

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Untuk saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang dengan sangat pesat. Pemahaman terkait perkembangan teknologi komunikasi masih menjadi perhatian berbagai ahli komunikasi. Everett M. Rogers berpendapat bahwa teknologi komunikasi memuat nilai-nilai sosial yang dapat mempermudah setiap orang melakukan proses bertukar informasi dengan yang lainnya.¹

Perkembangan tatanan kehidupan masyarakat yang semakin kompleks dan pertumbuhan semakin pesat menjadi dampak kemajuan ilmu dan teknologi. Khususnya teknologi komunikasi dan informatika menuntut adanya perimbangan pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan profesional sesuai dengan tuntutan era globalisasi.

Agama Islam ialah agama yang memiliki motivasi yang kuat dalam usaha mewujudkan dan membina masyarakat dengan adil dan makmur yang merata baik material maupun spiritual. Islam tidak memisahkan antara kehidupan beragama dan bernegara, oleh karena itu motivasi agama merupakan alat yang ampuh dalam menggelorakan semangat masyarakat dalam kehidupannya. Agama dapat memberi bentuk kepada arti dan kualitas hidup, sebab kalau tidak demikian, maka kita akan kehilangan tujuan, keindahan dan keberkahan hidup. Tujuan ini harus ditanamkan dan disosialisasikan melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media elektronik.

Komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi manusia. Tanpa komunikasi, manusia tidak bisa berinteraksi dengan sesama karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial. Keberadaan komunikasi dalam Islam digunakan sebagai rujukan yang cukup kuat untuk manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan.

Menurut Cragan and Shields, teori adalah sebuah ikatan antara konsep teoritik yang memiliki kesanggupan untuk

¹ Novi Kurnia, *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru*, (Jurnal Mediator Vol.6 No.2), 291.

memberi keseluruhan maupun berupa bagian, penjelasan, informasi, penilaian, penerangan ataupun tebakan atas perilaku atau tindakan manusia yang didasarkan pada orang yang berkomunikasi (berbincang, berbicara, berdiskusi, menulis, mendengar, melihat, menonton, dan masih banyak lagi) yang dapat dimanfaatkan untuk jangka waktu tertentu dengan perantara.

Dalam berkomunikasi juga diperlukan strategi. Strategi ialah semua yang berkaitan dengan pengelolaan dan perencanaan agar tercapai tujuan khusus melalui praktik komunikasi yang efektif. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap dan untuk mengubah perilaku lain dalam melakukan Tindakan.

Strategi komunikasi juga dapat disebut sebagai gabungan antara perencanaan dan pengelolaan komunikasi supaya dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi adalah: audien, pesan, media dan metode, serta pengenalan komunikator. Strategi adalah pendekatan umum yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan selama periode waktu dan penerapan gagasan.

Selain itu, dakwah adalah kewajiban bagi muslim di dunia. Baik laki-laki maupun perempuan diwajibkan untuk senantiasa menyebarkan kebaikan dan ajaran-ajaran islam. Setiap orang yang mengaku muslim dan beriman diwajibkan untuk berdakwah. Sebagaimana diperintahkan Allah swt. dalam Qs. Ali Imran ayat 104 yang berarti sebagai berikut:

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

Artinya: “Hendaklah diantara kalian ada segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, mengajak berbuat yang ma’ruf dan mencegah dari perbuatan munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imron : 104)

Ayat tersebut sebagai penguat perintah bahwa dakwah wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Dalam artian bahwa dakwah tidak hanya ditujukan khusus bagi para ustadz-ustadz

maupun ulama-ulama melainkan seluruh umat yang beragama terutama agama Islam. Oleh karena itu agama Islam juga dikenal sebagai agama dakwah. Menurut Thomas W. Arnold, yang dimaksud agama dakwah yaitu agama yang memiliki kepentingan suci untuk menyebarkan kebenaran dan menyadarkan orang kafir sebagaimana dicontohkan sendiri oleh agama itu dan diteruskan oleh para penggantinya.²

