

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Teori-teori Yang Terkait Dengan Judul

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, “*Da’wah*” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut mashdar. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*).¹

Seperti yang telah diterangkan dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Ali Imran : 104).

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

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh berbuat yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”

Orang yang berdakwah bisa disebut dengan *Da’i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *Mad’u*.²

Dalam pengertian menurut istilah, dakwah diartikan sebagai berikut³:

- 1) Dalam arti terbatas, yaitu menyampaikan islam kepada manusia, baik lisan, tulisan maupun secara lukisan (panggilan, seruan, dan ajakan kepada manusia kepada islam).

¹ Wahidin Saputra *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 1.

²Ibid

³Miftah Faridi, *Wawasan Islam*, (Bandung : Gema Insani), 152.

- 2) Dalam arti luas, yaitu penjabaran, penerjemahan, dan pelaksanaan islam dalam berperilaku kehidupan dan penghidupan manusia, termasuk dalamnya adalah politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan, dan lain sebagainya.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan proses penyampaian ajaran agama dan menegakkan syari'at Islam dengan tujuan berusaha mengubah suatu keadaan umat yang tidak baik menuju kebaikan menggunakan Al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman utama. Melalui proses tersebut diharapkan adanya perubahan ditengah masyarakat dapat berjalan secara bertahap sesuai kondisi sosialnya. Essensi dakwah terletak pada ajaran yang disampaikan sebagai motivasi dan rangsangan serta bimbingan terhadap diri sendiri dan orang lain untuk bisa menerima ajaran dengan kesadaran penuh agar tumbuh dalam diri suatu pengetahuan tentang kebenaran ajaran Allah SWT.

b. Unsur-unsur Dakwah

- 1) Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i merupakan seseorang yang menyampaikan dakwah atau seorang komunikator pada kegiatan dakwah. Baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok maupun lewat organisasi ataupun melalui lembaga. Secara umum *da'i* juga disebut dengan seorang mubalig (orang yang menyampaikan ajaran Islam).

Dakwah bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, oleh karena itu seorang *da'i* haruslah mempunyai kompetensi dasar. Kompetensi ini merupakan kumpulan dari berbagai kebiasaan dan kekuatan yang dimiliki seorang *da'i*, meliputi⁴:

- a) Kekuatan Intelektual (Wawasan Keilmuan)

Dalam pandangan ulama besar dunia, Yusuf al-Qardhawi, seorang *da'i* perlu melengkapi diri

⁴⁴Ismail Ilyas, Prio Hotman. *Filsafat Dakwah:Rekayasa Mmembangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta. Kencana, 2011.hal. 77

dengan tiga senjata yaitu senjata iman, akhlak mulia, ilmu pengetahuan dan wawasan.

Menurut Qardhawi ada enam wawasan intelektual yang perlu dimiliki oleh seorang *da'i*. *Pertama*, wawasanislam, meliputi al-Qur'an, as-Sunnah, fiqh dan ushul fiqh, teologi, tasawuf, dan nizham Islam. *Kedua*, wawasan sejarah, dari periode klasik pertengahan hingga moderen. *Ketiga*, sastra dan bahasa. *Kelima*, wawasan ilmu pengetahuan dan tekologi. *Keenam*, wawasan perkembangan-perkembangan dunia islam, dunia barat, pekrembangan madzhab-madzhab pemikiran, serta perkembangan pergerakan Islam *kontemporer* meliputi sosiologi, antropologi, psikologi, filsafat, dan etika.

b) Kekuatan Moral Atau Akhlak

Menurut Sayyid Quhtub, ada tiga akhlak yang sungguh penting bagi *dai* agar dia mampu melaksanakan tugasnya dengan baik sebagai pembangun dan pengembang masyarakat Islam, yaitu:

(1) Kasih sayang

Dari sifat kasih sayang ini, timbul sifat-sifat lain yang terpuji, seperti sifat lemah lembut, toleran (lapang dada) dan pemaaf. Dakwah dengan sifat lemah lembut dan toleransi yang tinggi ini, dinilai Sayyid Quthub sebagai sesuatu yang amat positif. Dengan pendekatan ini, sikap-sikap yang keras dan kasar dari *mad'u* dapat berubah menjadi sikap yang ramah dan bersahabat.

(2) Integritas (kesatuan kata dan perbuatan)

Integritas mengandung beberapa makna. Diantaranya yaitu, keterpaduan, kebulatan, keutuhan, jujur, dan dapat dipercaya. Dalam pengertian ini orang yang mempunyai integritas adalah orang yang dirinya berpadu dan bersatu antara kata dan perbuatan. Dengan kata lain ia bersifat benar dan jujur, serta jauh dari sifat dusta.

(3) Kerja keras

Sebagai pejuang dan pengembang masyarakat Islam, *da'i* tidak bekerja untuk diri sendiri dan keluarganya, tetapi bekerja untuk keuliaan Islam dan kaum muslim. Untuk itu, kerja keras haruslah merupakan akhlak atau etos kerja *da'i*. Sifat ini mengharuskan *da'i* untuk menggunakan waktunya secara efisien bagi kepentingan dakwah. ia harus menjauhkan diri dari perbuatan yang sia-sia dan tidak berguna. Ini berarti kerja keras, sekali lagi harus menjadukan watak pribadi para *da'i*.

