EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE DIKALANGAN REMAJA
(Studi Pada Gg. Hj. Hayati IV Sukarame Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

ROMI MARDIANSYAH
Npm : 1541010107
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H / 2020 M

EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE DIKALANGAN REMAJA
(Studi Pada Gg. Hj. Hayati Sukarame Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

ROMI MARDIANSYAH
Npm : 1541010107

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dra. Hj. Siti Binti AZ, M.Si
Pembimbing II : Dr. Abdul Syukur, M. Ag

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H / 2019 M

ABSTRAK

Gerakan dakwah melalui media sosial *youtube* melahirkan suatu inovasi baru bagi perkembangan teknologi yang semakin modern. Pengalaman dakwah melaui media sosial itu dapat dikaji secara teoritis sehingga menghasilkan teori-teori dakwah yang akan dikaji dalam ilmu dakwah. Melaui media sosial penyampaian dakwah dapat mengikuti persaingan teknologi dan ikut andil bagaimana menggunakan teknologi kedalam dunia Islam agar tidak larut dalam perkembangan yang negative. Sehingga pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial *youtube* dapat tersampaikan dengan efektif. Kemudian yang menjadi perumusan masalah adalah: yang pertama yaitu Bagaimana efektivitas pesan dakwah ustadz Hanan Attaki melalui media sosial *youtube* di kalangan remaja ? lalu yang kedua, Adakah kendala berdakwah ustadz Hanan Attaki melaui media sosial *youtube* dikalangan remaja ?

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field riserch*) yang memiliki sifat deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini dengan cara wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada remaja yang berada di sekitaran Gg. Hj. Hayati Sukarame Bandar Lampung dalam proses wawancara metode dokumentasi berupa dokumen-dokumen seperti foto pada saat proses wawancara.

Hasil penelitian, bahwa dakwah yang disampaikan ustadz Hanan Atttaki melalui media sosial *youtube* dikalangan remaja dapat tersampaikan dengan baik dan sangat efektif. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya responden, yaitu ada 10 responden yang telah menonton, lalu menerapkan pesan dakwah yang beliau sampaikan pada video dakwah yang ada di *channel youtubenya* pada kehidupan sehari-hari. Kendala atau hambatan yang mereka semua hanyalah seputar jaringan dan koneksi yang buruk. Selain itu mereka juga tidak bisa bertanya secara langsung kepada ustadz Hanan Attaki ketika ada masalah, dan masalah tersebut dapat segera terselesaikan dengan tuntas (ada solusi yang baik).

Kata Kunci : Efektivitas, Hanan Attaki, Media Sosial, Remaja, Pesan Dakwah, Youtube.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Romi Mardiansyah

Npm : 1541010107

Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "EFEKTIVITAS DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE DIKALANGAN REMAJA (Studi Pada Gg. Hj. Hayati Sukarame Bandar Lampung). Adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

Bandar Lampung, Januari 2020

Romi Mardiansyah
1541010107

MOTTO

وَلۡتَكُن مِّنكُمۡ أُمَّةٞ يَدۡعُونَ إِلَى ٱلۡخَيۡرِ وَيَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِۚ

وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡمُفۡلِحُونَ ١٠٤

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar[217]; merekalah orang-orang yang beruntung”

(QS Al Imran : 104)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda cinta, kasih sayang dan hormat yang tak terhingga kepada:

1. Orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang yang tak terhingga dan tidak pernah bosan mendidik anak-anaknya menjadi lebih baik yaitu Bapak Eli Sabturi dan Ibu Dwi Riana.
2. Adik-adikku tersayang Reza Novian Dwi Prasetya, Rizky Tri Aditya Maulana, Ridho Meidisa Permana, dan Rafi Aprian Fadila yang selalu memberikan supportnya agar skripsi ini dapat terselesaikan.

RIWAYAT HIDUP

Romi Mardiansyah lahir pada tanggal 1 Maret 1995 di Bandar Lampung. Anak pertama dari lima bersaudara bersaudara, merupakan buah cinta dari pasangan Bapak Eli Sabturi dan Ibu Dwi Riana. Adapun riwayat pendidikan adalah sebagai berikut:

1. TK Al-Hikmah Sukarame Bandar Lampung, lulus Tahun 2001
2. SD N 1 Way Dadi Sukarame Bandar Lampung lulus Tahun 2007.
3. SMP N 31 Bandar Lampung, lulus Tahun 2010.
4. SMA Nusantara Bandar Lampung, lulus Tahun 2014.
5. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung program Strata Satu (S1) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi mulai Tahun 2015.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur alhamdulillah yang tidak terkira dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunianya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk dalam berjuang menempuh ilmu. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW. Nabi yang menginspirasi bagaimana menjadi pemuda tangguh, pantang mengeluh, mandiri dengan kehormatan diri, yang cita-citanya melangit namun karya nyatanya membumi.

Skripsi ini berjudul "EFEKTIVITAS DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE DIKALANGAN REMAJA (Studi Pada Gg. Hj. Hayati Sukarame Bandar Lampung) ". Selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dorongan, uluran tangan, dari berbagai pihak. Untuk itu sepantasnya diucapkan terimakasih yang tulus dan doa, mudah-mudahan bantuan yang diberikan tersebut mendapat imbalan dari Allah SWT yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Ucapan terimakasih diberikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. M. Apun Syaripudin, S. Ag., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Bunda Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.I selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

3. Bapak Dr. Abdul Syukur, M. Ag selaku dosen pembimbing II dan ibu Dra. Hj. Siti Binti AZ, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan demi selesainya penulisan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Tenaga Kependidikan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Nurul Putri Ibrahim dan Kawan-kawan SWAG sukarame yang selalu menyemangati penulis selama proses pengerjaan skripsi.
6. Teman-teman kkn Sestika Sari, Robby Dian Pratama, Vina Yusepa Diana, M. Aprizal Husni yang selalu memberikan supportnya selama mengerjakan skripsi.
7. Kepada Masyarakat sukarame khususnya remaja yang berada di gg. Hj. Hayati yang telah membantu dalam memberikan informasi data dalam penelitian ini.
8. Teman-teman jurusan komunikasi penyiaran islam angkatan 2015 dan siapapun yang telah memberikan doa, dorongan, dan bantuan.

Penulis sadar bahwasanya skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan terbatasnya ilmu dan teori penelitian yang dikuasai. Oleh karena itu diharapkan masukan dan kritik yang membangun untuk skripsi ini.

Akhirnya dengan iringan doa dipanjatkan kehadirat Allah SWT, semoga segala bantuan dan amal baik bapak-bapak dan ibu-ibu serta teman-teman sekalian akan mendapatkan balasan amal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang menulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, Januari 2020

Romi Mardiansyah

DAFTAR ISI

HAMALAN JUDUL ..... **i**
ABSTRAK ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
RIWAYAT HIDUP ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN
A. Penegasan Judul 1
B. Alasan Memilih Judul 3
C. Latar Belakang Masalah 4
D. Fokus Penelitian 13
E. Rumusan Masalah 13
F. Tujuan Penelitian 14
G. Signifikansi Penelitian 14
H. Tinjauan Pustaka 14
I. Metode Penelitian 15

BAB II EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*
A. Efektivitas 23
B. Pesan Dakwah 23
1. Pengertian Pesan Dakwah 23
2. Sumber Pesan Dakwah 31
3. Pengelompokan Pesan Dakwah 32
4. Karakteristik Pesan Dakwah 35
C. Media Sosial 40

1. Definisi Media Sosial 40
2. Karakteristik Media Sosial 41
3. Manfaat Media Sosial 44
D. Remaja 46
1. Tahap perkembangan remaja 46
2. Ciri-ciri remaja 47
E. *Youtube* 48
1. Pengertian *Youtube* 48
2. Kelebihan dan Kekurangan *Youtube* 50
3. Pengaruh Positif dan Negative *Youtube* 52
4. *Youtube* Dikalangan Remaja 54

BAB III PROFIL USTADZ HANAN ATTAKI DAN PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*

A. Profil Ustadz Hanan Attaki 56
1. Biografi Ustadz Hanan Attaki 56
2. Pemikiran Ustadz Hanan Attaki 57
B. Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial *Youtube* 59
1. Sejarah *Channel Youtube* Ustadz Hanan Attaki 59
2. Judul Materi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial *Youtube* 63
3. Efektifitas Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial *Youtube* 65
4. Kendala Berdakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial *Youtube* 68

BAB IV DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE* DI KALANGAN REMAJA

A. Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial *Youtube* Dikalangan Remaja 70
B. Kendala Berdakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui *Youtube* Dikalangan Remaja 74

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 76

B. Saran 77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I
PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memudahkan dan menghindari kesalahan pahaman dalam memahami kalimat judul skripsi ini, maka terlebih dahulu akan di jelaskan pengertian judul "EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE DIKALANGAN REMAJA (Studi Pada Gg. Hj. Hayati Sukarame Bandar Lampung)"

Efektivitas adalah tercapainya tujuan secara tepat atau memilih tujuan – tujuan yang tepat dari serangkaian alternatif atau pilihan cara dan menentukan pilihan dari beberapa pilihan lain nya. Efektivitas bisa juga di artikan sebagai alat pengukur keberhasilan dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah di tentukan.[1]

Pesan dakwah adalah isi dari aktivitas dakwah yang disampaikan oleh seorang *Da'i* (*commucator*) kepada *Mad'u* (*communican*) dalam proses dakwah. Pesan dakwah juga menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata[2]. Adapun pesan-pesan dakwah tersebut adalah masalah ibadah, muamalah, dan syariah.

Ustadz Hanan Attaki adalah ustadz yang aktif menjadi narasumber keagamaan baik ta'lim, seminar, dan sebagainya. Beliau di kenal banyak generasi melenial karena gaya ceramah nya yang sering menggunakan bahasa kekinian.

---

[1] Online, tersedia di: http//antaraberita.blogspot.com/2013/09/pengertian-efektivitas-dan-efisensi.html?m=1/ (diakses pada tanggal 04 juli 2019)

[2] Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013) hal.140.