Sedangkan yang dimaksud dengan dakwah adalah menyampaikan dan mengajak orang lain untuk melakukan kebaikan dan mengerjakan setiap perintah serta menjauhi segala larangan dalam agama Islam. Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa arab دعا - يدعو - دعوة, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Kata Dakwah berasal dari kata da'a-yad'u-da'watan, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil, atau mengundang. Sedangkan pengertian dakwah menurut istilah (terminologi) sangat beragam, karena setiap ahli dakwah memberi pengertian dan sudut pandang yang berbeda-beda sehingga istilah dari suatu ahli dakwah dengan ahli yang lainnya seringkali terdapat beberapa kesamaan.

Berdakwah dilakukan supaya mencapai tujuan dakwah. Tujuan berdakwah adalah untuk menciptakan kehidupan yang tentram dan sejahtera dengan mengajak umat manusia ke jalan yang benar yang diridhai Allah swt. Sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah mencapai kebahagiaan dunia maupun di akhirat. Secara global tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia menuju jalan yang benar dan diridai Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat.³ Dengan dakwah manusia akan menjadi makhluk yang memiliki kualitas aqidah, ibadah, serta akhlak yang tinggi.

Dakwah dilakukan untuk mengubah suatu akhlak dan budi pekerti. Akhlak dan budi pekerti adalah ukuran yang membedakan dari sifat-sifat hewan atau binatang. Oleh karena itu, pembinaan akhlak dalam agama islam diterapkan dengan amal perbuatan secara nyata dan kontinyu, dengan tujuan untuk mencapai suatu tata krama dan budi pekerti yang luhur. Nabi Muhammad bersabda pada salah satu hadistnya

² Ilyas Ismail & Prio Hotman, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), 11.

³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 51.

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: "Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak yang mulia." (HR. Ahmad)

Dakwah harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang yang sudah maju dalam hal teknologi maupun ilmu pengetahuan. Sebab aktivitas dakwah yang maju akan membawa pengaruh terhadap pengajuan agama dan sebaliknya aktivitas dakwah yang lesu akan berakibat pada kemunduran agama. Karena adanya hubungan timbal balik seperti itu maka Islam meletakkan kewajiban dakwah diatas setiap pemeluknya.

Di dalam berdakwah, terdapat beberapa unsur yang harus dipenuhi agar tujuan dakwah dapat terlaksana dan keberhasilan dakwah dapat mencapai hasil yang maksimal. Adapun unsur-unsur dakwah tersebut yaitu da'i, mad'u, materi, metode, serta media.⁴

Dai secara etimologis berarti orang yang melakukan dakwah. Sedangkan secara terminologis, dai adalah setiap muslim yang berakal mukallaf (aqil baligh) dengan kewajiban dakwah. Jadi, dai merupakan orang yang melaksanakan dakwah atau bisa diartikan sebagai orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain. Sebagai pelaku dan penggerak dakwah, tak dapat dipungkiri bahwa dai memiliki kedudukan penting. Karena jika tidak ada dai maka tidak akan ada yang menyampaikan pesan dakwah. Setiap muslim bisa berperan menjadi dai. Karena kewajiban menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam tertuju kepada seluruh umat muslim.

Selain dai, ada juga mad'u. Mad'u merupakan objek dakwah atau yang biasa disebut dengan jamaah yang sedang menuntut ajaran agama dari seorang dai. Mad'u atau objek dakwah bersifat perorangan, gabungan atau masyarakat umum. Mad'u juga merupakan salah satu unsur yang penting dalam sistem dakwah yang tidak kalah peranannya dibanding unsur-unsur dakwah yang lain.⁵

2. ⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011),

⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 280

Materi dakwah adalah isi pesan yang akan disampaikan dai ketika berdakwah. Materi dakwah bisa bersumber dari al-Quran dan Hadits. Dalam setiap berdakwah, para dai dianjurkan untuk mencantumkan ayat-ayat al-Quran dan juga hadits-hadits yang shohih supaya pesan dakwah bernilai dan dapat dipercaya.

