib menyebarkan pesan akidah kepada mad'u dengan cara mendidik mereka tentang akidah muslim dan kehadiran Allah SWT.

Klasifikasi aspek akidah yang diperlu disampaikan da'i kepada mad'u ialah 6 rukun iman, sebagai berikut:

- a) Iman kepada Allah SWT.
- b) Iman kepada para malaikat Allah SWT.
- c) Iman kepada kitab-kitab Allah SWT.
- d) Iman kepada para rasul Allah SWT.
- e) Iman kepada hari kiamat.

---

<sup>10</sup> Mulyati Amin, Metodologi Dakwah, 134.



- f) Iman kepada qadha dan qadar.<sup>11</sup>
- 2) Syariah
- Syariah adalah norma atau aturan yang mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhan atau ibadah. Di dalamnya mencakup tata cara bersuci (thaharah), shalat, puasa, zakat, haji, dan mu'amalah, yaitu hubungan antar sesama makhluk. Etimologi kata "syariah" berarti "jalan". Ada tujuh aspek hukum Mu'amalah, juga dikenal sebagai ibadah umum atau ibadah ghairu mahdlah. Antara lain
- a) Hukum perdata keluarga (*al-ahkam al-ahwal alsyakhshiyah*).
  - b) Hukum pidana (*al-ahkam al-jinaiyyah*).
  - c) Hukum perdata ekonomi (*al-ahkam almadaniyyah*).
  - d) Hukum acara (*al-ahkam al-murafa'at*).
  - e) Hukum tata negara (*al-ahkam al-dusturiyyah*).
  - f) Hukum politik (*al-ahkam al-dauliyyah*).
  - g) Hukum publik (*al-ahkam al-iqtishadiyyah wa almaliyyah*).<sup>12</sup>

Secara umum, aspek syariah memiliki 3 perkara pokok, antara lain:

- a) Penetapan metode ibadah serta tata cara pelaksanaannya sesuai dengan tuntutan (tauqifi).
  - b) Penetapan berbagai hal yang tidak bertentangan dengan tujuan-tujuan utama syariah Islam, atau berbagai hal baru yang bisa mendatangkan madharat dalam bermu'amalah.
  - c) Peletakan dasar dan prinsip-prinsip umum untuk sebagian besar syariah, serta memperlonggar kesempatan untuk berijtihad dalam praktikpraktik amaliyah dan berbagai hukum cabang yang khilafiyah.
- 3) Akhlak

Akhlak berasal dari bahasa Arab, yang merupakan bentuk jamak dari kata "khuluqun", yang merujuk pada akhlak, budi pekerti, dan perilaku. Sebaliknya, moralitas didefinisikan sebagai pengetahuan tentang

---

<sup>11</sup> Mardani, *Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi* (Depok: Kencana, 2017), 68.

<sup>12</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 287.

kebenaran dan kepalsuan, yang mengatur hubungan interpersonal dan mengatur hasil usaha sebelumnya.<sup>13</sup>

Perspektif etika berisi orang terhormat dan karakteristik terhormat, serta perilaku yang sah sesuai kualitas Islam. Etika juga memiliki istilah lain, yaitu ihsan yang dimaknai oleh Rasulullah SAW ketika mendapat informasi tentang ihsan, beliau berkata, “Ihsan adalah kamu mencintai Allah SWT seolah-olah kamu melihat-Nya, jika kamu tidak bisa melihat-Nya maka sesungguhnya Allah SWT melihatmu.” Dia juga berkata, “Saya dikirim dari keajaiban moral yang luar biasa.”<sup>14</sup>

Sangat mungkin beralasan bahwa kualitas yang mendalam adalah pribadi manusia yang telah ditanamkan dalam ruh dan telah berubah menjadi keunikannya sehingga berbagai jenis kegiatan memberikan ide yang diselesaikan secara tiba-tiba dan tidak perlu memikirkan setiap langkah yang dilakukan. Etika diatur menjadi dua macam, yaitu etika agung (akhlak karimah) dan akhlak buruk (akhlak mazmumah). Islam menitikberatkan pada etika agung sesuai dengan tuntutan syariat Islam. Maka dalam pengajaran penting untuk menyampaikan materi akhlak agar mad'u pergi belakang akhlak mazmumah dan selanjutnya mengembangkan etika, etika agung kepada Tuhan, etika kepada individu manusia dan etika kepada iklim (makhluk dan tumbuhan).

## 2. Media Dakwah

### a. Pengertian Media Dakwah

Penulis akan mencoba menjelaskan bahwa untuk memahami konsep media dakwah, maka setiap konsep yang termasuk dalam istilah tersebut harus dipahami terlebih dahulu. Media dan dakwah adalah dua istilah konseptual yang harus dipisahkan untuk kejelasan makna.

Jika dilihat dari etimologi kata, media berasal dari kata latin “median” yang berarti alat yang berperan sebagai perantara. Namun demikian, bentuk jamak dari kata

---

<sup>13</sup> Syarifah Habibah, “Akhlak Dan Etika Dalam Islam”, Jurnal Pesona Dasar 1, no. 4 (2015), 81.

<sup>14</sup> Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, Pengantar Studi Ilmu Dakwah (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021), 195-196.

median adalah media. Segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat (perantara) untuk tujuan tertentu dianggap sebagai media dalam pengertian semantik. Terlepas dari kenyataan bahwa kata Arab untuk "dakwah", da'a, dan yad'u, yang berarti "mengundang, mengundang, atau memanggil".