(4) Sabar

Sabar sangat diperlukan dalam proses dakwah. hal ini pada dasarnya disebabkan oleh dua hal. *Pertama*, karena tugas dakwah merupakan tugas yang amat berat. *Kedua*, karena kegiatan dakwah akan menghadapi berbagai tantangan dan rintangan sepanjang perjalanan dakwah ini sendiri. Kedua hal ini jelas membutuhkan sabar dan kesabaran. Dikatakan demikian, karena sabar dapat menurangi keedihan, membuat orang tidak suka keluh kesah, dan tabah dalam melaksanakan tugas-tugas yang berat.

c) Kekuatan Spiritual

Kekuatan spiritual bersumber dari tiga kekuatan pokok, yaitu iman, ibadah dan taqwa. Ketiganya dapat dipandang sebagai bekal yang amat penting bagi *da'i*. Bekal tersebut antara lain:

(1) Bekal Iman

Sebelum melaksanakan tugas yang berat, para *da'i* harus mempersiapkan diri, mempererat jiwa dan mental mereka dengan iman dan taqwa kepada Allah SWT. Iman merupakan bekal ilmu utama bagi para *da'i*.

(2) Bekal Ibadah

Keharuysan tentang pemberdayaan ibadah ini dengan jelas dapat dibaca dalam ayat-ayat pertama surat al-Muzammil. Surat ini menurut Sayyid Quthub, memperlihatkan lembaran sejarah dakwah Nabi agar melakukan sholat malam, membaca al-quran, dzikir dan berserah diri kepada Allah SWT.

(3) Bekal Taqwa

Taqwa diperlukan sebagai penyempurna semua bekal yang telahdikemukakan. Taqwa disebut oleh Allah sebagai bekal yang palinh baik. *"berbekallah, dan sesungguhnya sebaik-baiknya bekal adalah taqwa dan ertaqwalah kepada-Ku hai orang-orang yang berakal (ulu al albab)"*. Dalam taqwa terdapat sifat hati-hatidan wasapada, sehingga seorang terhindar dari sesuatu yang menjerumuskan.

2) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah pihak yang menerima pesan komunikasi, sebagai sasaran komunikasi untuk tujuan tertentu. Muhammas Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan yaitu:

- a) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berfikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
- b) Golongan awan, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat mengkap pengertian pengetahuan yang tinggi.
- c) Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahas sesuatu tetapi dalam batas tertentu saja dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

3) Materi Dakwah

Materi adalah ajaran-ajaran Islam sebagaimana yang sudah tertulis dalam Al-Qur'an dan Hadist, atau mencangkup pendapat para ulama atau lebih luas dari

itu.⁵ Materi dakwah sendiri mengandung beberapa pesan dakwah dari da'i ke mad'u, baik secara teersirat maupun tersurat. Pesan dalam kegiatan dakwah sudah jelas merupakan ajaran Islam, baik berupa akidah, ibadah, muamalah, dan akhlak yang diajarkan Allah dalam Al-Qur'an melalui Rasul-Nya.

Secara umum materi dakwah dapat dikelompokkan menjadi beberapa pesan yaitu⁶:

- a) Pesan akidah,
Pesan Akidah meliputi iman kepada Allah SWT, Iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada rasul-rasul-Nya, iman kepada hari Akhir, dan iman kepada Qodha-Qodhar-Nya.
- b) Pesan syariah
Pesan Syariah meliputi ibadah thaharah, sholat, zakat, puasa, dan haji sert mu'amalah. Hukum perdata meliputi: hukum niaga, huku nikah, dan hukum negara,
- c) Pesan akhlak
Pesan Akhlak meliputi akhlak kepada Allah SWT, akhlak terhadap makhluk yang meliputi: akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna dan sebagainya

Sesuatu yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam dapat dijadi kann pesan dakwah.⁷

- 4) Metode Dakwah
 - a) Pengertian Metode Dakwah
Metode (*thariqat* atau *manhaj*) diartikan cara.⁸
Istilah metode berasal dari bahasa Inggris *mwthod*,

⁵Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung, PT. Remaja Kosdakarya: 2013) hal. 21

⁶Wahyu Illahi, *komunikasi Dakwah*. cet. I. Bandung. Remaja Rosdakarya, 2010. Hal. 20

⁷Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. RemajanRosdakarya: 2010) hal. 101

⁸Acep Aripudin. *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011) hal. 8

yang berarti *systemic arrangement* (penataan yang sistematis), *mode of handling intellectual problem* (cara penanganan masalah secara cerdas).⁹ Dalam menyiarkan dakwah, seorang da'i dituntut untuk menyampaikan dakwahnya dengan metode atau cara dan perilaku baik.

Ada beberapa pendapat tentang definisi metode dakwah, diantaranya:

- (1) Al-Bayanuni mengemukakan definisi metode dakwah dengan cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara menetapkan strategi dakwah.
- (2) Said bin Ali al-Qahtani, ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.
- (3) Abd al-Karim Zaidan, metode dakwah merupakan ilmu yang terkait dengan cara melangsungkan penyampaian pesan dakwah dan mengatasi kendala-kendalanya.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian metode dakwah adalah cara melakukan kegiatan dakwah oleh da'i kepada mad'u dengan tujuan tertentu.

b) Sumber Metode Dakwah¹⁰

(1) Al-Qur'an

Didalam Al-Qur'an banyak sekali ayat yang membahas tentang masalah dakwah. Di antaranya yaitu berhubungan dengan kisah para rasul menghadapi umatnya, dan ayat-ayat yang ditunjukkan kepada Nabi Muhammad ketika melancarkan dakwahnya. Semua ayat-ayat tersebut menunjukkan metode yang harus dipahami dan dipelajari oleh setiap muslim. Karena Allah tidak akan menceritakan