Beliau juga aktif di media sosial instagram maupun *youtube*, beliau juga *founder* Shift adalah media dakwah. Ada beberapa dakwah beliau yang banyak digemari masyarakat khususnya para remaja. Ustadz hanan attaki berdakwah di media sosial khususnya *youtube* dilakukan dengan cara *upload* video ceramah dengan kurun waktu satu minggu satu kali *upload*.[3]

Sosial media adalah medium di internet yang memungkinkan penggunaan merepresentasikan dirinya maupun berintraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan penggunaan lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.[4]

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang di buat oleh tiga mantan karyawan paypal pada februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.[5]

Remaja adalah suatu masa transisi dari masa anak ke masa dewasa, dimana masa remaja merupakan periode terjadinya pertumbuhan dan perkembangan yang pesat baik secara fisik, psikologis maupun intelektual. Menurut peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-25 tahun dan belum menikah.[6]

---

[3]Online, tersedia di : http//id.m.wikipedia.org/wiki/youtube (diakses pada 18 januari 2020)
[4] Rulli Nasrullah,*Media Sosial(*Bandung:PT Remaja Rorsdakarya,2017), hal.11
[5] Online, tersedia di: http//id.m.wikipedia.org/wiki/youtube(di akses pada 08 juli 2019)
[6] Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta : Kencana, 2011), hal. 219

Remaja dalam penelitian ini adalah remaja yang berada di gang H. Hayati IV Sukarame Bandar Lampung.

Dari penjelasan demi penjelasan diatas maka yang dimaksud dengan judul penelitian ini adalah: sebagai alat pengukur keberhasilan dalam isi pesan dakwah berupa ibadah, muamalah, syariah yang di sampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki untuk generasi melenial, Gaya dan bahasa kekinian melalui youtube dan sangat disukai para remaja yang berada di gang. Hj. Hayati IV, Sukarame Bandar Lampung.

B. Alasan Memilih Judul

Kemudian dari penjelasan demi penjelasan tersebut maka yang menjadi kesimpulan nya adalah:

1. Media sosial menyediakan berbagai informasi yang bisa di manfaatkan untuk kepentingan banyak hal, termasuk kepentingan untuk berdakwah. Salah satunya media sosial youtube yang memudahkan para da'i untuk berdakwah
2. Banyak sekali *da'i* yang sudah menggunakan media sosial *youtube* sebagai sarana penyampaian dakwahnya kepada *mad'u* sedangkan tingakat ke efektivitasan dakwah melalui media sosial *youtube* itu sendiri belum diketahui oleh karena itu perlu dilakukan penelitian.

3. Judul ini memiliki rele vensi di jurusan penulis yaitu komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sehingga permasalahan yang dapat di analisis secara ilmiah dengan pendekatan secara teoritis.

C. Latar Belakang Masalah

Era teknologi informasi, berbagai bentuk media informasi mampu mempermudah manusia dalam melakukan interaksi sosial terhadap lingkungannya. Melalui media informasi berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan suatu pemberitaan kepada khalayak ramai, sangat mudah dikomunikasikan secara massal, disamping itu manusia juga tidak dapat dipisahkan dengan teknologi.[7] Salah satu media informasi yang memberikan peran penting dalam penyebaran informasi atas suatu pemberitaan adalah media sosial *youtube*.

Tahun 2010 *youtube* pertama kalinya berpengaruh dalam arus utama dengan jurnalistik teater dan sinema yang berkantor di LA (*Variety*).[8] Sebagai salah satu media yang memiliki andil besar terhadap industri hiburan, mulanya *Variety* memiliki sifat restriktif terhadap digital konten. Akan tetapi akhirnya *Variety* mulai membahas *channel Youtube* dan mensponsori acara namun hanya memasukan konten atau pengguna yang berdomisili di A.S, seperti Anna Akana, Ray William Johnson.

---

[7] Rustono Farady Marta, Denise Monica William, '*Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo*', 8.1 (2017), hal. 67-68

[8] Fitria Ayuningtyas, Ahmad Zakki Abdullah, '*Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online*', 9.2 (2017), hal. 137

Akan tetapi pada tahun 2015 akhirnya *Variety* mulai meluaskan bahasan *Youtube* secara global. Felix Arvid Ulf Kjellberg atau lebih dikenal dengan "pewdipie", pengguna *Youtube* asal Swedia diakui sebagai orang yang sangat berpengaruh di dunia hiburan oleh *Variety*. Melalui sistem *monetizing* dengan *Adsense*, *Youtube* adalah media penyiaran alternatif yang menyajikan konten visual. *Monetizing* media ini pun mulai digunakan oleh para pengguna *Youtube* di Indonesia.[9]

Islam adalah agama dakwah yang menegaskan umatnya untuk menyebar dan menyiarkan Islam pada umat manusia untuk meraih kesejahteraan hidup. Adapun tujuan program dakwah dan penerangan agama, tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengalaman ajaran agama yang dibawa oleh para da'i atau penerang agama.[10]

Dakwah dapat dikatakan suatu strategi penyampaian nilai-nilai ajaran Islam pada umat manusia demi terwujudnya tata kehidupan yang imani dan realitas hidup yang Islami. Dakwah juga dikatakan sebagai agen yang mengubah manusia ke arah kehidupan yang lebih baik bila diterapkan sesuai kondisi mad'unya. Meski memiliki tujuan yang besar namun dakwah tidak menghalalkan segala cara demi mencapai tujuannya. Dakwah akan lebih baik jika disampaikan dengan jujur, terbuka, dan bebas.

---

[9] Z Hidayat, '*Asian Youth Cultural Expression, Creativity, and Innovation on Youtube'*, 14.1 (2017), hal. 5-6

[10] H. Muh. Arifin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hal.43

Jujur dalam dakwah sama dengan *Al-Ballagh* pada Al-Qur'an , adalah menyampaikan dengan transparan tanpa kebohongan dan manipulasi . kemudian terbuka dalam dakwah, berarti rendah hati atau tawadlu yaitu mengakui keterbatasan, menerima kritik dan menerima perbaikan dari luar.[11] Kehadiran media sosial *youtube* memberikan kemudahan untuk mahasiswa Komukasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Lampung dalam menambahkan ilmu dakwah karna mahasiswa dapat dengan mudah mengakses dakwah Ustad Hanan Attaki ,tidak perlu jauh- jauh keluar kota hanya melalui media sosial youtube, mahasiswa sudah dapat mendengarkan dakwah Ustad Hanan Attaki.

Dari Abdullah bin Amr *radhiyallahu ta'ala 'anhu*, bahwa Nabi *shallallaahu 'alaihi wa sallam* bersabda

بَلِّغُوا عَنِّى وَلَوْ آيَةً

Artinya: "Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat"[12]

Seputar perawi hadits : *Hadits ini diriwayatkan oleh shahabat Abdullah bin 'Amr bin Al Ash bin Wa'il bin Hasyim bin Su'aid bin Sa'ad bin Sahm As Sahmiy. Nama kunyah beliau Abu Muhammad, atau Abu Abdirrahman menurut pendapat lain. Beliau adalah salah satu diantara Al 'Abaadilah (para shahabat yang bernama Abdullah, seperti 'Abdullah Ibn Umar, 'Abdullah ibn Abbas, dan sebagainya –pent) yang pertama kali memeluk Islam, dan seorang di antara fuqaha' dari kalangan shahabat. Beliau meninggal pada bulan Dzulhijjah pada peperangan Al Harrah, atau menurut pendapat yang lebih kuat, beliau meninggal di Tha'if.*

---

[11] Ismail, Ilyas dan Hotman, Prio. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dalam Peradaban Islam*. Jakarta : Kencana 2011. hal 156-158.

[12] HR. Bukhari.

Poin kandungan Hadits diatas adalah sebagai berikut:

Pertama adalah Nabi *shallallaahu 'alaihi wa sallam* memerintahkan untuk menyampaikan perkara agama dari beliau, karena Allah *subhanahu wa ta'ala* telah menjadikan agama ini sebagai satu-satunya agama bagi manusia dan jin (yang artinya), "*Pada hari ini telah kusempurnakan bagimu agamamu dan telah kusempurnakan bagimu nikmat-Ku dan telah aku ridhai Islam sebagai agama bagimu*" (QS. Al Maidah : 3). Tentang sabda beliau, "*Sampaikan dariku walau hanya satu ayat*", Al Ma'afi An Nahrawani mengatakan, "Hal ini agar setiap orang yang mendengar suatu perkara dari Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersegera untuk menyampaikannya, meskipun hanya sedikit. Tujuannya agar nukilan dari Nabi *shallallaahu 'alaihi wa sallam* dapat segera tersambung dan tersampaikan seluruhnya." Hal ini sebagaimana sabda beliau *shallallaahu 'alaihi wa sallam*, "*Hendaklah yang hadir menyampaikan pada yang tidak hadir*". Bentuk perintah dalam hadits ini menunjukkan hukum *fardhu kifayah*.

Kedua adalah *Tabligh*, atau menyampaikan ilmu dari Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* terbagi dalam dua bentuk :

1. Menyampaikan dalil dari Al Qur'an atau sebagiannya dan dari As Sunnah, baik sunnah yang berupa perkataan (*qauliyah*), perbuatan (*amaliyah*), maupun persetujuan (*taqririyah*), dan segala hal yang terkait dengan sifat dan akhlak mulia Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam*. Cara penyampaian

seperti ini membutuhkan hafalan yang bagus dan mantap. Juga cara dakwah seperti ini haruslah disampaikan dari orang yang jelas Islamnya, baligh (dewasa) dan memiliki sikap '*adalah* (sholeh, tidak sering melakukan dosa besar, menjauhi dosa kecil dan menjauhi hal-hal yang mengurangi harga diri/ muru'ah, ed).

2. Menyampaikan secara makna dan pemahaman terhadap nash-nash yang ada. Orang yang menyampaikan ilmu seperti ini butuh capabilitas dan legalitas tersendiri yang diperoleh dari banyak menggali ilmu dan bisa pula dengan mendapatkan persaksian atau izin dari para ulama. Hal ini dikarenakan memahami nash-nash membutuhkan ilmu-ilmu lainnya, di antaranya bahasa, ilmu *nahwu* (tata bahasa Arab), ilmu-ilmu *ushul*, *musthalah*, dan membutuhkan penelaahan terhadap perkataan-perkataan ahli ilmu, mengetahui *ikhtilaf* (perbedaan) maupun kesepakatan yang terjadi di kalangan mereka, hingga ia mengetahui mana pendapat yang paling mendekati dalil dalam suatu masalah *khilafiyah*. Dengan bekal-bekal ilmu tersebut akhirnya ia tidak terjerumus menganut pendapat yang 'nyleneh'.

