

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori Terkait Judul

##### 1. Dakwah

##### a) Pengertian Dakwah

Dakwah dari segi bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab, ialah dari kata “*Da’a –Yad’u - Da’watan*”. Kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak, dan melayani.<sup>1</sup> Konsep dakwah diklaim sebagai unsur positif ajakan, yakni ajakan untuk kebaikan dan keselamatan akhirat, dilihat dari terminologi (istilah).<sup>2</sup> Dalam Islam, dakwah secara umum dijelaskan pada dua sistem teoretis. Pertama, dakwah dinamakan sebagai Islam itu sendiri, atau dakwah menjadi pesan Islam. Pandangan ini sesuai dengan kemungkinan bahwa dakwah dibawa ke dunia untuk pengenalan akidah, serta diarahkan ke dunia dengan cinta, kualitas adab, dan pribadi yang terhormat. Kedua, dakwah diberi makna sebagai demonstrasi atau tindakan menyebarkan Islam dan menyampaikan pesan.

Sementara itu, peneliti memberikan berbagai makna untuk kata tersebut, antara lain sebagai berikut: Dalam bukunya *Teori dan Praktik Dakwah Islamiyah*, Latif mendefinisikan dakwah Islamiyah sebagai “Setiap tindakan lisan atau tulisan yang mendorong, mengajak, atau menyeru orang lain untuk beriman dan bertakwa kepada Allah Swt, sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak Islamiyah”.<sup>3</sup>

Seperti yang dikemukakan oleh Nasir dakwah ialah sebuah tindakan untuk mengampanyekan dan mewariskan kepada umat serta seluruh pribadi sejarah Islam tentang kacamata dan tujuan diciptakannya manusia di dunia ini, yang memuat *amar ma’ruf nahi munkar*, dengan bermacam alat dan teknik yang disepakati oleh kualitas mendalam dan membina

---

<sup>1</sup> Yunus Mahmud, *Pengantar Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: Hidakarya Agung, 1980), 1.

<sup>2</sup> Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2006), 1.

<sup>3</sup> HSM, Nasaruddin Latif, *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: Firma Dara, 1984), 11.

pendidikan mereka dalam kehidupan sosial dan keadaan negara.<sup>4</sup>

## b) Unsur-Unsur Dakwah

### 1) Subjek Dakwah (*Da'i*)

Setiap orang Islam, pria atau pun wanita, yang sudah balig dan berakal sehat serta memiliki pengetahuan ajaran Islam, meneruskan dan mengaplikasikannya sesuai dengan kemampuannya, serta melakukan dan mengamalkan ilmu dalam kesehariannya yang terstruktur adalah tema dakwah. Sebagai *Warosatul Anbiya* (penerus para nabi) dai merupakan orang yang menyerukan dalam melakukan tugas menyiarkan pedoman agama Islam, menyampaikan terhadap kebaikan, dan melarang berperilaku buruk.<sup>5</sup>

### 2) Objek Dakwah (*Mad'u*)

*Mad'u* adalah *maful* isim yang berasal dari istilah “*da'a*” yang memiliki arti ‘yang disambut’ atau ‘yang menjadi bidikan dakwah’. *Mad'u* merupakan audiens dalam dakwah, untuk semua umat tanpa memandaangnya. Mereka semua *Mad'u* dalam dakwah Islam pada pria maupun wanita, tua atau remaja, bayi baru lahir atau orang tua menjelang ajalnya. Dakwah bukan sekedar ditujukan kepada umat Islam, namun juga kepada orang selain Islam, untuk orang atheis, atau pun penganut ajaran lain.<sup>6</sup>

Berangkat dari pembahasan tersebut, pada penulisan ini yang dipilih sebagai *mad'u* adalah penonton konten *YouTube* dari Ustaz Hanan Attaki yang menjelaskan tentang “Dahsyatnya Yakin kepada Allah Swt”.

### 3) Materi atau Pesan Dakwah (*Maddah al-Dakwah*)

Seluruh isi pelajaran Islam yang menjadi dakwah *maddah* bermula dari Al-Qur'an dan Al-Hadist. Maka dari itu, pencarian *maddah* dakwah mengandung arti menjabarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Pokok ajaran yang disampaikan oleh dai kepada *mad'u* dinamakan sebagai dakwah *maddah*. Berdasarkan materi tersebut, peneliti memfokuskan pesan dakwah dalam potongan-potongan *scene* (adeqan) pada konten *YouTube* dari Ustadz Hanan

<sup>4</sup> Mohammad Nasir, *Fiqhud Da'wah*, (Jakarta: Media Dakwah, 2003), 4.

<sup>5</sup> A Fikri Amiruddin Ihsani, “Subjek Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an,” *Jurnal Kopis Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam Subjek Dakwah Islam Ihsani* 2 no. 1 (2019): 44–58.

<sup>6</sup> Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 30.

Attaki yang menjelaskan tentang “Dahsyatnya Yakin kepada Allah Swt”.<sup>7</sup>

4) Media Dakwah (*Wasilah al-Dakwah*)

*Wasilah* (sarana) dakwah ialah alat untuk menyebarkan materi dakwah kepada masyarakat. Ada lima jenis dakwah *wasilah* ialah sebagai berikut.

- a. Dakwah *wasilah* lisan ialah jenis dakwah *wasilah* yang paling sederhana yang menggunakan lisan dan suara. Ceramah, diskusi, bimbingan, pidato, serta bimbingan konseling, pengarahan dan berbagai macam lainnya merupakan contoh dakwah dengan *wasilah* atau media.
- b. Tulisan, buku, majalah komposisi, majalah korespondensi, kartu coretan, dll.
- c. Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.
- d. Media umum seperti *smartphone*, TV, Radio, Film, *Slide*, dan media umum lainnya merupakan contoh alat penyaluran dengan tujuan khusus yang meningkatkan indera pendengaran penglihatan. *Mad'u* dapat melihat dan memahami akhlak, yakni perbuatan asli yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam.<sup>8</sup>

Melihat dari bahan tersebut, dalam pandangan ini media yang digunakan pada latihan dakwah oleh dai adalah sebagai media umum dimana substansi pesan dakwah dapat diperoleh melalui penglihatan dan pendengaran di setiap konten *YouTube* dari Ustaz Hanan Attaki yang menjelaskan tentang “Dahsyatnya Yakin kepada Allah Swt”.

5) Metode Dakwah (*Thariqoh al-Dakwah*)

Metode dakwah (*ushlub al-Dakwah*) adalah metode penyampaian dakwah supaya berhasil dan sesuai memenuhi tujuan dakwah. Berikut ini adalah metode-metode dakwah.

a. *Bi Al-Hikmah*

Dakwah *Bi Al-Hikmah* pada dasarnya merupakan panggilan atau ajakan dengan cara yang pintar, filosofis, santun, dengan bersungguh-sungguh, sesuai dengan ajaran nabi dan Al-Qur'an atau wahyu Ilahi.

---

<sup>7</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 21.