Istilah dakwah yang merujuk pada ajakan, ajakan, atau permintaan, kemudian mengambil alih. Tabligh adalah istilah lain yang mengacu pada hal yang sama dengan kata "dakwah". Kata Arab ballagha, yang berarti "menyampaikan", adalah asal kata tabligh. Kata tersebut kemudian menjadi tabligh yang artinya berkomunikasi.<sup>15</sup>

M. Thoha Yahya Oemar mendefinisikan dakwah "Mengajak umat manusia secara bijaksana ke jalan yang benar sesuai perintah Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat."<sup>16</sup>

Dakwah juga dapat dipandang sebagai proses penyebaran ajaran Islam kepada masyarakat luas. Karena tujuan dakwah adalah untuk meningkatkan kualitas hidup seseorang, maka proses dakwah bukan hanya upaya penyampaian tetapi juga upaya mengubah cara berpikir, merasa, dan hidup masyarakat. Oleh karena itu, dakwah adalah "suatu kegiatan mengajak atau menyeru umat manusia agar berada di jalan Allah (sistem Islam) yang sesuai dengan fitrah dan spiritualitas yang melekat pada dirinya, baik secara lisan, tulisan atau penalaran, maupun kegiatan perbuatan. ." Oleh karena itu, tujuan utama dakwah adalah mengenalkan kembali manusia pada keadaan fitrahnya dan ka-hanifan secara utuh.<sup>17</sup> Seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an Surah QS Al-Nahl ayat 125 :

---

<sup>15</sup> Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif (Membangun Kerangka Dasar Komunikasi)*, (Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya, 1997), 5.

<sup>16</sup> Rafi Udin Dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip Dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), Cet ak II, Hal, 25.

<sup>17</sup> Asep Muhyiddin Dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2002), Cetak I, 23.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ  
 وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ  
 ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

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

Sebaliknya, Asmuni Syukir mendefinisikan media dakwah sebagai “segala sesuatu yang dapat dijadikan alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan”. Media dakwah dapat berupa orang, tempat, atau kondisi tertentu, antara lain. Dakwah Islam bertugas mengembalikan manusia pada akal beragamanya semula agar dapat menunaikan tujuan yang sebenarnya, yaitu mengabdikan kepada Allah. Alhasil, dakwah umat Islam bertugas untuk membimbing manusia ke alam cahaya, jalan kebenaran, dan membawa manusia yang berada dalam kegelapan menuju cahaya terang. Salah satu aspek dakwah yang sangat penting dalam dakwah dan tidak dapat dipisahkan dari aspek lainnya adalah media dakwah. Lima kelompok digunakan oleh Abudl Karim Zaidan untuk mengkategorikan komponen dakwah. Yang pertama adalah materi yang disampaikan, yang kedua adalah penerima, yang ketiga adalah pengkhotbah, yang keempat adalah metodis atau uslub, dan yang kelima adalah media atau wasilah. Yang pertama adalah objek dakwah, atau materi yang disampaikan. Yang kedua adalah penerima dakwah, atau mad'u. Media, atau wasilah dakwah, dapat dibagi menjadi lima kelompok, menurut Hamza Ya'qub, yaitu:

- 1) Lisan :Golongan yang termasuk didalamnya adalah khotbah, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.

- 2) Lukisan :Gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain-lain.
- 3) Tulisan : Buku-buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.
- 4) Audio Visual : Yaitu suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran, seperti televisi.
- 5) Akhlak : Suatu cara penyampaian yang langsung ditunjukkan dengan perbuatan nyata.

Alhasil, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa media dakwah merupakan bagian yang krusial dalam proses dakwah. Media yang digunakan oleh seorang dakwah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan dakwah itu sendiri. Hadrah merupakan sarana yang sangat penting bagi pengembangan diri remaja dan penyebarluasan ajaran Islam dalam hal ini sebagai sarana dakwah.

**b. Prinsip-prinsip Dalam Memilih Media**

Penyebaran pesan dakwah sangat dipengaruhi oleh media yang merupakan komponen penting dalam dakwah. Oleh karena itu, jika seorang dai ingin pesan dakwahnya diterima dengan baik, ia harus memilih media dengan sangat hati-hati. Dalam memilih media dakwah, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain :

- 1) Tidak ada satupun media yang baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Setiap media dakwah mempunyai karakteristik (kelebihan, kelemahan dan keserasian) masing-masing yang berbeda.
- 2) Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- 3) Media dakwah dipilih sesuai dengan sifat materi dakwahnya.
- 4) Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
- 5) Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara obyektif dan bukan atas dasar kesenangan da'i.
- 6) Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- 7) Efektivitas dan efisiensi harus diperhatikan.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Anis Restu Hayuningtyas, Hadrah Sebagai Media Dakwah Dalam Meningkatkan Semangat Aktivitas Keagamaan Remaja Desa Sidodadi Kecamatan Pardasuka Pringsewu, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Uin Raden Intan Lampung, 40.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari uraian di atas adalah bahwa keberhasilan penyampaian pesan seorang da'i sangat tergantung pada ketelitian dan kecermatan seorang da'i dalam memilih media. Dalam memilih media dakwah, profesionalisme seorang da'i harus benar-benar diterapkan. Untuk menentukan media yang benar-benar efektif dalam proses dakwah, maka media dakwah yang dipilih harus sinkron dengan komponen dakwah lainnya.

**c. Prinsip-prinsip Penggunaan Media Dakwah**

Prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai pedoman umum dalam

mempergunakan media dakwah adalah

- 1) Penggunaan media dakwah bukan dimaksudkan untuk mengganti pekerjaan da'i atau mengurangi peranan da'i.
- 2) Tiada media satupun yang harus dipakai dengan meniadakan media yang lain.
- 3) Setiap media memiliki kelebihan kelemahan.
- 4) Gunakan media sesuai dengan karakteristiknya.
- 5) Setiap hendak menggunakan media harus benar-benar dipersiapkan atau diperkirakan apa yang dilakukan sebelum, selama dan sesudahnya.
- 6) Media, tujuan, bahan, dan objek dakwah harus selaras. Ini membutuhkan pertimbangan serius. Setiap dai yang ingin menjalankan dakwahnya harus menggunakan media secara profesional agar fungsi media sebagai sarana penyampai pesan dakwah tetap berjalan..<sup>19</sup>

**d. Macam-macam Media Dakwah**

Ada banyak macam media dakwah yang dapat dipilih sebagai media efektif disesuaikan dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai, antara lain:

- 1) Lembaga-lembaga Pendidikan Formal  
Sekolah dengan kurikulum, siswa dengan kemampuan yang sama, pertemuan rutin, dan fitur lainnya dianggap menyelenggarakan pendidikan formal. seperti SD, SMP, dan SMA, antara lain Pengajaran agama merupakan mata pelajaran yang tercakup dalam kurikulum

---

<sup>19</sup> Anis Restu Hayuningtyas, Hadrah Sebagai Media Dakwah Dalam Meningkatkan Semangat Aktivitas Keagamaan Remaja Desa Sidodadi Kecamatan Pardasuka Pringsewu, 45.



pendidikan formal, khususnya di lembaga pendidikan yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan Agama.