⁹ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah* (Bandung, PT. Remaja Kosdakarya: 2013) hal. 166

¹⁰M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group: 2009) hal.

melainkan agar menjadi suri teladan dan dapat membantu dalam rangka menjalankan dakwah berdasarkan metode-metode yang tersurat dan tersirat dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman:

وَكُلًّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ

فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرَى

لِلْمُؤْمِنِينَ ﴿١٢٠﴾

Artinya: “Dan semua kisah dari rasul-rasul Kami ceritakan kepadamu, ialah kisah-kisah yang dengannya Kami teguhkan hatimu dan dalam surat ini telah datang kepadamu kebenaran serta pengajaran dan peringatan bagi orang-orang yang beriman.” (QS. Hud 120)

(2) Sunnah Rasul

Didalam sunnah rasul banyak kita temui hadist-hadist yang berkaitan dengan dakwah. Begitu juga dalam sejarah hidup dan perjuangannya dan cara-cara yang beliau pakai dalam menyiarkan dakwahnya, baik ketika beliau berjuang di Makkah maupun di madinah. Semua ini memberikan contoh dalam metode dakwahnya. Karena setidaknya kondisi yang dihadapi Rasulullah ketika itu dialaminya juga oleh para pendakwah sekarang ini.

(3) Sejarah Hidup Para Sahabat dan Fuqaha

Dalam sejarah hidup para sahabat-sahabat besar dan para fuqaha memberi contoh baik yang sangat berguna bagi para pendakwah. Karena mereka adalah orang yang *expert* dalam bidang agama. Muadz bin Jabal dan para sahabat lainnya merupakan figur yang

patut dicontoh sebagai kerangka acuan dalam mengembangkan misi dakwah.

(4) Pengalaman

Experience is the best teacher, itu adalah moto yang punya pengaruh besar bagi orang-orang yang suka bergaul dengan orang banyak. Pengalaman para pendakwah merupakan hasil pergaulannya dengan orang banyak yang kadangkala dijadikan *reference* ketika berdakwah.

Setelah kita mengetahui sumber-sumber metode dakwah sudah sepantasnya kita menjadikannya sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitas dakwah yang harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang sedang terjadi.

c) Bentuk-bentuk Metode Dakwah¹¹

Metode dakwah Rasulullah SAW merupakan bentuk metode yang digunakan oleh para nabi sebelumnya, ini terlihat bagaimana sejarah dakwah Nabi Ibrahim As, Nabi Nuh As, Nabi Musa serta para nabi lainnya, tingkat pertama mereka menyerukan manusia kepada meng-Esakan Allah, memberikan jalan terang bahwa semua yang ada di bumi ini merupakan ciptaan Allah dan tidak ada tuhan terkecuali Allah yang mampu menghidupkan dan mematikan.

Dari landasan metode yang dipraktikkan para Nabi sebelumnya, kemudian Rasulullah SAW dalam pelaksanaan dakwahnya melengkapkan lagi dengan beberapa metode lain, ini dapat dilihat dalam uraian Adam Abdullah Al-Aluri dalam bukunya *Thariq Ad-Da'wab Ila Al-Allah Bain Al-Ams Wa Al-Yaum*. Metode dakwah yang dimaksud adalah:

- (1) Metode dakwah *bimakarimal akhlak* (dengan budi pekerti yang baik)

¹¹M. Jakar Puteth dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*, (Yogyakarta: AK Group:2006) hal. 69

- (2) Metode dakwah *'ala bashirah* (dengan ketajaman mata hati)
- (3) Metode dakwah *bil-hikmah* (kebijaksanaan)
- (4) Metode dakwah *bil mau'izhah hasanah* (pengajaran atau nasehat yang baik)
- (5) Metode dakwah *bijadilum billati hiya ahsan* (bertukar pikiran atau dialog yang baik)

Diantara kelima metode dakwah tersebut tiga diantaranya merupakan bentuk metode dakwah yang dilakukan oleh rasullah yang merupakan bentuk metode dakwah yang digambarkan dalam Al-Qur'an, "serulah manusia pada jalan Allah dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik." (QS. An-Nahlu:125)

Dalam surat tersebut, metode dakwah yang diuraikan dalam banyak literatur buku dakwah yakni:

(1) *Bil hikmah*

Hikmah diterjemahkan juga dengan maksud "kebijaksanaan dan kearifan". Hikmah yang memiliki arti dari kebijaksanaan menurut Buya Hamka bahwa kebijaksanaan pada diri manusia timbul dari budi pekerti yang halus dan memiliki sopan santun. Orang yang menyampaikan dakwah kepada orang lain dengan budi pekerti yang kasar dan tidak dengan *hikmah*, dakwah tidak akan mencapai sasarannya. Seorang da'i hendaklah berusaha dengan segala kebijaksanaan yang ada padanya, membuka perhatian pihak objek yang dijadikan sasaran, sehingga pikiran tertutup dapat terbuka kembali.

(2) *Mauizhah hasanah*

Mauziah hasanah bisa diartikan dengan nasehat, pembicara, tutur kata, dan pendidikan yang baik. Pelaksanaan dakwah dengan menggunakan metode ini, merupakan salah

satu bentuk metode yang begitu cepat sampai kepada sasaran.