Sedangkan metode dakwah merupakan cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai tujuan dakwah. Metode dakwah bersifat dinamis dan konstektual, sesuai dengan karakter objek yang sedang dihadapi. Dalam al-Quran surat an-Nahl ayat 125 juga telah dijelaskan ada beberapa metode dakwah yang bisa digunakan, yaitu metode Bil-Hikmah (kebijaksanaan), Mauidzah Hasanah (pengajaran yang baik) dan metode Mujadalahah (debat).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl : 125)

Kegiatan dakwah adalah kegiatan yang sangat luas dan menyentuh segala aspek kehidupan manusia. Ragamnya wilayah dan ranah yang dimasuki oleh dakwah, maka kegiatan dakwah dapat menggunakan bermacam-macam media. Media adalah alat bantu yang bisa memudahkan orang dalam memahami ajaran Islam.⁶ Dalam berdakwah, keberadaan media digunakan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah supaya dapat tersebar ke seluruh lapisan masyarakat.

Unsur dakwah yang sangat berpengaruh atas keberhasilan dakwah ialah media dakwah. Yang disebut media dakwah yaitu alat perantara yang digunakan dai untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada penerima dakwah atau mad'u. media

⁶ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2013), 51.

dakwah tidak jauh dengan media komunikasi, sasaran dakwah yang dituju dengan menggunakan media dakwah atau media komunikasi, bisa saja hanya satu orang, sekelompok orang atau khalayak ramai. Seiring berkembangnya waktu, dakwah juga semakin mengalami perkembangan, salah satunya dalam hal media dakwah.

Pada zaman teknologi sekarang, media yang paling ampuh dan efektif dalam penyampaian dakwah adalah menggunakan teknologi internet. Jumlah pengguna yang mencapai puluhan hingga ratusan juta membuat internet menjadi suatu budaya baru yang telah menjadi suatu kebutuhan diberbagai negara. Di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet semakin meningkat dengan peningkatan yang semakin besar.

Seiring berjalannya massa, internet juga semakin mengalami perkembangan. Sekarang ini banyak situs-situs dan aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Mengingat saat ini mayoritas masyarakat telah mengenal teknologi dan hampir seluruh kalangan masyarakat sudah menggunakan internet diberbagai sisi kehidupan. Oleh karena itu dakwah saat ini akan sangat efektif apabila menggunakan internet sebagai medianya.

Penggunaan media yang makin canggih di era globalisasi harus dimanfaatkan dengan tepat untuk penyebaran informasi dan pesan dakwah islam. Salah satu aplikasi yang kerap dan mudah digunakan untuk menyampaikan dakwah yaitu menggunakan media sosial youtube. YouTube ialah sebuah situs *Web Video Sharing* (berbagi vidio) yang didirikan oleh tiga orang mantan karyawan Paypal. Para pengguna dapat memuat dan menonton serta berbagi klip video secara gratis.⁷ YouTube merupakan satu diantara media sosial yang hadir di era digital saat ini karena perkembangan zaman. YouTube juga merupakan sebuah situs web yang menyediakan bermacam-macam video seperti video klip, film, dan video-video yang dibuat oleh pengguna YouTube itu sendiri. Perkembangan YouTube sampai saat ini telah memiliki

⁷ Siswa Muh R, *Penggunaan YouTube Sebagai Electronic Public Relation*, (eJurnal Ilmu Komunikasi. Vol 3. No 2, 2015), 18. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1889>

bermacam-macam fitur layanan yang dibutuhkan pengguna internet.