2) Lingkungan Keluarga

Keluarga adalah unit sosial yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak-anaknya, atau unit sosial yang terdiri dari beberapa keluarga yang masih memiliki hubungan darah. Ada kepala keluarga yang memiliki otoritas atas segala sesuatu dalam keluarga.

3) Organisasi-organisasi Islam

Segala bentuk dan gerakan organisasi yang berlandaskan Islam yang menitikberatkan pada tujuan ukhuwah Islamiyah, dakwah Islam, dan lain sebagainya dianggap sebagai organisasi Islam.

4) Hari-hari Besar Islam

Umat Islam di Indonesia memiliki kebiasaan lama untuk mengadakan upacara dengan hati-hati untuk menandai setiap hari penting. Ada berbagai lokasi di mana hari raya Islam diperingati.

5) Media Massa

Media arus utama merupakan media yang sangat baik untuk dakwah Islam, terutama untuk menjangkau semua lapisan masyarakat baik melalui jalur agama maupun non-agama. Radio, surat kabar, majalah, seni budaya, dan bentuk media massa umum lainnya semuanya ada di Indonesia. Sebagaimana telah dikemukakan dalam prinsip-prinsip media dakwah, tidak ada satu pun media yang dianggap cukup efektif untuk dipilih dan digunakan. Sebaliknya, setiap media harus disesuaikan dengan berbagai faktor.<sup>20</sup> Ketepatan dan profesionalitas seorang da'i dalam memilih dan menggunakan media merupakan faktor penting dalam menentukan efektifitasnya. Jika penerima (mad'u) menginterpretasikan pesan sebagaimana dimaksud oleh pengirim (da'i) dengan benar, maka efektivitas media dakwah dapat diukur. Faktanya, banyak sekali orang yang tidak mendapatkan pesan dakwah. Salah satu penyebabnya adalah ketika seorang da'i memilih media yang tidak tepat sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak dapat tersampaikan dengan baik.

---

<sup>20</sup> Muslimin Ritonga, Komunikasi Dakwah Zaman Milenial, Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI), Vol. 3, No 1, 2019, 69.

Akibatnya, pesan dakwah terkadang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan da'i.

**e. Jenis-jenis Media Dakwah**

Media dakwah yang digunakan da'i dalam menyampaikan pesan dakwah ada bermacam-macam. M. Ali Aziz menerangkan bahwa menurut jenisnya media dakwah terdiri dari tiga jenis yaitu:

- 1) *The Printing Writing*, adalah media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang hanya bisa dilihat ,seperti koran, majalah, buku, buletin, foto dan lain-lain.
- 2) *The Audio Visual*, adalah media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat dilihat dan di dengar sekaligus, seperti contoh televisi, film, video, dan lainnya.
- 3) *The Spoken Word*, adalah media yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat didengar saja, seperti radio, tape recorder, musik dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut sifatnya, media dakwah dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

- 1) Media Tradisional  
Media tradisional, termasuk berbagai bentuk seni pertunjukan tradisional yang disajikan kepada masyarakat umum, khususnya sebagai bentuk hiburan yang berfungsi sebagai sarana komunikasi. Ludruk, wayang kulit, drama, hadrah, dan bentuk hiburan lainnya.
- 2) Media Modern  
Televisi, radio, pers, film, dan bentuk media modern lainnya adalah contoh media elektronik yang berasal dari teknologi. Kita bisa belajar dari konten dakwah yang sudah tersedia di Youtube yang merupakan contoh media modern yang juga bisa digunakan untuk dakwah. Dengan Youtube, mendengarkan atau menonton dakwah jauh lebih mudah dimanapun penonton berada dan sedang mengikuti kegiatan apapun.<sup>21</sup>

**3. Media Sosial**

**a. Pengertian Media Sosial**

Blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya adalah contoh media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Bentuk

---

<sup>21</sup> Hamzah Tualeha, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Indah Offset,1993), 58-59.

media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia adalah blog, jejaring sosial, dan wiki. Saat ini, situs media sosial berikut ini populer dan banyak digunakan: Facebook, Instagram, Twitter, Blog, Wikipedia, dan Path Menurut sudut pandang lain, media sosial adalah media online yang mendorong interaksi sosial dan memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi. menjadi dialog interaktif.<sup>22</sup>

Karjaluoto menegaskan bahwa istilah "media sosial" mengacu pada media di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan berkontribusi. Intinya, menjadi diri sendiri di media sosial adalah alasan mengapa media sosial tumbuh begitu pesat, selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik. Dalam hal ini, penulis berdakwah melalui media sosial. karena pada dasarnya, penyebaran dakwah Islam kepada masyarakat luas.

#### **b. Karakteristik Media Sosial**

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yaitu sebagai berikut:

- 1) Jaringan (*Network*), adalah infrastruktur yang memungkinkan komputer untuk berkomunikasi dengan komponen perangkat keras lainnya. Koneksi ini sangat penting karena komunikasi, termasuk transfer data, dapat terjadi jika komputer terhubung.<sup>23</sup>
- 2) Informasi (*Informations*), adalah bagian penting dari media sosial karena pengguna platform membuat representasi identitas mereka, menghasilkan konten, dan berinteraksi dengan cara yang sesuai dengan harapan mereka.
- 3) Arsip (*archive*) Pengguna media sosial melihat arsip sebagai personifikasi fakta bahwa informasi telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan di perangkat apa saja..
- 4) Interaksi (*interactivity*) Selain membina pertemanan dan pengikut baru, jaringan media sosial harus dibangun melalui interaksi dengan pengguna lain.