<sup>8</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 27.

b. *Al-Mauidzah Al-Hasanah*

Metode ini pada dasarnya merupakan pendekatan secara bersahabat, memposisikan diri sebagai kawan dekat dengan bahasa yang baik dan tidak memaksa.

c. *Al-Mujadalah Al-Ahsan*

*Al-Mujadalah Al-Ahsan* adalah ialah cara berdakwah dengan balasan, percakapan, atau mencerminkan kebaikan melalui cara yang paling ideal, menyenangkan, ramah, sadar, dan tidak egois. Dilihat dari materinya, strategi dakwah yang digunakan dalam penelitian ini adalah *bi-al-hikmah* melalui media film. Karena dengan memanfaatkan teknik *bi-al-hikmah* melalui media film, maka amanah ditampilkan pesan-pesan dakwah dalam potongan adegan konten *YouTube* dari Ustadz Hanan Attaki yang menjelaskan tentang “Dahsyatnya Yakin kepada Allah Swt”.<sup>9</sup>

6) Strategi Dakwah (*Manahij al-Dakwah*)

Strategi dakwah ialah konsep, siasat, taktik atau manuver yang berisi rangkaian acara yang diarahkan untuk aktifitas dakwah. Asmuni menambahkan strategi dakwah yang digunakan dalam usaha dakwah memperhatikan beberapa hal, antara lain.<sup>10</sup>

a. Asas Filosofi

Asas yang membicarakan tentang hal-hal yang berkaitan dengan tujuan yang akan dicapai dalam proses dakwah.

b. Asas Psikologi

Asas yang terkait dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia dan begitu juga sasaran serta obyek dakwah yang memiliki banyak karakter unik.

c. Asas Sosiologi

Asas yang membahas masalah yang terkait dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Contohnya politik masyarakat setempat, sosiokultur dan lainnya yang sepenuhnya diarahkan pada persaudaraan yang kokoh,

---

<sup>9</sup> Aliyudin, “Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran,” *Ilmu Dakwah Academic Journal for Homiletic Studies*, vol. 5 no. 16 (2020): 181–96.

<sup>10</sup> Asmuni Sukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 32. .

sehingga tidak ada sekat antara elemen dakwah, baik objek maupun subjek.

Mengingat materi tersebut, cara pandang yang digunakan dalam ulasan ini menggunakan langkah-langkah yang logis, karena berpusat disekitar bagian aspek akal dengan memberi motivasi rekan dakwah untuk berpikir, merenung dan mengambil pelajaran.

### c) Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah ajaran inti yang harus disampaikan oleh orang yang berdakwah yakni dai kepada sasaran dakwah yakni *mad'u*, berupa seluruh ajaran Islam yang terkandung dalam kitab Allah dan sunnah rasul.. Pada hakikatnya, isi pesan dakwah adalah literatur dakwah termasuk keyakinan Islam. Pada dasarnya pesan dakwah dikelompokkan menjadi tiga yakni.

#### 1) Aspek Keimanan (Akidah)

Kata akidah berasal dari bahasa Arab yakni *Aqa'idah* yang berarti keyakinan ataupun kepercayaan. Menurut istilah akidah adalah mengikat hati seseorang pada suatu yang di yakini dan ikatan tersebut tidak boleh dilepaskan selama hidupnya.<sup>11</sup> Dalam buku Ilmu Dakwah karangan M. Ali Aziz mengelompokkan akidah ada enam, yakni.<sup>12</sup>

##### a. Iman kepada Allah

Arti Iman dari kata Arab berarti percaya. Disisi istilah menurut konsep Iman bermakna membenaran hati, makna iman ialah meyakini dengan hati, diungkapkan dengan ucapan lisan dan dipraktikkan pada tindakan (perbuatan). Oleh karena itu, percaya kepada Allah adalah membenarkan dengan tulus bahwa Allah itu benar-benar ada dengan segala sifat keagungan dan kesempurnaan-Nya. Kemudian pengakuan itu diikrarkan dengan lisan, serta dibuktikan dengan amal perbuatan secara nyata. Percaya kepada Allah secara umum mencakup tiga hal, diantaranya; adanya Allah, esanya Allah, dan kuasanya Allah.

---

<sup>11</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 20.

<sup>12</sup> Nina Aminah, *Studi Agama Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 56

b. Iman kepada Malaikat Allah

Iman kepada Malaikat ialah rukun iman yang kedua, kemudian pembahasan dalam bab ini merupakan terusan dari rukun iman kepada Allah sebagai rukun iman yang pertama. Iman kepada Malaikat pada hakikatnya mengandung arti bahwa kita harus percaya dan yakin dengan tulus bahwa Malaikat diciptakan dari cahaya (nur) yang ditugaskan oleh Allah dan melaksanakan tugas-tugas tersebut sebagaimana perintah-Nya.

c. Iman kepada Kitab-kitab Allah

Allah menciptakan kitab-kitab yang terdapat kebenaran, cahaya, garis-garis hukum yang diberikan kepada rasul-Nya untuk kemudian menjadi pedoman bagi manusia yang patut di peyakini sepenuh hati.

d. Iman kepada Rasul-rasul Allah

Meyakini dengan tulus bahwa hadirnya rasul yang pertama yaitu Nabi Adam as sampai yang paling akhir yaitu Nabi Muhammad SAW merupakan bentuk Iman kepada para rasul Allah.

e. Iman kepada Hari Kiamat

Percaya sepenuh hati terhadap hari Kiamat pasti adanya dan pasti akan datang merupakan satu bentuk mengimani bahwa dunia adalah kehidupan sementara semua manusia akan dibangunkan dari alam kubur untuk menerima pengadilan dari Allah Swt yang maha adil.

f. Iman kepada Qada dan Qadar

Allah telah memastikan semua yang terjadi kepada makhlukNya kemudian disebut Qada dan Qadar, oleh karenanya manusia wajib hukumnya meyakinkannya.

Bentuk iman kepada Qada dan Qadar salah satunya dijelaskan dalam firman Allah Al-qu'an surat Al An'am ayat 2 berbunyi.

هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ طِينٍ ثُمَّ قَضَىٰ ثُمَّ أَجَلٌ مُّسَمًّىٰ عِنْدَهُ ثُمَّ أَنْتُمْ  
تَمُرُّونَ

Artinya: “ Dialah yang menciptakan kamu dari tanah, kemudian dia menetapkan ajal (kematianmu), dan batas waktu tertentu yang

hanya diketahui oleh-Nya. Namun demikian kamu masih meragukannya”.<sup>13</sup>

Iman adalah meyakini Allah Swt dengan tulus, menjanjikan apa yang dirasakan dengan ucapan bersamaan dengan tindakannya. Bagian dari keyakinan memiliki peran utama dalam keberadaan manusia sebab keyakinan adalah sumber untuk setiap pijakan dan aktivitas yang dilakukan orang. Hanya karena bergantung pada keyakinan ini akan membawa individu ke kehidupan yang layak dan kepuasan abadi di alam semesta yang besar.

## 2) Aspek Hukum Islam (Syariat)

Hukum atau aturan yang dibuat oleh Allah Swt untuk umat manusia, baik secara khusus maupun secara umum, disebut dengan hukum Islam atau syariat, ibadah, hukum keluarga (*al-Ahwakata akidah berahlusyakhshiyah*), hukum ekonomi (*al-Mu'amalatul maaliyah*), hukum pidana, dan hukum tata negara adalah contoh-contoh hukum Islam. Pesan syariat meliputi Ibadah Wakaf dan Ibadah Wudhu, adapun pengertiannya sebagai berikut.