Ketiga Sebagian orang yang mengaku sebagai *da'i*, pemberi wejangan, dan pengisi *ta'lim,* padahal nyatanya ia tidak memiliki pemahaman (ilmu mumpuni) dalam agama, berdalil dengan hadits "*Sampaikan dariku walau hanya satu ayat*". Mereka beranggapan bahwasanya tidak dibutuhkan ilmu yang banyak untuk berdakwah (asalkan hafal ayat atau hadits, boleh menyampaikan semau

pemahamannya, ed). Bahkan mereka berkata bahwasanya barangsiapa yang memiliki satu ayat maka ia telah disebut sebagai pendakwah, dengan dalil hadits Nabi *shallallaahu 'alaihi wa sallam* tersebut. Menurut mereka, tentu yang memiliki hafalan lebih banyak dari satu ayat atau satu hadits lebih layak jadi pendakwah. [13]

Pada teori komunikasi agar bergantung pada pesan dan isi pikiran maka harus di sampaikan secara efektif dakwah kurang memberikan manfaat jika tidak ada perubahan pada objek dakwah. untuk mengetahui ada nya perubahan maka di perlukan indikator untuk mengukur keberhasilan dakwah. Indikator bersifat *kuantitatif* dan *kualitatif* pada *kuantitatif* yang pertama jumlah pemeluk Islam harus bertambah pada lokal , nasional maupun internasional. Kedua organisasi pergerakan dan peranta social pada masyarakat jumlah nya harus bertambah. Ketiga partisipasi masyarakat dalam menunjang keberhasilan dakwah harus bertambah. Adapun secara *kualitatif* , perubahan pada individu harus di amati dalam indikator dalam keberhasilan dakwah . Ukuran keberhasilan dakwah dalam individu bukan hanya di lihat dari penampilan fisik, tetapi di amati berdasarkan komprehensif pada kehidupan bermasyarakat dan bernegara.[14]

---

[13] Ta'liqat 'ala Arba'ina Haditsan fi Manhajis Salaf

[14] Basit, Abdul. Filsafat Dakwah. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2013. hal.161-163.

Dunia maya, khususnya media sosial merupakan media terbesar pada masa ini. Hal ini karena setiap harinya telah banyak masyarakat yang menggunakannya. Oleh sebab itu, tidak heran jika dalam arus globalisasi informasi, dakwah bisa masuk di dalamnya. Salah satu fenomena yang menjadi tren saat ini adalah dakwah melalui *youtube*. Dakwah yang satu ini dipandang cukup efektif, mengingat bisa dilakukan di mana saja, kapan saja dan biayanya yang sesuai. Selain itu, pertumbuhan penggunaan *youtube* yang cukup meningkat, khusus nya dikalangan para remaja menjadi salah satu media pembelajaran sekaligus sebagai dakwah antar sesama remaja.

Menurut pendapat naveed shanem, dakwah Islam adalah satu proses yang berterusan yang tidak pernah berhenti dari zaman Rasulullah Muhammad SAW. Kini, media sosial telah menjadi alat yang paling berkesan untuk menyampaikan pesan (dakwah) karena hampir setiap rumah kini mempunyai akses internet. Oleh karena itu, media seperti TV dan radio dilihat telah hilang popularitinya yang kini ramai orang lebih menghabiskan masa menggunakan internet sebagai sumber maklumat dan hiburan. Tambahan lagi, banyak laman web rangkaian sosial semakin banyak penggunanya.

Peningkatan dakwah Islam di laman media sosial sudah bermula sejak lama. Terdapat dua pandangan mengenai dakwah di media sosial. Kelompok yang pertama mengatakan bahwa ia tidak baik karena di internet, ada antara

mereka yang berdakwah kurang berpengetahuan tetapi kuat pengaruh dan ramai pengikutnya. Kelompok seperti ini dikhawatirkan menyampaikan ajaran Islam yang salah atau menyimpang dari syariat Islam.[15]

Kelompok yang kedua pula mengatakan bahwa dakwah pada media sosial adalah salah satu alat yang paling berkesan dan berguna karena dakwah melalui media sosial adalah cara yang termudah dan senang untuk disampaikan menerusi alam maya. Untuk menarik orang ramai ke arah Islam, ia akan menjadi lebih mudah dan dapat dilihat oleh orang yang terdiri daripada berbilang bangsa dan agama. Sejak lama web digunakan setiap hari, pengguna laman sosial tak kira orang Islam dan orang bukan Islam, kedua-duanya mendapatkan pesan harian dakwah yang akhirnya berguna untuk mereka. Dakwah juga memerlukan pengetahuan, keikhlasan dan semangat yang berterusan. Pengetahuan yang luas, keberanian dan semangat boleh menjadi pemicu oleh pendakwah internet untuk terus berdakwah. Niat baik mereka mestilah dihargai. Dakwah di media sosial bukan saja boleh dilakukan oleh ustadz dan ulama saja bahkan kita sebagai orang biasa juga wajib berdakwah. Kita boleh berdakwah dengan menyeru manusia mengingati Allah dan untuk berbuat kebaikan. Antara cara lain yang boleh dilakukan ialah dengan menyebar dan berkongsikan pesan dakwah yang sedia ada di media sosial.[16] Tetapi kita sebagai pendakwah biasa yang kurang ilmu agama perlulah berhati-hati dalam

[15]Abdul rauf ridzuan. Islamisasi media, (kuala lumpur, MEDINA, 2014), hal.5.
[16]*Ibid*., hal.5.

memilih dan menyebarkan pesan yang hendak disampaikan. Antara media sosial yang digemari saat ini untuk berdakwah adalah media sosial *youtube*.

Salah satu *Da'i* yang menggunakan media sosial *youtube* sebagai wadah untuk berdakwah ialah Ustad Hanan Attaki. Selain berdakwah dari satu tempat ke tempat lainnya beliau berdakwah melalui media sosial *youtube* selain itu beliau memiliki banyak karangan buku yang memiliki kajian bermanfaat dan penyampaiannya dalam berdakwah sangat digemari oleh banyak masyarakat. Ditinjau dari pentingnya dakwah dalam lingkungan bermasyarakat maka dakwah harus dikembangkan dengan cara yang lebih maju agar objek dakwah mampu menerima pemasukan yang telah dijelaskan dalam berdakwah. Ustadz Hanan Attaki memulai dakwah di media sosial khususnya *youtube* bertepatan pada tanggal 11 mei 2017. Beliau mulai berdakwah di *youtube* dikarenakan sasaran dakwah beliau adalah anak muda yang mengikuti perkembangan zaman di era milenial selain itu *youtube* merupakan media sosial yang banyak di gandrungi remaja pada umumnya hal tersebutlah yang menjadi acuan beliau mengambil *youtube* sebagai sarana dakwah nya.

Salah satu nya adalah remaja yang berada di gg. Hj hayati sukarame bandar lampung karena teknologi yang semakin canggih maka mereka dengan sangat mudah mendengar dakwah Ustad Hanan Attaki hanya dengan mengakses internet melalui sosial media *youtube*, namun apakah dakwah Ustad Hanan Attaki dapat tersampaikan dengan baik dan di pahami? Berdasarkan Uraian

tersebut maka peneliti berminat untuk meneliti mengenai dakwah Hanan Attaki tersebut yang didasari oleh media social. Dalam hal ini media social yang dipilih oleh peneliti adalah media social *youtube* dikarenakan *youtube* merupakan salah satu penyedia layanan video terbesar sehingga penyampaian dakwah pun akan terlaksana dengan baik dan mudah. Maka dari itu peneliti memilih judul penelitian mengenai Efektifitas Pesan Dakwah Ustad Hanan Attaki Melalui Media Sosial *Youtube* Dikalangan Remaja (Studi Pada Gg. Hj. Hayati Sukarame Bandar Lampung)

D. Fokus Penelitian

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan agar penelitian ini dilaksanakan secara fokus maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah tentang efektifitas pesan dakwah ustadz Hanan Attaki melalui media sosial *youtube* pada remaja sukarame bandar lampung. Secara rincinya yaitu untuk konten *youtube* yang dipublish pada *channel youtube* beliau. Untuk remaja yang akan diteliti adalah yang berumur kisaran 20-22 tahun yang berada di Gg. Hj Hayati Sukarame Bandar Lampung.

Kemudian yang menjadi permasalahan dalam penelitian adalah

E. Rumusan Masalah

1. Bagaimana efektivitas pesan dakwah ustadz Hanan Attaki melalui media sosial *youtube* di kalangan remaja ?

2. Adakah kendala para remaja ketika menonton dakwah Ustadz Hanan Attaki melaui media sosial *youtube* ?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui efektifitas dakwah ustadz Hanan Attaki melalui media sosial *youtube* dikalangan remaja
2. Untuk mengetahui kendala apa saja dalam dakwah ustadz Hanan Attaki melalui media sosial *youtube* dikalangan remaja

G. Signifikansi Penelitian

Adapun manfaat skripsi ini adalah :

1. Untuk memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan efektivitas dalam berdakwah.
2. Sebagai pelaksana tugas akademik, yaitu untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

H. Tinjauan Pustaka

Sebelum mengadakan penelitian ini terlebih dahulu di lakukan tinjauan pustaka untuk mengetahui apakah penelitian di bidang yang sama sudah di lakukan penelitian atau belum sekaligus untuk menghindari penjiplakan dalam penelitian ini.

Setelah penulisan melakukan tinjauan pustaka, penulis menemukan dua skripsi dengan judul :

1. Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik). Yang di teliti oleh Bella Nadyantama Mulia (211014011) Mahasiswa Fakultas Ushuludin,Adab Dan Dakwah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Islam Agama Negri Ponorogo.Persamaan terdapat pada teori dakwah melalui Media Sosial. Perbedaannya terdapat pada objeknya, penelitian di atas mengambil Dakwah melalu media sosial instagram@Fuadbakh sedangkan penelitian penulis pada media sosial youtube Ustad HananHattaki.
2. Fungsi Media Online Dan Manfaatnya Bagi Pengembangan Pesan Dakwah Kepada Publik(Studi Media Online Di Lampung). Yang di teliti oleh Riski Purwo Darminto(1341010094) Mahsiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam, Jurusan Kpi,UIN Raden Intan Lampung ,Persamaan sama-sama memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah.

I. Metode penelitian

Suatu penelitian bertujuan untuk memahami permasalahan sehingga dapat kembangkan kebenerannya, makan diperlukan metode dalam penelitian tersebut. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang di harapkan.

