

BAB II KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Pustaka

1. Teori Dakwah Sholawat

a. Pengertian Dakwah dalam Shalawat

Secara etimologis kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar, yaitu *da'ayad'uda'watan*, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil. Kata tersebut telah menjadi istilah baku dalam Bahasa Indonesia, dalam kamus besar bahasa Indonesia, dakwah memiliki arti; penyiaran, propaganda, penyiaran agama dikalangan masyarakat dan pengembangannya, seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan agama.¹

Kata dakwah berasal dari bahasa arab “*da'wah*” *Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menanamkan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menagisi, dan meratapi.² Pada hakikatnya dakwah adalah proses islamisasi.

Sedangkan pengertian dakwah secara istilah terdiri dari beberapa pendapat, di antaranya :

1) Syekh Muhammad Al-Khadir Husain

Dakwah adalah menyeru manusia kepada kebijakan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.³

2) Syaikh Abdullah Ba'alawi

Mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak, membimbing, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan ke jalan

¹ Departemen Pendidikan dan kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 181

² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), 5.

³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 9.

ketaatan kepada Allah, menyuruh mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁴

3) Menurut M. Arifin

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya, yang dilakukan secara sadar serta berencana dalam usaha memengaruhi orang lain, baik secara individu maupun kelompok, agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan (*message*) yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan.⁵

4) Abu Bakar Atjeh

Dakwah adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, yang dilakukan penuh dengan kebijaksanaan dan nasehat yang baik.⁶

5) Toha Yahya Omar

Menurut Toha Yahya Omar dakwah yaitu mengajak manusia dengan cara yang bijaksana yang benar sesuai perintah Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.⁷

6) Quraish Shihab

Menurut Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2011), 2.

⁵ Tata Sukayat, *ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media), 8.

⁶ Ahmad Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu* (Bandung : Alfabeta, 2016), 19.

⁷ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung : Remaja Rosdakrya, 2013), 16.

baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.⁸

7) Nasruddin Latif

Menurut Nasruddin Latif menyatakan, bahwa dakwah adalah setiap aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT, sesuai garis-garis akidah dan syariat serta akhlak islamiah.⁹

Dari definisi di atas menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah kegiatan yang berdifat menyeru, memanggil, dan mengajak orang untuk beriman kepada Allah menjalankan yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar untuk mendapatkan kehidupan yang bahagia di dunia dan di akhirat. Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok.

Secara umum dakwah adalah ajaran atau panggilan dari Allah SWT untuk umat manusia agar percaya terhadap ajaran islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupan. Sementara itu dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.

Abdul Aziz dalam Enjang dan Aliyuddin, memberikan sedikitnya 5 arti dari kata dakwah yaitu; memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, dan memohon atau meminta.¹⁰

⁸ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Prenada Media, 2006), 20.

⁹ Syamsuddin, *Pengantar Sosiolog Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2016), 9.

¹⁰ Enjang dan Aliyuddin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (Bandung, Widya Padjajaran, 2009), 3

Sedangkan menurut Ali Aziz, setidaknya terdapat 10 macam makna yang dikandung dalam kata dakwah dalam Al-Qur'an, yaitu; (1) mengajak dan menyeru, baik kepada kebaikan maupun kemusyrikan, (2) Do'a, (3) mendakwa atau menganggap tidak baik, (4) mengadu, (5) memanggil Atau panggilan, (6) meminta, (7) mengundang, (8) malaikat israfil sebagai penyeru, (9) panggilan nama atau gelar (10) anak angkat.¹¹

Menurut Muhammad Fuad Abdul Baqi, dalam al-Quran Kata dakwah dan kata-kata yang terbentuk darinya disebutkan tidak kurang dari 213 kali, sedangkan menurut hitungan Ahmad Sulthon ditemukan sebanyak 198 kali dan 212 menurut Asep Muhiddin,¹²

Dakwah dalam perspektif luas merupakan gerakan simultan dalam berbagai simultan dalam berbagai bidang kehidupan untuk mengubah *statud quo*, demi kebahagiaan umat manusia. Adapun latar belakang idealnya, menurut Muhyiddin dan Saferi adalah bagaimana memperkenalkan islam dengan cara-cara yang menarik. Bentuk-bentuk dakwah terus-menerus direformasi, tetapi bukan menyesuaikan diri terhadap segala kemajuan zaman, melainkan tetap berdiri di atas landasan tauhid Islam dengan memodifikasi ungkapan-ungkapan dalam budayanya.¹³

Menurut Muhammad Yunus dalam kamus bahasa Arab Indonesia yang di kutip oleh Adrika Fidrotul Aini, menyatakan bahwa: shalwat berasal dari kata shalat dan bentuk jamaknya menjadi shalawat yang berarti doa untuk mengingat Allah secara terus

¹¹ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Prenada Media Group, 2009),6-9

¹² Asep Muhiddin, Dakwah dalam perspektif Al-Qur'an, (Bandug: Pustaka setia, 2002) 40

