

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengertian Pesan Dakwah

###### a. Dakwah

Sebelum melangkah mengenai pengertian pesan dakwah, kita harus lebih paham dahulu bagaimana konsep dakwah itu sendiri seperti apa. Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*” (الدعوة). *Da’wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi. Dalam Al-Qur’an, kata *da’wah* dan berbagai bentuk katanya ditemukan sebanyak 198 kali menurut hitungan Muhammad Sulthon, 299 kali versi Muhammad Fu’ad ‘Abd al-Baqi’, atau 212 kali menurut Asep Muhiddin. Ini berarti, Al-Qur’an mengembangkan makna dari kata *da’wah* untuk berbagai penggunaan.<sup>1</sup>

Secara istilah beberapa ahli berpendapat mengenai definisi dakwah, yang pastinya setiap ahli memiliki pandangan yang berbeda-beda pula mengenai definisi dari dakwah. Menurut Syekhul Islam Ibnu Taimiyah dakwah adalah mengajak seseorang agar beriman kepada Allah dan apa yang dibawa oleh para rasul dengan membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan. Sedangkan Syekh Muhammad Ash-Shawwaf mengatakan bahwa dakwah adalah risalah langit yang diturunkan ke bumi, berupa hidayah *Al-Khaliq* kepada makhluk yakni *dien* dan jalan-

---

<sup>1</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 5.

Nya yang lurus yang sengaja dipilih-Nya dan di jadikan sebagai jalan satu-satunya untuk selamat kembali kepada-Nya.<sup>2</sup>

Sedangkan Syekh Muhammad al-Ghazali mengatakan bahwa dakwah adalah Program sempurna yang menghimpun semua pengetahuan yang dibutuhkan oleh manusia di semua bidang, agar ia dapat memahami tujuan hidupnya serta menyelidiki petunjuk jalan yang mengarahkannya menjadi orang-orang yang mendapatkan petunjuk.<sup>3</sup>

Disisi lain Abdul Munir Mulkan mendefisikan bahwa dakwah dibagi menjadi beberapa bagian yang saling berkesinambungan membangun dakwah itu sendiri, ia berpendapat bahwa dakwah adalah sebuah kegiatan sosial yang dibagi menjadi empat penjabaran antara lain : *Pertama*, dakwah mendorong manusia agar melakukan hal baik dan mengikuti petunjuk, menyuruh berbuat kebajikan serta meninggalkan keburukan untuk meraih kebahagiaan yang hakiki, baik kehidupan dunia maupun kehidupan akhirat. *Kedua*, menyerukan kepada seluruh umat manusia untuk kembali dan hidup di jalan Allah yang benar, yang dalam pengaplikasiannya di dunia nyata dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik. *Ketiga*, mengubah umat manusia menjadi pribadi yang lebih baik dalam setiap situasi dan lini dan fase kehidupan individu, keluarga, maupun kehidupan bermasyarakat dengan lingkungan sekitarnya. *Keempat*, menyampaikan panggilan Allah dan Rasul kepada apa yang membawa umat manusia menuju martabat,

---

<sup>2</sup> Sayid Muhammd Nuh ,*Dakwah Fardiyah*(Solo: PT Era Adicitra Intermedia,2011),17.

<sup>3</sup> Moh Ali Aziz,*Ilmu Dakwah* ,(Jakarta: Kencana,2004),10.

fungsi, dan tujuan hidupnya yang sesuai dengan tuntunan Allah dan Rasulnya.<sup>4</sup>

Selain itu salah satu ahli tafsir kharismatik Indonesia Dr. M. Quraish Shihab menyebutkan bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan, beliau juga menjelaskan bahwa dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman tentang tingkah laku dan pandangan hidup saja melainkan lebih luas lagi, apalagi dimasa kini, dimana dakwah harus lebih berperan penuh dalam pelaksanaan ajaran Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan manusia itu sendiri.<sup>5</sup>

Dari beberapa pengertian dan definisi yang disebutkan dan di jelaskan diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa dakwah memiliki dua pengertian yang mendasar yakni : (*pertama*) bermakna sempit atau (*lughawy*) yang bermaksud bahwa dakwah hanyalah sebatas seruan untuk mengajak kepada suatu kebajikan (*khair*) yang dalam praktek nyatanya masih dalam kategori hal yang umum, yakni dalam bentuk pidato, ceramah, dan bisa juga berbentuk *al-kitabah* atau tulisan, dan yang (*kedua*) yakni bermakna luas atau (*istilah*), yakni merupakan dakwah yang tidak hanya sebatas sebagai anjuran atau ajakan menuju kebajikan saja, melainkan dakwah yang di implementasikan secara perbuatan nyata (*da'wah bi al-hal*) yang dalam bentuknya bisa berupa pendidikan, ekonomi, sosial, dan politik, serta lainnya.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Aris Saefullah, "Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah", *Jurnal ISLAMICA*, Vol. 7, N0.1, September (2012): 143, diakses 9 januari 2020, <http://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/article/view/132/378>

<sup>5</sup> Zulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo,2015),7.

<sup>6</sup> Zulkarnain, "Dakwah Islam Di Era Modern", *Jurnal RISALAH*, Vol. 26, No. 3,September(2015): 155, diakses pada 8

## b. Pesan Dakwah

Pesan (*message*) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada orang lain atau khalayak.<sup>7</sup> Pesan merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator dan keseluruhan isi stimulus yang dikeluarkan oleh komunikator pada komunikasi, pesan dapat di sampaikan secara langsung atau tidak langsung, melalui tatap muka atau melalui media (saluran) komunikasi. Isi pesan atau materi pesan dapat bersifat informatif, persuasif, atau koersif. Isi pesan yang bersifat informatif, meliputi berita, amanat, laporan, keterangan tentang suatu peristiwa atau kejadian. Isi pesan yang bersifat instruksi meliputi sekumpulan instruksi kerja atau prosedur kerja, adapun isi pesan yang bersifat koersif meliputi sekumpulan pesan yang mendorong seseorang atau sekumpulan orang, untuk melakukan sesuatu (sekumpulan) perbuatan tertentu yang diharapkan komunikator.<sup>8</sup>

Penyampaian atau penerimaan suatu pesan dapat melalui komunikasi satu arah atau dua arah, bisa berbentuk ucapan(kata-kata), tulisan, bunyi, sinyal atau ekspresi. Contoh komunikasi satu arah adalah ketika mendengarkan pidato presiden direktur perusahaan. Sedangkan di diskusi panel, komunikasi jelas berlangsung dua arah. Anda berbicara berbicara dan mendengarkan satu kata saja dapat mengubah alur percakapan.

---

Januari,  
2019,<https://www.neliti.com/id/publications/127613/dakwahislam-di-era-modern>.

<sup>7</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,(Jakarta: PT Grasindo,2004),28.

<sup>8</sup> Herri Zan Pieter, *Komunikasi Bagi Perawat*,(Jakarta: Kencana,2017),28.