Kekuatan metode tersebut terhadap realisasinya ajaran Islam, tentu saja diiringi oleh beberapa metode lain yang telah disebutkan terutama metode *hikmah*. Karena dalam konteks apapun dakwah itu diserukan secara tidak langsung metode dakwah hikmah terpatri didalamnya. Oleh karena itu keberhasilan dakwah dengan metode *mauizbah hasanah* ini didalamnya tersimpan prinsip-prinsip hikmah.

(3) *Wajadilhum billati hiya ahsan*

Dakwah *bil Mauizhah hasanah* adalah dakwah yang dilakukan dengan nasehat, sesuai dengan kondisi masyarakat setempat tanpa melukai perasaan mereka.

Dari beberapa bentuk metode dakwah yang telah tertera diatas, peneliti bermaksud untuk menentukan formulasi metode dakwah yang sesuai dengan dakwah yang ditampilkan di media sosial yang fokus pada youtube.

5) Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti tengah, antar, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh *komunikator* kepada *komunikan* (penerima pesan). Dalam bahasa arab, media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara.¹² Menurut para ahli, media dakwah adalah:

- a) A. Hasjmi, menyamakan media dakwah dengan sarana dakwah dan menyamakan alat dengan medan dakwah.

¹²Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Kencana Purnada Media Group: 2014), hal.403

- b) Asmuni Syukir, media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.
- c) Hamzah Ya'qub, media dakwah adalah alat obyektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat.

Dari beberapa definisi diatas, maka media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklasifikasi menjadi tiga macam, yaitu:

- a) Media Terucap (*the spoken word*) yaitu alat yang isa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon dan sejenisnya.
- b) Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media yang berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, lukisan, pamflet, dan sejenisya.
- c) Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi dan sejenisnya

Selain itu ada yang mengklasifikasikan jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi). Dari hubungan kedua ini, terdapat tiga macam media, yaitu¹³:

- a) Media Auditif

Media ini lebih efektif dalam menangkap pesan dakwah dibanding media *visual*. Media auditif bisa menerima pesan dakwah tanpa memerhatikan arah asalnya. Kita bisa mendengarnya dengan melakukan aktifitas, meski suara dari belakang kita. Beberapa contoh dari media auditif yaitu radio dan *cassete* atau *tape recorder*.

¹³Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Kencana prenada media group: 2014) hal. 411

b) Media Visual

Media visual adalah sarana yang dapat ditangkap oleh mata manusia. Hampir semua media dakwah didominasi dengan media ini, yakni melibatkan penglihatan manusia. Beberapa contoh dari media visual, yaitu majalah, surat, poster, buku dan *internet*.

c) Audio Visual

Audio visual adalah media dengar pandang yang dapat didengar dan dipandang. Contoh media audio visual yaitu televisi, video dan film.

Dari materi tentang media dakwah yang tertera diatas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan media Audio Visual (media dengar pandang) yaitu sebuah video, yang mana terdapat dakwah tersebut dapat dilihat secara langsung melalui media video dan bisa langsung didengar.

Dan dari beberapa video dakwah yang ada di *youtube*, peneliti memilih video Dakwah KH. Anwar Zahid di Chanel Youtube Pratama Multimedia Ponorogo dengan studi kasus Sedekah Iku Nolak Balaq.

c. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁴ al Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai ketentuan ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah.

1) Strategi sentimental (*al-munhaj al-'athifi*)

Strategi sentimental (*al-manhaj al-athifi*) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam,

¹⁴Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Kencana Prenada group: 2014) hal. 349

para muallaf (imannya lemah), orang-orang miskin, anak yatim, dan sebagainya.

2) Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*)

Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*) adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.

3) Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*) adalah sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Strategi ini juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah.

Menurut hisyam alie, untuk mencapai strategi yang strategis harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:¹⁵

- 1) *Strength* (kekuatan), yakni memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya dan piranti yang dimiliki.
- 2) *Weakness* (kelemahan), yakni memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki sebagai kekuatan.
- 3) *Opportunity* (peluang), yakni beberapa besar peluang yang mungkin tersedia, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun dapat diterobos.
- 4) *Threath* (ancaman), yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.

Terdapat beberapa strategi dalam dakwah . pada zaman Rasulullah SAW terdapat dua strategi dakwah yaitu strategi dakwah sembunyi-sembunyi dan strategi dakwah terang-terangan. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan strategi dakwah secara terang-terangan yang dikemas sesuai dengan keadaan sekarang yang memang sudah berada dalam *era digital*. Yang mana *era digital* tersebut merupakan istilah yang digunakan dalam

¹⁵M. jakar dan saifullah, *dakwah Tekstual dan kontekstual*, (Yogyakarta: AK Group,2006), hlm.9

kemuncuan *digita*, yang sekrang ini abnyak digunakan manusia yaitu jaringan *internet*.

Dengan adanya *internet* inilah strategi dakwah terang-terangan menjadi lebih mudah karena cakupannya luas yang kali ini juga di permudah dengan adanya media sosial yang ada, dari beberapa media sosial peneliti fokus pada video yang ada dichanel Pratama Multimedia Ponorogo diyoutube, yaitu video dakwah KH. Anwar Zaid dengan judul “Sedekah Iku Nolak Balaq”.

