

**MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Studi Pada Akun Youtube Ustad Hanan Attaki)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar S1 Dalam ilmu Dakwah Dan Ilmu
Komunikasi**

Oleh:

**ATIKA AYU MAHMUDA
NPM. 1841010308**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2022M**

**MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Studi Pada Akun Youtube Ustad Hanan Attaki)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar S1 Dalam ilmu Dakwah Dan Ilmu
Komunikasi

Oleh:

**ATIKA AYU MAHMUDA
NPM. 1841010308**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dr. Khairullah, S.Ag., MA.

Pembimbing II : Siti Wuryan., M.Kom.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2022M**

ABSTRAK

Dari sekian banyak Ustad yang berdakwah menggunakan media sosial, Ustad Hanan Attaki lah yang memiliki penggemar rata-rata kaum remaja. Dalam berdakwah Ustad Hanan Attaki menyampaikan kajian dakwahnya menggunakan bahasa yang ringkas, mudah dipahami, serta menyangkutkan permasalahan pada kaum remaja. Ini ialah sala satu yang membuat ia sukses dalam menggunakan media youtube sebagai alat bantu dalam menyampaikan kajian dakwahnya.

Pada penelitian ini berfokus kepada media yang digunakan dalam berdakwah oleh Ustad Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya, dan sub fokus pada penelitian ini ialah Youtube Ustad Hanan Attaki yang memiliki penggemar rata-rata kaum remaja dan sasaran dakwahnya memanglah kaum remaja. Manfaat penelitian ini tidak lain ialah untuk memberikan ilmu baru bagi pembaca terkait dengan cara penyampaian kajian dakwah Ustad Hanan Attaki pada youtube serta sasaran dakwahnya.

Penelitian ini peneliti menggunakan metode jenis analisis isi melalui pendekatan kualitatif, Menurut Holsty, analisis isi merupakan suatu teknik yang dilakukan untuk menarik kesimpulan dengan melakukan identifikasi karakteristik shhususnya pesan secara objektif dan sistematik dengan teknik analisis isi. Yang dimana akan menarik suatu kesimpulan dengan melakukan penggolongan secara tersusun dan sesuai, yang kemudian peneliti menganalisis kajian dakwah yang disampaikan oleh Ustad Hanan Attaki. Serta hasil dari penelitian ini ialah Ustadz Hanan Attaki berhasil dalam menggunakan youtube sebagai media dakwahnya, dan ketika berdakwah ia menggunakan bahasa yang santai, ringan, serta mudah untuk dipahami, dan ini ialah pendukung kajian dakwahnya tepat pada sasaran yaitu kaum remaja.

Kata kunci : Ustad Hanan Attaki, Youtube, Sasaran Dakwah

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atika Ayu Mahmuda
NPM : 1841010308
Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun Youtube Ustad Hanan Attaki)**” ini ialah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan duplikasi atau karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan didalam footnote dan didalam daftar pustaka. Apabila dilain waktu skripsi ini terbukti adanya penyimpangan dalam isinya, maka saya sebagai penulis siap bertanggung jawab sepenuhnya terhadap apa yang ada pada isi skripsi ini. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 28 September 2022



Atika Ayu Mahmuda
NPM:1841010308



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung, 35131 Telp: (0721) 704030

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(STUDI PADA AKUN YOUTUBE USTAD HANAN
ATTAKD)**

Nama : Atika Ayu Mahmuda

NPM : 1841010308

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Telah dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqosah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, Oktober 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Khairullah, S.Ag, MA

NIP. 197303052000031002

Siti Wuriyan, M.Kom.I

NIP. 2019040119910801001

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Dr. Khairullah, S.Ag, MA

NIP. 197303052000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sakarame I Bandar Lampung. 35131 Telp: (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun Youtube Ustad Hanan Attaki)” disusun oleh Atika Ayu Mahmuda NPM 184101308 program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang munaqosah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung: Rabu, 26 Oktober 2022, pukul 10.00-11.30 WIB di Ruang Sidang FDIK.

TIM MUNAQOSAH

Ketua : Dr. H. Zamhariri, S.g, M.Sos.I (.....)

Skretaris : Umi Rojati, M.Kom.I (.....)

Penguji Utama : Dr. Fitri Yanti, MA (.....)

Penguji Pendamping I : Dr. Khairullah, S.Ag.,MA (.....)

Penguji Pendamping II : Siti Wuryan, M.kom.I (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi



Dr. Anas Syukur, M.Ag
NIP. 1965110111995031001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا
تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ
قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا ۗ وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا
فَاَنْصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya:

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir".

(QS. Al-Baqarah [2] : 286)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Trimakasih banyak kepada kedua orang tua tercinta, terkasih, dan tersayang, Bapak Mahmudi dan ibu Giatik Sri Wulandari yang selalu senantiasa mendoakan dan menjadi semangat disetiap waktu, selalu mendukung dan memberi motivasi kepada saya ketika sedang berkuliah dan mengerjakan skripsi ini. Meskipun kita terpisah jauh berbeda pulau saya ucapkan trimakasih banyak atas doa-doanya.
2. Teruntuk pakde Dr. Ir. Samsul Bakri, M.Si. dan bude Dra. Ida Nurhaida, M.Si. trimakasih saya ucapkan berkat bimbingan dan dukungannya saya bisa menyelesaikan studi S1 di Universitas UIN Raden Intan Lampung.
3. Kepada adik-adik ku, Dimas, Dinda, Fira. Trimakasih telah memberikan doa terbaik dan kebahagiaanya, semoga kita bisa bersatu kembali pada suatu masa, aamiin
4. Dan untuk para kakak Sepupu terutama, aa Satria, aa Luky, dan teh Yoya, trimakasih telah memberikan kesempatan untuk bisa tinggal dirumah bersama kalian. Memberikan kasih dan sayang terhadap saya selama berada dirumah.
5. Dan kepada Mas Roni Ahmad Kasturi, trimakasih telah memberikan motivasi, dukungan, doa dan menemani saya disetiap waktu selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap Atika Ayu Mahmuda, lahir dikota Malang, Jawa Timur pada tanggal 4 juni 1999, anak pertama dari 4 bersaudara dari pasangan suami istri Bapak Mahmudi dan Ibu Giatik Sri Wulandari. Pendidikan yang telah di tempuh oleh penulis ialah, Penulis pertama kali menempuh Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 002 Pekanbaru, Riau Ditempuh dari tahun 2006 dan di selesaikan sampai tahun 2012 kemudian di selingi dengan menempuh pendidikan Madrasah Diniyah Awaliyah (Tempat mengaji) Kemala Bayangkari, Pekanbaru, Riau, pada tahun 2006 dan diselesaikan sampai tahun 2009. Setelah itu penulis melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Insan Terpuji Pekanbaru, Riau di tempuh sejak tahun 2012 sampai tahun 2015, kemudian melanjutkan kejenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Bina Mulya Bandar Lampung ditempuh mulai dari tahun 2016 sampai tahun 2018. Dan Pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan selesai pada tahun 2022.

Bandar Lampung, 28 September 2022

Atika Ayu Mahmuda

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb.

Alhamdulillahirabbilalamin puji syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dengan judul “Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun Youtube Ustad Hanan Attaki)”

Dengan rasa hormat dan ucapan trimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini terkhusus kepada

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag., MA. Dan Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
3. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag., MA selaku dosen pembimbing I dan Ibu Siti Wuriyan, M.Kom.I selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan memberikan saran yang menunjang terkait dengan tugas akhir ini hingga proses penyusunan skripsi selesai.
4. Segenap seluruh para dosen dan asisten dosen yang tanpa terkecuali telah mentransfer segala ilmunya dengan ikhlas dan tulus, selama penulis menjalani proses perkuliahan.
5. Para Staf Administrasi FDIK UIN Raden Intan Lampung yang selalu membantu dan melayani penulis dengan baik.
6. Sahabat-sahabat ku tercinta, kia, osa, sulam, monic, rien, pebri, andika. trimakasih atas pujian,hujatan, doa dan segala dukungannya.
7. Kepada teman seperjuanganku mahasiswa kpi angkatan 18 terutama kelas e, trimakasih telah sama-sama berjuang hingga sampai di titik ini.