### a. Ibadah Wakaf

Wakaf secara umum, jika dilihat dari perbuatan individu yang melakukan wakaf. Suatu bentuk ketaatan yang dilakukan seseorang pada Allah Swt dengan diniatkan memisahkan atau mengeluarkan hartanya yang apabila digunakan tidak akan habis untuk dapat dimanfaatkan banyak orang, kemudian tidak mengambil keuntungan secara pribadi. Secara umum perilaku tersebut dinamakan Ibadah Wakaf.

### b. Ibadah Wudhu

Berikut urutan melakukan wudlu dengan baik dan benar sertan perkara yang membatalkannya, dijelaskan pada Al-Qur'an Surat Al Maidah ayat 6 sebagai berikut:

بِأَيْهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قُمْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ فَاغْسِلُوا وُجُوهَكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ إِلَى الْمَرَافِقِ وَامْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ إِلَى الْكَعْبَيْنِ وَإِنْ كُنْتُمْ جُنُبًا فَاطَّهَّرُوا وَإِنْ كُنْتُمْ مَرَعًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ أَوْ جَاءَ أَحَدٌ مِّنْكُمْ مِنَ

<sup>13</sup> Umar Latif, “Konsep Mati dan Hidup dalam Islam (Pemahaman berdasarkan konsep eskatologis 1)”, *Jurnal Al-Bayan* 22 no 2 (2016): 30.

الْعَائِطِ أَوْ لَمَسْتُمُ النِّسَاءِ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً فَتَيَمَّمُوا صَعِيدًا طَيِّبًا فَامْسَحُوا  
بِوُجُوهِكُمْ وَأَيْدِيكُمْ مِنْهُ مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِنْ حَرَجٍ وَلَكِنْ يُرِيدُ  
لِيُطَهِّرَكُمْ وَلِيُؤْتِيَنَا نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman Apabila kamu hendak melaksanakan salat, maka basuhlah wajahmu dan tanganmu sampai ke siku, dan sapulah kepalamu dan (basuh) kedua kakimu sampai ke kedua mata kaki. Jika kamu junub, maka mandilah. Dan jika kamu sakit atau dalam perjalanan atau kembali dari tempat buang air (kakus) atau menyentuh perempuan, maka jika kamu tidak memperoleh air, maka bertayamumlah dengan debu yang baik (suci), usaplah wajahmu dan tanganmu dengan (debu) itu. Allah tidak ingin menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmat-Nya bagimu, agar kamu bersyukur”.

Makna yang terkandung pada ayat tersebut yaitu ketika kita hendak melaksanakan shalat maka kita wajib hukumnya untuk berwudlu dimulai dari membasuh wajah kemudian tangan sampai kesiku dan mengusap kepala kemudian kedua kaki sampai ke mata kaki. Ketika dalam keadaan sakit atau tidak ada air maka diwajibkan bertayamum.<sup>14</sup>

### 3) Aspek Akhlak

Persoalan kualitas yang mendalam dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) hanyalah sebagai pelengkap, khususnya sebagai menyempurnakan keimanan dan keislaman seseorang. Rasulullah saw pernah bersabda yang artinya: “*Aku (Muhammad) diutus oleh Allah di dunia ini hanyalah untuk menyempurnakan akhlak*”. (Hadits Shohih). Hadist tersebut menegaskan bahwa kualitas individu dilihat bagaimana dia beretika. Demikianlah sempurna ajaran islam yang telah kita fahami dan kita ajarkan.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Aini Aryani, *Sentuhan Suami-Isteri, Apakah Membatalkan Wudhu?* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 5.

<sup>15</sup> Faizatun Nadzifah, ‘*Pesan Dakwah Dosen Dakwah Stain Kudus Dalam Surat Kabar*’, *At-Tabsyir: Komunikasi Penyiaran Islam*, vol 1, no 1 (2013), 109.



Akhlaq salah satu di antaranya ialah akhlaq kepada sesama manusia dan akhlaq beribadah kepada Allah, Adapun pengertiannya sebagai berikut.

a. Akhlaq kepada Sesama Manusia

Budi pekerti kepada sesama manusia artinya kita wajib berbuat baik kepada semua orang tanpa melihat siapa orang tersebut, kemudian terciptalah kehidupan sosial yang damai. Misalnya tolong menolong, memuliakan tamu, tidak membicarakan orang lain/ Ghibah dan berdakwah

b. Akhlaq Beribadah kepada Allah (Menjaga Wudhu)

Wudhu menurut bahasa mengandung makna bersih, indah dan bagus. Sesuai syara', wudhu adalah membasuh, mengalirkan dan membersihkan menggunakan air pada semua bagian anggota wudhu untuk menghilangkan hadas kecil. Menjaga tubuh tetap dalam kondisi yang suci dan siap beribadah merupakan satu akhlaq terpuji, supaya tubuh tetap terjaga dalam keadaan suci biasanya dilakukan dengan berwudhu. Wudhu adalah suatu kegiatan dengan membasuhkan, mengalirkan, dan membersihkan air pada bagian anggota tubuh untuk menghilangkan hadas kecil. Kemudian melanggengkan diri berwudhu secara umum disebut *Dawamul Wudhu*.<sup>16</sup>

2. Ustaz

a) Definisi Ustaz

Dalam konteks pendidikan Islam, “pendidik” sering disebut dengan “*murobbi, mu'allim, mu'addib*”. Ketiga nama tersebut mempunyai makna penggunaan tersendiri menurut peristilahan yang dipakai dalam pendidikan dalam konteks Islam. Di samping itu, istilah pendidik kadang kala disebut melalui gelarnya, seperti istilah “*Al-Ustadz dan Asy-Syaikh*”.<sup>17</sup> Sebelum peneliti menjelaskan pengertian ustaz ataupun pendidik, terlebih dahulu penulis perlu mengingatkan kembali

---

<sup>16</sup> Lela dan Lukmawati, “Ketenangan’: Makna Dawamul Wudhu (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang),” *Psikis Jurnal Psikologi Islami* 1, no 2 (2015): 58.

<sup>17</sup> Muhaimin dan Abdul Mujib, *Pemikiran Pendidikan Islam (Kajian Filosofis dan Kerangka Dasar Operasionalnya)*, (Bandung: Trigenda Karya, 1993), 167.

istilah yang penulis gunakan dalam penulisan kata guru diganti dengan kata Ustaz, karena untuk menyesuaikan penulisan dengan judul yang peneliti ambil. Adapun judulnya adalah “Upaya Ustaz dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Baca Tulis Al-Qur’an di TPQ An-Nahdliyah Banjarejo Rejotangan Tulungagung Tahun Pelajaran 2014/2015”. Seorang pendidik tidak hanya mentransfer keilmuan (*knowledge*), tetapi juga mentransformasikan nilai-nilai (*value*) pada anak didik. Untuk itu, guna merealisasikan tujuan pendidikan, manusia sebagai *khalifah* yang punya tanggung jawab mengantarkan manusia ke arah tujuan tersebut, cara yang ditempuh yakni menjadikan sifat-sifat Allah sebagai bagian dari pribadinya.<sup>18</sup>

Ustaz adalah pengajar yang dijadikan tokoh panutan dan menjadi panutan bagi para murid dan lingkungan. Maka dari itu, Ustaz harus mempunyai standar kualitas diri tertentu yang memenuhi tanggung jawab, wibawa, mandiri, dan disiplin.<sup>19</sup> Ustaz ialah orang tua murid ketika di sekolah. Semua perilaku Ustaz yang baik maupun buruk akan dicontoh oleh muridnya. Murid akan lebih banyak menilai apa yang Ustaz lakukan dalam perkumpulan di sekolah dan di sosial masyarakat dari pada apa yang Ustaz ucapkan. Akan tetapi, baik ucapan ataupun perilaku keduanya menjadi penilaian bagi sang murid. Sehingga apa yang Ustaz ucapkan harus Ustaz praktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal itulah yang menjadikan Ustaz memiliki peranan penting dalam dunia pendidikan.