¹³ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: KENCANA, 2016), 11

menerus.¹⁴ Senada dengan, wildana wargadinata dalam bukunya spiritualitas shalawat menyatakan bahwa:

Pengertian shalawat menurut arti bahasa adalah doa, sedangkan menurut istilah, shalawat adalah: shalawat Allah kepada Rasulullah, berupa rahmat dan kemuliaan kepada Nabi. Berupa permohonan rahmat dan kemuliaan kepada Allah. Untuk Nabi Muhammad, sementara shalawat dari selain Nabi berupa permohonan rahmat dan kemuliaan kepada Allah untuk Nabi, seperti Allohmma Sholli ala Sayyidina Muhammad.¹⁵

Dengan demikian, shalawat merupakan pujian atau kemuliaanpada Nabi Muhammad SAW, seperti halnya doa dzikir kepada Allah SWT. Shalawat, jika datangnnya dari Allah kepada-Nya, bermakna rahmat dan keridhaan. Jika dari para Malaikat, berarti permohonan ampun. Dan bila dari umatnya, bermakna sanjungan dan pengharapan, agar rahmat dan keridhaan Tuhan yang di kekalkan.

Sedangkan shalawat memiliki landasan yang kuat sebagaimana dalam firman Alah yang berbunyi:

QS: Al Ahzab: 56

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا ﴿٥٦﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah SWT dan malaik-malaikatnya bershalawat untuk nabi Muhammad. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk nabi dan berilah salam penghormatan kepadanya”. (QS: Al Ahzab 56).

¹⁴ Adrika Fithrotul Aini, Living Hadits Dalam Tradisi Malam Kamis Majelis Shalawat Ad Dhiba’ Bil Musafa, (Ar Ramiry: International Journal Of Islamic Studies, Vol. 2. No. 1. 2014). 222.

¹⁵ Wildan Wargadinata, *Spiritual Salawat*, (Malang: UIN-Maliki press, 2010). 55-56

Jadi dakwah shalawat merupakan bentuk ajakan untuk mendekati kepada Allah, Malaikat, dan para Nabi, khususnya kepada Nabi Muhammad SAW. Dakwah shalawat biasanya dilakukandi majlis-majlis Rasulullah yang di adakan dengan melantunkan bait-bait pujian kepada Allah, Malaikat, dan Rasulullah.

b. Tujuan Dakwah Shalawat

Kegiatan dakwah Islam tentunya mempunyai tujuan. Secara hakiki, dakwah mempunyai tujuan menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam al Qur'an dan al hadits dan mengajak manusia untuk mengamalkanya. Tujuan dakwah shalawat ini dapat dibagi menjadi, tujuan yang berkaitan dengan materi dan objek dakwah shalawat. Dilihat dari aspek materi dan objek dakwah ada empat tujuan yang meliputi: tujuan perorangan, tujuan untuk keluarga, tujuan untuk masyarakat, dan tujuan manusia sedunia. Adapun tujuan dilihat dari aspek materi, menurut Masyhur Amin ada tiga tujuan yang pertama tujuan akidah, tujuan hukum dan yang ketiga yaitu tujuan akhlak.¹⁶

c. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah :

1) *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum *Da'i* acapkali disamakan dengan mubalig (orang yang menyampaikan ajaran islam). Namun, sebenarnya sebutan tersebut memiliki konotasu sempit, yaitu hanya membatasi *Da'i* sebagai orang yang menyampaikan ajaran islam secara lisan. Padahal, kewajiban dakwah adalah milik siapa saja yang mengaku sebagai umat Rasulullah SAW. *Da'i*

¹⁶ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*,.....12

juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia.¹⁷ *Da'i* adalah orang yang melakukan dakwah kepada islam, *Da'i* adalah seseorang yang terlibat dalam dakwah atau yang menyiarkan, menyeru dan mengajak orang lain untuk beriman, berdoa atau untuk berkehidupan islam.

2) *Mad'u* (Objek Dakwah)

Mad'u objek dakwah adalah manusia sebagai penerima dakwah, baik individu maupun kelompok, bahkan umat islam maupun bukan islam, atau manusia secara keseluruhan.¹⁸

Ditinjau dari segi tugas kerisalahan Rasulullah SAW, objek dakwah dapat digolongkan menjadi dua kelompok yaitu:

- a) Umat dakwah yaitu umat yang belum menerima, meyakini, dan mengamalkan ajaran agama islam.
- b) Umat Ijabah yaitu umat yang dengan secara ikhlas memeluk agama islam dan kepada mereka sekaligus dibebani kewajiban untuk melaksanakan dakwah.

Mengingat keberadaan objek dakwah yang heterogen, baik pada tingkat pendidikan, ekonomi, usia, dan lain sebagainya, maka keberagaman tersebut hendaknya dapat dijadikan pertimbangan dalam penentuan model penyelenggaraan dakwah, sehingga benar-benar dapat secara efektif dan berhasil dalam menyentuh persoalan-persoalan

¹⁷ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 22.