8. Trimakasih yang luar biasa penulis sampaikan kepada pihak Ustadz Hanan Attaki yang telah menjadi subyek dalam penelitian skripsi ini.
9. Dan terakir kepada Almamater dan kampus ku tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 28 September 2022

Atika Ayu Mahmuda



DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Kajian Terdahulu yang Relevan	6
H. Metode Penelitian	7
I. Sistematika pembahasan.....	10

BAB II MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Media Sosial	13
1. Macam-Macam Media Sosial.....	14
2. Youtube	15
3. Istilah-Istilah Dalam Youtube	18
4. Mengupload video	19
5. Mendownload video	19
6. Kegunaan Youtube	20
7. Karakteristik Youtube	21
8. Hubungan Media Sosial Dan Dakwah.....	22
B. Media Dakwah	23
1. Macam-Macam Media Dakwah	26
2. Jenis – Jenis Media Dakwah.....	27
3. Fungsi Media Dakwah	29
4. Cara Pemilihan Media Dakwah.....	30
5. Youtube sebagai media dakwah.....	30

6. Konten Dakwah	32
------------------------	----

BAB III PROFIL USTAD HANAN ATTAKI DAN KAJIAN DAKWAHNYA

A. Profil Ustad Hanan Attaki	33
1. Ustad Hanan Attaki	33
2. Keunikan Ustad Hanan Attaki.....	37
3. Karya Intelektual Ustad Hanan Attaki.....	39
4. Setting Sosial Ustad Hanan Attaki.....	44
5. Konten Dakwah Ustad Hanan Attaki	45
B. Media Dakwah Ustad Hanan Attaki.....	49
1. Media Dakwah Instagram.....	49
2. Media Dakwah Youtube	51
3. Konten Dakwah Ustad Hanan Attaki Berdasarkan Periode.....	52

BAB IV ANALISI PENELITIAN

A. Cara Penyampaian Dakwah Ustad Hanan Attaki.....	57
B. Sasaran Dakwah Ustad Hanan Attaki	63
1. Kajian Dengan Judul Perasaan Nabi Itu Teladan	63
2. Kajian Dengan Judul Renungan Itiraf Ustad Hanan Attaki	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Profil Hanan Attaki	33
Gambar 3. 2 Akun Youtube Hanan Attaki	39
Gambar 3. 3 Akun Youtube Hanan Attaki	41
Gambar 3. 4 Akun Youtube Hanan Attaki	43
Gambar 3. 5 Video Youtube Tilawah Hanan Attaki.....	44
Gambar 3. 6 Video Youtube Ceramah Hanan Attaki	46
Gambar 3. 7 Video Youtube Ceramah Hanan Attaki	47
Gambar 3. 8 Video Youtube Ceramah Hanan Attaki	48
Gambar 3. 9 Akun Instagram Hanan Attaki	49
Gambar 3. 10 Akun Youtube Hanan Attaki	51
Gambar 3. 11 Video Cearamah Hanan Attaki	53
Gambar 3. 12 Video Ceramah Hanan Attaki.....	53
Gambar 3. 13 Konten Dakwah Hanan Attaki.....	54
Gambar 4. 1 Kajian Pada Youtube Hanan Attaki	58
Gambar 4. 2 Video Kajian Hanan Attaki.....	60
Gambar 4. 3 Video Kajian Hanan Attaki.....	63
Gambar 4. 4 Video Kajian Hanan Attaki.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menjelaskan lebih rinci secara keseluruhannya isi skripsi ini, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan judul skripsi yang penulis teliti. Adapun judul skripsi ini adalah “MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH (studi pada akun youtube ustad Hanan Attaki)”. Guna memperoleh pengertian yang tepat dan benar dalam memahami maksud dari judul skripsi yang terkandung dalam judul di atas maka penulis perlu menguraikan beberapa pengertian dari judul yang telah penulis sampaikan diatas agar tidak, menimbulkan kekeliruan dalam menafsirkan judul.

Media sosial ialah sebuah media online yang di mana para pengguna aplikasi yang berbasis internet ini dapat berbagi informasi serta bisa berkomunikasi, berpartisipasi, dan menciptakan sebuah konten berupa vlog, wiki, forum, jejaring sosial, hingga ruang dunia virtual sekalipun, yang telah disajikan oleh teknologi multimedia yang semakin canggih. Hingga pada saat ini, jejaring sosial, blog, dan wiki merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat di antara yang lainnya¹. Media sosial selain itu pula ada youtube, facebook, intagram, line, whatsapp, telegram, dan lainnya yang menjadi media sosial terlaris dan terpopuler untuk saat ini.

Media dakwah ialah sebuah sarana aplikasi yang digunakan banyak para pendakwah dalam menyampaikan kajian dakwah islam yang akan diberikannya kepada para penerima dakwah. Seiring berjalanya waktu dan perkembangan zaman semakin maju pula, Maka media dakwah ini pun berkemabang, yang tadinya berdakwah hanya melalui majelis di masjid-masjid kini sudah bisa di akses melalui media.²

¹ Istina Rakhmawati, AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1 Juni 2016, 184

² Adi Wibowo, Jurnal Islam Nusantara, Vol. 03 No. 02, p. 339-356, Juli - Desember 2019, 345

Youtube ialah sebuah situs web berbagi video sharing yang populer. dimana para penggunanya dapat membuat, melihat, dan membagikan video klip yang telah dibuat oleh para penggunanya secara gratis. Awal mula youtube berdiri pada bulan february tahun 2005 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Pada awalnya video-video yang ada di youtube sendiri ialah sebuah konten video klip film, TV, dan video buatan para penggunanya sendiri.³

Ustad Hanan Attaki ialah seorang Ustad milenial yang ketika berdakwah selalu menyerupai anak muda, baik dari ucapan, penampilan, hobi, serta isi kajian dakwahnya. Untuk menarik minat para remaja untuk berada di jalan Allah ia berinovasi dengan menggunakan media sosial sebagai alat bantu dalam menyampaikan kajian dakwahnya, karna media sosial telah melekat pada kehidupan masyarakat terutama pada kaum remaja, maka dari itu Ustad Hanan Attaki menggunakan media sosial seperti youtube dan instagram sebagai media dakwahnya. Namun pada penelitian ini peneliti lebih berfokus pada satu akun media sosial yang digunakan Ustad Hanan Attaki dalam berdakwah.

B. Latar Belakang Masalah

Belakangan ini media sosial tengah ramai digunakan oleh banyak masyarakat dengan tujuan mempermudah pekerjaan atau mencari suatu informasi dengan cepat, dan media sosial kini telah menjadi bagian hidup dari masyarakat. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang ada di era globalisasi pada saat ini mampu memberikan sebuah kontribusi yang sangat berpengaruh terhadap perubahan pola kehidupan manusia. Salah satu kemudahan yang telah tercipta dan dapat kita rasakan adalah berinteraksi melalui internet kita tidak perlu bertemu dan bertatap muka sekalipun dengan adanya internet kita bisa tetap berkomunikasi meskipun kita berada pada jarak yang jauh sekalipun. Semakin berkembangnya media sosial internet maka semua dapat dilakukan

³ Fatty Faiqah, Muh.Nadjib,Andi Subhan Amir. Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 5 No.2 Juli,Desember (2016), 259.

tanpa harus berada dalam ruang dan waktu yang bersamaan. Joy Roesma dan Nadia Mulya mengemukakan pendapat mereka bahwa kebutuhan untuk tetap eksis di dunia digital seakan naik pangkat menjadi kebutuhan utama dan tinggal tunggu waktu saja sampai hal ini menjadi kebutuhan semua manusia di muka bumi selain sandang dan pangan, papan dan colokan. Namun pada dasarnya keberadaan internet dan peran media sosial sendiri memiliki dampak positif apabila dan dipergunakan dengan baik dan akan berdampak negatif apabila disalahgunakan.⁴

Pada dasarnya dakwah ialah perintah Allah kepada seluruh umat muslim dimuka bumi, dan di dalam Al-Qur'an sendiri telah disebutkan bahwa berdakwah ialah kewajiban setiap umat muslim, dan dakwah sendiri menempati posisi yang tinggi serta mulia. Dakwah juga bisa mempengaruhi kehidupan dan tingkah laku seseorang dalam hidup. Dalam berdakwah jika kita menggunakan bahasa penyampaian pesannya dengan ringkas, jelas, serta mudah untuk dipahami mampu menarik banyak masyarakat untuk menyaksikan kajian yang disampaikan oleh pendakwah itu sendiri. Dalam berdakwah sendiri seorang pendakwah harus mampu memahami kondisi para penerima kajian dakwah mereka, ini ialah tujuan untuk tercapainya sebuah dakwah pada masyarakat. Dalam berdakwah kita bisa menyampaikannya secara langsung kepada seseorang, bisa melalui mimbar, serta pada kotbah atau suatu kajian ilmu, namun tidak bisa dibayangkan jika sebuah kegiatan berdakwah mengalami kelumpuhan karna disebabkan oleh beberapa faktor yang terjadi di era globalisasi seperti pada saat ini. Informasi dengan cepat bisa tersebar luaskan secara instan maka dari itu umat Islam haruslah memilih dan menyaringnya terlebih dahulu agar ketika mendapat sebuah informasi tentang kajian dakwah Islam kita tidak salah dalam menafsirkannya dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai ajaran agama Islam itu sendiri. Karena suatu kebenaran yang telah dikemukakan, maka Islam harus tersebar secara luas kepada setiap muslim di dunia menyampaikan