#### **b) Syarat Ustaz**

Dilihat dari ilmu pendidikan Islam, maka secara umum untuk menjadi Ustaz yang baik dan diperkirakan dapat memenuhi tanggung jawab yang dibebankan kepadanya, di antaranya.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Muhammad Muntahibun Nafis, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 83-84.

<sup>19</sup> E Mulyasa, *Menjadi Guru Profesional Menciptakan Pembelajaran yang Kreatif dan Menyenangkan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 37.

<sup>20</sup> Zakiah Daradjat, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 40-44.

- 1) Takwa kepada Allah Swt  
Sesuai dengan tujuan Ilmu Pendidikan Islam, tidak mungkin mendidik anak agar bertakwa kepada Allah Swt, jika ia sendiri tidak bertakwa kepada-Nya.
- 2) Berilmu  
Ijazah bukan semata-mata secarik kertas, tetapi suatu bukti bahwa pemiliknya telah mempunyai ilmu pengetahuan dan kesanggupan tertentu yang diperlukan untuk suatu jabatan.
- 3) Sehat jasmani  
Seorang Ustaz yang berpenyakit tidak akan bergairah untuk mengajar, jelas sekali Ustaz yang sakit-sakit kerap kali terpaksa absen dan tentunya merugikan anak didiknya.
- 4) Berkelakuan Baik  
Di antara tujuan pendidikan adalah membentuk akhlak baik pada anak dan ini hanya mungkin jika Ustaz itu berakhlak baik pula.

### 3. Media Sosial

#### a) Pengertian Media Sosial

Media sosial Menurut Kaplan dan Haenlein yakni sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0*, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.<sup>21</sup> *Web 2.0* menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam 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*).

Jejaring sosial merupakan situs 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*,

---

<sup>21</sup> Kaplan Andres, dan Michael Haenlein, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Sosial Media*, Kelley School Of Bussines Indian University, 2010, 60.

*Twitter, dan Instagram*. 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.

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. Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

#### **b) Fungsi Sosial Media**

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut.<sup>22</sup>

- 1) Sosial media adalah media yang di desain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi *web*.
- 2) Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (“*one to many*”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audienc (“*many to many*”).
- 3) Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selanjutnya McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah sebagai berikut.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Arum Wahyuni Purbohastuti, “Efektivitas Media Sebagai Media Promosi,” *Jurnal Tirtayasa Ekonomika* 12, no 2 (2017), 215.

<sup>23</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992), 71.

- 1) Informasi  
Inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
- 2) Korelasi
  - a) Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
  - b) Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
  - c) Mengkoordinasi beberapa kegiatan.
  - d) Membentuk kesepakatan.
- 3) Kesenambungan
  - a) Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan, khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
  - b) Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.
- 4) Hiburan
  - a) Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
  - b) Meredakan ketegangan sosial.
- 5) Mobilisasi  
Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

#### 4. Media *YouTube*

##### a) Pengertian Media *YouTube*

Dilihat dari etimologi kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti ‘tengah’, ‘perantara’ atau ‘pengantar’.<sup>24</sup> Media bentuk jamak dari *medium* yang secara harfiah berarti ‘perantara’, merupakan sarana komunikasi. Adapun menurut Gerlach & Ely dalam buku Azhar Arsyad, bahwa media jika dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi, yang menyebabkan siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap.<sup>25</sup>

Media *YouTube* merupakan layanan video berbagi yang disediakan oleh Google bagi para penggunanya untuk memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. *YouTube* merupakan wujud dari pergeseran teknologi internet

---

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

<sup>25</sup> Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), 3.

(*world wide web*) dari “*read only web*” ke “*read write web*”,<sup>26</sup> yakni dari keadaan ketika internet hanya menyediakan sumber bacaan bagi penggunanya ke keadaan ketika internet menyediakan sarana bagi penggunanya untuk membuat dan membagikan sumber bacaan bagi pengguna yang lain.

Pergeseran tersebut menyebabkan *YouTube* menjadi salah satu media sosial yang praktis dan mudah diakses, sehingga saat ini *YouTube* merupakan situs paling populer dan ditonton oleh ribuan orang tiap harinya. Kecenderungan orang menonton *YouTube* naik 60% tiap tahunnya dan 40% tiap harinya. Selain itu, jumlah penonton *YouTube* naik tiap tahunnya tiga kali lipat. Adapun jumlah video yang ditonton tiap harinya 100.000 video dan ada 65.000 video yang diunggah tiap jamnya. Sekitar 20 juta penonton mengunjungi *YouTube* tiap bulannya dengan kisaran usia 12 - 17 tahun. Di Indonesia sendiri pengguna sosial media sangatlah besar, mulai dari media aplikasi seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan lain sebagainya sampai media berbasis video seperti *YouTube*, dalam sebuah survei pada tahun 2019 dan disajikan dalam sebuah info grafik yang diambil dari *web*.

*Google* sendiri menyatakan bahwa akan tetap mengembangkan *YouTube* sebagai *brand* terpisah dari *Google*, hal sama yang dilakukan dalam menangani  *Blogger*. Mencari video berdasarkan kata kunci (*keyword*), berdasarkan topik, saluran dan sebagainya. Begitu ditemukan saluran atau pembuat konten yang disenangi, lalu bisa berlangganan saluran mereka.<sup>27</sup> Media *YouTube* menggunakan format *Adobe Flash* untuk memulai video. Itu termasuk satu format standar yang didukung banyak peramban (*browser*), termasuk *Internet Explore*, *Opera*, *Safari*, *Firefox* dan *Chrome*. Video *YouTube* juga bisa diputar dari berbagai perangkat mobile menggunakan format ini.<sup>28</sup>

Adapun kekuatan atau istilah-istilah dalam media *YouTube* yakni sebagai berikut.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Andrea Wilson, “*YouTube in the Classroom*”, (*Tesis, Ontario Institute for Studies in Education of the University of Toronto*), 2015, 4.

<sup>27</sup> Andika Handayanto, *Berani Sukses Karena Andal Memakai YouTube*, (Yogyakarta :Mediakom. 2014), 96.

<sup>28</sup> Jefferly Helianthusonfri, *YouTube Marketing*, (Jakarta : PT. Gramedia. 2014), 29.

<sup>29</sup> Jefferly Helianthusonfri, *YouTube Marketing*, (Jakarta : PT. Gramedia. 2014), 35.