Argumentasi yang tepat dan diperkuat oleh ekspresi bahasa tubuh yang sesuai dapat meyakinkan komunikan atau penerima pesan.<sup>9</sup>

Selain berbentuk lisan atau tulisan, pesan juga bisa berbentuk lambang-lambang, gambar, warna, atau isyarat-isyarat lainnya dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal. Sebuah pesan bisa digolongkan menjadi dua yakni : bersifat konotatif ( makna kiasan atau bukan sebenarnya) dan denotatif (makna sebenarnya), semisal contoh kata “bisa” secara konotatif berarti racun sedangkan secara denotatif berarti dapat. Ada ungkapan populer yang berbunyi “*words may lie, but action will always tell the truth*”, yang berarti kata-kata bisa berbohong, tetapi bahasa tubuh akan selalu menunjukkan kebenaran, itulah mengapa dalam proses komunikasi perlu didukung oleh bahasa nonverbal, karena bisa jadi seseorang seolah-olah berkata jujur, tetapi bahasa nonverbalnya menunjukkan sebaliknya.<sup>10</sup>

Di dalam menyampaikan sebuah pesan kita harus memperhatikan aspek-aspek yang lain agar pesan yang kita sampaikan dapat diterima dan dicerna dengan baik oleh komunikan, ada beberapa syarat yang harus diperhatikan jika ingin sebuah pesan komunikasi itu bisa berhasil dan efektif :

- a. Mengatur isi pesan, dengan demikian akan menumbuhkan rasa perhatian, keinginan dimana komunikasi akan berjalan dengan

---

<sup>9</sup> Desmon Ginting, *Komunikasi Cerdas*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017) 1-2.

<sup>10</sup> Nuruddin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 46-47.

- baik, bila tahap pertama sudah menimbulkan kesan.
- b. Isi pesan harus menggunakan wadah dan volume yang sesuai dengan luas lingkup pandangan komunikator dan pandangan komunikan.
  - c. Isi pesan harus menumbuhkan keinginan pribadi dan dapat menyampaikan saran-saran bagaimana memenuhi keinginan.
  - d. Isi pesan harus membuka jalan untuk dapat mengatasi keinginan tersebut yang sesuai dengan situasi.
  - e. Isi pesan yang disampaikan dengan cara mencemarkan atau menjelekkkan pihak lain, akan sulit diterima oleh komunikan, walaupun diterima akan menimbulkan keraguan.<sup>11</sup>

Selain syarat-syarat diatas seorang komunikan yang mendapatkan peran sebagai penyebar pesan haruslah memilik syarat yang menjadi faktor pendukung penyampaian pesan yang mudah diterima dan dipahami oleh komunikan itu sendiri, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Seorang komunikator harus dapat dipercaya.
- b. Seorang komunikator mampu berkomunikasi dan berinteraksi.
- c. Seorang komunikator mampu menguasai masalah.
- d. Seorang komunikator mrmpunyai wewenang dan wibawa.
- e. Seorang komunikator dapat bekerjasama.<sup>12</sup>

Dari bebrapa penjelasan diatas mengenai pesan dapat disimpulkan bahwa pesan adalah

---

<sup>11</sup> Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 11-12.

<sup>12</sup> Yetty Oktarina dan Yudi Abdullah, *Kmunikasi dan Perspektif Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017), 17.

segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam bentuk bahasa verbal yang berbentuk (lisan maupun tulisan) maupun bahasa nonverbal (berupa gerak gerak, isyarat tangan, ekspresi wajah, sentuhan, serta warna pakaian) yang yang saling melengkapi untuk memahamkan komunikan atau penerima pesan terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator itu sendiri.

Jika di dalam ilmu komunikasi pesan atau *message* adalah suatu informasi yang dikemas sedemikian rupa oleh komunikator guna memberikan pemahaman yang mudah diterima oleh komunikan, di dalam dunia dakwah sendiri juga terdapat istilah pesan, yakni pesan dakwah.

Menurut M Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah pesan dakwah adalah *message* yakni simbol-simbol. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudhu' al da'wah* ( موضوع الدعوة ). Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang jika diterjemahkan dalam bahasa arab menjadi ( مادة الدعوة ) *maaddah al-da'wah*, menurut beliau sebutan terakhir ini bisa menimbulkan kesalahpahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya, yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku dakwah” jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah, jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.<sup>13</sup>

Jika menilik lagi pengertian pesan dan dakwah yang sudah dijelaskan diatas dapat

---

<sup>13</sup> M Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 272.

ditarik konklusi mengenai pesan dakwah, bahwa pesan dakwah ialah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang (da'i maupun orang biasa ) kepada mad'u baik secara langsung maupun tidak langsung dalam bentuk verbal maupun nonverbal untuk mengajak dan mempengaruhi seseorang untuk menuju jalan kebenaran yang sesuai ajaran Allah swt dan rasulnya. dimana pesan dakwah yang disampaikan haruslah sesuai dengan al-Qur'an dan hadist, apabila suatu pesan dakwah bertentangan dengan al-Qur'an dan as-Sunnah maka pesan tersebut belum bisa dinamakan sebuah pesan dakwah, hal itu untuk meminimalisir hal-hal yang tak diinginkan mengenai penyalahgunaan sebuah pesan dakwah dan pembenaran dari penyampai pesan dakwah itu sendiri. Selain itu pesan dakwah bisa di sebut juga dengan materi dakwah dimana materi dakwah bisa berisi bermacam-macam pesan dakwah tergantung dengan media yang digunakan oleh seorang da'i terhadap mad'unya. Oleh karena itu pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan pesan biasa yang sering manusia lakukan karena berkaitan dengan dakwah, adapun beberapa karakteristik pesan dakwah menurut M Ali Aziz adalah sebagai berikut :

1. Orisinal dari Allah swt

Orisinal yang dimaksud dalam hal ini ialah bahwa pesan dakwah ini benar-benar bersumber dari Allah swt berupa al-Qur'an yang diturunkan kepada nabi Muhammad saw, melalui malaikat jibril sebagai pedoman bagi umat manusia.

2. Universal

Karakter pesan dakwah yang universal ini ialah bahwa pesan-pesam dakwah bersifat universal yang mencakup semua aspek kehidupan degan nilai-nilai mulia yang

diterima oleh semua manusia yang beradab, selain itu maksud universal mengandung dari aspek kecil hingga aspek yang besar dalam kehidupan manusia.

### 3. Mudah

Kemudahan ajaran Islam juga menjadi karakter pesan dakwah. Semua perintah Islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya. Dalam keadaan terpaksa, perbuatan yang terlarang dapat diamaafkan asalkan proporsional dan tidak merugikan orang lain.

### 4. Seimbang

Keseimbangan merupakan posisi di tengah-tengah diantara dua kecenderungan, kecenderungan yang saling bertolak belakang yang pasti terjadi dalam kehidupan manusia, ketika ada manusia diliputi nafsu keserakahan pasti ada manusia lain yang tertindas, islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat.<sup>14</sup>

Selain itu tak jauh berbeda, Abd al-Karim Zaidan juga berpendapat mengenai beberapa karakter pesan dakwah :

- a. Berasal dari Allah SWT ( *annahu min indillah* )
- b. Mencakup semua bidang kehidupan ( *al-syumuh* )
- c. Umum untuk semua manusia ( *al-umum* )
- d. Ada balasan untuk setiap tindakan ( *al-jaza fil al-islam* )
- e. Seimbang antara idealitas dan realitas ( *al-mitsaliyah wa al-waqi'iyah* ).

Adapun pesan-pesan dakwah yang bersumber dari al-Qur'an dan hadis bisa dikategorikan menjadi pesan aqidah, pesan

---

<sup>14</sup> M Ali Aiz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Kencana,2017),91-92.

akhlak dan syari'ah, berikut penjelasan mengenai tiga macam pesan tersebut :

a. Aqidah

Kata aqidah diambil dari kata bahasa arab *al-aqdu* (العقد) yang berarti ikatan, *at-tautsiiqu* (التوثيق) yang berarti kepercayaan atau keyakinan yang kuat, *al-ihkaamu*, (الاحكام), yang berarti mengokohkan (menetapkan), dan *ar-rabthu biquwwah* (الربط بقوة), yang berarti mengikat dengan kuat.<sup>15</sup> Sedangkan menurut istilah, aqidah adalah iman yang teguh dan pasti yang tidak ada keraguan sedikitpun bagi orang yang meyakinkannya. di dalam al-Qur'an sendiri tidak ada satupun ayat yang secara literal menunjuk pada kata *aqidah*, meskipun begitu terdapat beberapa istilah dengan akar kata sama dengan *aqidah* yaitu (*aqada*), istilah tersebut antara lain *aqadat*, yang dimana kata ini digunakan untuk menyebut sumpah setia, seperti yang termaktub dalam QS An-Nisaa ayat 33.