¹⁸ Tata Sukayat, *ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*, 23.

kehidupan umat sebagai objek dakwah.¹⁹ Objek dakwah itu adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu maupun sebagai kelompok. Baik manusia beragama islam atau tidak. Dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti agama islam. Sedangkan kepada orang yang telah beragama islam, dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, islam, dan ikhsan.

3) Maddah (Materi) Dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan oleh *Da'i* kepada objek dakwah, yakni ajaran agama islam sebagaimana tersebut dalam Al-Qur'an dan Hadis. Agama islam yang bersifat universal yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, dan bersifat abadi sampai di akhir zaman serta mengandung ajaran-ajaran tentang tauhid, akhlak, dan ibadah.²⁰ Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *Da'i* kepada *Mad'u*. dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.

d. Alat Yang di Gunakan Dalam Dakwah

Aqil Sumianto menjelaskan Alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran islam yaitu:

- a) Media Tercetak, menggunakan bahasa tertulis (visual) seperti koran, majalah, buku dan surat-surat selebaran. Media tercetak adalah termasuk salah satu alat yang ampuh dalam komunikasi. Keistimewaan yang dimiliki oleh media ini yang tidak terdapat pada media lain, yaitu media ini bisa dinikmati/dibaca berulang kali sehingga benar-benar bisa mempengaruhi sasarannya.
- b) Radio, menggunakan bahasa lisan (Audio). Media radio merupakan alat yang jauh lebih

¹⁹Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 14.

²⁰ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 15.

hebat daya penetrasinya. Ia dapat menembus ke pelosok-pelosok yang tidak dapat dicapai oleh media tercetak.

- c) Film dan televisi, bisa dilihat dan didengar (Audio-Visual). Kedua media ini terutama televisi tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan radio.²¹

Hamzah Ya'cub mengelompokkan media dakwah dalam beberapa macam yaitu :

- a) Lisan, media lisan adalah kegiatan dakwah yang dilaksanakan melalui ucapan, yang selalu dilakukan oleh pendakwah seperti Khutbah, nasehat, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah dan sebagainya.
- b) Tulisan, dakwah yang dilakukan dengan cara tulisan adalah dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan, seperti buku-buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah-kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk dan sebagainya.
- c) Lukisan, dalam aktivitas dakwah, seni merupakan bagian dari cara dan penarik audiens atau *mad'u*. metode ini seperti gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film, cerita dan sebagainya.
- d) Audio Visual, merupakan suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk ini dilaksanakan dalam media televisi dan jenis media lainnya. Dakwah yang dilakukan melalui media televisi sangatlah efektif dan mudah untuk masyarakat, dakwah yang disampaikan lewat televisi jangkauannya sangat luas dan tidak terbatas, pada saat ini boleh dikatakan seluruh masyarakat memiliki media ini, jadi dengan mudah mereka dapat menyaksikan dakwah yang disampaikan seseorang *Da'i* tanpa harus pergi ke tempat dimana *Da'i* tersebut sedang berdakwah.

²¹ Ahmad Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu Dan Perspektif Masa Depan*, 65.

- e) Akhlak, alat dakwah yang paling utama adalah akhlak. Budi yang nyata dapat dilihat orang, bukan pada pidato, bukan pada tulisan, melainkan pada budi pekerti yang luhur.²²

Media dakwah merupakan alat untuk mempercepat ide-ide dakwah agar dapat dipahami dan diterima oleh *Mad'u*. oleh karena itu, media dakwah perlu menjadi perhatian para pelaksanaan dakwah. Kepiawaian juru dakwah dalam memilih media dakwah yang tepat akan mempermudah penyampaian dakwah.

e. Unsur-Unsur Dakwah Shalawat

Dalam pembahasan ini adalah sebagai bagian-bagian yang terkait dan merupakan satu kesatuan dalam satu penyelenggaraan dakwah, yaitu meliputi:

1) Subjek Dakwah Shalawat

Dai secara etimologi berasal dari bahasa Arab, artinya orang yang melakukan dakwah. Secara terminologis dai yaitu setiap muslim yang berakal mukallaf (aqil baligh) dengan kewajiban dakwah.²³ Jadi dai dapat diartikan sebagai orang yang menyampaikan pesan kepada orang lain. yakni pelaku dakwah.

2) Objek Dakwah Shalawat

Secara etimologi kata *mad'u* berasal dari bahasa Arab artinya objek atau sasaran. Secara terminologi *mad'u* adalah orang atau kelompok yang lazim dibuat jamaah yang sedang menuntut ajaran dari seorang dai.²⁴ Jadi *mad'u* dapat diartikan sebagai objek atau sasaran yang

²² Ahmad Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu Dan Perspektif Masa Depan*, 65-69.

²³ Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012). 261

²⁴ Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*, 279.

menerima pesan dakwah dari seorang dai, atau yang lebih dikenal dengan jama'ah.