2. Dakwah Media Sosial

a. Pengertian media sosial

Media sosial merupakan salah satu pilar penting didalam teknologi informasi, dimana media sosial dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu positif atau negatif, media sosial juga dapat digunakan untuk memberikan komentar-komentar baik itu yang bersifat membangun secara positif atau menjatuhkan secara negatif, dan terakhir media sosial dapat juga membuat seseorang mengalami hal-hal buruk akibat apa yang telah dilakukan oleh orang lain di dalam media sosial.¹⁶

Diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di *internet* sebelum pada kesimpulan yang di maksud dengan media sosial.

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian:¹⁷

- 1) Menurut mandiberg, media sosial adalah media yang mewardahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generted content*).
- 2) Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operated*) diantara pengguna dan melakukan tindakan

¹⁶Indra Gamayanto, :” pengembangan dan implementasi dari wise netizen (E-Comment) di indonesia “, *jurnal teknologi informasi I techno.com 16:1 hlm. 80 (2017)*

¹⁷Rulli Nasrullah, *media sosial*, (Bandung: simbiosa rekatama media,2015), hlm. 8.

secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institutional maupun organisasi.

- 3) Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagai komunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkomunikasi atau bermain.
- 4) Menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
- 5) Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut, penulis mengambil keputusan bahwa definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna memoresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Bagi sebagian anggota masyarakat menggunakan media dilakukan dengan penuh kepasrahan mengikuti dan menerima apa saja yang disajikan media. Sebagai anggota masyarakat lainnya, menggunakan media dengan berfikir kritis, melihat fenomena isi media sebagai hasil dari proses produksi yang kompleks. Konten media baru khususnya media sosial membuat nilai privat dan publik tidak jelas batasan.

Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memptoduksi dan mengonsumsi informasi, ttapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengandaian sempurna yang bisa dibuat dalam konteks ini adalah ketika mengakses media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut,

secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Gudang data tersebut diisi oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapapun.

b. Dakwah media sosial

Secara sosiologi, penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan telah mengubah ragam interaksi masyarakat. Masyarakat dakwah kini bukan saja mereka yang berada di depan mata, melainkan mereka yang secara bersama-sama ada diruangan abstrak yang disebut dunia maya. Media telah mengiringi individu memasuki ruangan yang memungkinkan saling berinteraksi. Internet misalnya, kini telah membentuk ruang maya tempat bertegur sapa secara interaktif yang kemudian kita kenal dengan *cyberspace*.¹⁸

Sebagai sebuah ruang yang abstrak, tentu saja interaksi yang terjadi didalam bersifat simbolik, inilah yang mungkin menjadi satu-satunya pembeda penting antara *cyberspace* dengan ruang sosial fisik. Dalam ruang sosial fisik, kita melakukan kontak secara fisik, sementara *cyberspace*, kontak sosial kita sepenuhnya bersifat simbolik yang hanya di persentasikan melalui *teks, audio, visual, atau audio visual*.

Karena itu, untuk tetap memelihara misi profetik yang diembannya, dakwah selayaknya mampu memberikan solusi yang lebih bijak dan realistis, bukan hanya berjalan di tempat lamayang mungkin sudah dipandang tidak relevan. Teknologi media adalah salah satu jembatannya. Jika menolak teknologi merupakan usaha yang akan sia-sia, memanfaatkan teknologi secara produktif, khususnya dalam bidang informasi dan komunikasi, sangat mungkin menjadi pilihan, bahkan keniscayaan. Pilihan dakwah dengan mengedepankan pendekatan akomodatif terhadap perkembangan teknologi sesungguhnya sejalan dengan semangat profetika dakwah.

Dalam upaya menjawab berbagai tantangan kedepan, baik secara akademis maupun pragmatis, pengembangan

¹⁸Asep saeful muhtadi, *komunikasi dakwah*, (Bandung simbiosis rekayasa media, 2020), hlm. 60.

dakwah termasuk pengembangan model serta pendekatan yang lebih relevan dengan tuntutan zaman, merupakan solusi yang tidak bisa di tunda lagi. Program pengembangan dakwah di tuntut mampu menawarkan alternatif yang menyajikan pesan-pesan islam dalam format sajian dakwah yang lebih relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Terdapat beberapa dakwah yang melalui media sosial. Seperti dakwah melalui *facebook*, *youtube*, *blog*, *instagram*, hingga melalui media sosial *chatting* seperti *line*, *whatsapp*, dan lain-lain. Dalam peneliti memfokuskan penelitiannya terhadap salah satu media sosial yaitu *youtube* chanel Pratama Multimedia Ponorogo.

3. Media Online

Media online disebut juga dengan *Digital Media* yaitu media yang tersaji secara online di internet. Pengertian *Media online* dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus:

- a. Pengertian Media Online secara umum, yaitu segala jenis sesuatu atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet yang berisikan teks, foto, videodan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), *website*, *blog*, *whatsapp*, dan media sosial lainnya masuk dalam kategori media online.
- b. Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.¹⁹

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya. *The second Media Age*, yang menandai period baru

¹⁹M. Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung, Nuansa Cendekia, 2012) hal. 34

dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khusus dunia maya akan merubah masyarakat. Ada dua pandangan yang dominan tentang perbedaan anatar era media pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua, dengan penekanannya pada jaringan.²⁰

Paul Levinson dalam buku yang berjudul *New New Media*, menyebutkan media *online* lebih dari itu. Paul Levinson menyebutkan bahwa ada beberapalayanan yang dapat dikategorikan dalam media *online*:

- a. *Website* atau situs *online* yang menyediakan berbagai macam berita dalam satu tempat yang terdiri atas beberapa halaman.
- b. Media Sosial, yang meliputi *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan sejenisnya, yang memberikan keleluasaan pada penggunaanya untuk berbagi informasi pribadi dan melakukan percakapan.
- c. *Youtube* sebuah platform yang memungkinkan penggunaanya dapat mengunggah video dan kemudian pengguna lainya dapat menikmatinya pula secara *streaming*.
- d. *Blog*, dimana pemilik akun *blog* menceritakan apa yang terjadi dalam kesehariannya. Sehingga dapat memberikan informasi kepada pemilik *blog* lainnya.²¹

4. Youtube

Youtube merupakan salah satu (bahkan bisa dikatakan yang terbesar)website yang memberikan kemudahan pengguna internet untuk meng-upload dan menonton video yang kita miliki. Secara default video di youtube tidak semua bisa di-download kecuali pemilik dari video tersebut memberikan link download dari video tersebut.²²

Youtube didirikan oleh Steve Chen, Chad Hurley, Jawed Karim pada 15 Febuari 2005. Sempat diblokir akses ke beberapa negara, termasuk beberapa jasa penyedia internet Indonesia pun pernah memblokir situs ini. Beragam alasan

²⁰Stephen W Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi* (Salemba Humanika, 2009) hal. 413

²¹Paul. Levinson, *New New Media* (New York: Pinguin Academis) hal. 75

²²<http://fungsi-dan-manfaat-youtube.com/>

untuk memblokir situs ini, diantaranya karena terdapat konten yang berbau sara, video dewasa, dan hal-hal bertentangan lainnya. Di China situs ini dianggap membuat karyawan menjadi malas bekerja, alasan yang sama menjadi trending senter (banyak dibicarakan).

Banyak artis-artis baru bermunculan dan menjadi sangat fenomenal di *youtube*, mereka bisa saja menjadi tenar atau terkenal. Contohnya seperti pengunggah Hijab Tutorial, Atta Halilintar, Ustadz Hanan Attaki, Ria Ricis dan masih banyak yang lainnya. Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini manusia tidak lagi hidup di dunia nyata, namun dunia maya pun mempengaruhi kehidupan manusia.

Dalam dunia nyata, eksistensi (keberadaan seseorang) bisa dilihat dari gaya hidup, cara berpakaian, cara berbicara, dan mungkin juga materi. Sedangkan dalam dunia maya, eksistensi bisa dilihat dari intensitas dalam melakukan berbagai aktivitas dimana aktivitas itu dilihat dan diakui oleh pengguna dunia maya lainnya. Kata eksis mungkin bisa merujuk pada “terkenal atau populer” pada seseorang itu dalam dunia maya semisal *youtube*.²³

a. Mencari Video di Youtube

Dalam mencari video pastikan katakunci relevan dengan tema video. Contoh: penulis mencoba mencari video Hijab Tutorial by Adinda Riza, maka penulis menggunakan kata kunci: Hijab Tutorial by Adinda Riza. Setelah hasil pencariannya keluar, lihat tanggal dan jam berapa video tersebut di upload, sesuaikan dengan momen video yang kita cari.

b. Memutar Video

Untuk masalah memutar video sebaiknya anda menginstall plugin flash player terlebih dahulu. Dalam memutar video, kualitas standart yang disediakan oleh Youtube adalah 360p. Kita bisa memilih kualitas video sampai kualitas yang paling bagus sekalipun, caranya dengan mengklik tulisan 360p maka akan keluar berbagai pilihan kualitas video.

²³<http://www.novapdf.com/hal.43>

c. Meng-Upload Video

Youtube hanya memperbolehkan file video sebesar 1GB dan 15 menit untuk di upload. Sebaiknya, kompr dahulu video anda sebelum di upload, karena semakin besar ukuran file video yang dimasukkan, maka akan memakan waktu yang sangat lam untuk diunggah.

d. Memberi Nama Video

Agar video banyak dilihat, gunakan judul yang unik dan terkesan lucu sehingga membuat orang penasaran ketika video anda muncul sebagai video yang relevan dengan video lainnya. Pada saat melakukan komentar dalam sebuah video di youtube, disarankan agar anda memberikan koentar yang terkesan baik. Youtube juga digunakan untuk ajang promosi dan bisa juga memasukkan video informasi.

e. Men-download Video di Youtube

- 1) Silahkan anda masuk atau buka youtube.com atau rapidshare, kemudian pilih video atau file yang anda inginkan untuk didownload.
- 2) Setelah anda menemukan video yang cocok untuk didownload, kemudian copy address url video tersebut.
- 3) Setelah anda copy link/url video yang tadi dipilih, silahkan buka halaman download youtube. Kemudian salin link yang di copy, pastikan url/link videonya tampil dan klik “download now”
- 4) Kemudian anda pilih format video yang anda inginkan, misalnya 3Gp, MP4, Flv dan lain-lain. Nanti secara otomatis akan terbuka panel download untuk menyimpan file anda.

Fenomena Youtube yang sekarang menjadi bagian dari Perusahaan Google tampaknya tidak pernah habis dibahas. Sisi negatif ataupun positif Youtube tergantung kita menyikapinya. Situs www.youtube.com setiap bulannya bisa dikunjungi lebih dari 1 milyar orang.²⁴ Dalam video Youtube yang di unggah chanel Pratama Multimedia Ponorogo, video dakwah KH. Anwar Zaid

²⁴<http://www.anneahira.com/youtube>

dengan judul “Sedekah Iku Nolak Balaq” telah berhasil mengumpulkan *viewers* sebanyak 114.000 dari 1 milyar pengunjung Youtube.