- 1) *Subscriber*, yang akan memberikan kita bantuan untuk mudah mengikuti informasi terbaru dari *channel* favorit
- 2) *Streaming*, proses mengirimkan atau mentransfer data dari *server* kepada pembawa acara di mana data tersebut merepresentasikan informasi yang harus disampaikan secara langsung (*real time*).
- 3) *Buffering*, ialah pemberhentian waktu sementara yang kita rasakan ketika kita ingin menjelajah sesuatu di internet, terutama *file* video pada *YouTube*, di mana kita melihat tanda seperti jam pasir, melingkar-lingkar beberapa saat sampai akhirnya *file* yang ingin kita akses pun berhasil muncul.
- 4) *VLOG* (Video Blog), sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang atau *YouTubers* untuk membagikan cerita kehidupannya dalam bentuk video yang sengaja ditayangkan kepada banyak orang secara gratis.
- 5) *YouTubers* adalah sebuah istilah yang diberikan untuk orang yang sering berbagi video melalui kanal *YouTube*. Profesi ini memang bisa memberikan keuntungan. *YouTubers* biasanya membuat sebuah video lucu, menarik, unik, kreatif, ataupun video tentang kesehariannya (*VLOG*). Dan merupakan hobinya di waktu luang, jika videonya cukup ramai *subscriber*-nya pun akan bertambah setiap harinya akan tetapi tergantung dengan video yang dibuatnya.

Jutaan video di-*upload* ke *YouTube* setiap harinya, jutaan penonton datang bergantian mencari halaman *YouTube* yang disukainya. Memang tidak bisa dibohongi bahwa *YouTube* adalah sarana berbagi *file* video terbesar di dunia. Ada banyak jenis video yang bisa didapatkan di *YouTube*. *Website* ini juga sangat cocok untuk orang yang sedang mencari informasi, berita, dan hiburan dalam bentuk video. Adapun jenis konten video di *YouTube* antara lain sebagai berikut.

## 2) Video Musik

Jenis video ini mempunyai peringkat pertama yang memiliki banyak jumlah penonton di *YouTube*, jenis video hiburan ini tak pudar oleh waktu, karena setiap waktu pasti ada yang baru. Tidak sedikit juga banyak artis dan penyanyi berbondong-bondong mendaftarkan *royalty* dan mengklaim hak cipta.

3) Video *Movie* / Film

*YouTube* telah memudahkan para penonton untuk menikmati *movie* atau film dengan di rumah saja tanpa perlu pergi keluar rumah.

4) Video Lucu atau *Funny Videos*

Hiburan yang diberikan kadang-kadang sederhana, tetapi susunan untuk menghibur orang itu yang paling penting. Orang melepas kelelahan dengan melihat video yang lucu, tak jarang juga bisa menyembuhkan stress walaupun hanya sementara. Jenis video ini mempunyai jumlah rating penonton yang cukup tinggi, sebagai contoh *Youtuber* Indonesia muda yang sukses adalah Raditya Dika, Andre Taulani, dan lainnya.

5) Video Olahraga atau *Sport*

Jumlah penonton jenis video ini juga termasuk cukup tinggi, banyak orang tidak sempat melihat siaran langsung olahraga karena urusan waktunya sendiri. Di daerah Eropa dan Amerika jenis video olahraga yang ekstrim banyak disukai, cukup banyak para *Youtubers* dari neraga tersebut yang berlomba-lomba membuat video semacamnya.

6) Video *Game*

Bukan lagi menjadi pembicaraan umum kalau *game* disukai semua kalangan, baik yang muda maupun usia menengah. *Game* video tentang dan strategi banyak di *upload* para *gamers*. Video ini menjadi populer di kalangan *gamers* lainnya.

7) Video Berita

Seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya, tidak banyak orang yang mempunyai banyak waktu untuk mengikuti perkembangan berita, sebagian dari mereka hanya bisa melihat rekaman video saja. Biasanya video yang disajikan adalah video yang paling hangat, tentang politik serta kejadian kriminal.

8) Video Tutorial

Jenis video ini banyak disukai orang-orang yang ingin belajar secara *online*, umumnya orang akan lebih jelas jika langsung melihat medianya dan langsung mempraktekkan. Video jenis tutorial ini sangat banyak membantu bagi orang yang awam sekalipun. Contoh video yang membahas cara mengedit video dan efek,



*photoshop*, belajar gitar, tutorial membuat *blog*, serta banyak lagi.

9) Video Pengajaran dan Ilmu Pengetahuan

Konten yang satu ini merupakan menyajikan materi pelajaran atau yang lainnya secara berbeda, biasanya mulai dari video orang menerangkan materi, berupa animasi, berupa *slide*, kartun, dan lain sebagainya untuk menarik minat yang menonton video tersebut.

10) Video Unik, Aneh, dan Menarik

Video ini juga mendapat banyak peminat dan banyak penonton, banyak sekali yang tertarik untuk melihat jenis video ini. Banyak hal yang unik dan aneh yang terjadi di seluruh dunia, tidak sedikit pula yang ngevideonya secara langsung dan mengunggah videonya ke *YouTube*.

11) Video tentang Alam dan Wisata

Video yang mengekspos alam yang ada pada masing-masing negara. Kebanyakan yang menyukai ialah orang yang suka petualang dan menjelajah. Dengan itu cukup banyak wisatawan asing mengenal Indonesia hanya dari melihat video *YouTube* saja.

**b) Fungsi Media *YouTube***

Sudjana dan Rivai menjelaskan bahwa tujuan dari media pembelajaran yakni peserta didik diharapkan memiliki kemampuan yang lebih baik setelah menempuh berbagai pengalaman belajarnya disertai dengan ilmu pengetahuan yang bersumber dari kurikulum.<sup>30</sup> Wigati menjelaskan tujuan pembelajaran *YouTube* sebagai media pembelajaran adalah untuk menciptakan kondisi dan suasana pembelajaran yang menarik, menyenangkan dan interaktif. Video pembelajaran media *YouTube* dapat dimanfaatkan untuk pembelajaran interaktif di kelas, baik untuk siswa maupun guru itu sendiri melalui presentasi secara *online* maupun *offline*.<sup>31</sup> Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti berpendapat bahwa tujuan pembelajaran media *YouTube* memberikan siswa kemampuan yang lebih baik untuk menerima materi yang

---

<sup>30</sup> Sudjana dan Rivai, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hal. 1.

<sup>31</sup> Sofyani Wigati, dkk, "Pengembangan *YouTube* Pembelajaran Berbasis Ki Hadjar Dewantara Untuk Materi Integral di SMA", *Jurnal Universitas Sarjanawiyata* 7, no.6 (2018): 811.

disampaikan oleh guru sehingga pembelajaran di kelas bisa interaktif dan dapat meningkatkan hasil belajar.

**c) Kekurangan dan Kelebihan *YouTube***

Wigati menjelaskan bahwa keunggulan *YouTube* sebagai media pembelajaran yakni sebagai berikut.<sup>32</sup>

- 1) Potensial, yakni *YouTube* merupakan situs yang paling populer di dunia internet saat ini yang mampu memberikan pengaruh pada pendidikan.
- 2) Praktis, yakni *YouTube* mudah digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan termasuk anak kecil sampai orang tua.
- 3) Informatif, yakni *YouTube* cepat memberikan informasi tentang berita, ilmu pendidikan, teknologi, kebudayaan, dan sebagainya.
- 4) Interaktif, yakni *YouTube* memberikan kita wadah untuk berdiskusi ataupun sesi tanya jawab bahkan *review* sebuah video pembelajaran.
- 5) *Shareable*, yakni *YouTube* memiliki fasilitas link HTML, *Embed* kode video pembelajaran yang dapat di-*share* di jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter* dan juga *blog/website*.
- 6) Ekonomis, yakni *YouTube* dapat dijangkau semua kalangan. Berdasarkan penjelasan sebelumnya peneliti berpendapat bahwa keunggulan *YouTube* untuk membantu pembelajaran sangatlah praktis dan ekonomis dengan memberikan informasi ilmu yang bermanfaat serta dapat diakses secara gratis.