وَلِكُلِّ جَعَلْنَا مَوَالِيَكُمْ مِمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ ۚ  
وَالَّذِينَ عَقَدْتُمْ أَيْمَانَكُمْ فَأْتَوْهُمْ نَصِيْبَهُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدًا

Artinya : bagi tiap-tiap harta peninggalan dari harta yang ditinggalkan ibu bapak dan karib kerabat, kami jadikan pewaris-pewarisnya. Dan jika ada orang yang kamu telah bersumpah setia dengan mereka, maka kepada mereka

<sup>15</sup> Yazid bin Abdul Qodir Jawaz, *Syarah Aqidah Ahlussunnah wal Jama'ah*, (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2006), 23.

bahagiannya. Sesungguhnya Allah menyaksikan segala sesuatu.<sup>16</sup>

Jika dipandang dari segi ilmu, aqidah meliputi beberapa topik yaitu : Tauhid, Iman, Islam, masalah *ghaibiyat* (hal-hal ghoib), kenabian, takdir, berita-berita ( tentang hal-hal yang telah lalu dan akan datang), dasar-dasar hukum yang *qathi'* (pasti), seluruh dasar-dasar agama dan keyakinan, dan lain-lainya.

Selain itu aqidah juga mempunyai ruang lingkup tersendiri yang bisa berisi pesan-pesan dakwah untuk mad'u berikut ruang lingkup aqidah, yang juga termasuk dalam rukun iman :

1) Iman kepada Allah SWT

Pengertian iman kepada Allah ialah membenarkan dengan yakin keesaan-Nya, baik dalam perbuatan-Nya menciptakan alam, makhluk seluruhnya, maupun dalam menerima ibadah segenap makhluknya, membenarkan dengan yakin bahwa Allah bersifat dengan segala sifat sempurna, suci dari sifat kekurangan dan suci pula dari menyerupai segala yang baru (makhluk).

2) Iman kepada Malaikat

Beriman kepada malaikat ialah mempercayai bahwa Allah mempunyai makhluk yang dinamai “malaikat” yang tidak pernah durhaka pada Allah yang senantiasa melakukan tugasnya dengan sebaik-baiknya dan secermat-cermatnya,

---

<sup>16</sup> Alquran, al-Nisaa ayat 33, *Alquran dan Terjemah* (Jakarta: Departemen Agama RI, dharma art, 2015), 77.

3) Iman kepada kitab-kitab Allah

Keyakinan kepada kitab-kitab suci Allah merupakan rukun iman yang ketiga, kitab-kitab suci itu memuat wahyu Allah, beriman kepada kitab-kitab Allah ialah beritikad bahwa Allah menurunkan beberapa kitab kepada rasulnya, baik yang berhubungan dengan itikad maupun yang berhubungan dengan siyasah dan muamalat untuk menjadi pedoman hidup manusia,. Baik untuk dunia maupun akhirat, baik untuk individu maupun masyarakat.

4) Iman kepada Nabi dan Rasul

Yakin kepada Nabi dan Rasul merupakan rukun iman keempat, perbedaan antara Nabi dan Rasul terletak pada tugas utama, para Nabi menerima tuntunan berupa wahyu, akan tetapi tidak mempunyai kewajiban untuk menyampaikan wahyu itu kepada umat manusia, sedangkan Rasul adalah utusan Allah yang mendapatkan wahyu dan wajib menyampaikannya kepada umat manusia.

5) Iman kepada Hari Akhir

Keyakinan terhadap hari akhir, sangat penting terhadap serangkaian rukun iman lainnya, sebab tanpa mempercayai hari akhir sama halnya dengan orang yang tidak mempercayai agama Islam, hari akhir merupakan hari yang tidak diragukan lagi, hari akhir merupakan hari pembalasan dimana Allah menghisab (menghitung) amal perbuatan manusia.

6) Iman kepada qadha dan qadar

Makna qadha dan qadar ialah aturan umum berlakunya, hukum sebab

akibat yang ditetapkan Allah SWT. Deinisinya adalah segala ketentuan, undang-undang, peraturan dan hukum yang ditetapkan secara pasti oleh Allah SWT, untuk segala yang ada.<sup>17</sup>

b. Akhlak

Kata “akhlak” secara etimologi berasal dari kata “khalaqa” yang berarti mencipta, membuat, atau menjadikan, kata akhlak adalah kata yang berbentuk mufrad, jamaknya adalah “khuluqun” yang berarti perangai, tabiat, adat, atau ‘khalqun” yang berarti kejadian, buatan, ciptaan.<sup>18</sup> kata “akhlak” menunjukkan sifat tabiat fitri (asli) pada manusia dan sejumlah sifat yang diusahakan seolah sehingga seolah-olah fitrah, berangkat dari hal tersebut akhlak dibagi menjadi dua bentuk, pertama bersifat batiniyah (kejiwaan) dan yang kedua bersifat zahiriyah yang terwujud dalam perilaku manusia itu sendiri.<sup>19</sup>

Sedangkan akhlak secara istilah kita bisa merujuk kepada pendapat beberapa ahli mengenai hal ini. Al- Ghazali memberikan pengertian bahwa akhlak adalah kebiasaan jiwa yang tetap, yang terdapat dalam diri manusia, yang dengan mudah dan tidak perlu berfikir (terlebih dahulu) menimbulkan perbuatan manusia. Sedangkan ibn Maskawih berpendapat akhlak ialah keadaan jiwa seseorang yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa

---

<sup>17</sup> Safrida dan Dewi Andayani, *Aqidah dan Etika dalam Biologi*, (Banda Aceh : Penerbit Syiah Kuala University Press, 2017),10-12.

<sup>18</sup> Afriantoni, *Prinsip-Prinsip Pendidikan Akhlak Generasi Muda*, (Sleman: CV Budi Utama,2019),6.

<sup>19</sup> Ali Abdul Halim Mahmud, *Karakteristik Umat terbaik*, (Jakarta: Gema Insani Press,1996),95.

melalui pertimbangan pikiran (terlebih dahulu).

Sedangkan Quraish menjelaskan bahwa akhlak dalam islam tidak dapat disamakan dengan etika, seandainya etika hanya didefinisikan sebagai sopan santun antar sesama manusia, serta hanya berkaitan dengan tingkah laku manusia, istilah akhlak sesungguhnya mencakup makna yang luas meliputi berbagai aspek, mulai akhlak terhadap Allah, hingga kepada sesama makhluk biotik dan nonbiotik.<sup>20</sup>

Dari pengertian diatas dapat dimengerti bahwa akhlak adalah tabiat atau sifat seseorang, yakni keadaan jiwa yang telah terlatih sehingga dalam jiwa tersebut benar-benar telah melekat sifat-sifat yang melahirkan perbuatan-perbuatan dengan mudah dan spontan tanpa dipikirkan dan diangan-angan lagi.<sup>21</sup> pesan dakwah akhlak sangatlah penting dikarenakan melihat kondisi umat manusia sekarang yang dipengaruhi globalisasi dan modernisasi yang sangat berdampak pada menurunnya akhlak atau dekadensi moral yang semakin nyata terlihat di masyarakat sekitar kita.