⁴ Joy Roesma, Nadia Mulya, Media Sosialita: eksis narsis jadi darig-daring, (Jakarta: GramediaPustaka Utama, 2018) . 11

kebenaran itu sendiri merupakan tanggung jawab oleh seluruh umat Islam.⁵

Dakwah sendiri bisa dengan mudah dapat diterima oleh masyarakat jika memiliki sebuah inovasi dalam penyampaianya, maka dari itu Ustad milenial diuntut untuk bisa berinovasi dalam menyebarkan kajian dakwahnya kepada masyarakat, namun dengan perubahan zaman yang semakin berkembang dengan pesat mampu mengubah pola gaya dakwah yang tadinya terkesan hanya begitu-begitu saja kini mampu menarik banyak minat masyarakat untuk dapat menyaksikan dakwah. Ustad Hanan Attaki ialah salah satu dari banyaknya Ustad yang berdakwah menggunakan media sosial dalam membantunya menyebarkan dakwah kepada masyarakat. Ustad Hanan Attaki terkenal dikalangan para kaum remaja dikarenakan kajian dakwahnya yang mengarah kepada permasalahan anak muda, serta dalam berdakwah ia menggunakan bahasa yang ringkas, mudah dimengerti serta lemah lembut, tak hanya itu Ustad Hanan Attaki pun memiliki penampilan yang menyerupai anak muda, tujuan ia menggunakan itu semua dalam berdakwah tak lain ialah ingin menarik minat anak muda untuk mendengarkan kajiannya dan tetap berada di jalan Allah melalui kajian-kajian dakwah yang ia sampaikan pada media sosialnya. Ustad Hanan Attaki menggunakan media sosial seperti instagram dan youtube dengan tujuan tercapainya suatu dakwah kepada sasaran dakwahnya, terutama kaum remaja dan 89% *followers* Ustad Hanan Attaki ialah kaum remaja.

Youtube sendiri ialah sebuah aplikasi situs web yang dapat digunakan untuk berbagi video. Dan para penggunanya dapat mengunggah, atau menonton, serta bisa berbagi video secara gratis. Konten video yang terdapat dalam youtube sendiri biasanya seperti video klip, film, tv, dan video buatan para pengguna youtube itu sendiri.⁶ Aktivitas youtube sendiri kini kian populer dikalangan masyarakat karna youtube memiliki sebuah keunggulan yaitu memiliki durasi yang panjang, serta bisa digunakan tanpa internet dan

⁵ Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure). Skripsi. (Surabaya : Uin Sunan Ampel, 2018), 1

⁶ Apriyadi tamburaka, literasi media (Jakarta: PT Raja grafindo, 2013), cet ke-1, 83

bisa di akses dimana saja kapan saja tanpa adanya suatu batasan ruang dan waktu. Dengan kepopulernya sebagai media yang bisa digunakan tanpa data internet serta perubahan dakwah yang mengikuti perkembangan zaman maka youtube kini banyak juga digunakan oleh masyarakat dan para pendakwah, para pendakwah menggunakan youtube sebagai alat bantu dalam penyebaran kajian dakwahnya kepada masyarakat secara cepat dan tepat kepada sasaran dakwah itu sendiri.

Dari banyaknya Ustad terkenal di Indonesia yang menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya ada 1 orang pendakwah yang tak kalah terkenal juga memilih youtube sebagai alat bantu dalam berdakwah yaitu Ustad Hanan Attaki dalam menyampaikan kajiannya ia menggunakan media youtube sebagai alat bantu dalam berdakwah. Ustad Hanan Attaki ini memiliki cara berdakwah yang unik dalam penyampaian serta penampilannya ketika berdakwah. Tak hanya youtube saja yang ia gunakan dalam membantunya dalam berdakwah ia juga menggunakan media sosial lainnya, yaitu instagram. Namun pada kedua media sosial ini ia memiliki perbedaan dalam menyebarkan kajiannya. Jika dilihat pada instagram Ustad Hanan Attaki ia hanya menyebarkan tentang kegiatan kehidupannya sehari-hari, serta berisi foto-foto kegiatan kemanusiaan, poster dakwah, dan potongan video dari kajian dakwahnya. Pada instagram ini ia tidak membagikan secara jelas apa dari isi kajian dakwahnya. Namun ia membagikan seluruh kajian dakwahnya secara lengkap pada media youtube, pada youtube inilah Ustad Hanan Attaki mengunggah berbagai video kajian dakwah yang ia sampaikan secara full dan lengkap, isi kajian dakwahnya memiliki 3 kelompok bagian yaitu : *One Minutes Booster, Booster & Lifehacks* serta Tilawah / Rekaman Shalat. 3 kelompok kajian dakwah ini ia bagiakan dengan durasi yang lengkap.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisa hasil penelitian maka penelitian ini difokuskan pada satu akun youtube saja, yakni akun youtube Ustad Hanan Atakki. Penelitian ini akan terfokus

pada sasaran dakwah Ustad Hanan Attaki dalam menyebarkan kajian dakwahnya kepada masyarakat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Mengapa Ustad Hanan Attaki dalam menyampaikan kajian dakwahnya menggunakan bahasa layaknya kaum remaja?
2. Mengapa Ustad Hanan Attaki memilih youtube sebagai media dakwahnya?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk :

1. Karna sasaran dakwah Ustad Hanan Attaki ialah kaum remaja
2. Karna pada media youtube memiliki durasi yang panjang dalam membagikan vidio.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah diharapkan dapat berguna bagi setiap yang membacanya antara lain sebagai berikut :

1. Dapat memberikan pengetahuan baru bagi para pembaca khususnya bagi mahasiswa jurusan komunikasi terkait media dakwah sebagai media sosial.
2. Hasil penelitian ini bisa menjadi sebuah referensi, dan sebagai ilmu baru bagi pembacanya mengenai hal-hal yang berhubungan dengan youtube Ustad Hanan Attaki.

G. Kajian Terdahulu yang Relevan

Untuk menghindari kesamaan antara penelitian yang penulis teliti maka peneliti berusaha melacak berbagai *literature* dan penelitian terdahulu yang masih relevan terhadap suatu masalah yang menjadi objek penelitian ilmiah. Oleh karna itu dengan penelitian yang sebelumnya, maka penulis akan menyajikan beberapa kajian

yang sebelumnya sudah di teliti terdahulu yang relevan dengan judul yang penulis teliti. Dan sebagai teori pendukung guna menyusun konsep berfikir dalam penelitian. Penelitian pertama yaitu :

1. Analisis pesan dakwah pada *channel* youtube Hanan Attaki (studi pesan hubungan antara lawan jenis) skripsi milik Cut santi ala, mahasiswi UIN Ar Raniry, Banda Aceh, 2020 , menggunakan *Content Analysis*, sebagai metode penelitiannya dan bersifat kualitatif, peneliti terdahulu meneliti hanya 1 konten dakwah yang terdapat pada youtube Hanan Attaki yaitu berkaitan dengan hubungan antara lawan jenis namun persamaannya terdapat pada subyeknya penelitiannya, yaitu Ustad Hanan Attaki
2. Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki : Analisis Isi Kajian Fathi "Pegang janji Allah" eps 27 via youtube skripsi milik mahasiswi Zulfa Pariska, Universitas Sunan Ampel, pada tahun 2018, menggunakan metode penelitian kualitatif dan Membahas 1 episode yang terdapat pada youtube Ustad Hanan Attaki, yaitu Pegang Janji Allah. Memiliki persamaan dalam hal konteks yaitu youtube Ustad Hanan Attaki.
3. Analisis isi pesan dakwah Ustad Hanan Attaki dalam akun youtube pemuda hijrah. Skripsi yang ditulis oleh mahasiwi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. Menggunakan metode penelitian analisis isi pendekatan kualitatif, dan memiliki persamaan pada konteks penelitiannya, yaitu youtube Ustad Hanan Attaki.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian ialah cara ilmiah yang rasional, empiris, dan sistematis yang akan digunakan untuk suatu disiplin ilmu yang sedang melakukan sebuah penelitian.