**5. Ngaji Lewat *YouTube/ Online***

**a) Pengertian *gaji Online***

*Ngaji* merupakan transfer pengetahuan (*Knowledge*) terkait pengajaran (agama Islam) dari guru kepada murid yang diadakan di pondok pesantren, masjid, surau, sekolah, dan tempat lainnya. *Ngaji* mulanya dilakukan secara tradisional dengan datang ke majelis tempat pengajian yang diisi oleh kiai atau ulama mau pun ustaz sebagai pengajar atau penceramah, biasanya dilakukan beberapa model sistem *ngaji* seperti *sorogan* dan hafalan. Dari model sistem *ngaji* tersebut maka belakangan ini muncul istilah *ngaji online*.

---

<sup>32</sup> Sofyani Wigati, dkk, "Pengembangan *YouTube* Pembelajaran Berbasis Ki Hadjar Dewantara Untuk Materi Integral di SMA", *Jurnal Universitas Sarjanawiyata* 7, no.6 (2018): 812.

Ada beberapa teori dari para pakar dan ahli dalam membahas variasi *ngaji online*. Pertama, Rafiq dalam bukunya menyebutkan ada tiga teori resepsi Al-Qur'an yakni, pertama yakni resepsi *eksegetis* atau *hermeneutika* seperti *meme*, kedua yakni resepsi *estetis* seperti *murattal*, dan ketiga resepsi *fungsiolis* seperti mengkhawatirkan Al-Qur'an *online*. Dari tiga resepsi yang dipaparkan dapat dilihat dari perbandingan antara *ngaji Online* dan *ngaji Offline* dari segi makna, bentuk dan fungsi saat ini.<sup>33</sup> Kedua adalah Abdul Halim yakni *ngaji online* dengan tiga bentuk yakni Al-Qur'an dan tafsir, Al-Qur'an di media sosial, dan terakhir yakni visualisasi Al-Qur'an melalui pesan *meme* yang dapat dilihat seperti pada *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Whatshap*.<sup>34</sup> Secara tidak langsung dewasa ini *ngaji* telah mengalami proses digitalisasi dari yang tradisional ke dunia *vitual/online*.

Adapun ulama yang berpendapat tentang *ngaji online* salah satunya yakni, Gus Baha dalam sesi kajian kitabnya menjelaskan tentang mengaji lewat *YouTube*, menurut penyampaian Gus Baha pada dasarnya *ngaji* lewat *YouTube* adalah suatu kebaikan dan tidak perlu izin. Bukan tanpa alasan, Gus Baha menyampaikan demikian karena ada landasan hukum dalam kitab fiqih. Jadi dalam kitab fiqih disebutkan.

..... اِكْتِفَاءً بِاِذْنِ الشَّرْعِ

Artinya: "Karena syara' akan memberi izin sama kebaikan".

Dengan begitu pun secara tidak langsung *sanad*-nya sudah cukup.<sup>35</sup>

## b) Perbedaan *Ngaji Online* dan *Offline*

### 1) Perbandingan *Ngaji Online* dan *Offline*

Pada umumnya, mengaji dilakukan dengan cara bertemu langsung atau tatap muka dengan para guru. Selain bisa dipahami dan diserap ilmunya, berkumpul

<sup>33</sup> Ahmad Rafiq, *The Reception of the Qur'an in Indonesia: A Case Study of the Place of the Qur'an in a non Arabic Speaking Community*, (Amerika: The Temple University US, 2014), 7.

<sup>34</sup> Abdul Halim, *Wajah Al-Qur'an di Era Digital*, (Yogyakarta: Sular Pustaka, 2018), 22.

<sup>35</sup> K.H. Ahmad Baudin Nursalim, "Hukum *Ngaji* Lewat *YouTube* Sanad Keilmuwannya Bisa Nyambung?" oktober 18, 2019. <https://youtu.be/gZBsCTn5rS4>.

dengan para guru di majelis akan menghasilkan keutamaan.

Ibnu Khaldun dalam al-Muqaddimah mengatakan.

ولقاء المشيخة مزيد كمال في التعليم والسبب في ذلك أن البشر يأخذون  
معارفهم وأخلاقهم وما ينتحلونه به من المذاهب والفضائل : تارة علمًا وتعليمًا  
وإلقاءً، وتارة محاكاة وتلقينا بالمباشرة. إلا أن حصول الملكات عن المباشرة  
والتلقين أشد استحكامًا وأقوى رسوخًا

Artinya: “Bertemu langsung dengan guru menambah kesempurnaan di dalam pengajaran. Sebabnya adalah manusia mengambil pengetahuan, akhlak dan berbagai macam kecenderungan berupa mazhab dan keutamaan. Adakalanya dengan mengetahui, mengajarkan, dan menyampaikan. Adakalanya menceritakan dan menuntun secara langsung. Namun hasil kecakapan (ilmu) dari metode secara langsung dan di tuntun lebih melekat dan menancap”. (Ibnu Khaldun, al-muqaddimah, hal 348).<sup>36</sup>

Dari penjelasan tersebut Ibnu Khaldun mengatakan bahwa bertemu langsung dengan sang guru dapat menambah kesempurnaan dalam belajar. Bagaimanapun ketika berinteraksi secara langsung akan mempermudah sesi tanya jawab, yang mana digunakan untuk bertanya terkait pesan dakwah yang mungkin belum jelas atau belum paham. Dengan begitu pesan dakwah yang disampaikan oleh sang guru dapat tersampaikan dengan sempurna dan bagi *mad'u* dapat mengambil ilmu secara baik.

## 2) Sisi Pahala

Pengajian yang dilakukan secara daring/*online* tetap memiliki nilai positif serta berpahala, sebab keberadaannya merupakan salah satu perantara memberi dan mencari faedah ilmu.

---

<sup>36</sup> Muhammad Mubasysyarum Bih, “Perihal Faedah dan Ketersmbungan Sanad Ngaji Online” April 26, 2020. <https://islam.nu.or.id/syari'ah/perihal-faedah-dan-ketersambungan-sanad-ngaji-online-Wyfcn>.

Pengajian yang dilakukan secara *online* masuk dalam keumuman hadis nabi tentang pahala yang didapat dari menunjukkan kebaikan kepada orang lain. Disebutkan dalam Shahih Muslim sabda Nabi, sebagai berikut.

مَنْ دَلَّ عَلَىٰ حَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِيهِ

Artinya: “Barang siapa menunjukkan kebaikan, maka baginya mendapat pahala seperti orang yang melakukannya”. (HR. Muslim)

Syekh Yusuf menggarisbawahi bahwa belajar melalui media buku disyaratkan dua hal. Pertama, murid yang mengambil ilmu dari buku harus pribadi yang cakap (pemahamannya benar). Kedua, kitab yang dipelajari tidak melenceng dari agama.