3) Materi Dakwah Shalawat

Materi adalah pesan yang disampaikan oleh seorang dai. Materi dakwah tidak lain adalah Islam yang bersumber dari Al Quran dan Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, akhlak dan syariah dengan berbagai ilmu yang diperoleh darinya.²⁵ Biasanya ajaran-ajaran Islam yang dijadikan materi dakwah juga bisa bersumber dari ijtihad para ulama.

4) Metode Dakwah Shalawat

Metode adalah cara yang digunakan oleh seorang dai dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'u. Dalam Al Quran disebutkan ada tiga metode yang harus dijalankan oleh seorang dai, yaitu berdakwah dengan Hikmah, berdakwah dengan Al-Mau'idzah al-hasanah (pelajaran yang baik), berdakwah dengan melakukan bantahan yang baik. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. an Nahl/16:125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم
بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Seluruh (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengfan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya, dan Dialah

²⁵ Wardi Bachtiar. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Logos, 1997). 33-34

yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.
(QS: An Nahl: 125)

5) Media Dakwah Shalawat

Media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah.²⁶ Media dakwah yang disampaikan pada zaman sekarang dapat melalui televisi, radio, internet, surat kabar, majalah, film maupun lagu.

6) Logistic Dakwah Shalawat

Logistik dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan pengadaan, distribusi, penggantian, (penyedia untuk mengganti) materil dan personil. Menurut Sofyani Thalus logistik dakwah berarti pembekalan bersifat materi dari usaha gerakan dakwah Islam seperti keuangan yang merupakan motor penggerak aktivitas dakwah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa logistik dakwah ialah hal-hal yang mendukung proses penyelenggaraan dakwah.

f. Strategi Penyampaian Dakwah Shalawat

Strategi dakwah Islam adalah perencanaan, penyerahan kegiatan dan operasi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan.²⁷

Strategi dakwah merupakan perpaduan dari perencanaan (planning) dan management dakwah untuk mencapai suatu tujuan. Di dalam mencapai tujuan tersebut strategi dakwah harus dapat menunjukkan bagaimana oprasionalnya secara tehnik (taktik) harus di lakukan, dalam arti kata bahwa

²⁶ Masyhur Amin, *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah tentang Aktivitas Keagamaan*, (Yogyakarta: Sumbangih, 1980). 36.

²⁷ Acep Aripudin dan Syukriadi Sambas, *Dakwah Domai: Pengantar Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: Remaja Rsdakarya, 2007). 138.

pendekatan (*approach*) bias berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Menurut Al-Haitami, makna asli dari shalawat adalah do'a.²⁸ Shalawat berasal dari kata shalat dan bentuk jama'nya menjadi shalawat yang berarti doa untuk mengingat Allah secara terus menerus.²⁹ Sholawat Allah SWT kepada hamba-hamba-Nya adalah berupa rahmat. Dan sholawatnya Allah SWT kepada Rosulullah saw adalah berupa rahmat, keridhaan, pengagungan, pujian, dan penghormatan.

Sedangkan, sholawatnya para malaikat kepada Rosulullah saw adalah berupa permohonan ampunan dan do'a agar dicurahkan rahmat. Dan sholawat para pengikut Rosulullah saw kepada beliau adalah berupa do'a dan menjunjung perintah beliau.

Ibnu Abdus Salam berkata, "Shalawat yang kita ucapkan kepada beliau saw bukan sebagai syafaat bagi beliau, karena makhluk seperti kita tak dapat memberikan syafaat kepada beliau. Namun, Allah SWT memerintahkan kita untuk menghargai orang yang telah berbuat kebajikan kepada kita. Sedangkan, manfaat dari shalawat akan kembali kepada orang yang mengucapkannya."³⁰

Bagi kalangan tradisionalis, shalawat dimaknai sebagai bagian integral dari iman, kalau unsur ini tidak ada maka iman seseorang berkurang atau rusak, ritual pembacaan shalawat menunjukkan kecintaan kepada Nabi Muhammad SAW, ritual pembacaan shalawat merupakan ibadah sunah muakad dan merupakan amal shalih, ritual pembacaan shalawat akan mendapatkan balasan. Balasan di dunia adalah terwujudnya segala keinginan yang membacanya, sedangkan balasan di akhirat mendapat

²⁸ Ibn. Hajar Al-Haitami, *Allah dan Malaikat pun Bershalawat kepada Nabi SAW*, terj. Luqman Junaidi, (Bandung, Pustaka Indah). 25

²⁹ Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta: PT. Mahmud Yunus, 2007). 220

³⁰ Nabil Hamid Al- Mu'adz, *Jalan ke Surga*, (Jakarta: Najla Press, 2007). 235-236

syafaat Nabi Muhammad, masuk surga bersama-sama kekasih-Kekasih Allah, dengan keyakinan semacam itu, maka shalawat dapat dijadikan alat untuk mencapai tujuan pembacanya.