#### c. Syariah

Secara etimologi (*lughawi*), syariah berarti “jalan ke tempat pengairan” atau “jalan yang harus diikuti” atau “tempat lalu air di sungai”. Kata syariah muncul dalam beberapa ayat al-Qur’an, seperti pada surat al-Maidah ayat (48), as-Syura ayat (13), al-Jatsiyah ayat (18), yang mengandung arti “jalan yang jelas yang membawa

---

<sup>20</sup> Berliana Katakusumah, *Pemimpin Adilugung: Genealogi Kepemimpinan Kontemporer*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2006) 34.

<sup>21</sup> Afriantoni, *Prinsip-Prinsip Pendidikan Akhlak Generasi Muda*, (Sleman: CV Budi Utama, 2019), 9.

kemenangan”, dalam hal ini agama yang ditetapkan Allah untuk manusia disebut syariah dalam artian *lughawi*, karena umat islam selalu melaluinya dalam kehidupannya di dunia. Sedangkan kesamaan syariah dengan jalan air adalah dari segi bahwa siapa yang mengikuti syariah ia akan mengalir dan bersih jiwanya, Allah menjadikan air sebagai penyebab kehidupan tumbuh-tumbuhan dan hewan sebagaimana dia Dia menjadikan syariah sebagai penyebab kehidupan jiwa insani.<sup>22</sup>

Adapun syariat selalu berubah sesuai dengan masa rasul masing-masing, dan islam sebagai syariat yang dibawa oleh rasul terakhir memiliki sifat yang komprehensif dan universal. Komprehensif berarti merangkum seluruh aspek kehidupan manusia, baik ritual ibadah maupun muamalah dan syariah bersifat universal ialah mampu diterapkan di setiap waktu dan tempat.<sup>23</sup>

## 2. Media Dakwah Online

### a. Pengertian Media

Media ( bentuk jamak dari kata medium), merupakan kata yang berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, “perantara” atau “pengantar”. Oleh karena itu media dapat diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari penegirim ke penerima pesan.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Amir Syarifudin, *Ushul Fiqih Jilid I*,(Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group,2008),1.

<sup>23</sup> Neni Sri Imaniyati, *Aspek Hukum BMT*,(Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010),8-9.

<sup>24</sup> Nizwardi Jalinus dan Ambiyar,*Media&Sumber Pembelajaran*,(Jakarta : Kencana,2016),2.

Dalam studi komunikasi, istilah media sering dilekatkan pada massa, mass media, yang perwujudannya dapat dilihat dalam bentuk surat kabar, majalah, radio, televisi, komputer, internet dan intranet dan sebagainya. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, media menjadi suatu kajian menarik, dan banyak diminati pada hampir seluruh disiplin ilmu walaupun dengan penamaan yang sedikit berbeda, misalnya media telekomunikasi, media dakwah, pembelajaran mediasi komputer, media pembelajaran dan seterusnya. Dalam bidang komunikasi sosial, istilah media sering dilekatkan dengan sosial atau disebut dengan media sosial atau ada yang menyebut jarring sosial yang saat ini sedang digemari dimana-mana.<sup>25</sup>

Media merupakan saluran atau titian dalam menyampaikan pesan yang ditunjukkan kepada komunikan, baik perorangan, kelompok maupu massa. Media tersebut bisa dikategorikan menjadi dua bentuk :

- a. Media umum ialah media yang digunakan semua bentuk komunikasi seperti *telephone, fax, Overhead Projector (OHP), in focus* dan sebagainya.
- b. Media massa ialah media yang digunakan untuk kepentingan missal seperti televisi, radio, film, dan surat kabar.

Dilihat dari kepentingannya, sebuah media bergantung penggunaannya dalam komunikasi, apakah untuk kepentingan massal, perorangan atau lembaga, serta situasi dan kondisi. Penggunaan media dan sarana komunikasi dalam situasi terbagi menjadi tiga :

---

<sup>25</sup> Muhammad Yaumi, *Media dan Teknologi Pembelajaran*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), 5.

- a. Media yang digunakan untuk kepentingan komunikasi antarpersonal, kelompok, dan massal yang disebut sebagai media primer
- b. Media yang didasarkan atas penggunaan lambang atau isyarat seperti suara, yaitu intonase (suara tinggi, rendah), satire, ejekan, humor yang disebut media sekunder. Satire adalah cara berkomunikasi melalui bahasa kiasan pada zaman dahulu berupa dongeng yang cenderung lucu yang mengandung ironi (mencemooh) dan sarkasme (ejekan)
- c. Media yang digunakan dalam kondisi waktu yang bersamaan disebut dengan media *multiple*.<sup>26</sup>

Di dalam dunia komunikasi media cenderung diidentikkan dengan hal yang sifatnya massa atau yang dapat memerikan pengaruh secara luasa kepada banyak orang atau objek media tersebut. Hal itu memang benar adanya jika melihat realitas yang terjadi sekarang, namun menurut Mc Luhan media bukanlah hanya terbatas pada media massa, menurutnya media bukan hanya terbatas pada media massa tetapi segala sarana, instrument atau alat yang berfungsi memperkuat organ,indra dan fungsi yang terdapat pada tubuh manusia, media tidak saja memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi manusia, tetapi juga berfungsi sebagai filter yang mampu mengatur dan menafsirkan keberadaan manusia secara sosial.<sup>27</sup>

Menurut Maerowitz ada tiga hal yang bisa mengungkapkan dan menggambarkan posisi media atau medium dalam penggunaannya, *pertama*, media sebagai saluran (*medium-as-*

---

<sup>26</sup> Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2017), 14-15.

<sup>27</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Pramedia Group, 2013), 487.

*vessel/conduit*), seperti sebuah saluran air, pipa merupakan sarana yang membawa air sesuai dengan alur yang disiapkan, media adalah saluran yang membawa pesan. *Kedua*, media adalah bahasa (*medium-as-language*), media adalah bahasa itu sendiri, hal ini bermakna bahwa media memiliki sesuatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung pesan. *Ketiga*, media sebagai lingkungan (*medium as environment*), maksudnya adalah media tidak bisa dipandang hanya sebatas teks semata, tetapi juga harus dilihat dalam segi konteks itu sendiri. Bahwa media media memiliki kekuatan yang juga berkontribusi menciptakan makna dan budaya.<sup>28</sup>

Dari tiga perspektif Meyrowitz dalam melihat media ini memberikan gambaran bahwa medium atau media bisa dilihat dari berbagai aspek, media tidak hanya dilihat dari berbagai macam aspek teknis atau teknologi apa yang terkandung didalamnya, apakah cetak, audio, visual, analog, digital, dan sebagainya, melainkan media bisa mengandung nilai-nilai yang tidak sekadar menjadi sarana, dalam penyampai pesan tetapi memberikan pengaruh pada segi sosial, budaya, politik bahkan ekonomi.<sup>29</sup>

### **b. Pengertian Internet**

Internet adalah kata populer yang berasal dari kata *interconnection networking* yang artinya jaringan internasional (luas dan mendunia), jaringan tersebut terbentuk dari banyaknya jaringan kecil atau LAN (local area network), yang saling tergabung menjadi satu

---

<sup>28</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015) 3-5.