1. **Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian**

   a. **Jenis Penelitian**

   Metode penelitian dari jenis tempat penelitian dilaksanakan maka penelitian ini di golongkan pada penelitian pustaka (library research). Penelitian kepustakaan adalah sebuah penelitian yang di lakukan dengan mengumpulkan data/informasi dari berbagai kepustakaan baik yang terdapat di perpustakaan atau tempat lain seperti buku-buku, majalah, bahan dokumentasi, surat kabar, internet, dan sebagainya.[17]

   b. **Sifat Penelitian**

   Penelitian ini bersifat kualitatif yaitu penelitian yang di maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misal nya persepsi, motivasi, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara dekskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[18]

2. **Populasi dan Sampel**

   a. **Populasi**

   Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

---

[17] Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial,* (Yogyakarta:Ekonisia, 2005) hal. 14

[18] Lexi J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya,2009), hal. *6*

peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya.[19] Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang tinggal di Gg. Hj Hayati Sukarame Bandar Lampung yang berjumlah 23 orang, dengan rentang waktu usia remaja yang dibedakan atas tiga, yaitu 12-15 tahun (masa remaja awal) berjumlah 7 orang, 15-18 tahun (masa remaja pertengahan) 6 orang, dan 18-21 tahun (masa remaja akhir) 10 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak di teliti. Metode yang digunakan dalam mengambil sampel penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriterianya sebagai berikut:

1) Remaja yang aktif menggunakan *smartphone*
2) Remaja yang berusia 18-21 tahun.
3) Remaja yang aktif meggunakan media sosial *youtube*

Dalam penentuan menggunakan *purposive sampling* maka ditetapkan oleh peneliti beberapa yang diambil menjadi sampel yaitu 10 orang remaja yang tinggal di Gg. Hj Hayati Sukarame Bandar Lampung.

[19]Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Buana Press, 2015), hal.80.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dimaksudkan di sini adalah subjek dari mana data peroleh.[20] Kemudian dalam penelitian ini penulis membagi nya menjadi dua yaitu:

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan sumber-sumber data pertama dan merupakan sumber asli baik berupa dokumen, karya atau tulisan tulisan atau peninggalan lainnya[21]

Penulis menggunakan 10 orang responden yang berada di Gg. Hj Hayati Sukarame Bandar Lampung dan akun *youtube* Hanan Attaki sebagai sumber data primer dalam penelitian ini.

b. Sumber Data Sekunder

Jenis data sekunder merupakan data tambahan atau pelengkapan yang sifatnya melengkapi data yang sudah ada, data yang mengutip sumber lain, sehingga tidak bersifat autentik karena sudah diperoleh dari tangan kedua.[22]

Penulis menggunakan artikel, buku buku, dan referensi yang berkaitan dan menunjang penulisan penelitian ini.

---

[20] Wirnarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah, (*Bandung: Taristo, 1999) hal.134

[21] *Ibid*, hal. 135

[22] Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial,(*Jogjakarta: Gadjah Mada Universiti Pers,1998) hal. 95

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu aktifitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat di tentukan oleh data. Penulis mencari data yang di butuhkan dengan menggunakan metode interview dan metode dokumentasi.

a. Metode *Interview* (wawancara)

Interview atau wawancara merupakan percakapan yang di arahkan pada masalah tertentu. Kegiatan ini merupakan proses tanya jawab secara lisan dari dua orang atau lebih salng berhadapan secara fisik (langsung). Oleh karena itu kualitas hasil wawancara di tentukan oleh pewawancara, responden, pertanyaan dan situasi wawancara.[23]

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis *interview* (wawancara) bebas terpimpin yaitu pewawancara secara bebas bertanya apa saja dan harus menggunakan acuan pertanyaan lengkap dan terperinci agar data-data yang di peroleh sesuai dengan harapan.

Wawancara ini digunakan untuk memperoleh data tentang pemanfaat aplikasi media sosial *youtube* sebagai media dakwah Official akun Hanan Attaki. Dan mengadakan wawancara dengan pemilik Official akun Hanan Attaki.

---

[23] Kartini Kartono, *Pengantar Metodelogi Riset Sosial*,(Bandung: Mandar Maju, 1990), hal. 32.

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengambilan data dokumen-dokumen[24]. Penulis melihat kembali dan mendokumentasikan konten-konten yang di posting oleh akun youtube ustadz Hanan Attaki dalam kurun waktu yang di tentukan untuk penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini adalah youtube, yang berarti data terdokumentasi maka teknik yang perlu di jalankan adalah teknik dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk mencapai data untuk mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan sebagai nya.

Metode dokumentasi ini sebagai langkah dalam penelitian dalam mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang di teliti yaitu dengan mendokumentasi konten-konten yang di muat dalam official akun *youtube* ustadz Hanan Attaki.

5. Metode Analisis isi (content analisys)

Analisa data pada penelitian ini bersifat *deskriptif-kualitatif* yaitu setelah datanya sesuai dengan aspek data yang terkumpul lalu di interpretasikan secara logis[25] Dengan begitu akan tergambar sejauh manakah alat komunikasi dalam pengembangan metode dakwah dengan melihat data

[24] Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), Cet ke-2, hal.69

[25] Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 23

data yang diperoleh melalui wawancara, setelah itu di analisis yang kemudian disusun dalama laporan penelitian

Analisis isi menurut Klaus Krippe Draft adalah suatu teknik penelitian untuk membuat infrensi dari data-data yang di olah dan di analisis sebagai jawaban terhadap masalah yang telah dikemukakan. Infrensi yang dapat ditiru dan sahih dengan memperhatikan konteks nya.[26]

Barelson mendefinisikan kajian ini sebagai teknik penelitian untuk keperluan mendekripsikan secara obejektif, sistematis dan kuantitatif tentang manifestasi komunikasi. Gubo dan Lincoln juga memberi definisi lain yaitu "teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan, dan dilakukan secara objektif dan sistematis. Dari segi penelitian kuantitatif nampak nya definisi ini lebih mendekati teknik yang di harapkan.[27]

Sedangakan metode deskriptif analis yaitu hendak mencatat dan menerangkan data tentang objek yang di pelajari sebagaimana adanya, harus (bekerja) dengan konsep-konsep yang jelas dengan bahasa pengertiannya.[28]

Metode ini digunakan untuk menguraikan, menginterprestasikan dan menganalisis data-data sehingga akan memperjelas kaitan antara suatu masalah dengan masalah dengan lebih jauh, sedangkan metode analisis isi

---

[26] Klaus Kripper Draft, *Analisis Pengantar Teori dan Metodelogi, (*Jakarta: Raja Grapindo Persada, 1993) hal. 15.

[27] Lexi J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal.163.

[28] Talizidudhu Ndaraha, *research* (Teori Metodelogi Administrasi) jilid 1, (Jakarta: Bina Aksara, 1985) hal. 106

penulis digunakan untuk membuat infrensi dari data-data yang telah diolah dan di analisa sebagai jawaban terhadapat masalah yang dikemukakan. Untuk membantu penulis menggunkan cara berfikir deduktif yaitu berangkat dari hal yang umum untuk ditarik kesimpulan berisi fakta khusus juga induktif dari pengetahuan yang khusus ditarik kesimpulan yang bersifat umum.

BAB II
EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE DI KALANGAN REMAJA

A. Efektivitas

1. Pengertian Efektivitas

Menurut bahasa, efektivitas dari kata "*efektive"* yang berarti, ada efeknya, pengaruhnya, akibatnya, kesannya, manjur, mujarab, mempan.[1] Sedangkan menurut Onong Uchjana mengatakan bahwa efektivitas yaitu terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki sesuai dengan harapan komunikator.[2] Menurut John M. Echols dan Hasan Shadily dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia secara etimologi efektivitas dari kata efek yang artinya berhasil guna.[3]

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima[4]. Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.[5] Sementar Astrid mengatakan

---

[1] Wjs Poerwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PN Balai Pustaka, 1976), hal.226

[2] Onong Uchjana Effendi, *Televisi Siaran Dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1984), hal.77

[3] John M. Echols dan Hasan Syadily, *kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1990), hal.207.

[4]Hafied Cangara, Pengertian Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998) hal. 23

[5]Toto Tasmoro, Komunikasi Dakwah, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997) hal 9

bahwa pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.[6] Sebuah pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, tapi harus diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasI[7].

Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yaitu *Da'aa, Yad,U, Du'aah/Da'watan*. Jadi kata *du'aa* atau dakwah adalah isim mashdar dari du'aa yang keduanya mempunyai arti yang sama yaitu ajakan atau panggilan[8]. Arti yang ada tersebut bersumber dari kata-kata dakwah yang ada di dalam Al-Quran, bahkan Al-Quran menggunakan kata dakwah masih bersifat umum yang artinya, dakwah bisa berarti mengajak kepada kebaikan

Banyak para ahli yang mengemukakan pendapat mengenai pengertian dakwah. Menurut Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah mendorong(memotivasi) manusia untuk melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah berbuat ma"ruf dan mencegah dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan diakhirat. Dan menurut M. Abu Al-Fath Al- Bayanuni, dakwah adalah

[6]Susanto Astrid, Komunikasi Dalam Teori Dan Praktik, (Bandung: Bina Cipta, 1997) hal 7
[7]A.W. Widjaja, Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat, (Jakarta: Bina Aksara 1986) hal 14

5

[8]Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011)

menyampaikan dan mengajarkan Islam kepada manusia serta menerapkannya dalam kehidupan manusia[9]

Dalam Ilmu Komunkasi pesan dakwah adalah *massage*, yaitu simbol simbol. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah di sebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah ini lebih tepat di banding dengan istilah "materi dakwah" yang di terjemahkan dalam bahasa Arab menjadi maaddah *al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalah pahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, "isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan prilaku mitra dakwah." Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang di tulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang di ucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.[10]

Pengertian dakwah memiliki beberapa istilah yang memiliki makna yang sama yang terdapat di dalam Al-Quran. Diantaranya sebagai berikut[11]:

a. Tabligh

   Tabligh adalah menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain. Tabligh lebih bersifat pengenalan dasar tentang Islam yang pelakunya di sebut mubaligh.