1. Pendekatan Penelitian

Metode Penelitian atau *Methodology Research* dapat dibedakan pengertiannya dengan penelitian atau *research* dalam artian umum, dalam pengertian umum metodologi penelitian merupakan

sebuah ilmu studi yang mengenai sistem. Ataupun tindakan mengerjakan investigasi sedangkan penelitian merupakan sebuah tindakan untuk melakukan investigasi guna untuk mendapatkan fakta-fakta terbaru, dan mendapat sebuah tambahan informasi yang bersifat mendalam (*indef research*), akan tetapi tidak lazim jika sebagaimana biasanya. Dengan perkataan lain, metodologi penelitian merupakan ilmu ataupun sebuah studi yang berhubungan dengan penelitian sedangkan penelitian menunjukkan sebuah kegiatan pelaksanaan.⁷ Penelitian ini termasuk kepada deskriptif kualitatif. Dan pada penelitian ini nantinya akan menggunakan teori milik Teun A. Van Dijk yang dimana dalam menganalisis wacana tidak hanya menganalisis teks semata namun perlu diamati pula bagaimana teks tersebut diproduksi, kenapa teks semacam itu diproduksi, untuk kemudian mengetahui bahwasanya Ustad Hanan Attaki mampu mempengaruhi para mad'u nya untuk mendengarkan kajiannya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi non partisipan dan mengambil dokumentasi dari sebuah rekaman serta naskah yang terdapat dalam akun youtube milik Ustad Hanan Attaki.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dan objek penelitian ialah sebuah sumber utama dan tempat dimana akan diperolehnya semua data-data yang sedang dibutuhkan oleh penulis guna untuk melengkapi penelitian tersebut. Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Ustad Hanan Attaki, sedangkan Objek penelitiannya ialah akun youtube milik Ustad Hanan Attaki, Akun youtube Ustad Hanan Attaki ini memiliki banyak kontek kajian dakwah yang dapat disaksikan pada akun youtube miliknya.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan faktor yang terpenting dalam mengkaji suatu penelitian pada saat pengumpulan sumber data, peneliti harus melakukan pengumpulan data terlebih dahulu. Sumber

⁷ Muhammad Teguh, *Metodelogi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005). 7

data sendiri di bagi menjadi dua bagian yaitu dalam bentuk data primer dan data sekunder, data primer dan skunder ialah :

- a. Sumber data primer : Adalah suatu keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Data Primer ini dikumpulkan oleh peneliti langsung dari dari tempat objek penelitian yang dilakukan seperti observasi dan dokumentasi. Dalam hal ini yang menjadi sumber data primer yaitu akun media sosial youtube milik Ustad Hanan Attaki.
- b. Sumber Data Sekunder : Adalah keterangan yang diperoleh dari pihak kedua, baik itu berupa orang maupun catatan, seperti buku, laporan, buletin, dan majalah yang sifatnya dokumentasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder ialah literatur, jurnal, artikel di internet, dan Youtube milik Ustad Haanan Attaki yang berkenaan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sendiri terbagi atas tiga bagian yaitu :

- a. Dokumentasi: Digunakan dengan tujuan untuk menggali data-data dimasa lalu secara sistematis dan objektif, Peneliti memanfaatkan bantuan media informasi online sebagai langkah penelitian guna untuk pengumpulan data yang dibutuhkan sesuai dengan masalah yang sedang di teliti.
- b. Observasi: Observasi yaitu suatu cara untuk menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku degan melihat serta mengamati suatu kelompok atau perseorangan secara langsung. Observasi yang penulis lakukan pada Youtube Ustad Hanan Attaki ialah observasi non partisipan guna mendapatkan data yang dibutuhkan. Dengan cara membuka youtube Ustad Hanan Attaki melihat dan mengamati, serta menganalisis isi dari komentar pada vidio-vidio tersebut.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah proses mencari serta menyusun kajian secara sistematis dari data yang telah diperoleh berdasarkan catatan yang di dapatkan dilapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam unit-unit kemudian memilih data mana yang penting dan yang mana akan dipelajari, dan membuat sebuah kesimpulan. Sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh diri sendiri atau orang lain yang membacanya.⁸ Setelah seluruh data penelitian yang dibutuhkan terkumpul lalu di analisis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan Analisis wacana yang bersifat kualitatif, dengan rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal (*subyek*) yang telah disajikan secara teratur dan sistematis.

I. Sistematika pembahasan

Untuk memudahkan dalam pemabahasana dan penyusunan pada skripsi ini, maka penulis akan menyajikan pembahsan dalam beberapa bab, sistematikanya sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab I pendahuluan ini menjelaskan penegasan judul skripsi dengan judul “MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH (studi pada akun youtube Ustad Hanan Attaki)” Dan Menjelaskan istilah-istilah penting yang terkandung didalam judul skripsi penulis, agar tidak ada kekeliruan atau kesalah pahaman. Dan kemudian menguraikan latar belakang menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian. Kemudian penulis mengidentifikasi dan membatasi masalah agar lebih fokus pada permasalahan penelitian. Lalu peneliti mencantumkan rumusan masalah yang berupa pertanyaan mengenai masalah penelitian yang sedang di teliti. Kemudian menguraikan dengan tujuan dan manfaat penelitian itu sendiri, serta mencantumkan kajian peneliti terdahulu yang relevan agar penulis mengetahui hal-hal yang sudah di teliti dan yang belum di teliti agar tidak terjadi penjiplakan dalam penulisan.

⁸ Sugiono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2016), 335

Kemudian menjelaskan metode penelitian atau tindakan yang digunakan untuk meneliti serta memecahkan masalah, dan pada akhir bagian bab I terdapat penjelasan mengenai sistematika pembahasan untuk mendeskripsikan alur pembahasan penelitian skripsi ini.

BAB II Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Bab II ini berisi dasar-dasar teori tentang media sosial sebagai media dakwah yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang telah ditemukan dari hasil pelaksanaan penelitian ini

BAB III Deskripsi Objek Penelitian

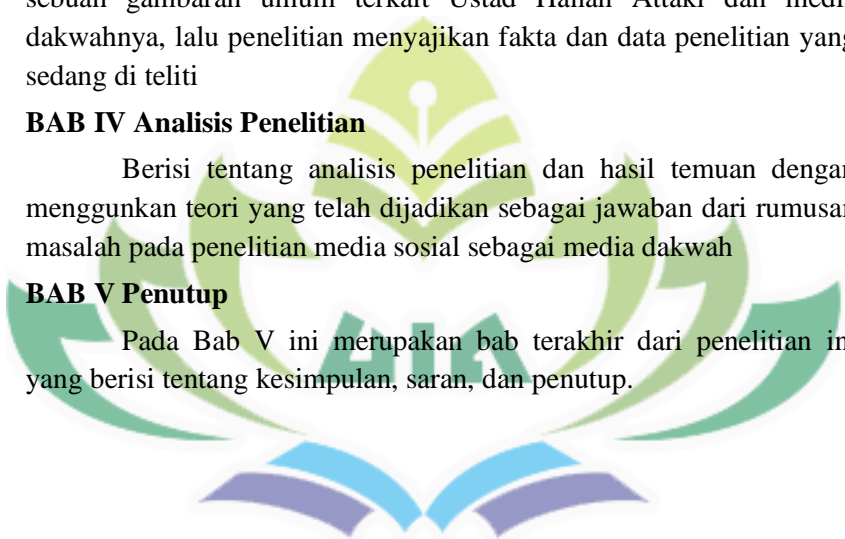
Pada bab III membahas tentang profil objek penelitian atau sebuah gambaran umum terkait Ustad Hanan Attaki dan media dakwahnya, lalu penelitian menyajikan fakta dan data penelitian yang sedang di teliti

BAB IV Analisis Penelitian

Berisi tentang analisis penelitian dan hasil temuan dengan menggunakan teori yang telah dijadikan sebagai jawaban dari rumusan masalah pada penelitian media sosial sebagai media dakwah

BAB V Penutup

Pada Bab V ini merupakan bab terakhir dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan, saran, dan penutup.





BAB II

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Media Sosial

Media Sosial Menurut Henderi, Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma Graba, Menurut mereka media sosial adalah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun seni publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem¹. Media jika di lihat dari sudut pandang penggunaannya ialah sebuah alat yang digunakan sebagai penyalur suatu informasi. Dan media ialah sebuah platform digital yang memfasilitasi para penggunanya untuk saling bersosial antara satu dengan yang lainnya, baik itu untuk berkomunikasi atau hanya membagikan sebuah konten berupa tulisan, foto serta video saja. Media sendiri berada pada posisi yang kedua, berarti ia dapat memberikan pengaruh-pengaruh "positif" maupun "negatif" kepada penggunanya tergantung pemakaian media itu sendiri. Posisi media dilihat dari saluran yang bebas dan netral. Media itu sendiri berfungsi untuk membantu kelompok dominan menyebarkan gagasannya.² Posisi media dilihat dari saluran yang bebas dan netral. Media itu sendiri berfungsi untuk membantu kelompok dominan menyebarkan gagasannya.³ Kehadiran media sosial pun kini memberikan kemudahan bagi setiap para penggunanya untuk terus tetap berkomunikasi meski jarak berjauhan, dengan media sosial seseorang dapat dengan mudah berkirim pesan tanpa harus bertemu, berbagi video, atau mencari informasi lainnya. Media-media konvensional memiliki daya jangkauan secara global, Tetapi untuk menjangkau itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui media sosial, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara

¹ Purbohastuti, Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, (Tirtayasa Ekonomika, 2017).215

² Sobur alex, Analisis teks media, (bandung: PT remaja rosdakarya,2012).

³ Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media, Lkis, (Yogyakarta,2006) .36

cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna media sosial juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna.⁴ Media sosial kerap kali digunakan sebagai alat bantu aktivitas setiap orang, semakin maju dunia internet maka semakin berkembang pula media-media tersebut. Media sosial sendiri memiliki dampak baik dan buru, semua tergantung para pengguna media itu sendiri, jika media digunakan dengan baik dan benar maka media ini bisa bermanfaat bagi orang banyak, namun jika media digunakan kearah yang negatif maka media ini akan berdampak buruk bagi pengguna tersebut. Baik sebelum kita menggunakan media kita memilih secara cermat dan melihat kebutuhan yang akan digunakan dalam bermedia.

1. Macam-Macam Media Sosial

Banyak sekali media sosial yang muncul dengan berbagai kebutuhan hidup bagi setiap penggunanya, media sosial sendiri memiliki berbagai macam jenis dan bentuk serta kegunaanya masing. Dan seiring perubahan jaman maka Berkembang pula lah Teknologi dan Komunikasi yang semakin pesat dan semakin canggih, ada begitu banyak macam media sosial yang kini telah hadir di tengah-tengah kehidupan kita semua salah satu media sosial yang sering dan banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia ialah :

- a. Youtube : Youtube ialah sebuah situs web tempat berbagi video. Bahkan di youtube kita bisa menghasilkan uang dari video yang kita unggah jika mendapatkan jumlah penonton yang banyak.
- b. Facebook : ialah salah satu layanan publik. *website* jaringan sosial yang dimana para penggunanya dapat bergabung dalam suatu komunitas yang telah disajikan oleh seseorang seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan kita bisa berinteraksi dengan orang lain melalui layanan publik satu ini.

⁴ At-tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1 Juni 2016

- c. Instagram : tak jauh berbeda dengan Facebook, Instagram juga memiliki fungsi yang tak jauh berbeda dengan Facebook, yang membedakannya ialah pada Instagram tidak memiliki suatu komunitas yang disajikan. Fitur yang terdapat di dalamnya hanya bisa digunakan untuk, berbagi foto dan video saja.
- d. Tiktok : Tiktok ialah salah satu media terpopuler setelah Youtube. Pada situs web yang ini kita bisa mengkreasi konten video yang kita unggah untuk di sajikan kepada khalayak banyak.
- e. Telegram : Telegram ialah sebuah media aplikasi layanan publik pengirim pesan multiplatform, telegram bisa digunakan di ponsel atau pun komputer.

Namun media sosial yang paling populer dari semuanya ialah Youtube, bahkan Youtube sendiri kini seperti telah menjadi bagian hidup setiap orang. Karena Youtube memiliki jangkauan yang luas serta tidak memiliki batasan ruang dan waktu. Dan dalam penelitian ini penulis lebih berfokus pada satu media saja yakni Youtube untuk dibahas lebih lanjut.

2. Youtube

Youtube ialah sebuah aplikasi baru atau new media yang baru digunakan untuk melihat berbagai unggahan video yang tersebar pada akun Youtube itu sendiri. Yang di unggah oleh orang lain. Youtube sendiri merupakan sebuah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Dan para penggunanya dapat mengunggah, atau menonton, serta bisa berbagi video secara gratis. Konten video yang terdapat dalam Youtube sendiri biasanya seperti video klip, film, tv, dan video buatan para pengguna Youtube itu sendiri.⁵ Youtube didirikan pada bulan Februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Pada umumnya video yang ada di Youtube adalah video sebuah klip film, TV, serta video buatan para penggunanya itu sendiri. Dan kemudian di kembangkan

⁵ Apriyadi tamburaka, literasi media (Jakarta: PT Raja grafindo, 2013), cet ke-1, 83

dengan google dengan memfasilitasi para pengguna itu sendiri untuk membagikan konten video yang telah dibuatnya untuk kemudian bisa diakses oleh para pengguna lainnya dari seluruh dunia secara gratis. Youtube bisa dikatakan database video yang paling populer di dunia internet, bahkan yang paling lengkap dan bervariasi. Pada awalnya youtube tidak dibantu untuk dikembangkan oleh google namun mengakui isinya untuk kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan google yang lain. Dan sampai saat ini youtube telah menjadi situs online video provider yang paling dominan di Amerika Serikat, bahkan didunia, yang telah menguasai 43% pasar. Namun diperkirakan 20 Jam durasi video yang telah diupload ke youtube setiap menitnya dengan 6 miliar views per hari. Youtube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan adanya kemajuan teknologi youtube sampai saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh para penggunanya sendiri, Ada 14 situs web video selain youtube yang telah berkembang di dunia maya pada saat ini diantaranya adalah: Metacafe, Yahoo, Screen, Dailymotion, Vuclip, Vimeo, Hulu, Metatube, MyVideo.de, Sidereel.com, Youku.com, Tudou.com, Kivvi.kz, Blip.tv, Veoh.com. Namun di antara banyaknya situs web yang telah tersajikan youtube lah yang masi menjadi situs web paling populer bahkan banyak diminati para penggunanya baik anak-anak, sampai dewasa.⁶

Dan pada awal memasuki pasar internasional tepatnya pada bulan Oktober tahun 2006, saham situs video youtube ini telah di beli oleh pihak Google dengan harga USD 1,65 Juta. Pada saat itulah awal dari situs video youtube ini dimulai dan kemudian berkembang hingga mencapai kesuksesan pada saat ini. bahkan sampai di tingkat internasional. Pada awal masa kemapanan situs video youtube mendapat penghargaan melalui majalah *PC world* dan juga mendapat julukan sembilan dari sepuluh produk terbaik pada tahun 2006. Dalam perkembangan portofolionya situs video youtube ini telah bekerjasama dengan berbagai intansi swasta maupun pemerintahan, yaitu:

⁶ Fatty Faiqah, Muh.Nadjib,Andi Subhan Amir. Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 5 No.2 Juli,Desember (2016). 260.

- a. Juli-Agustus 2007 menyelenggarakan sebuah siaran yang di tayangkan bersama dengan CNN yaitu acara debat Presiden di Amerika
- b. November 2008 kembali menyelenggarakan sebuah acara TV yang memiliki episode dan *films* itu di tayangkan secara online dengan bekerjasama oleh intansi dengan salah satu media swasta di Amerika seperti: Lions Gate, CBS, NBC, Fox, dan Disney
- c. Dan pada awal tahun 2009 Situs video youtube ini melakukan registrasi domain pada situsnya yaitu ([www. youtube-nocookie.com](http://www.youtube-nocookie.com)) untuk koleksi videonya yang berada dalam wilayah hukum pemerintah Amerika. Dan pada bulan November telah meluncurkan siaran pertunjukan bagi para penonton di Inggris yang menampilkan 4000 pertunjukan yang berasal dari 60 pihak ketiga yang bekerjasama dengan youtube.
- d. Pada bulan Maret 2010, youtube mulai menyiarkan konten tertentu secara gratis, termasuk 60 pertandingan kriket Indian Premier League. Menurut youtube, ini merupakan siaran acara olahraga terbesar yang di tayangkan via Internet untuk pertama kalinya di dunia yang bersifat gratis.⁷

Dan sampai saat ini youtube telah berkembang dan menjadi lebih canggih. Kini pihak goggle telah mengembangkan cara baru bagi pengguna setia youtube dengan menyediakan sejumlah aplikasi seperti:

- a. Youtube merupakan sebuah aplikasi utama yang bisa mengakses vidio dengan berbagai macam vitur yang di sediakan oleh youtube
- b. Youtube kids merupakan aplikasi youtube yang disajikan dengan tampilan dan filter akses vidio bagi anak-anak.

⁷ Edy Chandra, "Youtube, Citra Media Informasi Interaksi atau Media Penyampaian" Aspirasi Pribadi, Journal (online) Mahasiswa Pendidikan Seni Rupa dan Desain, Universitas Trumanegara, Jakarta, Vol.1 No.2, oktober (2017), email: edyc@fsrd.untar.ac.id di akses pada Juli 2022. 407

- c. Youtube Go, merupakan aplikasi youtube dengan fitur unggulan yang dapat meminimalisir penggunaannya tanpa kuota internet dan memori, yang berfungsi bisa menonton kapan saja.
- d. youtube Studio merupakan aplikasi youtube yang di peruntukan guna untuk mengelola kanal dengan aplikasi ini dapat lebih mudah dan cepat dalam mengetahui data stastistik terbaru, menanggapi komentar, dan pengaturan lain terkait pengelolaan akun.⁸

Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa youtube ialah sebuah media sosial yang pertumbuhannya sangat pesat dan youtube sendiri merupakan sebuah media sosial yang paling efektif dalam penyampain sebuah informasi.