<sup>29</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015) 6.

jaringan Komputer internasional atau WAN (*wide area network*), internet sendiri merupakan suatu *network* (jaringan), yang menghubungkan setiap computer di dunia dan membentuk suatu komunitas yang dikenal dengan *global village* (desa global).<sup>30</sup>

Pengertian internet secara umum (secara bahasa) adalah kumpulan dari jaringan komputer yang terhubung dan bekerja sebagai suatu sistem, adapun pengertian internet secara khusus adalah jaringan computer terbesar di dunia karena menghubungkan seluruh jaringan komputer yang ada di dunia ini.<sup>31</sup>

Agar bisa berhubungan internet menggunakan bahasa yang sama yang disebut TCP/IP (*Transmission Control Protocol /Internet Protocol*), sebagai sebuah jaringan komputer dunia internet bisa dikatakan sebagai jalur transportasi segala informasi yang berbentuk file, atau data pada computer lain, dengan demikian internet sendiri tidak mengandung informasi, kita sering salah sebut bahwa “sebuah informasi dapat ditemukan di internet”, hal itu lebih tepat jika diganti dengan ungkapan bahwa “informasi dapat ditemukan menggunakan atau melalui internet”, informasi sendiri berada pada komputer-komputer yang terhubung dengan internet, karena komputerlah yang menyimpan informasi bukan internet.<sup>32</sup>

Sejarah internet sendiri diawali pada tahun 1969 oleh ARPA (*Advanced Research Project Agency*), sebuah badan yang dibuat oleh

---

<sup>30</sup> Ahmad Zaini, Dakwah Melalui internet, *Jurnal AT-TABSYIR* Vol.1, No.1, Januari-Juni (2013): 101, diakses pada 31 Januari, 2020, <http://kpi-dakwah.stainkudus.ac.id/files/at-tabsyir%20KPI%20jan%20jun%202013.pdf#page=101>.

<sup>31</sup> Suryanto, *Kapita Selekta Komunikasi*, (Bandung : CV Pustaka Setia,2018),241.

<sup>32</sup> Y. Maryono dan B. Patmi Istiana, *Teknologi Informasi dan Komunikasi 3*, ( Semarang : Quadra,2008),3.

Amerika yang terdiri dari para ilmuwan dan peneliti untuk mengembangkan teknologi Amerika yang kala itu bersaing dengan Rusia, yang berhasil dengan satelitnya, karena para peneliti dari ARPA, bekerja tidak dalam satu tempat, sehingga memunculkan ide untuk membuat sebuah jaringan computer atau *computer network*, pada tahun 1969 yang diberi nama ARPANET, dengan adanya ARPANET, para peneliti dari seluruh belahan Amerika bisa berkomunikasi dan mengakses data-data yang mereka perlukan dari komputer server yang telah disediakan, dan ARPANET dan cikal bakal dari internet yang kita gunakan setiap hari sampai saat ini sehingga kita bisa mengakses bermacam-macam informasi dari manapun dan kapanpun.<sup>33</sup>

Dengan adanya internet dunia ini kian berubah dengan cepatnya berdampak dengan adanya globalisasi dan modernisasi, namun tak dapat dipungkiri dengan internet kita jadi lebih mudah mendapatkan informasi yang sebelum kehadirannya informasi sangat terbatas dari media-media konvensional saja, berikut beberapa layanan utama internet sebagai media :

- a. Menyebarkan dan memperoleh informasi, umumnya disajikan dalam bentuk website, informasi dapat berupa teks, grafik suara, video atau dalam bentuk file, yang dapat di download.
- b. Berkomunikasi, baik melalui media berbasis text (IRC), grafik (Yahoo Messenger), maupun berkomunikasi suara (Skype), layaknya menggunakan telepon kabel.
- c. Berkirim surat (E-mail)

---

<sup>33</sup> Darma,dkk, *Buku Pintar Menguasai Internet*,(Jakarta: PT Transmedia,2008), 2.

- d. Bertukar data, salah satunya menggunakan aplikasi FTP, Website maupun koneksi peer to peer.
- e. Remote login, mampu menguasai komputer dari jauh.<sup>34</sup>

Pada dasarnya Setiap orang bisa menggunakan fasilitas yang di dapatkan berkat adanya internet, namun tak semua orang bisa menikmati internet dengan mudah ada beberapa cara yang dapat dilakukan saat kita ingin menggunakan internet, berikut penjelasan singkat mengenai persyaratan umum untuk dapat mengakses internet :

#### 1. Unit Komputer

Komputer merupakan syarat mutlak untuk dapat melakukan akses internet, computer berfungsi sebagai perangkat muka (*interface*) untuk menampilkan berbagai macam informasi dari web, meskipun sekarang ini ada perangkat bergerak (*mobile*) untuk akses internet (*mobile internet*), seperti *hanphone* atau PDA (*Personal Digital assistant*), akan tetapi perangkat bergerak tidak dapat mengalahkan komputer dalam hal kelengkapan fasilitas, kecepatan serta kenyamanannya. Sebagai contoh untuk membaca teks panjang lebih nyaman menggunakan komputer daripada PDA.<sup>35</sup>

#### 2. Modem

Modem(modulator-demulator), merupakan perangkat keras yang dapat menghubungkan dengan jaringan telepon untuk melakukan akses ke jaringan internet, fungsi pokok modem adalah untuk menstansfer data atau informasi yang

---

<sup>34</sup> Yuhefizar, *10 Jam Menguasai Internet : Teknologi dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2008),2-3.

<sup>35</sup> Y. Maryono dan B. Patmi Istiana, *Teknologi Informasi dan Komunikasi 3*, ( Semarang : Quadra,2008),4.

dikodifikasikan (berbenruk kode), dalam sinyal-sinyal analog atau atau sinyal digital , dalam proses transfer modem akan mengubah sinyal analog ke sinyal digital atau sebaliknya.

### 3. Jaringan telepon tetap

Jaringan telepon tetap ( fixed telephone line), atau telepon rumah merupakan salah satu prasyarat penting setelah modem, jaringan telepon menjadi media transmisi untuk menghubungkan perangkat komputer dan modem ke penyelenggara jasa internet (PJI), atau *internet service provider* (ISP), meskipun saat ini sudah banyak teknologi yang dapat menghubungkan dengan ISP, seperti teknologi *Wireless fidelity* (WiFi), kabel optic dan radio paket ( misalnya GPRS), akan tetapi jaringan telepon tetap masih menjadi pilihan karena mudah dan murah.

### 4. Internet Service Provider (ISP)

Intenet service provider (ISP), adalah perusahaan yang menawarkan jasa pelayanan untuk terhubung dengan internet, untuk mengaksenya kita cukup menghubungi intrenet service provider melalui computer dan modem , kemudia internet service provider akan mengurus detail-detail yang diperlukan untuk berhubungan dengan internettermasuk biaya SLJJ koneksi tersebut.<sup>36</sup> Disamping itu ada beberapa perusahaan ISP yang beroperasi di Indonesia, diantaranya : CBN, Indonet, Bonet dan telkomnet instan, agar terhubung dengan dengan ISP tertentu, maka umumnya kita harus terdaftar dan berlanggan dengan ISP tersebut, namun bisa juga memanfaatkan jasa

---

<sup>36</sup> Madcoms, *Panduan Lengkap Microsoft Windows 7*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET ( Penerbit ANDI,2010),205.

Telkomnet instan, untuk dapat melakukan koneksi internet tanpa berlangganan terlebih dahulu.<sup>37</sup>

### c. Media Online

Media online merupakan saluran komunikasi yang dilakukan secara online, berbasis telekomunikasi melalui situs web di internet. Menurut situs *Bisniss Dictionary*, pengertian media online adalah media digital yang mencakup teks, video, dan musik, yang didistribusikan melalui jaringan internet.<sup>38</sup>

Media online adalah sarana komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online disebut juga media daring, media digital, media internet, dan media siber (*cyber media*). Media online (*online media*) adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Semua jenis kanal (*channel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut media online.<sup>39</sup>

Kehadiran media online saat ini sangat berpengaruh besar terhadap penggunaan media sebelumnya atau media konvensional seperti media cetak dan media elektronik. McQuail menjelaskan bahwa ada beberapa aspek perbedaan mengenai penggunaan media sebelumnya dan media online saat ini :

- a. Kehadiran sosial (*sosial presence*), perasaan berhubungan dengan orang lain saat ketika menggunakan medium ini

---

<sup>37</sup> Arief Ramadhan, *Seri Pelajaran Komputer Internet dan Aplikasinya*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2005), 6.