---

[9] Abdul Basit, Filsatat Dakwah,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal 44
[10] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana 2004) hal. 318-319
[11] Prof Dr Moh. Ali Aziz M.Ag, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana,2004) hal 20-37

b. Nasihat

Nasihat adalah menyampaikan suatu ucapan kepada orang lain untuk memperbaiki kekurangan atau kekeliruan tingkah laku. Dalam konteks dakwah, nasihat bersifat personal, pribadi, dan empat mata. Nasihat adalah konseling yang memecahkan dan mengatasi keagamaan seseorang.

c. *Tabsyir* dan *Tandzir*

Tabsyir adalah memberikan uraian keagamaan kepada orang lain yang isinya berupa berita-berita yang mengembirakan. *Tandzir* adalah menyampaikan uraian-uraian keagamaan kepada orang lain yang isinya berupa peringatan atau ancaman bagi orang-orang yang melangar syariat Allah SWT.

d. *Khotbah*

Khotbah adalah pidato yang disampaikan untuk menunjukkan kepada pendengar mengenai pentingnya suatu pembahasan. Pidato diistilahkan dengan *khithabah* yang di dalam bahasa indonesia di tulis dengan kata *khutbah*. Biasanya *khutbah* di ucapkan secara lisan pada upacara-upacara agama yaitu *khotbah jumat, khotbah hari raya, khotbah nikah*, dll.

e. *Washiyah*

Washiyah adalah pesan atau perintah tentang sesuatu. Dalam konteks dakwah, *washiyah* adalah pesan moral yang harus di jalankan oleh penerima wasiat.

f. *Tarbiyah* dan *Ta'lim*

Kedua istilah ini memiliki arti yang tak jauh berbeda dengan dakwah. Keduanya umumnya diartikan dengan pendidikan dan pengajaran. Proses pendidikan adalah proses perubahan sosial yang berangkat dari ide, gagasan, pendapat dan pemikiran. Kata *tarbiyah* dalam kamus dapat di artikan mengasuh, mendidik, memlihara, tumbuh, dll. *Ta'lim* adalah pengajaran tentang suatu ilmu. *Ta'lim* hanya memenuhi kebutuhan manusia.

g. Amar Ma'ruf Nahi Munkar

Amar Ma"ruf (memerintahkan kebaikan) dan *Nahi Munkar* (mencegah kemungkaran). *Ma'ruf* adalah sesuatu yang dikenal, dimengerti, dipahami,diterima, dan pantas. *Munkar* adalah sesuatu yang dibenci, ditolak, dan tidak pantas.

Dari beberapa definisi diatas, mempunyai tiga gagasan pokok berkenaan dengan hakikat dakwah islam yaitu, Pertama, dakwah merupakan proses kegiatan mengajak kepada jalan Allah. Aktifitas tersebut berbentuk seperti *Tabligh* (penyampaian), *taghyir* (perubahan), uswah (keteladanan). Kedua, dakwah merupakan proses persuasi(mempengaruhi). Ketiga, dakwah merupakan sebuah sistem yang utuh. Ketika seseorang berdakwah, paling tidak ada 3 hal penting yang tidak akan dipisahkan yaitu: *da'i*, *mad'u*, dan materi dakwah.

Keberhasilan dakwah tidak ditentukan oleh 1 orang saja melainakn *mad'u* dan materi sangat mendukung lancarnya berdakwah. Dengan begitu maka dapat dirumuskan bahwa dakwah merupakan proses mengajak dan memengaruhi orang menuju jalan-Nya yang dilakukan oleh umat Islam secara sistematik.[12]Jadi Pesan dakwah adalah Al-Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist sebagai sumber utama yang meliputi *aqidah, syariah, dan akhlak* dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya[13].

Ada tiga dimensi yang berkaitan dengan istilah pesan dakwah yaitu:

1) Pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Pada konteks ini, pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan (*The content of the messege*) adalah pikiran, dan Lambang (*Symbol*) adalah kata-kata atau bahasa. Tanpa bahasa, pikiran sebagai isi pesan tidak mungkin didakwahkan. Fungsi berfikir menyangkut pada dua aspek yang penting dalam diri manusia yaitu mengetahui dan memahami secara mendalam. Manusia banyak berpikir mengenai suatu realitas dengan dilandasi pengalaman sebagai rekaman dan pengindraan selama hidupnya. Manusia tidak akan puas dengan sekedar mengetahui tetapi juga ingin memahaminya secara mendalam.

---

[12] Wardi Bachtiar, Metedologi Penelitian Ilmu Dakwah, (Jakarta: Logos 1997), hal. 33
[13] *Ibid.*, hal. 34-35

2) Pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang. Makna merupakan proses aktif yang diciptakan dari hasil kerja sama antara sumber (pengirim pesan) dengan penerima pesan, pembicara dengan pendengar, atau penulis dengan pembaca. Pemahaman terhadap makna apa yang akan disampaikan dan bagaimana menyampaikan makna kepada orang lain akan membantu diri kita dalam memaksimalkan pengelolaan pesan yang verbal maupun non verbal. Makna tidak hanya bergantung pada pesan saja, melainkan juga pada interaksi antara pembicara dengan pendengar.
3) Penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh mad‟u atau objek dakwah. Semua pesan dakwah memiliki peluang terbuka untuk dimaknai dan dipahami secara berbeda oleh penerima yang berbeda. Biasanya ada kesepakatan bersama antara pengirim dan penerima yang memungkinkan akan terjadi proses dakwah itu sendiri. Banyak sekali faktor yang menyebabkan pesan dakwah tidak diterima oleh *mad'u* diantaranya karena faktor psikologis penerima pesan, situsi, dan kemampuan seorang *da'i*. Pada poin ini, pesan dakwah berkaitan dengan efektivitas dakwah

Berdasarkan penjelasan diatas pengertian pesan dakwah tidak bisa dipisahkan dari ketiga dimensi diatas. Pesan dakwah tidak mengandung dengan kata-kata saja tetapi mengandung sebuah makna

yang akan diterima *mad'u*. Didalam Al-Quran pun telah dijelaskan dengan jelas mengenai pesan dakwah yang terdapat dalam QS-An-Nahl ayat 125 yang berbunyi

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Sedangkan jika ditinjau dari terminology, banyak sekali penjelasan oleh para ahli tentang dakwah walaupun maksud yang dituju sama. Beberapa definisi dakwah menurut para ahli:

a. Muhammad Natsir

Dalam tulisannya berjudul " *fungsi Dakwah Islam Dalam Rangka Perjuangan",* dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluluruh umat konsepsi islam tentang pandangan dan tujuang hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang di perbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam

perikehidupan perseorangan, perikehidupan berumah tangga (usrah), perikehidupan bernegara.[14]

b. Prof . Dr. H. Aboebakar Atjeh

Dalam bukunya "*Beberapa Catatan Mengenai Dakwah Islam"* dakwah ialah; "Seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik.[15]

c. Toha Yahya Omar

Mendefinisikan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yag benar sesuai dengan perintah Allah, untuk keselamatan dan kebahagian mereka didunia dan akhirat[16]

2. Sumber Pesan Dakwah

Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadist) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur,an dan Hadist).[17]

a. Ayat-ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Qur'an. Selain itu, Al-Qur'an juga memuat keterangan di luar

---

[14] Achmad Mubarok, *Psikologi Dakwahi(* Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008), hal.3
[15] *Ibid*, hal. 4
[16] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi (*Jakarta: Kencana, 2004), hal. 13
[17] *Ibid*. hal.18

wahyu-wahyu yang terdahulu. Untuk melihat kandungan Al-Qur'an, kita bisa menelaah antara lain kandungan surat Al-Fatihah yang oleh para ulama dikatakan sebagai ringkasan Al-Qur'an. Dalam surat Al-Fatihah, terdapat tiga bahasan pokok yang sebenarnya menjadi pesan sentral dakwah, yaitu akidah (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6), dan muamalah (ayat 7). Ketiga hal itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran Islam.[18]

b. Hadist Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan nabi SAW yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisik dinamakan hadist. Untuk melihat kualitas kesahihan hadist, pendakwah tinggal mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadist. Tidak harus meneletinya sendiri. Pendakwah hanya perlu cara mendapatkan hadist yang shahih serta memahami kandungannya. Jumlah hadist nabi SAW yang termaktub dalam beberapa kitab hadist sangat lah banyak. Terlalu berat bagi pendakwah untuk menghafal semuanya. Pendakwah cukup membuat klasifikasi hadist berdasarkan kualitas dan temanya.[19]

3. Pengelompokan Pesan Dakwah

Pesan dakwah atau *Maddah* (Materi dakwah) isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Ajaran Islam secara garis global dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu:

---

[18] Musthofa, *Prinsip Dakwah Via Media Sosial*, Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, (Vol. 16, No. 1, 2016), 51.

[19] *Ibid*. hal. 53

a. *Akidah* (Keimanan)

Kata *aqidah* berasal dari bahasa Arab yaitu *aqa'idah* yang berarti keyakinan atau kepercayaan. *Aqidah* menurut istilah adalah mengikat hati seseorang kepada sesuatu yang diyakini dan ikatan tersebut tidak boleh dilepaskan selama hidupnya. [20] Didalam buku Ilmu Dakwah karangan M. Ali Aziz mengutarakan bahwa aqidah dikelompokkan menjadi 6 yaitu:

1) Iman kepada allah
2) Iman kepada malaikat allah
3) Iman kepada kitab-kitab allah
4) Iman kepada rasil-rasul allah
5) Iman kepada hari kiamat
6) Iman kepada qodha dan qhadar

Materi pokok dakwah adalah *aqidah Islamiyah*, yang merupakan aspek *aqidah* yang membentuk moral manusia , maka dari itu, yang menjadi kali pertama yang akan dijadikan materi dakwah Islam adalah masalah *aqidah*. Aqidah mempunyai ciri-ciri yang membedakan dengan agama lain yaitu:

1) Sebuah pandangan yang sangat luas dan dapat memperkenalkan bahwa Allah adalah tuhan seluruh alam semesta.
2) Kekuatan dan ketahanan antara iman dan Islam atau iman dan amal perbuatan.

[20] Wahyu Ilaihi, M.A, Komunikasi Dakwah,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) hal 20.