Youtube kini juga digunakan oleh para pendakwah sebagai media untuk menyebarkan dakwah Islam dengan cara membuat suatu video dakwah berupa nasihat agama. Youtube juga berisi konten video yang dikalsifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar bergerak sekaligus suara. Sehingga informasi kajian dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh banyak khalayak penerima dakwah.⁹

3. Istilah-Istilah Dalam Youtube

a. *Subscribe*

ialah sebuah istilah yaitu menu layanan gratis dengan cara memasukkan email para pengguna akun youtube pribadi yang digunakan untuk memudahkan sebuah pengunjung pada youtube agar mengetahui *post* terbaru yang tersedia pada youtube. *Subribe* artinya yaitu berlangganan, yang dimana pengguna akan diberikan informasi apabila terdapat vidio terbaru dari sebuah tautan akun yang telah dipilihnya.

⁸ Palita, journal of social religion research, april 2021, vol.6, no. 1. 70

⁹ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah (Bandung: PT Rosdakarya, 2013),122

b. *Streaming*

Ialah istilah yang biasanya digunakan untuk menyiarkan secara langsung sebuah video yang direkam melalui kamera pribadi dalam bentuk video yang kemudian dapat dilihat oleh siapapun dan kapanpun meski dalam waktu yang bersamaan sehingga pengguna bisa menyiarkan secara langsung tanpa harus mendownloadnya terlebih dahulu.

c. *Buffering*

buffering berarti jeda waktu yang terjadi saat pengguna memutar video di youtube. Youtube juga memberikan kesempatan bagi setiap-setiap orang untuk melakukan *sharing* video apa saja yang mereka inginkan misalnya musik, film, video klip, hingga berbagai video tutorial atau video apapun yang dibuat oleh para penggunanya. Youtube juga memberikan peluang yang sangat besar bagi setiap penggunanya untuk mengembangkan ide-ide yang mereka miliki untuk kemudian di bagikan melalui youtube. Pemasaran yang dapat memanfaatkan youtube juga memiliki melalui dua cara yakni yang pertama, melakukan *self-promotion products* yang dapat disajikan melalui music ataupun video Yang kedua, melalui *sponsored advert, supplied by Google AdWord.s.*¹⁰

4. Mengupload video

Akun yang telah terdaftar dalam youtube, mereka bisa mengunggah video yang telah siap disajikan untuk kemudian di unggah kedalam akun youtube pribadi miliknya. Dengan syarat telah terdaftar sebagai pengguna youtube dan jika semakin banyak videonya maka semakin mempengaruhi pula lamanya waktu saat mengunggah video tersebut.

5. Mendownload video

Video yang ada didalam youtube juga dapat juga didownload oleh para penonton secara gratis. Ada banyak sekali cara untuk

¹⁰ Donni Juni Priansa, Komunikasi Pemasaran Terpadu, (Bandung: Pustaka Setia, 2017). 378.

mendownload vidio yang terdapat pada akun youtube itu, contohnya seperti mengcopy alamat URL yang ada dalam video tersebut lalu dipaste kedalam situs seperti www.savefrom.net. Banyak sekali cara penggunaanya dapat mendownload video, cara lebih lanjut dengan mencarinya di google.¹¹

6. Kegunaan Youtube

Youtube memiliki banyak kegunaan yang bisa digunakan oleh para penggunanya youtube memiliki fitur yang sangat canggih serta sangat membantu dalam penyebaran vidio, Youtube juga merupakan sebuah database video yang paling populer diantara media sosial lainnya, dan menjadi salah satu situs web berbagi video yang telah menyediakan berbagai informasi berupa gambar yang bisa bergerak dan digabungkannya antara gambar dan suara, Situs web ini memang disediakan bagi para penggunanya yang ingin melakukan pencarian suatu informasi video untuk menontonnya secara langsung¹². Youtube sendiri memiliki banyak kegunaan yaitu :

a. Sebagai Media Hiburan

Youtube juga digunakan sebagai media hiburan, banyak konten yang disajikan oleh para pengguna youtube yang kemudian disaksikan para penonton konten tersebut. Vidio yang terdapat pada youtube sendiri beragam mulai dari edukasi anak, pembelajaran, bisnis, tutorial memasak, kajian dakwah, tilawah quran serta vidio klip pendek dan masih banyak lagi.

b. Sebagai media pembelajaran

Edukasi pembelajaran bisa disajikan dari banyak media sosial salah satunya youtube. Youtube juga banyak digunakan sebagai alat edukasi pembelajaran, mulai dari balita hingga dewasa sekalipun.

c. Sebagai media dalam berdakwah

Media youtube sendiri juga kerap digunakan para pendakwah sebagai media ladang berdakwah karna youtube memiliki penyebaran

¹¹ Apriadi Tamburaka, Literasi Media, 27

¹² Aritas Puica Sianipar, pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa, Vol.2, No. 3 (2015), 2

vidio yang sangat cepat dan sangat mudah untuk digunakan baik dari kalamhan muda hingga tua sekalipun.

Banyak kegunaan youtube yang dapat dirasakan oleh parah penggunanya, Dalam youtube sendiri memiliki beberapa istilah seperti *Subscribe*, *Streaming*, dan *Buffering*. Kegunaan Youtube sendiri dikalangan para pendakwah adalah suatu media baru yang digunakan guna untuk penyampaian dakwah kepada penerima dakwah itu sendiri dakwah juga terasa lebih mudah didapatkan ketika melalui media sosial youtube, karna kemudahan serta kecanggihhan youtubelah yang membuat dakwah menjadi lebih mudah.

7. Karakteristik Youtube

Youtube memiliki beberapa karakteritiknya sendiri yakni :

- a. Tidak ada batasan durasi dan waktu bagi para pengguna untuk mengunggah vidio, hal ini yang membedakan youtube dengan media sosial lainnya yang mempunyai batasan durasi waktu dalam penguplodan vidio.
- b. Sistem pengamanan yang disajikan youtube sendiri lebih akurat serta youtube membatasi pengamananya dengan tidak mengakses vidio yang di dalamnya terkandung unsur sara, illegal, dan memberikan beberapa pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah vidio.
- c. Berbayar, saat vidio yang diunggah viral dimana-mana maka youtube memberikan penawaran bagi penggunanya yang mengunggah vidio tersebut. yang kemudian jika penonton dalam vidio tersebut telah mencapai 1000 penonton maka youtube akan diberikan honorarium
- d. Sistem luring, sistem baru yang disediakan oleh youtube yang memfasilitasi para penggunanya untuk menonton vidio dengan sistem luring. Sistem ini memudahkan para pengguna youtube.
- e. Editor sederhana, youtube juga memfasilitasi editor sederhana yang terdapat pada menu awal sebelum mengunggah vidio,

pengguna youtube disajikan dengan tawaran untuk mengedit vidio terlebih dahulu untuk kemudian akan di uplod.¹³

8. Hubungan Media Sosial Dan Dakwah

Dakwah yang biasanya hanya bisa disaksikan ketika hari-hari tertentu dan dilakukan pada suatu media-media konvensional, atau seperti pengajian, Qhotbah jum'at, selamatan, bahkan pada sebuah pertemuan-pertemuan keagamaan lainnya. Sehingga waktu dan jangkauan dakwahnya pun sangat terbatas. Kemudian seiring berjalanya waktu dan perkembangan zaman maka dikembangkanlah kajian dakwah melalui media seperti, radio, film, dan televisi. Pada media ini dapat menjangkau banyak khalayak yang lebih banyak serta luas, akan tetapi semua itu terkendala oleh tempat yang terbatas dan waktu yang dibatasi karena harus menyesuaikan dengan program-program lainnya yang akan ditayangkan pada jam yang sudah dijadwalkan dalam agenda siaran radio maupun televisi. Dan pada akhirnya beralih kepada media sosial, yang dimana media sosial ini memiliki suatu keunggulan yakni bisa digunakan kapan saja serta dimana saja, media sosial pun beragam jenisnyanya mulai dari Youtube, instagram, facebook, whatsapp, telegram, tiktok dan media sosial lainnya, inilah yang membuat sebuah keterangan bahwa hubungan antara dakwah dan media sosial sangatlah erat. Sebab berdakwah menggunakan media sosial termasuk efektif dalam penyampain dakwah yang dituju langsung kepada sasaran dakwahnya. Hal ini jugalah yang menjadi sebuah alternatif baru bagi para pendakwah untuk mengembangkan kajian dakwahnya melalui media sosial. Dengan adanya kajian dakwah yang disajikan para pendakwah melalui media sosial, semua menjadi lebih efektif serta tidak memiliki batasan waktu atau jam tayang seperti pada televisi dan radio. Media dakwah sendiri merupakan suatu unsur tambahan yang terdapat dalam sebuah kegiatan dakwah. Yang dimana media dakwah memiliki suatu defenisi alat sebagai prantara untuk penyampaian pesan dakwah kepada para penerima dakwah tersebut. Seorang pendakwah jika ingin