---

<sup>22</sup> Siti Makhmudah, *Medsos dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja* (Jakarta:Guepedia, 2019) h.26

<sup>23</sup> Rahmanita Ginting, dkk. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring sebelum Sharing* (Cirebon : Penerbit Insania, 2021) h.22

- 5) Simulasi sosial (*simulation of society*) adalah platform media sosial yang berfungsi sebagai ajang interaksi sosial di dunia maya. Media sosial ini tidak memiliki tatanan sosial yang nyata dan, dalam banyak kasus, menunjukkan pola dan keunikan.
- 6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*) Di media sosial, kontribusi pengguna atau pemilik akun merupakan keseluruhan konten. Dalam budaya media baru, *user-generated content* (UGC) merupakan hubungan simbiosis yang memberikan kebebasan dan kesempatan kepada pengguna untuk berpartisipasi.

**c. Fungsi Media Sosial**

Dalam perannya saat ini, media sosial telah mengembangkan pengaruh yang luar biasa terhadap pola perilaku manusia dan berbagai bidang kehidupan. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar.<sup>43</sup> Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- 1) Media sosial adalah media yang menggunakan teknologi internet dan web untuk meningkatkan interaksi sosial antar manusia.
- 2) Media sosial berhasil mentransformasi komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*).
- 3) Demokratisasi informasi dan pengetahuan dibantu oleh media sosial. mengubah manusia menjadi pencipta pesan daripada konsumen konten.

**d. Jenis Media Sosial**

Media sosial memiliki beberapa jenis yaitu sebagai berikut :

**1) Media Jejaring Sosial (Social networking)**

Media yang paling populer adalah jejaring sosial. Pengguna dapat menggunakan jejaring sosial sebagai alat untuk terlibat dalam interaksi sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari interaksi tersebut di dunia maya. Fitur utama dari situs jejaring sosial ini adalah setiap pengguna dapat membuat jaringan pertemanan baru secara online serta jaringan pertemanan untuk pengguna yang sudah mereka kenal dan kemungkinan akan bertemu secara offline. Facebook, Instagram,

Telegram, WhatsApp, dan Linkend adalah beberapa platform media sosial yang paling banyak digunakan.

## 2) **Jurnal Online (Blog)**

Pengguna dapat menggunakan blog, sejenis media sosial, untuk memposting aktivitas sehari-hari, mengomentarnya, dan berbagi tautan, informasi, dan konten lainnya. Pada awalnya, sebuah blog adalah jenis situs web pribadi dengan pembaruan harian untuk kumpulan tautan ke situs lain yang menurut orang menarik. Saat ini, blog memuat sejumlah jurnal pemilik media yang merupakan tulisan harian pribadi, dan pengguna dapat berkomentar di kolom komentar. Media sosial jurnal online (blog) ada dua jenis, yaitu kategori personal homepage: untuk pemilik menggunakan nama domain sendiri, like.com atau .net, dan untuk yang kedua, menggunakan fitur host halaman blog gratis. , seperti wordpress atau blogspot.

## 3) **Media Berbagi (media sharing)**

Jenis media sosial yang disebut "berbagi media" memudahkan pengguna untuk berbagi dokumen seperti dokumen (file), gambar, video, dan audio, antara lain. Mirip dengan berbagai media yang ditemukan di situs-situs seperti YouTube, Flickr, photo-bucket, dan snapfish.

## 4) **Penanda Sosial (social bookmarking)**

Bookmark sosial adalah jenis media sosial yang dirancang untuk menyimpan, mengatur, mengelola, dan mencari berita dan informasi online. Delicious.com, Digg.com, Reddit.com, dan, di Indonesia, LintasMe adalah situs social bookmark atau bookmark sosial yang cukup terkenal.

## 5) **Media Konten bersama atau wiki**

Wiki media sosial ini adalah situs web yang memungkinkan pengguna berkolaborasi dalam proyek. Wiki, seperti kamus dan ensiklopedia, menyajikan pemahaman pengguna, sejarah, dan referensi buku atau tautan mengenai satu kata. Padahal, artikel-artikel tersebut ditulis oleh pengunjung, menandakan bahwa semua pengunjung berkolaborasi untuk menghasilkan konten di website ini.

#### 4. Youtube

##### a. Pengertian Youtube

YouTube merupakan situs masuk channel yang menyediakan layanan video sharing. YouTube adalah jenis hiburan berbasis web yang memungkinkan klien untuk mentransfer, menonton, dan menawarkan rekaman. Klien yang telah mendaftar dapat mentransfer rekaman mereka ke server YouTube sehingga dapat dilihat oleh khalayak web di seluruh dunia. YouTube didirikan pada tahun 2005 oleh 3 mantan pekerja PayPal yang merupakan perusahaan pertukaran cicilan melalui web. Kemudian, pada saat itu, pada 13 November 2006, Google membeli situs tersebut seharga 1,6 triliun dolar. YouTube menjadi semakin populer akhir-akhir ini, menurut data Alexa.com untuk Agustus 2017.