3) Sebuah keterbukaan yang melalui persaksian. Maka, dengan demikian seorang muslin harus jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain (non muslim).

b. *Syariah*

Syariah adalah ketentuan-ketentuan yang ditetapkan Allah atau hasil pemahaman atas dasar ketentuan tersebut untuk dijadikan pegangan oleh umat manusia baik dengan Allah SWT maupun manusia lainnya. SyIariah juga didalam Islam sangat erat sekali hubungannya dengan amal nyata. Dalam menaati semua peraturan atau hukum Allah untuk mengatur hubungan dengan Allah. Pesan *syari'ah* itu sendiri meliputi[21]

1) Ibadah, yaitu:
   a) Shalat
   b) Zakat
   c) Puasa
   d) Haji
2) *Muamalah*, yaitu:
   a) *Al- qununul khas* (hukum perdata)
      i. *Muamalah* (hukum niaga)
      ii. *Munakahat* (hukum nikah)
      iii. *Warisah* (hukum warus)
   b) Al – qununu'am (hukum publik)

[21]Wahyu Ilaihi, M.A, Komunikasi Dakwah,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) hal 22

i. *Hinayah* (hukum pidana)

ii. *Khilafah* (hukum negara)

iii. *Jihad* (hukum perang)

c. Akhlak

Akhlak secara etimologis berasal dari bahasa arab yaitu Khuluqun yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat[22].Akhlak memiliki sifat yang benar seperti amanah, fathonah, sabar, dll. Sedangkan akhlak yang bersifat buruk seperti sifat sombong, dengki, kikir, dendam, penghianat, dll merupakan sifat yang sangat dibenci oleh Allah SWT. Akhlak berhubungan tak hanya dengan Allah saja, melainkan dengan makhluk hidup lainnya seperti, manusia, hewan, tumbuhan yang semuanya diciptakan oleh Allah SWT.

4. Karakteristik Pesan Dakwah

Untuk membedakan pesan dakwah dengan pesan yang lainnya, seperti pesan dalam komunikasi yang dimaksud tidak dibedakan secara spesifik antara karakteristik dakwah yang bersifat verbal maupun non-verbal.[23]

a. Mengandung Unsur Kebenaran

Karakteristik pertama dan utama dalam pesan dakwah Islam adalah adanya kebeneran dalam setiap pesan yang di sampaikannya. Berbeda

[22] Muhammad Munir, Manajemen Dakwah,(Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2009) hal 26-27

[23] Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal 142

dengan komunikasi dimana dalam prosesnya bisa mengandung unsur yang tidak benar atau negative.[24]

Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah adalah kebeneran yang bersumber dari Allah SWT. Sebagai mana dinyatakan dalam firman-Nya "*kebeneran itu datang nya dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali engkau termasuk orang-orang yang ragu"* (QS Al-Baqarah [2]: 147). Kebenaran yang bersumber dari Allah tersebut berwujud dalam bentuk rangkaian ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur'an. Jadi Al-Qur'an merupakan sumber kebeneran mutlak yang perlu disampaikan oleh *da'i* kepada manusia. Jika ada kebeneran-kebeneran di dunia yang bersifat *relative* dan pragmatis bisa dijadikan pesan dakwah selama kebenaran tersebut tidak bertentangan dengan kebenaran yang ada di dalam Al-Qur'an.[25]

Dalam mencari kebenaran, Islam melarang seseorang untuk dan sebaliknya memerintahkan untuk mengikuti kebenran yang sudah didukung oleh dalil-dalil yang absah. Al-Qur-an melarang seseorang terjerumus dalam pengaruh hawa nafsu dan kecendrungan yang mengarah kepada kesalahan berfikir, seperti taqlid buta, berhayal, dan berprilaku khurafat.[26]

---

[24] *Ibid*, hal. 143

[25] *Ibid*. hal. 143

[26] Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*,(Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2009) hal 26-27

Untuk itulah seorang *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwahnya perlu bersikap hati-hati. Objek dakwah perlu dihindari dari ajakan-ajakan yang berbau kufarat dan menghayal serta tidak berlandaskan pada dalil-dalil yang di ajarkan oleh Al-Qur'an, Al-Hadist, maupun pendapat-pendapat para ulama yang sahih. Objek dakwah pun diingatkan oleh Nabi Muhammad SAW agar tidak begitu saja menerima ajakan *da'i* tanpa terlebih dahulu memverifikasi kebenarannya terlebih dahulu.[27]

b. Tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal

Pesan dakwah hendaknya disampaikan dalam konteks lokalitas dari *mad'u* yang menerima pesan. Dengan cara tersebut, pesan dakwah akan mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Persoalan yang mencul kepermukaan ketika ajaran Islam diyakini sebagai ajaran yang bersumber dari arah sehingga lokalitas "ke-Arab-an" menjadi sesuatu yang dianggap universal dan mesti diikuti oleh masyarakat diluar Arab. Seakan-akan Islam tidak memperhatikan perbedaan wilayah dan latar belakang masyarakat yang menjadi objek dakwah.[28]

Dalam hal ini kita perlu membedakan antara sumber dengan proses penyampaian dan pemaknaan pesan dakwah. Dalam prespektif sumber pesan dakwah, maka Islam diyakini sebagai ajaran yang

[27] Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah,2009), hal. 144
[28] *Ibid*. hal.145

bersumber dari tuhan dan diyakini sebagai ajaran yang universal. Al-Qur'an sebagai wahyu yang diterima oleh Rasullah merupakan sumber ajaran universal, bukan hanya untuk orang Islam Arab, tetapi di peruntukan juga untuk orang diluar Arab. Dengan perkataan lain, pesan dakwah berlaku secara universal untuk semua manusia di dunia.[29]

Berbeda halnya ketika pesan dakwah tersebut ingin disampaikan kepada *mad'u* maka posisi dan situasi *mad'u* perlu dipertimbangkan keberadaannya, pesan dakwah akan berupaya untuk beradaptasi dengan *mad'u* pada konteks ini, menurut Komaruddin Hidayat, pemaham terhadap konteks sejarah kehidupan Rasullah dan upaya penerjemahan Al-Qur'an kedalam bahasa non-Arab menjadi sangat penting untuk memahami pesan universal Islam. Meski harus demikan, harus disadari bahwa ketika terjadi adaptasi, adanya distorsi tidak bisa dielakan. Untuk itulah, segala upaya yang dilakukan untuk memberika kemudahan pada masyarakat tidak boleh mengorbankan keuniversalan pesan dakwah Islam. Lokalitas pemaknaan pesan dakwah tidak boleh bertabrakan dengan universaitas pesan dakwah Islam.[30]

c. Memberikan Kemudahan Bagi Penerima Pesan

Memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan sesuatu yang diajurkan dan bahkan menjadi tujuan syariat

---

[29] Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*,(Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2009) hal.31

[30] Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*, hal. 32..

Islam, bagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an " *Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu"* (QS Al-Baqarah [2]: 185) dan sabda Nabi Muhammad SAW. *"mudahkanlah dan janganlah kamu persulit"* (HR. Muttafaq'alaih).[31]

Memudahkan dalam pesan dakwah tidak diartikan memilih-milih hukum yang ringan-ringan saja dari berbagai pendapat ulama fiqih (melakukan tafiq). Memudahkan yang dimaksud sebagai kemudahan dalam pengamalan ajaran agama yang tidak bertentangan dengan nash-nash dan kaidah syariat Islam.[32]

Pada konteks ini, *da'i* dituntut untuk lebih berinovasi dan berkreasi dalam menciptakan materi-materi dakwah yang menarik dan inklusif. *Da'i* perlu terus meningkatkan kompetensi dan profesionalismenya dengan terus belajar, membuka pikiran secara terbuka, dan mau menerima berbagai informasi yang berkembang pada saat ini.[33]

d. Mengapresiasi adanya perbedaan

Adanya pengalaman menarik ketika ada seorang *da'i* menyampaikan pesan-pesan dakwahnya dengan lantang dan penuh semangat. Materi yang disampaikan berkisar pada praktek keberagamaan (tradisi) yang biasa dilakukan oleh kalangan *nahdliyin*. *Da'i* tersebut

[31] HR. Muttafaq'alaih

[32] Faizatun Nadzifah, *Pesan Dakwah* Dosen Dakwah STAIN Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus, 111.

[33] *Ibid.* hal. 112

kurang mengenal mad'u dan kurang mampu membaca situasi dimana jamaah tersebut berad. Ternyata jamaah yang diajak umumnya kalangan *Muhamadiyah*. Akhirnya, apa yang disampaikan oleh *da'i* tersebut kurang mendapatkan positif dari para jamaah. Mereka hanya diam dan terkadang mengabaikan apa yang disampaikan oleh *da'i* tersebut.[34]

Dalam realitas tidak bisa dipungkiri bahwa setiap individu atau setiap muslim diciptakan oleh Allah berbeda-beda. Tidak ada didunia ini manusia yang memiliki kesamaan antara satu sama lain. Selain itu, perbedaan juga bisa terbentuk karena perbedaan latar belakang social, wilayah, aplikasi politik, tingkat partisipasi dalam masyarakat dan organisasi keagamaan yang dipilihnya.[35]

C. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

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

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk

[34] Faizatun Nadzifah, *Pesan Dakwah*, hal. 114
[35] *Ibid.* hal. 115

berbagi(*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut bahwa definisi media sosial adalah "medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berkerjasama, berbagai berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual".[36]

2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial di banding media lainnya.[37] Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

a. Jaringan (*network*) antar pengguna

Kata "jaringan" (*network)* bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan anatara komputer maupun perangkat keras (*hardware)* lainnya. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial.media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau

[36] Musthofa. Prinsip Dakwah Via Media Sosial. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, XVI*. 2016.
[37] Abdullah, Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah), (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018), hal.159

internet.[38] Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat (*tools)*. Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai kepada struktur sosial secara *online*

b. Informasi (*Information*)

Informasi diproduksi dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru kapitalisme yang dalam pembahasannya sering disebut dengan berbagai istilah, seperti informational, serta pengetahuan atau knowing.

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.[39]

c. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa di akses kapanpun

[38] *Ibid.* hal. 160

[39] Eko Sumadi, Dakwah dan Media Sosial, 188, dikutip melalui web https: //ppidkemkominfo.files.wordpress.com/2012/11/ uu-no-11-tahun-2008-tenteng-ite.pdf. diakses pada tanggal 24 Desember 2019.

dan melalui perangkat apa pun. [40] dengan munculnya teknologi komunikasi, ada perubahan terhadap arsip, yakni : kemampuan dari setiap arsip dan melakukan perubahan terhadapnya. Serta arsip menjadi lebih berkembang.

d. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower)* di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antara pengguna terssebut.[41]

e. Simulasi (simulation) sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society)* di dunia virtual. Media sosial didekati oleh teori-teori sosial, media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real. Misalnya, penggunan media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital (*digital citizenship*) yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.[42]

---

[40] Murniaty Sirajuddin, Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan), (Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 1, No.1, Desember 2014), hal.12.