5. Analisis Semiotika

a. Pengertian Semotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). memaknai (*to signify*) dalam hal ini dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem struktur dari tanda.²⁵

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda hubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda”. Semiotika berasal dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. Tanda pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjukkan pada adanya hal lain. Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, makna huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti (*significant*) dalam kaitannya

²⁵Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 15.

dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konveksi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.²⁶

b. Analisa Semiotika Ferdinand de saussure

Jika ada seseorang yang layak disebut sebagai pendiri linguistik modern dialah sarjana atau tokoh besar asal Swiss, Ferdinand de Saussure. Saussure dilahirkan di Jenawa pada tahun 1857 dalam sebuah keluarga yang sangat terkenal di kota itu karena keberhasilan mereka dengan bidang imu. Selain sebagai seorang ahli linguistik, ia juga adalah seorang sepesialis bahasa-bahasa indonesia-eropa dan sansekerta yang menjadi sumber pembaruan intelektual dalam bidang ilmu sosian dan kemanusiaan.²⁷

Saussure memang terkenal dan banyak dibicarakan orang karena teorinya tentang tanda, yang cukup penting dalam upaya menangkap hal pokok pada teori saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa itu adalah suatu sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Suara-suara, baik suara manusia, binatang, atau bunyi-bunyian, hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau bunyi tersebut mengekspresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide-ide tertentu. Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*). Dengan sebuah ide atau petanda (*signified*), dengan kata lain penanda adalah bunyi yang bermakna atau coretan bermakna. Jadi penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental dari bahasa. “penanda dan petanda merupakan kesatuan, seperti dua sisi dari sehelai kertas”. “kata saussure.”²⁸

²⁶Alex, Semiotika Komunikasi, 16.

²⁷Alex, Semiotika Komunikasi, 43-45

²⁸Alex, Semiotika Komunikasi, 46

6. Retorika Dakwah

Retorika adalah sebuah teknik bicara (bujukan atau rayuan) secara persuasi untuk menghasilkan bujukan melalui karakter pembicara, emosional, atau argumen. Titik tolak retorika ialah berbicara, berbicara artinya mengucapkan kata-kata tersusun dalam suatu kalimat kepada seseorang atau kelompok orang untuk suatu tujuan tertentu (misal memberi informasi, memberi motivasi, atau rekreatif yang sifatnya menghibur). Berbicara merupakan ketrampilan khusus yang diberikan oleh Allah SWT untuk dimiliki setiap manusia didunia ini. Berbicara mempunyai kaitan erat dengan bahasa, ketika manusia menyampaikan atau mengungkapkan pendapat, pikiran, gagasan dan lain-lainnya kepada manusia lain akan dapat dipahami jika disampaikan dengan bahasa yang dimengerti.²⁹

Retorika merupakan bagian dari ilmu bahasa khususnya ilmu bina bicara, sebagai bagian dari ilmu bicara dibedakan menjadi 3 bagian:

- a. Monologika, adalah ilmu tentang berbicara secara molog, dimana hanya seorang saja yang berbicara, yang tergolong bentuk ini adalah pidato.
- b. Dialigika adalah ilmu tentang seni berbicara dialog, dimana duaorang atau lebih berbicara atatu mengambil bagian dari sesuatu proses pembicaraan, bentuk ini meliputi diskusi, tanya jawab, perundingan dan debat.
- c. Pembinaan teknik berbicara, efektivitas monologika dan dialogika akan tergantung dengan kemampuan teknik berbicara. Teknik bicara merupakan syarat retorika, oleh karena itu pembinaan teknik bicara menjadi bagian penting bagi dalam retorika, dalam bagian ini menekankan pada teknik bernafas, mengucap, bina suara dan teknik bercerita.

Retorika sebagai keterampilan dan kesanggupan untuk menguasai seni berbicara dapat dicapai dengan mencontoh para tokoh-tokoh terkenal dengan mempelajari dan mempergunakan hukum-hukum retorika dengan

²⁹Drs. H. Suisyanto, M.pd, *Retorika Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an* (Yogyakarta, Samudra Biru: 2020) hal.1

melakukan latihan teratur. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan tahapan berikut:

a. *Inventio* (penemuan)

Pada tahap ini pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Bagi Aristoteles, retorika merupakan kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada. Dalam tahap ini juga, pembicara merumuskan tujuan dan pengumpulan bahan (argument) yang sesuai dengan kebutuhan khalayak.

Aristoteles menyebut tiga cara untuk mempengaruhi manusia, yaitu:

- 1) Harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan yang luas. Kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat
- 2) Harus menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang mereka
- 3) Meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau kelihatan sebagai bukti.

b. *Dispositio* (penyusunan)

Pada tahap ini, pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan. Pesan harus dibagi kedalam beberapa bagian yang berkaitan secara logis. Susunan mengikuti kebiasaan berpikir manusia: pengantar, pernyataan, argumen dan epilog. Pengantar berfungsi menarik perhatian, menumbuhkan kredibilitas dan menjelaskan tujuan.

c. *Elocutio* (gaya)

Pada tahap ini, pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk “mengemas” pesannya. Aristoteles memberikan nasihat, “gunakan bahasa yang tepat, benar dan dapat diterima. Pilih kata-kata yang jelas dan langsung sampaikan kalimat yang indah, mulia dan hidup. Sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak dan pembicara.”

d. *Pronuntiatio* (penyampaian)

Pada tahap ini, pembicara menyampaikan pesannya secara lisan. Disini, akting yang sangat berperan. Demosthenes menyebutnya *hypocrisis* (boleh jadi dari sini muncul hipokrit). Pembicara harus memperhatikan suara dan gerakan-gerakan, anggota badan.