YouTube masuk dalam tiga besar lokal yang paling banyak diakses di Indonesia. Dengan keberadaan YouTube di mana-mana, banyak orang ingin menjadi YouTuber untuk mendapatkan popularitas dan bahkan menghasilkan uang. Seperti beberapa youtuber Indonesia berikut ini yang bisa menghasilkan rupiah jutaan setiap bulannya, yaitu Raditya Dika, Ria Ricis, Atta Halilintar, Reza Oktovian, dan masih banyak lagi. YouTuber adalah seseorang yang mengunggah, mengirimkan, atau muncul dalam video yang ada di YouTube. Pada dasarnya, seseorang seharusnya menjadi YouTuber jika dia telah mengirim dan muncul dalam video yang diunggah di YouTube. Inspirasi setiap orang untuk menjadi youtuber itu unik, berikut adalah beberapa inspirasi yang dibutuhkan seseorang untuk menjadi youtuber, khususnya mengkomunikasikan pandangan, anggapan atau mentalitas tertentu, mengejar kepentingan sampingan, berbagi informasi, menjadi populer, dan untuk kemajuan bisnis.<sup>24</sup>

Di abad ke-21, penggunaan internet semakin terjalin dengan setiap aspek kehidupan manusia. Indonesia memiliki pengguna internet terbanyak di dunia, menjadikannya salah satu negara dengan penduduk terbanyak. Itu juga salah satu negara dengan penduduk terbanyak. Internet kini terintegrasi ke dalam berbagai

---

<sup>24</sup> F. Nanuru, Ricardo” Youtube Seni Berwawasan Teknologi Modern”,2017, 2.



aplikasi berbasis seluler dan komputer. Faktanya, orang Indonesia lebih banyak menggunakan YouTube daripada layanan video streaming lainnya. Menurut informasi yang diberikan oleh Reportal Digital Indonesia 2021, pengguna aplikasi YouTube yang berusia antara 15 hingga 64 tahun mencapai 93,8% dari total pengguna internet di Indonesia. Jumlah ini mewakili 190 juta orang dari total pengguna internet di Indonesia. YouTube saat ini menjadi aplikasi streaming video terpopuler di Indonesia, dengan jutaan bahkan jutaan video yang diunggah. Hal ini mengingat 500 jam konten video diunggah ke YouTube setiap menitnya, dan angka tersebut akan terus meningkat seiring berjalannya waktu.<sup>25</sup>

#### **b. Fitur Youtube**

Fitur-fitur yang ada dalam YouTube, di antaranya sebagai berikut:

##### 1) Mencari video

Situs web ini berisi kumpulan video yang diunggah dari segala jenis; terbukti bahwa YouTube berisi semua jenis video. Di bagian pencarian, pengguna bisa mengetikkan kata kunci untuk menemukan berbagai jenis video.

##### 2) Memutar video

Penonton dapat langsung memutar video dengan mengkliknya setelah pengguna mendapatkan video yang diinginkan; namun, koneksi internet sangat penting agar video dapat diputar dengan lancar.

##### 3) Mengunggah (mengupload) video

Pengguna yang telah mendaftarkan akun pengguna di YouTube dapat mengunggah video ke akun tersebut. Karena telah didaftarkan, mengunggah video yang lebih besar akan memakan waktu lebih lama daripada mengunggah yang lebih kecil.

##### 4) Mengunduh (mendownload) video

Pengguna juga dapat mengunduh video secara gratis dari YouTube. Ada banyak metode, termasuk menyalin dan menempelkan alamat URL video ke situs

---

<sup>25</sup> Widhi Luthfi, “Konten Youtube Paling Sering Ditonton Netizen Indonesia, Film dan Musik jadi Favorit” 19 Agustus, 2021. [https://www.goodnewsfromindonesia .id/2021/08/19/deretan-konten-youtubepaling-sering-ditonton-netizen-indonesia-film-dan-musik-jadi-favorit](https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/08/19/deretan-konten-youtubepaling-sering-ditonton-netizen-indonesia-film-dan-musik-jadi-favorit)

web seperti [www.savefrom.net](http://www.savefrom.net). Pengguna dapat mengunduh video dengan berbagai cara, metode paling canggih adalah pencarian Google. Kemunculan artis yang tiba-tiba menjadi bukti pengaruh YouTube bagi masyarakat Indonesia. Briptu Norman misalnya membawakan cover lagu Chaiyya Chaiyya, sedangkan Shinta dan Jojo membawakan cover lagu Keong Racun. Karena keunikannya, video mereka menjadi bahan perbincangan, dan menjadi topik populer saat itu.<sup>26</sup>

5) Berlangganan (Subscrib)

Pengguna dapat menggunakan fitur gratis ini untuk berlangganan video terbaru dari akun yang telah kami klik tombol berlangganan. Kotak masuk email pengguna adalah tempat pemberitahuan langsung diterima.

6) Live Streaming (Siaran Langsung)

Fitur live streaming ini tentunya sangat berguna bagi pembuat konten atau pengguna YouTube yang sudah memiliki akun. Siapa pun dapat langsung menyiarkan video yang sedang berlangsung selama terhubung ke internet atau memiliki bandwidth yang cukup.

**c. Pengguna Youtube**

Dilansir dari keterangan pers YouTube pada halaman resminya, statistik pengguna YouTube sebagai berikut:<sup>27</sup>

- 1) Lebih dari satu miliar pengguna, atau hampir sepertiga dari semua pengguna internet, menonton miliaran jam video dan menghasilkan miliaran penayangan setiap hari.
- 2) Secara keseluruhan, Bahkan YouTube di seluler telah menjangkau lebih banyak anak berusia 18-34 tahun dan 18-49 tahun dibandingkan jaringan televisi kabel AS lainnya.
- 3) Lebih dari 88 negara telah mengadopsi versi lokal YouTube, yang tersedia dalam 76 bahasa (sesuai dengan 95% pengguna internet).

---

<sup>26</sup> Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013).hal 84

<sup>27</sup> <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/press/>, diakses tanggal 10 April 2023

#### d. Kebijakan Youtube

Saat menggunakan YouTube, pengguna dapat bergabung dengan seluruh komunitas global dan mendapatkan manfaat dari kebijakan dan keamanan. Kepercayaan dan akuntabilitas juga diperlukan untuk jutaan aplikasi lainnya. Wajar jika tidak semua konten YouTube disukai karena melanggar aturan komunitas. Konten yang dianggap tidak pantas dapat dilaporkan menggunakan fitur pelaporan. Staf YouTube segera memeriksa konten yang dilaporkan, tujuh hari seminggu.