[41] *Ibid*. hal. 14.

[42] Abdullah, Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah), (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018), hal.175

f. Penyebaran (share/sharing)

Penyebaran (*share/sharing)* merupakan karakter lainnya dari media social. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan oleh penggunannya, tetapi didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. *Pertama*, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain.[43]

Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bias dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol '*share'* di *YouTube* yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *flatform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.[44] Kekuatan dari penyebaran secara perangkat juga dimanfaatkan oleh banyak medium di internet. Mulai dari media berita *online*, situs perusahaan, sampai pada media pendidikan di internet pun menggunakan/menyematkan tombol '*share'* di laman mereka.

3. Manfaat Media Sosial

a) Jangkauan koneksi keseluruh dunia

Tidak ada cara yang lebih mudah untuk menemukan seseorang selain menggunakan media sosial. Teman, sahabat pena dari luar negeri, bahkan rekan kerja bisa dengan cepat anda temukan dengan sosial media.

---

[43] *Ibid.* hal. 176

[44] Abdullah, Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah), (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018), hal.178

b) Mempertemukan orang dengan ketertarikan yang sama

Ketika anda memilih untuk berpartisipasi dalam sebuah komunitas di jejaring sosial anda dapat memilih komunitas yang sesuai dan anda inginkan. Misalnya anda ikut buku, olahraga dan lain-lainnya.

c) Berbagi informasi secara real time

Banyak sosial media yang dilengkapi dengan fitur untuk melakukan chat sehingga antara anda dan orang lain bisa berkomunikasi dan bertukar informasi secara real time. Mungkin ini merupakan fungsi awal sosial media pertama kali diciptkan, untuk berkomunikasi.

d) Menjangkau target pasar

Jika anda memiliki organisasi non-profit ataupun pemilik sebuah perusahaan produk atau jasa, sosial media akan sangat membantu anda untuk mencapai jutaan orang kapanpun anda mau. Sosial media memungkinkan anda untuk menyebarkan konten produk atau jasa ke para target anda.

e) Peningkatan sirkulasi informasi

Tidak diragukan lagi sosial media telah merefolusi kecepatan sirkulasi informasi atau berita. Banyak organisasi atau kantor berita yang bergantung pada sosial media untuk mengumpulkan dan membagikan informasi. Kini youtube telah menjadi sumber utama bagi masyarkat dan juga anda untuk mendapatkan berita. Siapapun dapat mengetahui apasaja

yang sedang terjadi diseluruh dunia secara real time dengan menggunakan sosial media.

D. Remaja

Salah satu priode dalam rentang kehidupan individu adalah masa remaja. Fase ini merupakan segmen kehidupan yang penting dalam siklus perkembangan individu, dan merupakan masa transisi yang dapat diarahkan pada perkembangan masa dewasa yang sehat (Konopka dalam Pikunas, 1997). Masa remaja atau "adolescence" berasal dari bahasa latin "*adolescere*" yang berarti "tumbuh" menjadi dewasa". Apabila diartikan dalam konteks yang lebih luas, akan mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik (Piaget dalam Hurlock, 1976:206). Masa remaja menurut Hurlock (1997) diartikan sebagai suatu masa transisi atau peralihan, yaitu periode dimana individu secara fisik maupun psikis berubah dari masa kanak-kanak ke masa dewasa.[45].

1. Tahap Perkembangan Remaja

Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu 12-15 tahun = masa remaja awal, 15-18 tahun = masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun = masa remaja akhir. Tetapi Monks, Knoers, dan Haditono membedakan masa remaja menjadi empat bagian, yaitu masa pra-remaja 10-12 tahun, masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja

[45] Miftahul Jannah, Remaja Dan Tugas-tugas Perkembangannya Dalam Islam, *Jurnal Psikoislamedia*, Volume 1, Nomor 1, (April 2016)

pertengahan 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun. Masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkemabangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa.[46]

2. Ciri-Ciri Remaja

a. Pertumbuhan fisik

Pertembuhan fisik mengalami perubahan dengan cepat dibandingan dengan masa anak-anak dan masa dewasa.[47]

b. Perkembangan seksual

Seksual mengalami perkebangan yang kadangan-kandang menimbulkan masalah dan menjadi penyebab timbul nya perkelahian, bunuh diri dan sebagianya.[48]

c. Cara berfikir

Cara berfikir causatif yaitu menyangkut hubungan sebab dan akibat. Misalnya remaja duduk didepan pintu, kemudian orang tua melarangnya sambil berkata “pantang”. Andai yang dilarang itu anak kecil, pasti ia akan menuruti perintah orang tuanya, tetapi remaja yang dilarang itu akan mempertanyakan mengapa ia tidak boleh duduk didepan pintu.[49]

---

[46] Wilga Secsio Ratja Putri, R. Nunung Nurwati, Meilanny Budiarti S, Pengaruh Mediasosial Terhadap Prilaku Remaja, *Riset & Pkm*, Volume 1, Nomor 3, (januari 2016)

[47] Gunarsa, S.D., dan Gunarsa, Ys., *Psikologi Praktis : Anak, Remaja dan Keluarga*, (Jakarta : Bpk Gunung Mulia, 2001), hal 77

[48] *Ibid*, hal. 78

[49] Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, hal. 238

d. Emosi yang meluap-luap

Keadaan emosi remaja masih labil karena erat hubunganya dengan keadaaan hormon. Suatu saat ia bisa sedih sekali, dilain waktu ia bisa marah sekali[50]

e. Mulai tertarik pada lawan jenis

Dalam kehidupan sosial remaja, mereka lebih tertarik pada lawan jenisnya dan mulai pacaran.[51]

f. Menarik perhatian lingkungan

Pada masa ini remaja mulai mencari perhatian lingkungannya, berusaha mendapatkan status dan peran seperti melalui kegiatan remaja di kampung-kampung.

g. Terikat dengan kelompok

Remaja dalam kehidupan sosialnya tertarik pada kelompok sebayanya sehingga tidak jarang orang tua dinomor duakan sedangkan kelompoknya dinomor satukan.[52]

E. Youtube

1. Pengertian Youtube

Youtube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh

[50] *Ibid*, hal. 239
[51] *Ibid*, hal. 300
[52] Wilga Secsio Ratja Putri, R. Nunung Nurwati, Meilanny Budiarti S, Pengaruh Mediasosial Terhadap Prilaku Remaja, *Riset & Pkm*, Volume 1, Nomor 3, (januari 2016)

pengguna *youtube* sendiri. *Youtube* juga digunakan untuk memasarkan sebuah produk dengan cara memasukan sebuah video tersebut ke *youtube* sehingga bisa dibilang sebagai sarana iklan yang gratis, juga bermanfaat berbagai ilmu.

Sebagai contohnya mengunggah video dakwah. Namun sebagai pengguna harus cerdas dan dapat memilih *website* yang benar dikarenakan banyak informasi yang menyesatkan dan harus membaca sumbernya terlebih dahulu.[53]

Untuk mengakses video yang ada di *youtube* dengan menggunakan jaringan internet dengan adanya jaringan internet dapat membantu mengakses situs web yang ada di *youtube*, internet sendiri berasal dari kata *interconnected networking*. *Networking* dalam bahasa Indonesia bermakna jaringan, sementara *interconnected* berarti saling berkaitan sehingga internet berarti jaringan komputer yang saling berkaitan.[54] Internet juga dikenal dengan "NET" saja yang merupakan jaringan terbesar didunia, dengan internet kita bisa menghubungkan antara jaringan komputer.[55]

Youtube merupakan salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Media sendiri memiliki kegunaan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.[56] Sebagai media pengantar informasi *youtube* banyak digunakan oleh kalangan para remaja

---

[53] Online, tersedia di: Http://Mantuidaman.Blogspot.Co.Id/2012/11 ,(di akses pada tanggal 07 september 2019)

[54] Ali Akbar, *Cepat dan mudah membuat situs internet*, (Semarang: Neomedia Press, 2006)

[55] Khoe Yao Tung, Dan Markus Isan Limas, *Cara Menjadi Kaya Dan Pintar Melalui Internet* (Jakarta: PT Dynast Indoadiperkasa Internasional) hal.14.

[56] Azhar Asyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). hal.3

yang mencari informasi. Berdasarkan data Alexa.com dibulan mei 2016, youtube merupakan situs terpopuler nomor dua di dunia. Bahkan di Indonesia, youtube menempati pringkat tiga sebagai situs terpopuler di Indonesia.[57]

2. Kelebihan dan Kekurangan Youtube

Sekarangan ini youtube sangat populer sekali kerena memiliki banyak sekali manfaat dan kemudahan bagi pengunjungnya. Meskipun demikian sebuah web tidak mungkin tidak memiliki kekurangan. Tetapi disamping memiliki kekurangan web juga memiliki kelebihan. Berikut kekurangan dan kelebihan dari *youtube*.

Kelebihan dari youtube adalah sebagai berikut:

a. Dengan *youtube* kita bisa mnelihat dan mengambil beberapa video yang belum kita lihat di TV sebelumnya, sehingga kita tidak melewatkan informasi maupun infotaiment.
b. Didalam *youtube* terdapat menu "*search"* sehingga apabila kita masukan nama atau jenis video yang mau diambil maka secara otomatis dan cepat akan muncul video yang kita inginkan.
c. Di *youtube* terdapat berbagai jenis format video yang bisa kita pilih sesuai dengan aplikasi pemutar video yang kita punya.
d. Gambar video di *youtube* sudah bagus sehingga kita nyaman dan jelas apabila kita menontonnya.[58]

[57] Jefferly Herlianthusonfri, *Youtube Marketing* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2016) . hal.5

Kekurangan dari *youtube* adalah sebagai berikut:

a. Apabila koneksi internet kita lagi lama atau lemot, maka dalam mengambil video di *youtube* pun akan terganggu dan mungkin kita akan menunggu terlalu lama.
b. Video didalam *youtube* umumnya memiliki ukuran atau kapasitas sangat besar.
c. *Youtube* tidak menyediakan aplikasi pengambilan video di *website*, sehingga kita harus mencari aplikasi lain seperti *keepvid* dan *youtube downloader*.
d. *Youtube* menyediakan fasilitas upload video bagi siapa saja, sehingga disini dapat disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya saja upload video porno dan video tentang penghinaan terhadap golongan tertentu.
e. Perkembangan teknologi yang semakin pesat semakin mudah pula seseorang bisa mengakses berbagai macam video, gambar, ebook, ataupun artikel.