¹³ Fatty faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, Youtube sebagai sarana Komunikasi bagi Komunitas Makasarvidgram, Jurnal Komunikasi Karabe, Vol 5 No.2. Juli – Desember 2016, 261

pesan dakwah yang mereka sampaikan dapat diterima dengan baik dan direspon dengan cepat oleh semua pendengarnya, maka seorang pendakwah itu haruslah menggunakan bantuan sebuah media sosial sebagai alat bantu dalam berdakwah, yaitu menggunakan salah satu dari media sosial seperti youtube, facebook, dan tiktok, telegram, dan instagram yang populer dikalangan situs web lainnya. Para ahli menyampaikan pendapat mereka masing-masing seperti menurut M. Munir dan Wahyu Ilahi, menurutnya media dakwah ialah sebuah alat yang dapat digunakan sebagai alat menyampaikan suatu materi kajian dakwah atau ajaran Islam kepada para penerima dakwah.¹⁴

B. Media Dakwah

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai media bahwa media bias bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi¹⁵

Media dakwah merupakan sebuah alat atau sarana yang digunakan para pendakwah untuk melakukan kegiatan berdakwahnya, atau menyampaikan pesan dakwah kepada para penerima dakwah melalui media itu sendiri, menurut Asmuni Syukir sendiri media dakwah ialah segala sesuatu yang digunakan untuk penyampaian suatu pesan dakwah yang dilakukan oleh pendakwah guna untuk memperoleh suatu tujuan dakwah itu sendiri.¹⁶ Media dakwah itu sendiri merupakan unsur bahan dalam kegiatan dakwah. yaitu, kegiatan dakwah yang dapat berlangsung, meskipun tanpa adanya media sekalipun. Seorang ustad yang sedang menjelaskan tata cara tayamum kepada seorang tamu di rumahnya adalah salah satu contoh dakwah tanpa media. Hal tersebut jika berpegangan bahwa media merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada setiap mitra dakwah. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk

¹⁴ Moh ali aziz, ilmu dakwah, (Jakarta, PT fajar interpretama mandiri, 2016), 404

¹⁵ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 1998), 17

¹⁶ Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), 61

jamak dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan penerima pesan maka media dakwah adalah alat perantara penyampaian pesan dakwah. Ketika media dakwah berarti alat dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi. Media dakwah juga jelas bedanya dengan logistic dakwah yaitu sarana fisik untuk pelaksanaan dakwah.¹⁷

Media dakwah bukanlah suatu penentu utama berjalanya suatu kegiatan berdakwah, akan tetapi media ini ikut memberikan dampak yang besar untuk kesuksesan suatu kajian dakwah yang sedang berlangsung. Media dakwah dapat bisa berfungsi secara efektif apabila sang pengguna media itu dapat menyesuaikan kegunaan media dakwah secara baik yang juga disesuaikan dengan pesan dakwah dan mitra dakwah itu sendiri. Selain ketiga unsur ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah.¹⁸ Berdakwah menggunakan media juga ialah salah satu alternatif yang di gunakan para pendakwah dalam melancarkan dakwah islamnya kepada penerima pesan dakwah agar tercapainya suatu tujuan dakwah tersebut. Media dakwah sendiri bisa berupa media sosial maupun media cetak namun milenial pada saat ini lebih tertarik menggunakan media sosial dikarekan jangkauannya yang luas serta bisa mengakses tanpa batasan waktu. Seorang pendakwah harus mampu memilih media apa yang harus digunakan ketika ia akan menyampaikan pesan dakwahnya. Media dakwah sendiri terdiri atas non media massa dan media massa. Non media massa ini bisa merupakan dakwah melalui surat kabar, majalah, buku dan sebagainya sedangkan media massa itu sendiri ialah tv, radio, internet. Dengan banyaknya pilihan dalam media dakwah seorang pendakwah harus mampu memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan media dakwah yang tepat. Diera globalisasi pada saat ini semua telah dimudahkan dalam menjalankan aktivitasnya termasuk berdakwah. kini dengan kemajuan teknologi dan informasi dakwah bisa di siarkan

¹⁷ *ibid.* 403

¹⁸ *Ibid.* 428

melalui media sosial serta para pendakwah milenial pun kini lebih banyak mengakses apapun melalui media, maka dari itu ada pentingnya seorang pendakwah memperhatikan pemilihan media dakwah yang tepat. Berada di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mempermudah langkah para pendakwah dalam menyebarkan kajian dakwahnya, Fenomena ini, tentunya menjadi sebuah pemikiran dan perhatian bagi keberlangsungan dakwah islam di tengah-tengah masyarakat yang terus berubah. Memanfaatkan media sebagai alat dakwah kepada penerima dakwah sebagai sebuah keniscayaan yang harus dilakukan dan dikelola secara baik agar aktivitas dakwah terus berjalan sesuai dengan kebutuhan mitra dakwah.¹⁹

seperti yang telah tertera pada QS. Al-Mulk Ayat 23

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: “Katakanlah, "Dialah yang menciptakan kamu dan menjadikan pendengaran, penglihatan dan hati nurani bagi kamu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur”²⁰

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kita untuk bersyukur terhadap apa yang telah kita dapatkan, sama halnya dengan berdakwah menggunakan media, kemudahan yang telah kita dapatkan dan dinikmati, ini adalah sebagian bentuk pertolongan Allah kepada manusia agar terus menyebarkan dakwah islam. Dengan adanya media telah membantu mempermudah segala hal apapun menjadi mudah dan salah satu kemudahan itu ialah berdakwah, tidak perlu membuat suatu majelis ilmu untuk mengumpulkan masyarakat.

Kata dakwah sendiri berarti memanggil, mengundang, menyeru, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan dan amal.²¹

Penjelasan lebih spesifik ini guna untuk mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan tentang dakwah, yaitu :

¹⁹ Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, 145

²⁰ QS. Al-Mulk Ayat 23

²¹ Abdul Basit, Filsafat Dakwah (Depok: Rajawali Pers, 2013), 43

a. Kata da'a

Perkataan da'a ialah sebuah fi'il madhi, yaitu kata yang kerja dimasa lalu. Kata ini disebutkan pula dalam Al-Quran pada sepuluh surat dan 11 ayat. Kata da'a juga memiliki beberapa makna yaitu memohon, meminta, berdoa serta memanggil. Sementara dalam Tafsir Al-Mishbah kata da'a sendiri diartikan dengan empat makna yaitu memohon, berdoa, menyeru dan panggilan.

b. Kata yad'uw

Kata yad'uw ialah fi'il muzhari' yaitu suatu perbuatan yang sedang atau akan dilaksanakan. Dalam Al-Quran sebanyak 21 ayat pada 20 surah. Dalam Al-Mishbah kata yad'uwna mempunyai banyak arti.

c. Kata da'wah

Kata dakwah ialah isim masdar (*invinitive*). Kata tersebut dalam Al-Quran disebutkan sebanyak lima kali yang bermakna panggilan.

d. Kata ud'u

Dan yang terakhir kata dakwah dalam perintah atau fi'il amr dikenal dengan kata ud'u. dalam Al-Quran kata tersebut terdapat pada 8 surah dan 12 ayat.²²

1. Macam-Macam Media Dakwah

Pada dasarnya komunikasi dakwah dapat dilakukan menggunakan berbagai cara atau menggunakan media sekalipun. Dakwah dilakukan melalui media sosial agar mempersingkat waktu dan memperluas jaringan dakwah yang sedang di lakukan, bahkan bisa di lihat berulang kali, media dakwah sendiri terbagi atas beberapa jenis seperti media massa dan media non massa. Apa itu media massa san non massa?

- a. Media Massa : Media massa ialah sebuah media yang digunakan dalam sebuah komunikasi. Media massa sendiri

²² Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: Pt. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, 4-9

yang paling banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari pada umumnya ialah surat kabar, radio, televisi, dan film.