Esensi dari shalawat adalah mengenang, mencintai, serta mencontoh Nabi SAW, mengidolakannya, serta meneladaninya dalam setiap perilaku Nabi saw, menerima keputusannya dan menjauhi larangannya. Shalawat merupakan jembatan agar kita mencintai Nabi saw, wujud cinta kita kepada Nabi adalah dengan shalawat dan shalawat menyempurnakan jati diri sebagai seorang muslim.³¹

Sedangkan shalawat mempunyai landasan yang kuat yaitu dalam al Qur'an surat al Ahzab: 56.

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ
ءَامَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah SWT dan malaik-malaikatnya bershalawat untuk nabi Muhammad. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk nabi dan berilah salam penghormatan kepadanya”. (QS: Al Ahzab 56).

g. Materi Dakwah Shalawat

Shalawat adalah doa keselamatan dan salam penghormatan kepada Nabi Muhammad SAW. Shalawat ada dua macam, yaitu:

1) Shalawat Ma'tsuroh

Yaitu shalawat yang dibuat oleh Rasulullah sendiri, baik kalimahnyanya, cara membacanya, waktu-waktunya serta fadilahnya. Contohnya,

³¹ Sokhi Huda, Tasawuf Kultural: Fenomena Shalawat Wahidiyah, (Yogyakarta: LkiS, 2008), hal.134-137

allahumma shalli 'ala muhammadin nabiyyi al-umiyi wa 'ala alihi wa as-salim atau allahumma shalli 'alaa muhammadin 'abdikawarasuulika naibiyyil ummiyyi.

2) Shalawat Ghairu Ma'tsuroh

Yaitu shalawat yang dibuat oleh selain Nabi Muhammad (Sahabat, Tabi'in atau para ulama') seperti Shalawat Munjiyat yang disusun oleh Syeikh Abdul Qadir Jailani, Shalawat Fatih oleh Syaikh Ahmad at-Tijami, Shalawat Badar, Shalawat Nariyah dan yang lainnya.³² Yang utamanya tak lain adalah sanjungan kepada Nabi Muhammad saw, sebagai rasa wujud cinta dan syukur terhadap Allah Swt yang telah menciptakan Rasulullah Saw, sebagai makhluk pilihan dan penerang bagi dunia dari sauri teladannya.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa macam-macam shalawat ada dua macam yaitu shalawat Ma'tsurah, yaitu shalawa yang dibuat oleh Rasulullah sendiri, baik kalimahnyanya, cara membacanya, waktu-waktunya serta fadilahnya dan shalawat *Ghairu Ma'tsurah*, yaitu shalawat yang dibuat oleh selain Nabi Muhammad, seperti shalawat Munjiyat yang disusun oleh Syeikh Abdul Qadir Jailani.

h. Manfaat Shalawat

Ibnu Qoyyim menyebutkan manfaat shalawat diantaranya adalah:

- 1) Melaksanakan perintah Allah SWT.
- 2) Mendapatkan sepuluh shalawat dari Allah bagi yang membaca shalawat satu kali.
- 3) Ditulis baginya sepuluh kebaikan dan dihapus baginya sepuluh kejahatan.
- 4) Diangkat baginya sepuluh derajat.
- 5) Kemungkinan doanya terkabul bila ia mendahului dengan shalawat, dan doanya akan naik menuju Tuhan semesta alam.

³² Abdul Mustaqim, *Hidup Berkah Matipun Indah: Manajemen Bejo Dunia Akhirat*, (Yogyakarta: Komarona Semesta Pustaka, 2013). 85

- 6) Penyebab mendapatkan syafaat bila diiringi oleh permintaan wasilah untuknya atau tanpa diiringi olehnya.
- 7) Penyebab mendapat pengampunan dosa.
- 8) Mendekatkan hamba dengan nabi pada hari kiamat.
- 9) Akan mendapatkan petunjuk dan hati yang hidup. Semakin banyak ia bersholawat dan menyebut nabi, maka cintanyapun semakin bergemuruh di dalam hatinya sehingga tidak ada lagi di dalam hatinya penolakan terhadap perintah-perintahnya, tidak ada lagi keraguan terhadap apa-apa yang dibawanya, bahkan hal tersebut telah tertulis di dalam hatinya, menerima petunjuk, kemenangan dan berbagai jenis ilmu darinya. Ulama-ulama yang mengetahui dan mengikuti sunnah dan jalan hidup beliau, setiap pengetahuan mereka bertambah tentang apa yang beliau bawa, maka bertambah pula cinta dan pengetahuan mereka tentang hakekat sholawat yang diinginkan untuknya dari Allah.³³

2. Teori Media Sosial Youtube

a. Pengertian Media Sosial

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.²⁰ Sedangkan online, dapat dipahami sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet atau world wide web (www). Online merupakan bahasa internet yang berarti “informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja” selama ada jaringan internet (konektivitas).³⁴

Secara umum yang disebut media online adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses

³³ Keutamaan Shalawat Untuk Nabi, terj. *Sholaludin Abdul Rohman* (penerbit Darul Qosim, 2007) Islam house.co. diakses 06/September/2019.

³⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2014), 12.

melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media online adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara online, baik itu segala jenis media cetak maupun elektronik.³⁵ Penggabungan kedua media baik cetak maupun elektronik yang disajikan melalui internet, itulah media online.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life).

Media massa dinilai perkasa karena kemampuannya dan keampuhannya dalam menjangkau khalayak banyak dan tersebar di berbagai tempat di suatu daerah atau suatu Negara, bahkan di seluruh dunia secara bersama. Banyak orang yang menggantungkan diri pada pemberitaan media massa untuk mengetahui atau mengenal sesuatu, meskipun apa yang tersaji dalam berita media massa bukan merupakan kenyataan yang hakiki (pure reality) melainkan “realitas media” yang sering menjadi kebenaran semu.³⁶

³⁵ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016). 89.

³⁶ Asep Romli, *Jurnalistik Dakwah; Visi Dan Misi Dakwah Bil Qalam*, (Remaja Rosdakarya, 2003). 29

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain facebook, myspace, plurk, twitter, dan instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.³⁷

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

b. Fungsi Media Sosial

Fungsi-fungsi media sebagaimana selama ini didapat dari media tradisional, juga telah bertambah bisa didapat di internet. Misalnya media televisi menyediakan program yang bertujuan membuat penonton terhibur. Kehadiran YouTube memberikan alternatif pilihan untuk menyaksikan tayangan audio-visual yang bersaing dengan program di televisi tersebut. Tidak hanya itu, waktu yang disediakan, sumber yang tanpa batas, serta bisa diakses kapan dan di mana saja, menyebabkan kehadiran internet dan media-media didalamnya, seperti media sosial (social media), menjadi lebih mendominasi.³⁸

³⁷ Gusti Ngurah Aditya Lesmana, *Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia). 10-11

³⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2016). 2.

Dennis Mc Quail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah:³⁹

- 1) Informasi
 Karena fungsi utama dari media massa adalah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat yang menyangkut berbagai hal, baik dalam ekonomi, politik agama, hukum dan budaya.
- 2) Korelasi
 Untuk menafsirkan dan menjelaskan peristiwa yang terjadi berikut kemungkinan hubungan dengan hal atau peristiwa lain yang terkait di masyarakat tersebut.
- 3) Kesenambungan
 Adalah adanya peran penting media massa dalam mengakui, mengekspresikan, dan mendukung adanya budaya dominan dan budaya khusus yang ada di masyarakat, atau mengembangkan budaya baru yang belum ada di masyarakat tersebut.
- 4) Hiburan
 Untuk memberikan hiburan kepada audiens atau pembaca sebagai sarana relaksasi dan pengalihan perhatian dari ketegangan sosial yang terjadi di masyarakat.
- 5) Mobilisasi
 Adalah adanya peran media massa dalam menyebarkan informasi dan mengampanyekan berbagai hal dalam bidang ekonomi, politik, negara, agama, dan lain sebagainya yang penting di masyarakat.

c. Youtube

1) Sejarah Youtube

YouTube adalah salah satu website video sharing yang sangat populer dimana penggunaanya dapat mengupload, berbagi dengan pengguna lain, serta menonton langsung video. Video yang

³⁹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992). 71

terdapat pada YouTube umumnya berupa cuplikan film, video klip musik, dan beberapa cuplikan video independen.⁴⁰ Pengguna YouTube bisa lebih mudah mengakses video baik itu yang diunggah sendiri maupun orang lain.

YouTube merupakan perusahaan yang mengumpulkan koleksi user *generated content* memuat ribuan film pendek dan episode televisi, dan ratusan film *full-length* melayani lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video *online*. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (CTO mantan) dan Chad Hurley (mantan CEO).

Sambutan Khalayak Terhadap YouTube dinilai sangat fantastis. Pada November 2007, YouTube menjadi the most populer website di Britain, mengalahkan BBC website. Diawal tahun 2008, YouTube termasuk top ten most visited website secara global. Pada April 2008, lembaga riset pasar internet, ComScore, melansir bahwa 37% dari semua video di internet telah ditonton di United States berasal dari YouTube, mengalahkan Fox Interactive media yang hanya 4,2%.⁴¹ YouTube berisi konten video yang diklasifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar sekaligus suara. YouTube merupakan salah satu kategori media sosial dari berbagai media sosial lainnya yaitu Facebook, Twitter, Line, Whatsapp, Instagram, dan sebagainya.

Keberadaan YouTube dimanfaatkan sebagian orang untuk menyebarkan informasi

⁴⁰ Darma, Jarot, *Buku Pintar Menguasai Internet* (Jakarta: Mediakita, 2009), 390.