<sup>38</sup> Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi Dinamika Relasi Sosial di dalam era virtualitas*, (Jakarta : CV Loe, 2019), 32.

<sup>39</sup> "Media Online Pengertian dan Karakteristik", *romelte.com*, diakses pada 4 februari 2020.

- b. Otonomi (autonomy) perasaang memegang kendali atas media ini
- c. Aktivitas timbale balik (*interactivity*) dengan sumber
- d. Privasi (privacy), mengenai pengealamn menggunakan media ini
- e. Kesenangan bermain (*playfulness*), dalam hubungan dengan kenikmatan yang diperoleh ketika menggunakan medium ini ketika dibandingkan sekedar mendapatkan sesuatu darinya.<sup>40</sup>

Dalam konteks komunikasi massa, media online adalah media massa (*mass media*) atau media jurnalistik/media pers yang tersaji di internet secara online, khususnya situs berita (*news site*) atau portal berita (*news portal*). Media Online dalam konteks komunikasi massa disebut juga media siber (*cyber media*), seperti yang kita rasakan dampaknya saat ini.

Tidak dipungkiri memang seiring berkembangnya zaman dan teknologi, memberikan perubahan yang begitu luar biasa di dalam dunia media massa dan yang berkaitan dengannya, dan jika berbicara mengenai media online dalam konteks komunikasi massa, jurnalisme dalam media massa pun semakin berkembang menyesuaikan dengan perkembangan media sekarang, dan sangat berpengaruh pada perkembangan jurnalistik, berikut beberapa karakteristik media/jurnalistik online :

- a. *Unlimited Space* , jurnalisme online memungkinkan halaman tak terbatas, ruang bukanlah sebuah masalah, artikel dan berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin tanpa batas.

---

<sup>40</sup> Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi Dinamika Relasi Sosial di dalam era virtualitas*,(Jakarta : CV Loe,2019),33.

- b. *Audience Control*, jurnalistik online memungkinkan pembaca lebih leluasa memilih berita/informasi.
- c. *Non-Lienarty*, dalam jurnalistik online masing-masing berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan.
- d. *Storage and Retrieval*, jurnalistik online memungkinkan berita “abadi”, tersimpan, dan bisa diakses kembali dengan mudah kapan dan dimana saja.
- e. *Immediacy*, Jurnalistik Online menjadikan informasi bisa disampaikan secara sangat cepat dan langsung.
- f. *Multimedia Capability*, jurnalistik online memungkinkan sajian berita berupa teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya sekaligus.
- g. *Interativity*, jurnalistik online memungkinkan interaksi langsung antara redaksi dan pembaca seperti melalui kolom komentar dan *social media sharing*.<sup>41</sup>

Hal inilah mengapa banyak media komunikasi massa konvensional telah beralih platform ke media online yang kemudian lebih cenderung terkonversi kepada “social media”. Terry Flew mengatakan bahwa lebih tingginya respons sosial pengguna sosial media terhadap suatu pemberitaan menjadi salah satu faktor yang menyebabkan komunikasi media massa beralih (convergent), ke media online (media sosial), hal ini karena di dalam media sosial yang bersifat online ada ruang untuk melakukan “transfer berita antar media”, yang oleh Terry Flew disebut sebagai “Transmedia Storytelling”, adapun bentuk-bentuk Transmedia Storytelling menurut Terry Flew adalah sebagai berikut :

---

<sup>41</sup> Dudi Sabil Iskandar dan Rini Iestari, *Mitos Jurnalisme*(Yogyakarta : CV ANDI OFFSET,2016),29-30.

- a. Tersedia banyak platform seperti Youtube, Fcebook, Twitter yang mampu menyebarkan konten berita secara mudah.
- b. Infomasi dapat di sebarluaskan ke segala penjuru melalui beragam media sosial tanpa harus lagi menulis hak cipta.
- c. Produksi berita bisa menyasar semua golongan.
- d. Keterhubungan berbagai pengguna media online ( social networks), dapat dimanfaatkan untuk berbagi pengalaman, pengetahuan hingga pertukaran secara langsung konten-konten berita.<sup>42</sup>

Sebagai manusia memang kita harus bersiap diri dan terus beradaptasi terhadap perkembangan dan perubahan zaman disemua sisi tak terkecual dalam bermedia, banyak dampak positif yang bisa kita manfaatkan mengenai perkembangan media yang kini memasuki era konvergensi media atau new media, yang lebih efisien dan memudahkan kebutuhan manusia untuk mendapatkan informasi.

### 3. Youtube

#### a. Pengertian Youtube

YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan february 2005 oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV,

---

<sup>42</sup> Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi Dinamika Relasi Sosial di dalam era virtualitas*, (Jakarta : CV Loe, 2019), 34.

serta video buatan para penggunanya sendiri.<sup>43</sup>

Youtube sendiri memberikan layanan bagi para penggunanya untuk mengunggah video dan menonton video yang diunggah oleh penggunanya di seluruh dunia secara gratis, kemunculan Youtube pada awalnya memang tak begitu langsung mendapatkan perhatian publik, dikarenakan saat youtube muncul masyarakat dunia sedang dimabuk oleh hadirnya media sosial, seperti twitter dan kawan-kawannya, namun secara pelan tapi pasti Youtube mulai mendapat perhatian saat Google membeli saham Youtube senilai 1,65 miliar dolar Amerika Serikat semenjak delapan 18 bulan youtube diciptakan oleh tiga mantan karyawan Paypal yakni Chad Hurley, Steve Chen dan Jawad Kharim, dan semenjak saat itu youtube semakin bersinar dengan menjadi pilihan pertama oleh masyarakat untuk menonton video yang bahkan saat ini bisa dikatakan eksistensinya melebihi media Televisi yang sebelumnya begitu besar dampaknya di masyarakat, diantara situs berbagi video di dunia seperti : Metacafe, Yahoo! Screen, Dailymotion, Vuclip, Vimeo, Hulu, Metatube, MyVideo.de, dll.

Youtube adalah media baru berjenis *user generated content* atau media yang kontennya diciptakan oleh pengguna media itu sendiri, situs youtube menyediakan video digital yang menyediakan layanan gratis dan terbuka

---

<sup>43</sup> Fatty Faiqah, dkk, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram", *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No. 2, Desember (2016): 259, diakses pada 8 Februari, 2020, <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>

untuk publik, pengguna youtube bisa menonton dan memberikan komentar serta memberi rating suka atau tidak suka dan bisa menonton video tersebut secara berulang-ulang.<sup>44</sup>

Tak heran jika Youtube saat ini digunakan oleh miliaran pengguna yang dimana berarti sepertiga pengguna internet dipastikan menggunakan youtube, yang dimana lebih dari 100 jam video (akumulasi durasi), di upload ke youtube dalam satu menit yang menjadi bukti ramainya youtube baik penonton maupun *content creator* nya.<sup>45</sup>

Youtube sendiri mendapatkan penghasilannya dari iklan yang ditampilkan sebelum video-video diputar atau di sela-sela dan akhir dari sebuah video, iklan tersebut dinamakan dengan Google AdSense, sebuah program yang menawarkan pembayaran berdasarkan frekuensi sebuah video diputar. Youtube juga sangat membatu bagi mereka yang ingin mengunggah video dan dilihat oleh banyak orang selain itu hal itu juga sangat bermanfaat bagi pengguna yang ingin mendapatkan informasi dari youtube yang sekarang semakin beragam dan pengguna bisa bebas milih video apa yang ingin ia tonton secara gratis. Bukan cuma itu sebagai media komunitas Youtube juga melengkapi dirinya dengan membuat dan membangun kelompok (group sendiri), bahkan di youtube juga para pengguna bisa mengikuti kontes

---

<sup>44</sup> Kurnia Arofah, "Youtube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Publik", *Jurnal Komunikasi*, Vol.13, No.2, Mei – Agustus (2015): 112, diakses pada 11 Februari 2020, <http://103.23.20.161/index.php/komunikasi/article/view/1442>.