YouTube mempunyai beberapa aturan yang telah ditetapkan agar pengguna terhindar dari berbagai masalah. Berikut adalah beberapa aturan umum tersebut:<sup>28</sup>

- 1) Konten seksual atau ketelanjangan.
- 2) Konten yang merugikan atau berbahaya.
- 3) Konten yang mengandung kebencian.
- 4) Konten kekerasan atau vulgar Pelecehan dan cyberbullying.
- 5) Spam, metadata yang menyesatkan, dan scam.
- 6) Ancaman.
- 7) Hak Cipta.
- 8) Privasi.
- 9) Peniruan Identitas
- 10) Membahayakan anak.
- 11) Kebijakan tambahan.

#### e. Kelebihan dan Kekurangn Youtube

Umumnya kelebihan menggunakan YouTube adalah:

- 1) Dapat menonton video walaupun tidak terdaftar dan pengguna yang sudah terdaftar bisa mengunggah videonya ke YouTube.
- 2) Untuk membuat konten milik sendiri.
- 3) Dapat bisa mendownload video melalui bantuan situs seperti [www.savefrom.net](http://www.savefrom.net) dengan cara menaruh link video yang ingin didownload ke situs tersebut.
- 4) Sangat banyak beragam videonya.
- 5) Video beresolusi bagus.
- 6) Melihat tutorial, musik dan lain-lain.
- 7) Mempromosikan barang.

---

<sup>28</sup> <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/policies/#community-guidelines>, diakses tanggal 10 April 2023

Sedangkan kekurangan menggunakan YouTube, di antaranya sebagai berikut:

- 1) Penggunaanya dapat menyalahgunakan, seperti mengunggah video yang tidak baik.
- 2) Informasi yang sangat banyak, perlu disaring oleh penonton agar tidak sesat.
- 3) Tidak semua video layak ditonton bahkan terdapat konten pornografi.
- 4) Memerlukan koneksi yang cepat agar pengguna dapat menonton dengan lancar

**f. Youtubers**

Pengguna YouTube yang membuat konten dan mengunggahnya ke YouTube dikenal sebagai YouTuber. Di dunia anak-anak, remaja, dan lansia, cita-cita baru muncul akibat besarnya fenomena ini. Di masa lalu, ketika anak-anak ditanya ingin menjadi apa ketika besar nanti, pilot, dokter, guru, dan astronot adalah jawabannya; hari ini, bagaimanapun, banyak anak menanggapi YouTuber. Jika seseorang menggunakan YouTube untuk membagikan video tentang dirinya, dia dianggap sebagai YouTuber. sebagai hasil kreativitas: baik itu review video, video klip lagu, vlog harian, film pendek, dll. Selain itu, mereka biasanya dikenal banyak orang dan telah memanfaatkan YouTube sebagai salah satu media online untuk mendapatkan sebagian besar pendapatan mereka dari iklan Google AdSense. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa YouTuber dapat dilihat sebagai individu yang bekerja sendiri atau berkelompok untuk berbagi video, mendapatkan uang dari AdSense atau bentuk iklan lainnya, dan meraih popularitas melalui video yang mereka unggah ke YouTube. Konten YouTube sangat mudah beradaptasi. Kebebasan ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya, berbeda dengan pertelevisian Indonesia yang sebagian besar disensor, kita sebagai penonton bebas menonton data apapun yang ada di Youtube. Sebagai pembuat konten, kita juga bebas berkreasi tanpa batasan. Kekurangannya adalah betapa mudahnya anak-anak sebagai penonton melihat hal-hal negatif seperti pornografi. Ada pembuat konten yang tidak bertanggung jawab, seperti yang memproduksi konten yang dapat menghasilkan data palsu, pornografi, dan pembajakan, yang semuanya itu

nantinya akan berpengaruh pada kreativitas dari segi kognitif, afektif, dan perilaku. Menjadi kreatif itu penting dalam hidup. Karena kreativitas memiliki dampak yang signifikan terhadap tumbuhnya berbagai aspek kreativitas, maka sangat penting untuk memupuk kreativitas sejak usia dini. pengembangan kreativitas yang memperluas perspektif seseorang dan meningkatkan rasa tujuan hidup seseorang. Peluang dapat diciptakan oleh orang-orang kreatif sendiri. Dia tidak peduli jika dia mendapat masalah. Karena orang kreatif bisa memecahkan masalah besar dan tidak hidup dalam kebosanan karena bisa membuat berbagai macam hal yang membuat mereka sibuk.<sup>29</sup>

**g. Subscriber**

Mereka yang berlangganan saluran YouTube disebut pelanggan. Sebelum seseorang dapat berlangganan, mereka harus terlebih dahulu membuat akun YouTube. Anda tidak perlu membuat akun YouTube jika sudah memilikinya; cukup masuk ke YouTube secara langsung. Pengguna dapat mengakses berbagai fitur dengan akun YouTube, termasuk berbagi video, komentar, suka, dan kemampuan untuk memulai saluran mereka sendiri. Ada fitur tambahan, seperti diberi tahu melalui aplikasi YouTube atau Gmail setiap kali ada video baru yang diunggah oleh saluran langganan, jika individu tersebut sudah menjadi pelanggan saluran tersebut. Pelanggan dapat dengan cepat melihat video baru dari YouTuber favorit mereka berkat notifikasi ini. YouTuber, termasuk informan kunci dari penelitian ini, menginterpretasikan peran subscriber ini dalam berbagai cara. Saluran YouTube yang dimaksud sangat bergantung pada pelanggan ini untuk menentukan berapa banyak iklan yang ditampilkan di setiap video YouTube. Subscriber sebagai pendukung Subscriber sebagai pendukung channel youtube yang telah dibuat oleh youtuber maupun karya-karya yang telah atau akan diproduksi. Sangat dapat diterima untuk dianggap sebagai pendukung. Perlu diingat bahwa setiap YouTuber memiliki kemampuan untuk menghasilkan ide konten yang mungkin tidak selalu muncul. Pelanggan sebagai kartu tarif untuk indikator

---

<sup>29</sup> Tuty Mutiah, "Trend Youtuber Di Generasi Milinneal Dalam Pengembangan Kreativitas", Vol. 1 No. 1 (JULI 2020), 31.