Youtube ialah salah satu media yang paling sering diakses oleh para pengguna internet. Menurut Vice President of Engineering Youtube, Cristos Goodrow pada 2017 mengatakan bahwa jangka waktu orang menyaksikan video di platform Youtube telah meningkat drastis, totalnya mencapai satu miliar jam per hari dan mengantongi lebih dari satu miliar pengguna. Hampir sepertiga dari seluruh pengguna internet mengakses Youtube setiap harinya menyisihkan waktu berjam-jam untuk membuka video di youtube dan menghasilkan miliar kali penayangan.⁸ Karena banyaknya pengguna tersebut, menjadikan youtube sebagai media yang paling mudah dimanfaatkan sebagai media dakwah era modern.

Selain itu, dakwah dengan media youtube juga memberikan akses yang mudah bagi masyarakat dan tidak menghabiskan banyak biaya mengingat saat ini juga banyak *provider* yang menyediakan layanan *unlimited youtube* kepada para penggunanya. Oleh karenanya banyak ustadz-ustadz dan penceramah-penceramah saat ini menggunakan media youtube sebagai media berdakwah. Contohnya ustadz Hanan Attaki.

Ustadz Hanan Attaki merupakan salah seorang pendakwah Indonesia yang dikenal sebagai ustadz millennial. Beliau mendirikan gerakan Pemuda Hijrah sebagai media penyalur dakwahnya. Selain menjadi founder Pemuda Hijrah, Ustadz Hanan Attaki kerap mengisi kajian mengenai Islam di Masjid Trans Studio Bandung. Ustadz Hanan Attaki juga menyampaikan dakwahnya melalui kanal Youtube. Channel youtube ustadz Hanan Attaki telah bergabung dengan youtube sejak 11 Mei 2017 dengan nama Hanan Attaki dan sampai saat ini telah memiliki kurang lebih 2,4 juta subscriber.⁹

Dikalangan anak muda, Ustadz Hanan Attaki lebih populer dibanding dengan pendakwah Islam lainnya. Dalam

⁸ Muhammad Iqbal, *Bagaimana Pengaruh Youtube sebagai Media Dakwah yang Bebas* (tersedia online di <https://www.dictio.id/t/bagaimana-pengaruh-youtube-sebagai-media-yangbebas/15631>) diakses pada 28 Oktober 2022, pk1 22.24 WIB.

⁹ <https://www.youtube.com/HananAttaki> diakses pada 1 November 2022, pk1 23.10 WIB.

menyampaikan materi dakwah, Ustadz Hanan Attaki membawakannya dengan cara yang santai dan mudah dipahami oleh mad'unya. Cara berpakaian yang modis, kasual, dan stylish seperti anak muda zaman *now* yang di gandrungi banyak orang khususnya anak millennial terdorong untuk belajar Islam lewat dakwahnya. Selain itu, topik ceramah dan penggunaan bahasanya ringan serta gampang diterima untuk anak muda.

Dalam melakukan komunikasi, seorang komunikator pastinya mempunyai kemampuan dalam menyampaikan pesan. Kemahiran dalam berkomunikasi ini disebut gaya komunikasi. Gaya komunikasi adalah kemampuan untuk melatih sikap dalam menyampaikan pesan ataupun menerima pesan. Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang berbeda-beda. Kekhasan yang ditunjukkan seseorang juga mempengaruhi gaya komunikasi yang dipraktikkan.¹⁰ Semakin menarik gaya komunikasi yang di pakai, maka akan lebih gampang dikenal.