⁴¹ Anis Fitiani, “*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2018), 39-40.

melalui video-video sehingga dapat diterima oleh khalayak dengan mudah melalui akses internet. YouTube juga menjadi ajang mempromosikan produk maupun jasa bahkan film. Tidak hanya itu, menggunakan YouTube bisa mendapatkan penghasilan dengan mendaftarkan *channel* YouTube-nya ke *Google AdSense*.⁴² Setelah terdaftar, video YouTube tersebut akan tampil banner-banner iklan yang akan menghasilkan uang jika banner iklannya dilihat banyak penonton.

Meskipun YouTube mempunyai manfaat, keberadaannya juga mempunyai kekurangan di antaranya : digunakan untuk menyebarkan berita hoax, konten-konten negatif yang fulgar, dan pemblokiran YouTube karena konten yang fulgar. Kekurangan-kekurangan tersebut menjadikan penonton harus cermat dalam menggunakan media YouTube agar tidak terjerumus ke dalam hal-hal negatif.

2) Pengertian Youtube

YouTube adalah situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (video sharing) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti tutorial, video musik, berita dan lain-lain.⁴³ Walaupun penonton tidak mendaftarkan akunnya, mereka tetap juga bisa melihat postingan video pada situs yang sangat sering diakses oleh masyarakat sekarang ini.

Seiring perkembangannya, peran YouTube bertambah menjadi jalur distribusi bagi

⁴² “Pengertian Youtube, Fitur, Manfaat, Kekurangan dan Kelebihan”, 21 Juli, 2018, <https://www.galerinfo.com/pengertian-youtube/>.

⁴³ Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube* (Menjadi Mahir Tanpa Guru), (Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2008). 1.

berbagai kalangan, mulai dari pembuat konten sampai pengiklan, sebagai ajang berbagi, menginformasikan dan menginspirasi para pengguna internet di berbagai belahan dunia.⁴⁴

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 februari 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, serta video buatan para penggunanya sendiri.

Salah satu layanan dari *Google* ini, memfasilitasi pengguna untuk mengupload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan *YouTube* adalah *database* video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya *YouTube* memang bukan dikembangkan oleh *Google*, tapi *Google* mengakuisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan *Google* yang lain.⁴⁵

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan dengan deskripsi pustaka yang penulis paparkan, maka penulis mengacu kepada penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan acuan dalam penelitian ini:

1. Eribka Ruthellia David dkk, dalam journalnya yang berjudul Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, Vol. VI No. 1 2017 dengan hasil penelitian yaitu pengaruh konten

⁴⁴ Abraham A, *Sukses menjadi Artis dengan YouTube*, (Surabaya: Reform Media, 2011), 45

⁴⁵ Faith Faiqah dkk, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, (Journal, Vol. 5 No.2 Juli - Desember 2016). 2.

Vlog terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi dengan rumus Product Moment memperoleh hasil sebesar 0,61 dimana bila dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai korelasi, menunjukkan hubungan yang kuat. Dari hasil tersebut, dicari koefisien determinasi yang menunjukkan besar pengaruh konten Vlog terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi adalah sebesar 37,21%. Nilai korelasi yang didapat adalah kuat dan positif. Positif maksudnya terjadi hubungan searah antara konten Vlog dan sikap mahasiswa. Bila konten Vlog sering ditonton maka akan terjadi pembentukan sikap pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Pembentukan sikap yang terjadi adalah sikap yang positif dengan maksud karena para mahasiswa senang dan gemar menonton Vlog, ingin mencoba hal-hal yang ada dalam Vlog, bahkan memiliki keinginan untuk menjadi Vlogger.⁴⁶

2. Skripsi yang ditulis oleh Mukhroji Shidqi dengan judul “Pengaruh Tayangan Video Anti Narkoba terhadap Sikap Remaja pada NAPZA”. Dijelaskan metodenya menggunakan metode eksperimental dengan hasil korelasi antara tayangan video anti narkoba terhadap sikap remaja pada napza sangat signifikan yaitu kecenderungan penyalahgunaan napza adalah negatif. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini berfokus pada tayangan video anti narkoba, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada tayangan Vlog dalam Youtube. Selain itu, penelitian ini berfokus pada sikap remaja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada sikap mahasiswa.⁴⁷

⁴⁶ Eribka Ruthellia David dkk, dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, Vol. VI No. 1 2017.

⁴⁷ Mukhroji shidqi, “Pengaruh Tayangan Video Anti Narkoba terhadap Sikap Remaja pada NAPZA”.