Retorika mempunyai 4 unsur, diantaranya:

a. Subjek

Subjek adalah orang yang menyampaikan suatu pidato/ceramah yang harus mempunyai kemahiran dalam kelancaran berbicara serta penampilannya.

b. Objek

Objek adalah pihak yang menerima audiens yang berusaha mengetahui apakah tujuan dan keadaan ideal seseorang kehidupannya. Dimana kondisinya mempunyai pikiran, kemauan, latar belakang, serta sikap dan pandangan yang berbeda satu sama lain. Menurut jenisnya, objek terdiri dari perorangan, lembaga, orang banyak atau massa. Ada beberapa sifat-sifat audiens yaitu sifat homogen, heterogen, intern terbuka, intern terbatas, dan religious.

c. Materi

Materi adalah pernyataan apa yang disampaikan atau diekspresikan seorang pembicara yang merupakan hasil dari idea, mandat gagasan atau keluhan yang diwujudkan dalam simbol suara.

d. Metode

Metode adalah pelaksanaan suatu pidato atau dakwah.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai rujukan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa penelitian terdahulu. Hal ini dimasukkan supaya penelitian ini lebih jelas arahnya. Penelitian terdahulu berkaitan dengan dakwah, media sosial, dan youtube. Dengan mencoba mengadakan penelusuran diberbagai kepustakaan, penelitiann yang terkait dengan judul penelitian, yaitu:

Misbakhul Khoiri (2014), peneliti ini mengambil judul tentang Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook K.H Abdullah Gymnasiar (Studi Teori Efektifitas oleh Stewart. L Tubbs dan Silvia Moss), yang berisi tentang dakwah yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan melalui status dakwah di halaman *facebook*. Persamaan penelitian saya dengan penelitian tersebut ialah sama-sama melakukan dakwah melalui media sosial. Sedangkan perbedaannya ialah penelitian saya melalui media sosial *youtube* dan penelitian tersebut melalui media sosial *facebook*.

Siti Muthi'ah (2010), peneliti ini mengambil judul tentang Analisis Isi Pesan Dakwah Film Perempuan Berkalung Sorban. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu sama-sama media dakwah dalam bentuk audio dan visual, perbedaannya terdapat pada obyek analisa, penelitian saya menganalisa sebuah video kajian dakwah yang dilakukan oleh KH. Anwar Zaid sedangkan penelitian tersebut menganalisa sebuah film.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.³⁰ Manusia sebagai makhluk yang sangat sempurna dibanding dengan makhluk lainnya, menyadari bahwa setiap bentuk penciptaan didunia ini pasti mempunyai arti, manfaat,kegunaan dan tujuan tertentu.

Dakwah adalah suatu proses mengajak dan membujuk seseorang untuk melakukan kebaikan dan menjahui keburukan. Dakwah islam sudah dilaksanakan mulai jaman Rasulullah dan sampai saat inipun sudah menjadi kewajiban umat muslim untuk menyampaikan kepada ajaran agama islam kepada orang-orang disekitarnya, dan pada tingkat lanjutan dakwah disampingkan kepada seluruh umat muslim. Pesan dakwah menjadi unsur terpenting dalam proses dakwah dan digabungkan dengan metode yang sesuai kemampuan mad'u, maka tinggi kemungkinannya dakwah itu akan berhasil dan mengena dihati mad'u.

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekata Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013) hal.7

Seperti halnya KH. Anwar Zahid, beliau berdakwah menyampaikan materi ceramah sesuai dengan kebutuhan mad'unya. Dikemas dengan penyampaian yang lugas, tegas sehingga mudah dipahami dan mudah dicerna oleh mad'unya.

Dengan demikian interaksi antara KH. Anwar Zahid dengan mitra dakwahnya menciptakan hubungan yang kuat sehingga beliau dengan mudah mampu meluluhkan hati para mitra dakwahnya. Ceramah KH. Anwar Zahid ini direkam oleh panitia penyelenggara acara dan direkam juga sebagian dari mad'u yang menghadiri dakwah beliau. Kemudian hasil rekaman tersebut di unggah ke Youtube, pada akhirnya dapat dinikmati dan ditonton oleh masyarakat dimedia sosial.

Setelah melihat teori dari beberapa ahli mengenai dakwah, strategi dakwah, metode dakwah serta kekurtangan dan kelebihan suatu pesan dakwah. Bahwa dakwah yang dilakukan oleh KH. Anwar Zaid dalam video di youtube menerapkan metode bil *wajadilhum billati hiya ahsan*. Dengan Analisa Semitika Ferdinand de Saussure sebagai penanda dan petanda, dengan gaya Retorika yang baik dan mudah untuk dipahami para audien. Tingkat keefektifitas yang diperoleh dari video tersebut dari segi kualitatif yakni ditinjau dari analisis dakwah KH. Anwar Zaid dalam video tersebut.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir Penelitian