Seorang YouTuber secara alami akan melihat ini karena pelanggan ini memungkinkan mereka menghasilkan uang dari konten YouTube. Iklan yang dipasang secara otomatis oleh sistem YouTube dan brand deal dimana pengiklan langsung menghubungi YouTuber untuk melakukan promosi kreatif melalui videonya di YouTube merupakan dua sumber pendapatan. sebagai teman, pelanggan. Ada alasan untuk arti ini. Alasan pertama adalah dia tidak ingin terpisah dari orang-orang yang berlangganan buletinnya. Ia tidak mau seperti mayoritas YouTuber yang menganggap fans sebagai subscriber. Akan lebih mudah baginya untuk bertemu dengan pelanggan jika dia berasumsi bahwa mereka adalah teman. Ini akan mencegahnya merasa canggung atau seperti bertemu penggemar yang terlihat kaku dan materialistis. pelanggan yang memberikan umpan balik. Pelanggan lebih dari sekadar orang yang menonton video di YouTube; mereka juga orang yang selalu memberikan masukan. Umpan balik ini merupakan masukan, kritik, dan saran yang diberikan di bagian komentar YouTube, serta suka dan tidak suka terhadap video yang diunggah oleh YouTuber. bahwa umpan balik yang diantisipasi tidak akan datang dari komentar YouTube secara langsung. Dia selalu ingin bertemu langsung dengan pelanggannya untuk mendapatkan umpan balik tentang kontennya. Mereka telah menerima umpan balik dari pelanggan mereka yang menunjukkan bahwa konten yang diproduksi oleh YouTuber memiliki dampak yang signifikan bagi mereka. Dia ingin para pembacanya dapat mempertimbangkan secara kritis masalah sehari-hari yang tidak nyaman bagi masyarakat.<sup>30</sup>

#### **h. Fungsi Youtube**

Pada umumnya YouTube memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya yang berjudul Sukses menjadi Artis dengan YouTube adalah sebagai berikut:47

- 1) Memperluas interaksi berdasarkan seberapa mirip nilai-nilai setiap orang, seberapa mirip karakteristik tertentu, atau seberapa sering mereka berinteraksi di masa lalu, yang menghasilkan nostalgia bersama.

---

<sup>30</sup> Achwan Noorlistyo Adi,dkk., 154.



- 2) Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana Information, Sharing, dan Comment.
- 3) Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk update teknologi informasi.
- 4) Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
- 5) Fasilitas ini juga dapat digunakan sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media bantuan, dan fasilitas jurnalisme warga jika keadaan menjadi lebih buruk.

#### 5. *Viewer*

*Viewer* adalah sebutan untuk penonton yang menonton video-video dalam Youtube. Sedangkan jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, *viewers* diartikan sebagai penonton atau pemirsa. Sedangkan *subscriber* sederhananya adalah sebutan orang-orang yang berlangganan pada channel Youtube tertentu. Dalam Youtube, *subscriber* bisa dikatakan sebagai *viewers* karena mereka berlangganan channel tersebut, tetapi *viewers* belum tentu seorang *subscriber* karena tidak sedikit orang yang hanya menonton tetapi tidak *subscribe* channel tersebut.

## B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang menjadi referensi dari beberapa penelitian atau karya tulis ilmiah yang penulis tinjau menemukan pembahasan yang berkaitan dengan masalah yang diangkat penulis, adapun penelitian tersebut adalah :

1. Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Assalamualaikum Calon Imam (2019) yang ditulis oleh Lailatum Maghfiroh.

Ketika Fisya berdoa setelah sholat agar kekuatan untuk mencintai Allah SWT tidak akan berkurang sedikit pun ketika suatu saat dia jatuh cinta dengan makhluk-Nya, karena dengan berdoa, kami percaya bahwa Allah akan mengabulkan doa kami, makna aqidah menyampaikan pesan dari dakwah. seorang hamba-Nya. Sikap Abi Husein, wali nikah Fisya, menunjukkan bahwa pesan dakwah dilandasi makna syariah. karena jika tidak ada wali yang hadir selama perkawinan, serikat tersebut dapat dianggap tidak sah. Makna moral dakwah

adalah Fisya menunjukkan bagaimana seorang anak harus memperlakukan Abinya dengan hormat dengan menyapanya. karena salam adalah salah satu nama Allah SWT, dan artinya adalah keselamatan. Alif menunjukkan bahwa dia peduli pada Fisya sebelum akhirnya merasa bersalah atas apa yang dia lakukan pada Abinya. Merawat orang lain adalah hal yang baik untuk semua orang dan salah satu praktik yang termasuk dalam kategori perilaku moral terhadap orang lain. Sikap Fisya yang memenuhi keinginan kaum Abinya dan selalu mensyukuri nikmat yang diberikan oleh Allah SWT merupakan gambaran dari perbuatan baik yang harus dilakukan seorang anak kepada orang tuanya, terbukti dari ucapan “alhamdulillah” yang keluar dari mulut Abi Husein. . Karena Fisya mengabdikan keinginan abby, ucapan ini sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT. Keduanya mengkaji pesan dakwah. Subjek penelitian saya membedakannya dengan penelitian yang saya lakukan. Objek kajian yang lalu adalah film berjudul Assalamualaikum Imam Pendetang, sedangkan eksplorasi yang saya lakukan adalah di akun YouTube Advertising IAIN Kudus.