3. Skripsi yang ditulis oleh Aritas Puica Sianipar dengan judul “Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa (Studi Penggunaan Youtube di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan Uses and Gratification). Dijelaskan metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan hasil penelitian bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi memenuhi kebutuhan mereka tentang informasi dan kreativitas dengan menonton Youtube. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang Youtube secara keseluruhan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus pada konten Vlog. Penelitian ini juga mencari tahu mengenai pemenuhan kebutuhan mahasiswa dalam mencari informasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan mencari tahu pengaruh Vlog terhadap pembentukan sikap mahasiswa.⁴⁸
4. Siti Ulya Faza Adilah, Aang Ridwan, Dindin Sholahudin, “Komik Sebagai Media Dakwah”⁴⁹ peneliti ini mengkaji lebih dalam mengenai komik sebagai media dakwah. Mendalami aspek materi dakwah dan metode dakwah pada komik di akun @blackmetalistiqomah. Berdasarkan penelitian terdahulu, bahwa penelitian yang peneliti lakukan mempunyai perbedaan dengan peneliti terdahulu, perbedaan tersebut terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian yang dilakukan Siti Ulya Faza Adila, Aang Ridwan, dan Dindin Sholahudin yang berjudul “Komik Sebagai Media Dakwah” membahas dan menjelaskan lebih dalam mengenai komik sebagai media dakwah, sedangkan penelitian ini fokus pada model komunikasi dakwah melalui komik di Instagram pada akun @qomik.sifulan. peneliti ini menggunakan Analisis Deskriptif semiotika Charles S Pierche. Hasil penelitian menunjukkan materi

⁴⁸ Aritas Puica Sianipar, “Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa (Studi Penggunaan Youtube di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan Uses and Gratification).

⁴⁹ Siti Ulya Faza Adilah, Aang Ridwan, dan Dindin Sholahudin, “Komik Sebagai Media Dakwah” *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 4, Desember (2019): 363, diakses pada 13 Agustus, 2020, <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/taabligh/article/view/1056305>.

yang digambar oleh komikus, memiliki pola yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Metode yang disampaikan pada akun Instagram @Blackmetalistiqomah dalam menyampaikan pesan Islam menggunakan tiga metode yaitu Bil hikmah, Al-mauidzah hasanah, dan bit-tadwin.

5. Romario, dan Lisda Aisyah, “Komik Islam di Media Sosial Instagram: Dakwah Kreatif Melalui Komik”.⁵⁰ Dalam Penelitian ini Romario dan Lisda Aisyah menggunakan data etnografi online dari @iqomic di Instagram dan beberapa sumber yang terkait seputar komik islam dan pesan dakwah. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif kepustakaan, dengan teknik analisis data. Penelitian ini fokus pada komik islam di Instagram. Hasil penelitian pada akun @iqomic mengunggah sebanyak 15,5 ribu unggahan dengan 345 ribu pengikut dan 456 diikuti. Peneliti mengambil sampel unggahan @iqomic pada bulan januari 2019, yaitu unggahan dari seluruh unggahannya setiap hatinya. Sekitar 20 hingga 30 gambar memuat pesan dakwah tentang akidah, syariat, akhlak, dan muamalah. Setiap unggahan pada akun @iqomic bukanlah hasil dari @iqomic melainkan adalah *repost* dari berbagai komikus muslim yang bergabung di komunitas @iqomic di Instagram.

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan dengan deskripsi pustaka yang penulis paparkan maka penulis akan memperjelas tujuan penelitian yang peneliti lakukan.

Media social merupakan media untuk bersosial dan sebagai wacana informasi bagi masyarakat umum. Jika kita amati di lingkungan sekita sudah banyak orang-orang yang mempunyai *smart phone* atau HP. Media sosial saat ini menjadi konsumsi masyarakat disemua kalangan, dari anak-

⁵⁰ Romario dan Lisda Aisyah, “Komik Islam di Media Sosial Instagram: Dakwah Kreatif Melalui Komik” *Islamuna: Jurnal Studi Islam*, Vol. 6, No, 2, Oktober (2019): 98, diakses pada 13 Agustus, 2020, ejournal.stainpamekasan.ac.id/index.php/islamuna/article/view/2588/1551

anak, dewasa, maupun orang tua. Media sosial mempunyai manfaat yang besar bagi para penggunanya yaitu untuk mencari informasi dan memberi informasi di lingkup negara maupun seluruh dunia. Dari mulai dengan vitur sms, mms, email, chatting, video dan lain-lain. Dari keseluruhan vitur tersebut yang peneliti garis bawah yaitu video yang di suguhi aplikasi youtube. Youtube adalah sebuah alat pencari, pemberi informasi, bahkan dengan youtube seseorang akan terkenal dan menjadi artis. Namun tidak sedikit juga yang menyalahgunakan aplikasi tersebut, karena setiap yang memberikan kemanfaatan besar, besar pula kemadharatan yang ada, namun semuanya adalah tergantung dari pengguna tersebut. Namun penelitian yang peneliti lakukan adalah meneliti salah satu channel akun youtube yang mengisi konten dengan konten dakwah sholawat, bagaimana strategi yang digunakan dalam berdakwah, tentang materi dakwah dan kelebihan kekurangannya, melihat zaman era globalisasi yang menggunakan serba online peneliti sedikit akan mencari informasi tentang dakwah sholawat yang di gunakan oleh akun tersebut.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