Dari deskripsi tersebut dapat dipahami bahwa mengaji lewat *online* maupun langsung tatap muka dengan guru yakni sama, sama-sama mendapatkan pahala belajar. Belajar melalui *online* diibaratkan dengan belajar melalui kitab-kitab ulama dengan titik temu berupa tidak bertemunya murid dengan guru secara langsung.

### 3) Tersambungny Sanad Keilmuwan

Dalam tinjauan ilmu periwayatan, terdapat delapan cara mengambil riwayat hadis. Syekh Thahir bin Shaleh al-Damasyqi menjelaskan.

وهي ثمانية السماع من الشيخ والقراءة على الشيخ والإجازة والمناولة والمكتتبية وإعلام الشيخ والوصية واكتتاب والوجادة.. إلى أن قال.. وهو من باب المنقطع والمرسل غير أنه أخذ شوبا من الاتصال لقوله وجدت بخط فلان

Artinya: “Metode mengambil riwayat hadist ada delapan, yakni mendengar dari guru, membaca dihadapan guru, pemberian ijazah, pemberian riwayat, berkirim tulisan, pemberitahuan guru, wasiat tulisan dan wijadah (menemukan tulisan guru). Metode wijadah termasuk riwayat yang terputus dan mursal, hanya terdapat nuansa bersambung karena diucapkan dengan redaksi aku menemukan tulisan guru fulan”. (Syekh Thahir bin Shaleh al-Damasyqi, Taujih al-Nazhar ila Ushul al-Atsar, juz 2, hal 769).

Dari hadis tersebut pengambilan riwayat ilmu yang didapat melalui media *online* masuk pada kategori teori *Al-*

*asma'* yakni mendengarkan dari guru. Ulama menjelaskan, teori tersebut cukup dengan mengetahui secara jelas bahwa yang didengar adalah benar gurunya, meski berbeda ruangan dengan sang guru. Contoh guru di dalam rumah, murid berada di halaman rumah, keduanya terhalang oleh pagar tembok atau pun pintu. *Mengaji* lewat *online* setidaknya jelas dan *valid* maka cukup dengan pengambilan *sanad* riwayat ilmu dengan cara mendengar. Jarak bukan menjadi kendala dalam teori ini, seperti halnya posisi guru dan murid yang dipisahkan oleh pagar tembok.

#### 4) Keilmuwan Seorang Guru

*Ngaji* yang dilakukan lewat *online* perlu memperhatikan kualifikasi dan keahlian guru yang didengarnya. Jangan sampai salah guru, sehingga dapat menjadikan pemahaman agama menyimpang dari Manhaj Ahlus Sunnah Wal Jama'ah.

Al-Imam al-Nawawi mengatakan.

قالوا ولا يأخذ العلم إلا ممن كملت أهليته وظهرت ديانته وتحققت معرفته واشتهرت صيانته وسيا دته فقد قال ابن سيرين ومالك وخلائق من السلف: هذا العلم دين فانظروا عمن تأخذون دينكم

Artinya: “Ulama mengatakan, tidak boleh mengambil ilmu kecuali dari sosok yang sempurna keahliannya, jelas agamanya, valid pengetahuannya, dan masyhur keterjagaan dan kemuliaannya. Berkata Ibnu Sirin, Malik dan beberapa ulama salaf: ilmu ini agama, maka lihatlah dari mana engkau mengambil dari agama kalian”. (Al-Imam al-Nawawi, al-Majmu’ Syarh al-Muhadzab, juz 1, hal 66).<sup>37</sup>

Dari hadis tersebut dapat disimpulkan bahwa mengambil ilmu harus dengan guru yang jelas apalagi di sosial media. Dalam artian guru yang jelas menurut Imam Nawawi yakni, sempurna keahliannya, jelas agamanya, valid pengetahuannya serta masyur keterjagaan dan keilmuannya. Dalam *ngaji online* tentunya jangan asal *ngaji*, sebagai *mad'u* harus pintar menelusuri siapa asal usul dari guru yang akan di anut tersebut.

---

<sup>37</sup> Muhammad Mubasysyarum Bih, “Perihal Faedah dan Ketersmbungan Sanad Ngaji Online” April 26, 2020. <https://islam.nu.or.id/syari'ah/perihal-faedah-dan-ketersambungan-sanad-ngaji-online-Wyfcn>.

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan diuraikan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan variabel atau fokus penelitian yang akan diteliti, yakni dari Yantos, Inderasari, Mardiansyah dan Noviana Rahmawati, Syaifuddin dan Abdul Muhib. Tujuannya adalah untuk mengetahui posisi penelitian yang ingin dilakukan dari penelitian yang ada sebelumnya. Hal ini juga untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian. Berikut penjelasannya.

Penelitian pertama Yantos yang berjudul “Analisis Pesan-pesan Dakwah dalam Syair Lagu Opick”, dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Suska Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh Opick dalam Syair-syair lagunya. Pada penelitian Yantos, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif melalui pendekatan penyimpulan deduktif dan induktif serta analisis terhadap dinamika hubungan fenomena yang diamati dengan menggunakan metode ilmiah. Persamaan penelitian Yantos dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang pesan dakwah. Perbedaan dalam Penelitian Yantos adalah menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan penyimpulan deduktif dan induktif, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif dengan metode *Library Research*. Objek maupun subjek yang diteliti pun berbeda, penelitian tersebut meneliti pesan dakwah dari syair lagu Opick, sedangkan peneliti meneliti pesan dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam Konten *YouTube*.<sup>38</sup>

Selanjutnya penelitian Inderasari yang berjudul “Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram”, dari Fakultas Tadris Bahasa Indonesia, Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Penelitian ini menyimpulkan bahwa beberapa bentuk campur kode yang digunakan dalam dakwah Ustaz Hanan Attaki yakni pada penggunaan bahasa dakwah Ustaz Hanan Attaki ditemukan peristiwa campur kode yang meliputi penyisipan bahasa Arab dalam bahasa Indonesia dan penyisipan bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Kemudian, dalam penelitian ini juga ditemukan berbagai bentuk ragam bahasa gaul yang digunakan oleh Ustaz Hanan Attaki. Penggunaan bahasa gaul ketika ia berdakwah merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh Ustaz Hanan Attaki agar mudah menarik *mad'u*, terutama para remaja. Persamaan penelitian Inderasari dengan penelitian ini adalah sama-sama subjeknya yakni Ustaz Hanan Attaki. Perbedaan penelitian yang

---

<sup>38</sup> Yantos, “Pesan-pesan Dakwah dalam Syair Lagu Opick,” *Jurnal Risalah* 24, no.2 (2013): 16.

dilakukan oleh peneliti dan Inderasari ini terletak pada objek media sosialnya yakni, peneliti menggunakan media sosial *YouTube*, sedangkan Elen Inderasari menggunakan media sosial *Instagram*. Perbedaan lain juga terletak pada isinya, dari peneliti sendiri berfokus pada isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Hanan Attaki, sedangkan Inderasari berfokus pada penggunaan bahasa yang digunakan Ustaz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya.<sup>39</sup>