2. Analisis Khusnul Hidayah terhadap Pesan Dakwah Dinda Ibrahim dalam Konten Tiktok (2022) Konten Dakwah Dinda Ibrahim dalam akun TikToknya meliputi akhlak, syariah, dan iman. Terdapat pesan-pesan dakwah berbasis agama, antara lain: doa yang membuat rumah lebih dimuliakan, permohonan ketika dalam keadaan sulit dan keinginan dikabulkan, mungkinkah suatu saat seperti k-pop?, nama tujuh anak Nabi Muhammad , orang kafir yang menyaksikan akhir dunia, pertemuan antara muslim dan orang kafir di neraka, dan keajaiban bacaan Sayyidul Istighfar. Pesan-pesan berdasarkan syariat antara lain: Kesalahan wanita saat sujud, lima hal yang tidak boleh dipakai laki-laki, dan wanita tidak boleh memakai wewangian karena harus berangkat sholat magrib tepat waktu. Berikut pesan dakwah berbasis agama: Dosa suami terhadap istri, akibat menyukai komentar negatif media sosial, empat golongan wanita yang tidak terkena neraka, empat ciri pria yang tidak boleh dinikahi dalam Islam , hal-hal yang dilarang di kamar mandi, dan tiga hal yang menghilangkan kebahagiaan.<sup>31</sup> Tujuan penelitiannya sama-sama menganalisis

---

<sup>31</sup> Khusnul Hidayah , Analisis Pesan Dakwah Dinda Ibrahim Dalam Konten Tiktok, Institut Agama Islam Negeri Kudus Fakultas Dakwah Dan

isi dan pesan dakwah, perbedaannya terletak pada objek penelitian, objek penelitiannya adalah di konten akun tiktok dinda Ibrahim.

3. Representasi Pesan Dakwah Pada Film Ajari Aku Islam (Analisis Semiotika John Fiske) (2022) yang ditulis oleh Khozainul Muna.

Dari segi akidah, pesan dakwah: beriman kepada Allah; mengucapkan syahadat dalam dua kalimat, berdoa, beriman kepada kitab-kitab Allah, dan beriman kepada malaikat Allah. Tegasnya: memperlancar shalat dengan tidak menyentuh wanita yang bukan muhrim. Perihal akhlak: ikhlas, ikhlas, ikhlas ketika bertamu, jujur, dan mau mentolerir perbedaan keyakinan agama. Representasi pesan dakwah berbasis akidah: beriman kepada Allah; Saat Kenny mengucapkan dua kalimat syahadat saat mendampingi Fidy dan ayahnya, hal itu membuat Kenny mengucapkan dua kalimat syahadat, berdoa, dan memohon kepada Allah agar kelak bertemu Kenny di surga agar beriman kepada bidadari Tuhan. Dalam adegan ini, Kenny dan Fidy mengatakan bahwa dimanapun dan kapanpun kita berada, semua perbuatan baik dan buruk kita pasti akan diperhatikan oleh para malaikat yang beriman kepada kitab-kitab Allah. Fidy Setelah itu, Kenny membaca buku-buku tentang Islam atau buku-buku tentang orang yang ingin membaca Alquran dan percaya bahwa Alquran adalah pedoman hidup manusia sebagai cahaya dan petunjuk yang penuh kebenaran. Tuhan. Tegasnya: tidak menyentuh wanita yang bukan muhrim, dihadirkan Kenny mengulurkan tangannya untuk bersalaman; Namun karena Kenny bukan mahramnya, Fidy dan Salma menolak ajakan berjabat tangan dengan Kenny. Fidy memberikan doa mengharukan, meninggalkan Salma sebuah kotak kardus agar dia bisa menghadiri layanan doa. Tentang akhlak: ikhlas, yang Fidy berikan saat ayahnya menanyakan tentang Kenny. Visit sopan dipersembahkan oleh Kenny yang datang ke rumah Fidy dengan membawa makanan dan ingin bertemu dengannya. Fidy menolak karena tidak ada orang lain di rumah selain dia, sehingga Kenny dilarang masuk. Ikhlas yang mengaku beragama Islam ini tulus ingin membantu UKM dan korban bencana. Fidy dan Salma

---

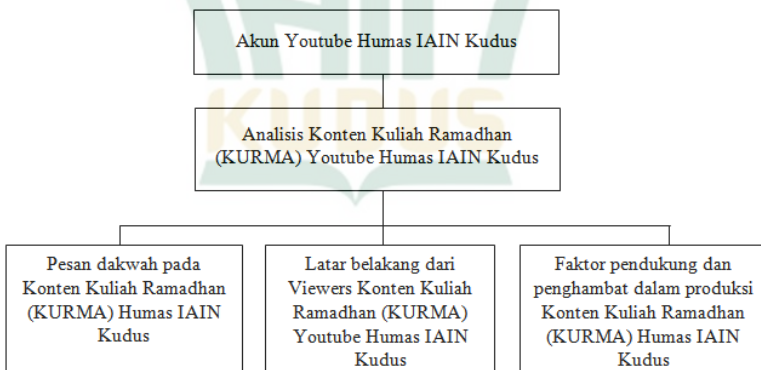
Komunikasi Islam Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (2022), 91.

memberikan presentasi "Mohon Bantuan", di mana mereka berbicara tentang rencana bakti sosial untuk membantu masyarakat yang terkena bencana alam. Sedekah yang Kenny lakukan dengan membeli semua gelang UKM dan memberikannya kepada orang yang lewat. Memberikan sedekah kepada Fidya dan Salma, yang dilakukan Fidya dengan cara mengajari Kenny belajar mengaji agar ia bisa lebih mengenal Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai non-muslim, Kenny menunjukkan toleransi antar umat beragama sambil menunggu Fahri yang sedang salat di depan masjid. Fahri sedang berdoa. Satu-satunya kesamaan yang mereka miliki adalah mereka melihat pesan dan isi dakwah; topik penelitian mereka berbeda. Dalam film Ajari Aku Islam, penelitian terdahulu menggambarkan isi dan pesan dakwah.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ialah bentuk dari bagaimana faktor yang telah diidentifikasi sebagai sebuah masalah yang penting saling berkenimabungan dengan sebuah teori.<sup>32</sup> Oleh sebab itu, kerangka berpikir dalam penelitian ini akan menghasilkan sebuah metode analisis gambar dan teks berdasarkan model analisis isi dengan tujuan untuk mengungkap pesan dan nilai dakwah yang ditampilkan dalam akun Youtube Humas IAIN Kudus.

#### Kerangka Berpikir



<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.