Gaya komunikasi merupakan jendela agar bisa memahami bagaimana dunia melihat seseorang seutuhnya sebagai suatu kepribadian yang khas. Gaya komunikasi yang digunakan setiap orang akan berbeda-beda. Ketika sedang senang, sedih, marah, tertarik ataupun bosan. Begitupun dengan seseorang yang berbicara dengan teman baiknya, orang yang baru dikenal, ataupun dengan anak-anak pasti gaya bicara yang digunakan berbeda-beda.¹¹

Gaya komunikasi bisa dilihat dari pemilihan kata, pemakaian bahasa, keterampilan berbicara, ataupun gerak tubuh komunikator. Komunikator mempunyai gaya komunikasi tersendiri supaya pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh *audience*. Cara berbicara seseorang melekat pada diri mereka dalam hal ini komunikator dan mempengaruhi penilaian komunikasi terutama pada message yang diterima. Untuk itulah cara berbicara seseorang menjadi salah satu faktor

¹⁰ Felin Limantoro, *Pengaruh Gaya Komunikasi Direktur terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan di PT. Sumarni Mustajab Batu*, Jurnal E-Komunikasi, 2 (2015), 2.

¹¹ Isti Novitasri, *Studi Deskriptif Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah Di Kelurahan Tanjung*, Skripsi, (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2016), 14-15. <http://repository.ump.ac.id/2762/>

efektif dan tidaknya pesan yang disampaikan komunikator pada khalayak sasaran.

Steward L. Tubbs dan Sylvia Mos menyatakan “Gaya komunikasi ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one away communication*.” Gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu sistem tertentu. Masing – masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari pengirim (sender) dan harapan dari penerima (receiver).

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertarik, atau bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan anak-anak akan berbicara dengan gaya yang berbeda. Selain itu gaya yang digunakan dipengaruhi oleh banyak faktor, gaya komunikasi adalah sesuatu yang dinamis dan sangat sulit untuk ditebak. Sebagaimana budaya, gaya komunikasi adalah sesuatu yang relatif.

Terdapat berbagai gaya komunikasi, untuk itu komunikator harus memilih cara berbicara yang sesuai dan efektif. Kekhasan dalam berbicara tersebut dipengaruhi berbagai faktor seperti perbedaan karakteristik, respon, mimik wajah, dan lain-lain. Cara berbicara yang tepat artinya gabungan cara berbicara yang menampilkan hal-hal yang baik ketika kondisi tinggi dan rendah kemudian saling terbuka, jujur, apa adanya, jelas dan santun

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tokoh gaya komunikasi (Communication Style) menurut Kreitner & Knicky yang di ambil dari gaya komunikasinya dibagi menjadi dua, yaitu: Assertive Style dan Passive Style. Teori ini

digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki dengan konten video di YouTube.

Menurut Sulchan Yasin dalam Najahah daya merupakan kemampuan untuk melakukan suatu kegiatan yang dapat menimbulkan usaha atau ikhtiar.¹² Daya serap dalam proses pembelajaran merupakan kemauan seseorang untuk berfikir dan menyimak, mengingat serta menyerap apa yang dipelajari dengan tujuan mencapai keberhasilan. Daya serap ialah tolak ukur kemampuan mengetahui sejauh mana seseorang memahami materi pembelajaran yang diberikan dalam proses pembelajaran.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia daya serap diartikan sebagai daya seseorang atau sesuatu untuk menyerap. Daya serap diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menyerap atau menguasai materi yang dipelajarinya sesuai dengan yang diajarkan. Daya serap digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana pemahaman seseorang terhadap apa yang diajarkan atau dilihat.

Daya serap menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Daya serap yang kuat atau tinggi dapat menimbulkan usaha yang mudah dan tidak sulit dalam menghadapi masalah atau problem. Jika seseorang memiliki daya serap yang tinggi maka dia akan dengan cepat bisa mengerti, memahami dan mengingatnya.

Dalam menyampaikan dakwah, setiap pendakwah memiliki gaya penyampaian dakwahnya sendiri. Antara pendakwah satu dengan pendakwah yang lain memiliki gaya yang berbeda. Selain itu pendakwah juga membutuhkan strategi dalam menyampaikan dakwahnya supaya bisa diterima dan dapat menimbulkan efek dan pengaruh terhadap penonton dan pendengar. Oleh karenanya peneliti mengangkat judul “Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Youtube serta Efeknya Terhadap Publik” untuk mengetahui strategi dan gaya komunikasi dakwah yang digunakan dan apa efeknya terhadap publik.