<sup>45</sup> Deddy Corbuzier, *Youtube For Dummies*, (Jakarta : Bhuana Ilmu Populer, 2018), 3.

video melalui youtube.<sup>46</sup> dari hal tersebut ada beberapa karakteristik dari youtube sendiri yang menjadi alasan mengapa banyak orang menggunakannya, berikut beberapa karakteristik youtube :

- 1) tidak ada batasan durasi dari suatu video untuk diunggah di youtube, hal ini yang membedakan youtube dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi maksimal saat mengunggah video, seperti : instagram, snapchat, dan sebagainya.
- 2) Sistem pengamanan yang mulai akurat, youtube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, illegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
- 3) Berbayar, saat ini yang sedang viral dimana-mana youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube, dan mendapatkan minimal 1000 *viewers*, atau penonton maka akan mendapatkan honorarium.
- 4) Sistem offline, youtube memiliki fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu sistem offline, sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya saat offline, tetapi sebelumnya, video tersebut harus ditonton terlebih dahulu.
- 5) Tersedia editor sederhana, pada menu awal mengunggah video pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu, menu yang ditawarkan adalah memotong video memfilter warna,

---

<sup>46</sup> Yayan Sopyan dan Jarot Setyaji, *Panduan Praktis Mengoptimalkan Youtube*, (Jakarta: Mediakita, 2009), 3.

atau menambah efek perpindahan video.<sup>47</sup>

Dari sekian banyak nya video yang diunggah didalam youtube, ada beberapa tema video yang paling banyak diminati oleh masyarakat, hal ini bisa diidentifikasi dengan banyaknya jmlah peneonton dari sebuah video yang di unggah oleh sebuah akun channel youtube, berikut beberapa tema yang yang banyak diminati oleh masyarakat :

1) Video Blog

Video blog atau yang sering disingkat menjadi Vlog, video ini juga sering disebut juga dengan nama video catatan harian si pembuat, vlog berisi kegiatan sehari-hari dari seseorang yang mungkin penting, misalnya seorang presiden atau masyarakat biasa yang dianggap gaya hidupnya menarik.

2) Video serial

Video serial atau serial juga sangat banyak ditemukan dalam situs youtube, dan memiliki inti cerita yang beragam, keunggulan dari video ini adalah memiliki konsep cerita yang memiliki alur atau plot tersendiri yang menarik penonton dari berbagai penjuru dunia.

3) Video tutorial

Video tutorial atau pembelajaran mengenai suatu topik, adalah salah satu video yang sering diunggah di youtube, misalnya video mengani bagaimana cara membuat desain dnegan program

---

<sup>47</sup> Fatty Faiqah,dkk, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram”, *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No. 2,Desember (2016): 261, diakses pada 9 Februari, 2020,  
<http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>

coreldraw dan photoshop, hingga pelajaran bagaimana memainkan gitar elektik dll.

4) Video musik

Video musik adalah salah satu video yang sering ditonton oleh pengguna youtube, video musik ialah sebuah film pendek atau video yang berfungsi mendampingi alunan musik yang umunya adalah sebuah lagu, video musik juga berfungsi sebagai alat pemasaran daris ebuah lagu yang di keluarkan oleh seorang penyanyi atau ahli musik.

5) Video Game

Video ini dibuat oleh gamer dan ditunjukkan untuk para pemain video game pula, materi video umumnya tidak jauh-jauh dari serta tip dan trik menyelesaikna permainan. Seperti bagaimana mengalahkan musuh terberat, mendapat senjata tersembunyi, memperoleh bonus tambahan, dan sebagainya.<sup>48</sup>

Dari penejabaran diatas tak heraan jika youtube sekarang menjadi media primadona yang menjadi kebutuhan bagi masyarakat yang haus akan konten-konten yang berisi informasi dan hiburan bagi masyarakat itu sendiri.

#### 4. Respon

##### a. Pengertian Respon

Jalaluddin Rahmat mengatak Respon adalah suatu aktivitas atau kegiatan dari organisme yang semata-mata bukan hanya respon positif saja melainkan, melainkan semu jenis kegiatan yang ditimbulkan atau

---

<sup>48</sup> Hubilee Enterprise, *Kitab Youtuber*, (Jakarta : PT Elexmedia komputindo, 2018), 2-7.

diakibatkan oleh sesuatu yang bisa merangsang sehingga organisme tersebut bisa menimbulkan sebuah respon, secara *general* atau umumnya respon atau bisa dikatakan tanggapan adalah sesuatu yang dihasilkan oleh dari sebuah pengamatan terhadap sebuah subjek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dari menyimpulkan informasi yang didapatkan serta menafsirkan maksud dari pesan-pesan yang diterima.<sup>49</sup> Respon adalah sebuah tanggapan yang diakibatkan oleh sebuah rangsangan, rangsangan tersebut bisa dari luar maupun dari dalam, input atau stimulus yang mengakibatkan sebuah rangsangan dapat berupa masalah atau bantuan dan sistem saraf otak akan berguna untuk melakukan riset, penilaian, analisis serta solusi, raksi antara stimulus dan respon bisa merubah tingkah laku manusia.<sup>50</sup> Sedangkan menurut Soenarjo respon didalam komunikasi ialah sebuah kegiatan komunikasi yang diharapkan memiliki dampak atau hasil dalam istilah komunikasi disebut efek, suatu kegiatan komunikasi tersebut memiliki efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui media yang digunakan.<sup>51</sup>

Disisi lain Khusniati Rofi'ah dalam bukunya yang berjudul *Dakwah Jama'ah Tabligh* menjelaskan bahwa respon merupakan reaksi terhadap rangsang yang diterima oleh panca indera, respon biasanya di

---

<sup>49</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*,( Bandung : Remaja Rosdakrya,1999), 51.

<sup>50</sup> Fendika Prastiyo, *Peningkatan Hasil Belajar Peserta Didik Dengan Model Kooperatif Jigsaw*,( Surakarta: CV Kekata Grup, 2019),3.

<sup>51</sup> Soenarjo dan Djoenarsih,*Himpunan Istilah Komunikasi* (Yogyakarta: Liberty, 1983),25.

wujudkan dalam bentuk perilaku yang dilakukan setelah mengalami perangsangan, sedangkan menurut Abu Ahmadi respon adalah sebagai proses pengamatan yang telah berhenti sehingga akhirnya menimbulkan kesan-kesan.<sup>52</sup>

Perbedaan pendapat mengenai respon dari beberapa ahli memang bisa dikatakan adalah hal yang wajar dalam dunia keilmuan namun jika daiambiol dititik yang sama pengertian dari respon tidaklah berbeda jauh dari pendapat dari satu ahli dan ahli lainnya yang berpendapat mengenai respon ini sendiri, hal ini karena berbedanya latar belkang dan pengalaman dari setiap individu ahli yang pastinya berberda beda pula.