Akibatnya banyak yang menggunakan media internet sebagai tempat pelarian untuk mencari hal-hal baru, contohnya seperti di *Youtube* semua orang bisa mengakses berbagai macam video yang telah di unggah oleh orang banyak. Pemanfaatan youtube ini dapat berdampak positif bagi penggunanya

[58] Deny Setyawan, *Rahasia mendapat Dolar Dari Youtube* (Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2016). hal.68

bila digunakan untuk mencari berbagai macam tutorial ataupun mengunggah video yang kita punya.[59] Bila *youtube* hanya digunakan untuk mencari video yang tidak etis maka hal tersebut dapat berdampak negatif bagi pengguna.

3. Pengaruh Positif dan Negative Youtube

Youtube adalah salah satu media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video clip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna *youtube* itu sendiri. Dimana kita bisa menikmati media sosial *youtube* ini dengan cara melihat video atau gambar yang bergerak. Dan kita mengetahui bahwa *youtube* ini sangat mudah untuk digunakan dan kini hadir di aplikasi ponsel seluler.

Youtube merupakan salah satu media sosial yang sangat populer sekarang. Dimana sekarang banyak orang yang menggunakan *youtube* sebagai tempat berkarya terutama untuk anak muda. Rata-rata anak muda yang menggunkan *youtube* sebagai tempat berkarya adalah dengan membuat video-video mulai dari video yang lucu, romantis dan lain sebagainya. Orang-orang yang menggunakan *youtube* sebagai tempat mereka untuk berkarya mereka biasa disebut *youtubers*. Oleh karena itu tidak sedikit orang-orang menjadi terkenal hanya dengan mengunggah video mereka di *youtube*. *Youtube* juga bisa menjadi wadah untuk memiliki penghasilan. Dimana jika video yang diupload memiliki *viewers* yang sangat banyak maka itu akan

[59] *Ibid*. hal.70

menjadi royalti untuk si pengupload. Maka dari itu sekarang youtube sangat diminati oleh berbagai kalangan. Dan juga *youtube* ini menjadi media sosial yang sangat populer karena pengguna dan penikmatnya bisa menggunakan secara gratis entah untuk mengupload video atau sekedar menikmati video di *youtube*.

Namun dari semua keuntungan dalam menggunakan atau menikmati *youtube* ada dampak yang ditimbulkan yaitu Dampak Positif dan dampak negatif. Itu semua tergantung dari pemanfaatan *youtube* ini sendiri bagi penggunanya berikut dampak positifnya yaitu:

a. Dapat mencari video dakwah
b. Dapat mencari video tutorial
c. Bisa menjadi artis dadakan
d. Bisa berbagi video kecerian dengan berbagai video yang kita miliki

Selain daripada dampak positif *youtube* ini juga mempunyai dampak negatif. Dampak negatifnya yaitu :

a. Dapat dipakai untuk mencari video porno
b. Video-video kekerasan
c. Video yang dapat menjelek-jelekan nama seseorang.[60]

[60] Jeffrerly Helianthusonfri, *Youtube Marketing* hal.10

4. *Youtube* Sebagai Media Sosial

Media sosial memang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari untuk mencari sebuah informasi ataupun berkomunikasi dengan teman melalui media sosial, media sendiri dapat memberikan manfaat bagi pembangunan karena dengan informasi yang akurat juga mempercepat pemecahan masalah, kemajuan teknologi informasi akan dapat memperlancar dan mempermudah proses pembangunan terutama dalam kaitannya dengan penyiaran informasi yang ada di youtube agar terbetuknya situasi psikologis dan kesadaran pada remaja tentang manfaat dari rencana pembangunan.

Media yang sehat dapat memberikan berbagai pendidikan dan ilmu pengetahuan yang berguna untuk menumbuhkan bakat dan wawasan penalaran kepada semua khalayak ramai, meskipun usiannya berbeda-beda, alhasil jika media dipegang oleh tangan seseorang yang terpecaya dan dikelola dengan siasat yang sehat dan membangun sesuai dengan prinsip dan akhlak umat maka akan memberikan dampak positif dan peran aktif dalam membina kehidupan yang adil, makmur, seimbang, jasmani dan rohani.[61]

5. *Youtube* Dikalangan Remaja

Youtube, sebagai salah satu inovasi dari media sosial yang populer dikalangan remaja karena youtube merupakan situs web yang bisa membuat video berdurasi lama dan banyak video-video menarik yang disuguhkan

[61] Muna Hada Yakan, *Hati-hati Terhadap Media Yang Merusak Anak*, (Jakarta: Gema Insani Pers,2000) Cet 9, hal.17

didalamnya. Tidak dapat dipungkiri jika media sosial terutama *youtube* memilki pengaruh yang besar dalam kehidupan remaja saat ini. Media sosial sudah menjadi pondasi utama bagi kalangan remaja. Mereka menggunakan media sosial seperti *youtube* sebagai untuk berekspresi dan meluapkan semua yang ada dalam diri mereka. Kalangan inilah yang lebih mencurahkan isi hati di media sosial dibandingkan mencuruskan isi hati pada orang terdekatnya. Menurut Muktar (2003) perilaku penggunaan internet dikalangan remaja yang ditinjau dari perkembangan kognitif dan sosial yang dilakukan oleh individu-individu yang ada, akan sangat berpengaruh dalam perkembangan individu yang akan mempengaruhi perilaku, sikap dan nilai-rata sepanjang masa remaja.[62]

[62]Online tersedia di: https://medium.com/@putriarchy/dampak-media-sosial-youtube-bagi-kalangan-remaja-993054db171d(di akses pada 12 desember 2019).

DAFTAR PUSTAKA

A.W. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bina Aksara 1986.

Akbar, Ali *Cepat dan mudah membuat situs internet,* Semarang: Neomedia Press, 2006.

Arifin, H. Muh, *Psikologi Dakwah* , Jakarta : Bumi Aksara, 1991.

Astrid, Susanto . *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktik*, Bandung: Bina Cipta, 1997.

Asyad, Azhar , *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ayuningtyas , Fitria, Ahmad Zakki Abdullah, '*Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online*', 2017.

Aziz , Moh.Ali, *ilmu dakwah*, jakarta: kencana, 2009.

Aziz, Moh. Ali *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana 2004.

Bachtiar, Wardi. *Metedologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos 1997.

Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2013.

Cangara, Hafied, *Pengertian Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.

Draft, Klaus Kripper *Analisis Pengantar Teori dan Metodelogi*, Jakarta: Raja Grapindo Persada, 1993.

Effendi, Onong Uchjana, *Televisi Siaran Dan Praktek*, Bandung: Alumni, 1984.

Herlianthusonfri, Jefferly, *Youtube Marketing*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2016.

Ilaihi, Wahyu M.A, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Ismail, Ilyas dan Hotman, Prio. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dalam Peradaban Islam*. Jakarta : Kencana 2011.

Jahja, Yudrik, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta : Kencana, 2011

Jannah, Miftahul Remaja Dan Tugas-tugas Perkembangannya Dalam Islam, *Jurnal Psikoislamedia*, Volume 1, Nomor 1, April 2016.

Kartono, Kartini, *Pengantar Metodelogi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1990.

M. Echols John dan Hasan Syadily, *kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1990.

Marta, Rustono Farady, Denise Monica William, '*Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo*', 2017.

Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Yogyakarta:Ekonisia, 2005.

Moloeng, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya,2009.

Mubarok, Achmad. *Psikologi Dakwahi*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008.

Munir, Muhammad, *Manajemen Dakwah*, jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2009.

Musthofa. *Prinsip Dakwah Via Media Sosial*. Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, XVI. 2016.

Nadzifah , Faizatun. Pesan Dakwah Dosen Dakwah STAIN Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus. At-Tabsyir, 1. Januari-Juni 2013

Nasrullah, Rulli,*Media Sosial*, Bandung : PT Remaja Rorsdakarya, 2017.

Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*,Jogjakarta: Gadjah Mada Universiti Pers,1998.

Ndaraha, Talizidudhu, *research* (Teori Metodelogi Administrasi) jilid 1, Jakarta: Bina Aksara, 1985.

Online tersedia di: https://medium.com/@putriarchy/dampak-media-sosial-youtube-bagi-kalangan-remaja-993054db171d di akses pada 12 desember 2019.

Online, tersedia di: http//antaraberita.blogspot.com/2013/09/pengertian-efektivitas-dan-efisensi.html?m=1/ diakses pada tanggal 04 juli 2019.

Online, tersedia di: http//id.m.wikipedia.org/wiki/youtube di akses pada 08 juli 2019.

Online, tersedia di: Http://Mantuidaman.Blogspot.Co.Id/2012/11 , di akses pada tanggal 07 september 2019.

Poerwodarminto, Wjs, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : PN Balai Pustaka, 1976.

Putri, Wilga Secsio Ratja, R. Nunung Nurwati, Meilanny Budiarti S, Pengaruh Mediasosial Terhadap Prilaku Remaja, *Riset & Pkm*, Volume 1, Nomor 3, januari 2016.

Ridzuan,Abdul rauf. *Islamisasi media*, kuala lumpur, MEDINA, 2014.

Rohman, Abdul, *Youtube For Profit*, Jakarta, Jasakom, 2017.

Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.

Setyawan Deny, *Rahasia mendapat Dolar Dari Youtube*. Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2016.

Sirajuddin, Muniarty. Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, I. Desember 2019.

Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Buana Press, 2015.

Sumadi, Eko. Dakwah dan Media Sosial: Menebar Tanpa Diskriminasi. Jurnal At-Tabsyir, IV. Juni 2016

Surakhmad, Wirnarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Taristo, 1999.

Tasmoro, Toto. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.

Tung Khoe Yao, Dan Markus Isan Limas, *Cara Menjadi Kaya Dan Pintar Melalui Internet*, Jakarta: PT Dynast Indoadiperkasa Internasional.

Usman, Husaini, dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Yakan, Muna Hada, *Hati-hati Terhadap Media Yang Merusak Anak*, Jakarta: Gema Insani Pers,2000.

Z Hidayat, '*Asian Youth Cultural Expression, Creativity, and Innovation on Youtube'*, 2017.