¹² Najahah, *Potensi Daya Serap Anak Didik Terhadap Pelajaran*, Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi, Vol. 1 No. 2 (2015): 163.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul yang telah dipilih peneliti untuk kajian lebih lanjut, maka di dapatkan fokus penelitian supaya pembahasan akan lebih terarah dan tidak melebar kepada pembahasan yang tidak berkaitan dengan penelitian yang telah diteliti. Maka fokus pembahasan yang peneliti bahas diantaranya:

1. Penelitian ini meneliti pada strategi dan gaya komunikasi dakwah yang digunakan Ustadz Hanan Attaki.
2. Penelitian ini juga untuk meneliti channel *youtube* Ustadz Hanan Attaki.
3. Penelitian membahas konten dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam video *youtube* “Cara Ngobatin Hati yang Lelah dan Terluka” dengan konten periode bulan Oktober 2022.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu :

1. Apa saja strategi dan gaya komunikasi yang digunakan ustadz Hanan Attaki dalam penyampaian dakwah melalui *youtube*?
2. Bagaimana strategi dan gaya komunikasi dakwah yang digunakan Ustadz Hanan Attaki pada konten yang berjudul “cara ngobatin hati yang lelah dan terluka” dengan konten periode bulan oktober 2022?
3. Apa efek pesan dakwah dalam video dakwah ustadz Hanan Attaki di *youtube* terhadap publik?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi dan gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh ustadz Hanan Attaki di *youtube*.
2. Untuk mengetahui strategi dan gaya komunikasi dakwah yang digunakan ustadz Hanan Attaki pada konten yang berjudul “cara ngobatin hati yang lelah dan terluka” dengan konten periode bulan oktober 2022.
3. Untuk mengetahui efek pesan dakwah dalam video dakwah ustadz Hanan Attaki di *youtube* terhadap publik.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai guna bagi berbagai pihak yaitu:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan tentang ilmu dakwah dan ilmu komunikasi khususnya komunikasi penyiaran islam dibidang penyiaran dakwah melalui media youtube dengan objek yang berbeda dari penelitian yang sudah ada.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan peneliti tentang ilmu dakwah dan pemanfaatan teknologi internet khususnya media youtube sebagai media dakwah. Diharapkan juga bisa bermanfaat bagi pembaca terutama pengguna teknologi media youtube agar memanfaatkannya sebagai sumber informasi dakwah islam. Selain itu diharapkan juga bisa menjadi referensi bagi para pendakwah untuk mengikuti strategi dan gaya komunikasi dakwah ustadz Hanan Attaki.

a. Bagi Peneliti

1. Dengan adanya penelitian ini, peneliti bisa menambah wawasan mengenai strategi dakwah dan dapat menambah pengetahuan terkait ilmu-ilmu tentang gaya komunikasi dakwah yang ada didalam akun YouTube Ustadz Hanan Attaki. Dan juga melalui penelitian ini peneliti bisa melakukan tugas akhir dari mahasiswa yaitu melakukan penelitian.
2. Menjadi pedoman untuk mengembangkan dakwah komunikasi di YouTube dan menulis karya ilmiah bisa dijadikan rujukan dan bisa meningkatkan penelitian lainnya.

b. Bagi Pengguna YouTube

1. Memberikan gambaran mengenai informasi kajian praktis tentang media dakwah melalui YouTube, yaitu bagaimana menyampaikan pesan dakwah secara baik dan efektif.
2. Memberikan inspirasi pengguna YouTube untuk menyampaikan nilai-nilai moral di YouTube dan menyebarkan nilai-nilai dakwah Islam.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusun sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang akan digunakan sebagai bahan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknis analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang deskripsi data, diantaranya deskripsi

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang menguraikan tentang kesimpulan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, serta memberikan beberapa saran untuk mengatasi permasalahan yang ada.