#### **b. Macam-macam Respon**

Secara umum istilah respon didalam komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil disebut dengan efek, suatu kegiatan komunikasi tersebut menimbulkan efek berupa respon dari komunikasi yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan, Steven M, Chafe memebagi respon menjadi tiga bagian, yakni respon kognitif, afektif dan konatif , respon kognitif berhubungan dengan pengetahuan yang melibatkan proses berfikir, memecahkan masalah serta dasar keputusan, respon afektif berhubungan dengan rasa suka dan tidak suka, sikap serta opini dari sesuatu, sedangkan respon konatif berhubungan dengan perilaku dan tindakan, berikut penjelasan dari tiga macam respon tersebut.<sup>53</sup> :

---

<sup>52</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, ( Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2010), 68.

<sup>53</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, ( Bandung : Remaja Rosdakrya, 1999), 118.

- 1) Respon kognitif , maksud dari respon kognitif ialah sebuah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.
- 2) Respon afektif, maksud dari respon ini ialah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.
- 3) Respon psikomotorik, yang dimaksud dengan respon konatif ini adalah sebuah respon yang terjadi yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Ada beberapa penelitian terdahulu yang serupa yang dijadikan rujukan untuk penelitian ini sendiri, berikut beberapa penelitian tersebut :

1. Abdul Wafi Akbar, Skripsi dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Bangun Samudra Dalam Video Youtube Kajian Muallaf Hijrah Sepenuh Hati” hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan dakwah ustadz Bangun Samudra dalam video youtube kajian muallaf hijrah sepenuh hati terdiri dari tiga unsur tema utama yakni akidah, akhlak, dan syariah yang dibuktikan dengan presentase hasil penelitian dengan tema akidah 51.4 %, tema akhlak 31,4 % dan tema syariah 17,2 %, penelitian ini juga sama-sama menggunakan analisis isi sedangkan letak perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian atau dimana penelitian ini akan membahas mengenai pesan dakwah yang disampaikan oleh Gus Baha’ dalam akun youtube ngaji kyai.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Abdul wafi Akbar, “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Bangun Samudra dalam Video Youtube Kajian Muallaf Hijrah

2. Reza Agustinanda, Skripsi dengan judul “Pesan Dakwah Emha Ainun Najib Dalam Video Yang Berjudul “Yang Bikin Sulit Hidupmu Itu Apa?” Di Situs Youtube DG Collection” hasil pebelitian tersebut menunjukkan bahwa isi pesan dakwah Emha Ainun Najib dalam video youtube DG collection mengandung pesan dakwah mengenai belajar dan menuntut ilmu, iman kepada malaikat-malaikat Allah, *Hablum minannas*, persamaan dari penelitian ini ialah sama membahas mengenai pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang tokoh dalam akun youtube, sedangkan perbedaannya ialah objek penelitian dan analisis yang dipakai dimana penulis hendak menggunakan analisis isi sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Reza Agustinanda menggunakan analisis semiotika.<sup>55</sup>
3. Muhammad Alvian, Skripsi dengan judul “Pesan Dakwah KH Musthofa Bisri Dalam Ceramah Di Youtube (Edisi 15 Desember 2016), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa isi pesan dakwah KH Musthofa Bisri dalam ceramah di youtube edisi 15 desember 2016 secara keseluruhan membahas mengenai tiga tema utama yakni tema akidah, tema akhlak dan tema syari’ah, persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai pesan dakwah ceramah yang disampaikan melalui youtube, sedangkan perbedaannya ialah objek pebelitian dimana

---

Sepenuh Hati” (skripsi,UIN Sunan Ampel,2018), diakses pada tanggal 16 februari 2020, [http://digilib.uinsby.ac.id/23137/2/Abdul%20Wafi%20Akbar\\_B71\\_214026.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/23137/2/Abdul%20Wafi%20Akbar_B71_214026.pdf).

<sup>55</sup> Reza Agustinanda,”Pesan Dakwah Emha Ainun Najib dalam Video yang Berjudul “Yang Bikin Sulit Hidupmu Itu Apa?” di situs Youtube DG Collection”,(skripsi,IAIN Ponorogo,2019), diakses pada tanggal 16 februari 2020, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/8072/1/PESAN%20DAKWAH%20EMHA%20AINUN%20NADJIB%20DALAM%20VIDEO%20YANG%20BERJUDUL.pdf>

peneliti hendak membahas pesan dakwah ceramah yang disampaikan oleh Gus Baha' yang diunggah oleh akun youtube Ngaji Kyai selain itu teori analisis yang di gunakan juga berbeda dimana Muhammad Alvian dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotik.<sup>56</sup>

4. S. Dinar Anisa Abdullah, dengan judul “ Peran Hannan Attaki dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi atas Video “Kangen” di Youtube), yang diterbitkan dalam Jurnal Rausan Fikr Vol.7 No.1 Januari 2018, Institut Agama Islam Negeri Samarinda, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam video yang berjudul “Kangen” Ustadz Hannan Attaki berisi pesan dakwah mengenai ketuhanan, terutama mengenai wawasan akidah yang mendalam, persepsi yang benar tentang Tuhan serta aspek emosional (keimanan), berupa rindu, kangen dan malu kepada Allah SWT, adapun persamaan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan analisis isi, sedangkan perbedaannya ialah objek penelitian dimana S. Dinar Anisa Abdullah meneliti tentang video “Kangen” Ustadz Hannan Attaki yang di unggah di Youtube.<sup>57</sup>

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual hubungan antar variabel penelitian, kerangka berpikir dibangun dari berbagai teori, pustaka dan hasil

---

<sup>56</sup> Muhammad Alvian, “Pesan Dakwah KH Musthofa Bisri dalam ceramah di Yotube (Edisi 15 Desember 201)”, (Skripsi, UIN Sunan Ampel, 2019), diakses pada tanggal 16 Februari 2020, <http://digilib.uinsby.ac.id/29444/>

<sup>57</sup> S. Dinar Annisa Abdullah, “Peran Hannan Attaki dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi atas Video “Kangen” di youtube)”, *Jurnal Raushan Fikr*, Vol.7 No.1 (2018):72, diakses pada 23 Februari 2020, <http://www.ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/raushanfikr/article/view/2206/1493>

penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan dan dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan hubungan antar variabel yang diteliti.<sup>58</sup> Kerangka berfikir perlu disusun untuk mengarahkan penelitian agar sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, serta menjelaskan secara sekilas dan dapat dipahami bagaimana sebuah hubungan antara variabel penelitian.

Dampak globalisasi internet menjadikan sebuah perubahan yang drastis dan sangat nyata dterjadi dilingkungan sekitar kita, tak terkecuali dalam dunia dakwah yang dituntut untuk bisa mengikuti perkembangan zaman serta perkembangan teknologi dan informasi sehingga dakwah menjadi sebuah kegiatan yang bisa terima dengan mudah dan bisa menyentuh lebih banyak objek dakwah, dan diharapkan semakin banyak objek dakwah yang menerima pesan dakwah, sedikit demi sedikit nilai-nilai ajaran islam akan terus eksis dan semakin kokoh sembari beradaptasi dengan segala aspek lingkungan dan sosial masyarakat yang menjadi sasaran dakwah itu sendiri, Berkaitan dengan topik utama dalam penelitian ini yakni mengenai pesan dakwah yang di sampaikan oleh Gus Baha' dalam ceramahnya yang kemudian di unggah oleh channel youtube ngaji kyai, Kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:

---

<sup>58</sup> M. Muchson, *Metode Riset Akuntansi*, (Depok: Spasi Media, 2017), 60.

**Gambar 2.1, Kerangka Berfikir**