Penelitian berikutnya oleh Mardiansyah berjudul “Efektivitas Pesan Dakwah Ustaz Hanan Attaki Melalui Media Sosial *YouTube* di Kalangan Remaja (Studi Pada Gg. Hj. Hayati IV Sukarame Bandar Lampung)”, dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Hanan Attaki dalam Media Sosial *YouTube* khususnya pada kalangan remaja. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah yang disampaikan Ustaz Hanan Attaki melalui media sosial *YouTube* di kalangan remaja dapat tersampaikan dengan baik dan sangat efektif. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya responden, yakni ada sepuluh responden yang telah menonton, lalu menerapkan pesan dakwah yang beliau sampaikan pada video dakwah yang ada di *channel YouTube*-nya pada kehidupan sehari-hari. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yakni sama-sama meneliti tentang pesan dakwah Ustaz Hanan Attaki melalui media *YouTube*, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan peneliti yakni pada tema pembahasannya, penelitian ini membahas mengenai Efektivitas Pesan Dakwah Ustaz Hanan Attaki Melalui Media Sosial *YouTube* di kalangan Remaja (Studi Pada Gg. Hj. Hayati IV Sukarame Bandar Lampung), sedangkan peneliti membahas mengenai “Dahsyatnya Yakin kepada Allah”.<sup>40</sup>

Berikutnya oleh Rahmawati dengan judul “Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam Media Sosial *YouTube* Video Tentang ‘Iman’ Pada Channel *One Minute Booster*”, dari Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Jurusan Penyiaran Islam Fakultas

---

<sup>39</sup> Elen Inderasari, “Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram”. *Skripsi*. (Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019).

<sup>40</sup> Romi Mardiansyah, “Efektivitas Pesan Dakwah Ustaz Hanan Attaki Melalui Media Sosial *YouTube* Dikalangan Remaja (Studi Pada Gg. Hj. Hayati IV Sukarame Bandar Lampung)”. *Skripsi*. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).



Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Tujuan dari penelitian Rahmawati adalah untuk mengetahui bagaimana gaya retorika yang digunakan oleh Ustaz Hanan Attaki, sehingga peneliti melihat masalah bagaimana gaya bahasa Ustaz Hanan Attaki dalam media sosial *YouTube*, kemudian menganalisis video yang berjumlah sepuluh video yang berjudul “Iman” pada *Channel One Minute Booster*. Hasil penelitian yang didapat dari menganalisis gaya retorika Ustaz Hanan Attaki dalam ceramah yang berjudul “Iman” sangat bervariasi. Seperti penggunaan gaya bahasa, Ustaz Hanan Attaki menggunakan gaya bahasa, antara lain bahasa tidak resmi, bahasa percakapan, bahasa sederhana, gaya mulia bertenaga, gaya bahasa menengah. Pakaian yang digunakan juga terlihat santai dan kekinian namun masih terlihat sopan. Hal tersebut dilakukan untuk mengimbangi kondisi *mad’u* yang banyak didominasi oleh kalangan pemuda. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yakni sama-sama meneliti dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam konten *YouTube*, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan peneliti yakni tema pembahasannya. Peneliti ini membahas Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam Media Sosial *YouTube* Video Tentang “Iman” Pada *Channel One Minute Booster*, sedangkan peneliti membahas mengenai “Dahsyatnya Yakin kepada Allah”.<sup>41</sup>

Terakhir penelitian dari Syaifuddin dan Muhib yang berjudul “Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial terhadap Religiulitas Masyarakat Muslim: Analisis Literatur Review”, Jurnal Alhadharah Ilmu Dakwah UIN Antarasari, Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pesan dakwah di media sosial terhadap religiusitas masyarakat muslim. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode *literature* dengan mengumpulkan beragam sumber dari jurnal, artikel, dan buku yang berhubungan dengan penelitian. Persamaan jurnal Syaifuddin dan Abdul Muhib dengan peneliti adalah objeknya sama menggunakan media sosial. Metode yang digunakan pun sama yakni menggunakan metode *literature*. Adapun perbedaannya terletak pada subjek pada penelitian Syaifuddin dan Abdul Muhib berfokus pada efektivitas pesan dakwah di media sosial terhadap religiusitas masyarakat muslim,

---

<sup>41</sup> Noviana Rahmawati, “Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam Media Sosial *YouTube* Video Tentang “Iman” Pada Channel One Minute Booster”. (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020).

sedangkan peneliti lebih kepada pesan dakwah Ustaz Hanan Attaki di media sosial *YouTube*.<sup>42</sup>

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan bermacam faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir digunakan sebagai acuan atau pedoman agar peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka berpikir juga bisa berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Kerangka berpikir bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori ataupun dari beberapa pernyataan-pernyataan logis. Maka, dalam kerangka berpikir inilah akan didudukan masalah peneliti yang telah diidentifikasikan dalam kerangka teoretis yang relevan dan mampu mengungkap, menerangkan, serta menunjukkan perspektif terhadap masalah penelitian. Ada dua bagian umum dalam berpikir yang selalu digunakan, baik untuk berpikir sehari-hari ataupun berpikir dalam sebuah penelitian ilmiah, yakni: pertama, deduksi, proses berpikir yang menggunakan premis-premis umum bergerak menuju premis khusus, dari umum ke khusus. Kedua, induksi, proses berpikir yang menggunakan premis-premis khusus bergerak menuju premis umum, dari khusus ke umum.<sup>43</sup>

Dalam proses pemikiran mengenai Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam Konten *YouTube Arroya Official* maka akan dilakukan analisis sebagaimana pesan yang sudah disampaikan oleh Ustaz Hanan Attaki. Selanjutnya dilanjutkan menganalisis dari isi pesan dakwah Ustaz Hanan Attaki yang disampaikan pada sebuah akun media sosial *YouTube*. Setelah itu akan dikaji pula tentang makna isi pesan dakwah yang disampaikan Ustaz Hanan Attaki dalam *YouTube* berjudul "Dahsyatnya Yakin kepada Allah". Dalam merancang strategi dakwah baik kegiatan dakwah dalam bentuk apapun harus memperhatikan lima asas yakni asas filosofi, asas psikologi, asas sosiologi, asas kemampuan dan keahlian serta asas efektivitas dan efisiensi.

---

<sup>42</sup> Syifuddin dan Abdul Muhib, "Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial terhadap Religiulitas Masyarakat Muslim: Analisis Literatur Review." *Jurnal Alhadharah* 20, no.1 (2021): 18.

<sup>43</sup> Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2010), 39.

Dari skema alur pikir di bawah ini, peneliti akan melakukan penelitian dengan melihat dakwah Ustaz Hanan Attaki melalui media sosial *YouTube*, guna untuk mengetahui bagaimana isi Pesan Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam konten *YouTube Arroya Official* Berjudul “Dahsyatnya Yakin kepada Allah”, dan mengetahui kebermanfaatan Pesan Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam konten *YouTube* tersebut. Kemudian, untuk mengetahui lebih jauh makna dari isi pesan dakwah itu sendiri digunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), dan dalam analisis digunakan teori analisis isi (*content analysis*). Data dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi, kemudian mendapat simpulan berupa isi dan kebermanfaatan pesan dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam konten *YouTube Arroya Official* berjudul “Dahsyatnya Yakin kepada Allah”.

Berangkat dari teori mengenai unsur-unsur dakwah tersebut, maka kerangka berpikir yang digunakan untuk mengetahui mengenai Pesan Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam Konten *YouTube Arroya Official* Berjudul “Dahsyatnya Yakin kepada Allah” dapat dilihat pada bagan berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**