- b. Media Non Massa : Media Non Massa ini digunakan didalam sebuah komunikasi antara orang tertentu atau suatu kelompok-kelompok tertentu. jenisnya seperti surat kabar, telepon, SMS, telegram, faks, dan papan pengumuman. Semua itu telah dikategorikan kedalam media non massa karna tidak mengandung nilai keserempakan dalam komunikannya yang tidak bersifat massal.²³

2. Jenis – Jenis Media Dakwah

Begitu banyak jenis-jenis media yang bisa dijadikan sebagai media dalam berdakwah. Secara luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun bisa digunakan sebagai media dalam berdakwah. Jenis-jenis media dakwaha tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah apabila ditujukan untuk berdakwah seperti :

a. Media Auditif

Radio : Radio adalah salah satu jenis media yang digunakan dalam berdakwah, sebab radio memiliki beberapa kelebihan yakni :bersifat langsung dalam menyampaikan siaran dakwahnya, tidak harus melalui suatu proses yang kompleks dalam penyampaian pesan dakwahnya, siaran radio tidak memiliki jarak siaran, radio memiliki daya tarik yang kuat terhadap respon masyarakat dalam menerima dakwah, biaya yang terjangkau, mampu menjangkau tempat-tempat terpencil sekalipun, tidak terhambat oleh kemampuan baca dan menulis.

b. Media Visual

Media visual ialah media yang dapat di lihat seperti :

Pers :Pers ialah sebuah media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid,dan sebagainya, sedangkan dalam arti luas meliputi media massa elektronik yaitu televisi, dan radio. Media ini sangat bermanfaat sebagai media dakwah karna ini termasuk kedalam beberapa media massa pembentuk opini masyarakat dalam kajian dakwah. Dakwah yang tersampaikan menggunakan media ini berupa

²³ Al-Munzir, Media Dakwah, Vol. 9. No. 2 (November 2016), 349

bentuk keislaman. Pers jika digunakan sebagai media dakwah ia memiliki beberapa keunggulan seperti : memberikan kesempatan untuk memilih pesan dakwah yang sesuai dengan kemampuan dan kepentingan saat dakwah tersebut akan dilangsungkan, tidak terikat oleh waktu dalam mencapai khalayak dalam berdakwah, dapat mengembangkan topik dakwah secara luas sesuai yang diinginkan pendakwahnya, dapat berkembang dengan pesat.

2. Majalah

Majalah juga bisa dijadikan sebagai media dalam berdakwah namun media ini ditentukan oleh sasaran tujuan dakwahnya tersebut untuk siapa yang akan membacanya. Majalah merupakan sebuah media dakwah yang paling simple dalam penyajian dakwahnya. Sampai saat ini sudah banyak majalah yang menjadi media dakwah islam. Menulis pesan dakwah disebuah majalah tidak terlepas dari visi dakturnya.

3. Surat

Surat yang berisi pernyataan dari penulisnya dan dibuat dengan sebuah tujuan untuk menyampaikan informasi ini bisa menjadi sebuah media dakwah. Dakwah menggunakan surat telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW pada masa itu. Pesan dakwah tidak hanya disampaikan dengan sebuah tulisan saja melainkan menggunkan perasaan yang mendalam dalam penulisnya.

c. Media Audio Visual

Media audio visual sendiri terdiri atas beberapa jenis yakni :

1. Televisi

Televisi merupakan media berdakwah yang memiliki peminat cukup banyak karna di dakwah yang ada di televisi bersifat siaran langsung yang disampaikan serta pada televisi penyampaian dakwah bisa diterima langsung oleh para pendengar dakwah itu sendiri, televisi tidak memiliki jarak. Namun tidak semua stasiun televisi yang menayangkan siaran dakwah, hanya beberapa saja bahkan hanya satu stasiun televisi saja yang menayangkan kajian dakwah.

2. Filem

Filem ialah sebuah gambar hidup yang bergerak dan berwarna filem memiliki sebuah keunikan jika digunakan sebagai media

dakwah secara psikologi penyampaian dakwah menggunakan media file mini memiliki banyak daya tarik tersendiri terhadap penontonya dan pada filem juga penyampaian dakwah terbilang sangat baik dan tidak mengurangi keraguan serta lebih mudah diingat.

3. Fungsi Media Dakwah

Fungsi media dakwah sendiri tidak lain untuk membantu para pendakwah dalam menyebarkan kajian dakwahnya kepada khalayak banyak, selain itu media dakwah juga berfungsi seperti :

a. Fungsi Menyebarkan Informasi

Fungsi yang paling utama dalam media dakwah ialah menyebarkan kajian dakwah para pendakwah yang telah memasukan kajiannya kedalam media sosial yang kemudian disaksikan oleh para penerima dakwah itu sendiri melalui media.

b. Fungsi Mendidik

Fungsi media dakwah dalam mendidik maksudnya ialah, kajian dakwah yang disampaikan oleh para pendakwah mengandung sebuah pengetahuan untuk mendidik. Para penerima dakwah agar menjadi lebih baik serta meninggalkan larangan yang di larang oleh Allah.

c. Fungsi Menghibur

Dalam fungsi ini media dakwah dalam Islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya pesan dakwah dapat berupa hal-hal yang menyenangkan dan menghibur para penerima dakwah.

d. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi ini ialah fungsi yang paling utama dalam media dakwah, membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Suatu media yang dapat dijadikan alat untuk merubah bahkan membentuk sikap para penerima kajian dakwah dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

4. Cara Pemilihan Media Dakwah

Media dakwah bisa berfungsi dengan baik apabila seorang pendakwah mampu memilih media yang baik dan benar ketika akan menyampaikan sebuah kajian dakwahnya. Sebelum berdakwah ada baiknya para pendakwah mengetahui atau menelusuri terlebih dahulu karakteristik para penerima dakwah yang akan hadir pada kajian dakwah tersebut, sehingga kita mampu membaca dan memahami situasi yang sedang dialami oleh para pendengar kajian dakwah kita. Pemilihan media ini memiliki pengaruh besar terhadap para pendengar dakwah kita nantinya. Untuk pendengar dakwah yang masi awam terhadap media sosial seorang pendakwah bisa mengalihkannya ke televisi ini adalah cara paling potensial untuk para penerima dakwah tersebut agar tercapainya tujuan dakwah kita. Media visual membutuhkan sebuah ketajaman daya pikir dibanding media auditif dan audiovisual. Hal yang paling penting lainnya yang tidak boleh diabaikan dalam pemilihan sebuah media dakwah adalah etika. Media dapat menurunkan kualitas seorang pendakwah jika ia melanggar etika. Seperti yang telah peneliti tuliskan pada skripsi ini yakni pemilihan media dakwah Youtube sebagai media dakwah, memilih media youtube sebagai media dalam berdakwah terkesan sangat efektif dan tidak memiliki suatu batasan ruang dan waktu youtube sendiri diminati oleh banyak para penggunanya baik muda sampai yang tua sekalipun.

5. Youtube sebagai media dakwah

Diera teknologi informasi yang berkembang semakin modern seperti pada saat ini, peranan media dan *social* media dalam berdakwah sangatlah penting dalam keberlangsungan dakwah menggunakan media. Dakwah tidak saja hanya dilakukan di masjid, majelis, akan tetapi juga dilakukan pada media sosial. Media sosial juga telah akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi telah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui *handphone*. Masyarakat yang sibuk dengan aktivitas kesehariannya masing-masing mereka tidak memiliki banyak waktu untuk menonton televisi dan membaca Koran untuk mendapatkan informasi tentang kajian dakwah, Bahkan kebutuhan masyarakat akan

informasi internet dari bangun tidur hingga tidur lagi dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu dengan menggunakan media. Hal ini adalah kesempatan emas bagi para pendakwah untuk memanfaatkannya sebagai alat bantu dalam berdakwah. Selain berdakwah pada mimbar dan majelis, pendakwah juga bisa berdakwah melalui media sosial sebagai alat bantu dalam berdakwah didunia nyata.²⁴ Youtube banyak sekali kegunaanya yang bisa kita rasakan youtube juga banyak digunakan para pendakwah sebagai alat media bantu berdakwah. Karna youtube memiliki banyak kegunaan bagi para penggunanya baik dari segi pembelajara, edukasi, dakwah, serta ladang pundi-pundi rupiah. Salah satu kegunaan youtube ialah sebagai media dakwah, banyak para pendakwah yang menggunakan youtube sebagai alat bantu dalam menyampaikan kajian dakwah. Youtube terbilang sangat efektif dibandingkan media lainnya sebagai ladang berdakwah untuk para penyaji dakwah. Youtube digunakan para pendakwah dengan banyak tujuan salah satunya agar para pendakwah bisa menyaksikan serta menerima dakwah yang disampaikan dengan baik dan cermat. Oleh karna itu seorang pendakwah harus bisa menyesuaikan dengan kondisi yang sedang dialami oleh para pendengar dakwah tersebut agar tercapainya suatu tujuan dakwah. Youtube sendiri merupakan suatu media yang paling efektif dalam penyebaran dakwah karna melalui youtube kajian dakwah yang disampaikan oleh para pendakwah memiliki jangkauan yang sangat luas serta menyebar dengan sangat cepat. Banyak para pendakwah menggunakan youtube sebagai alat untuk menyampaikan dakwanya salah satu pendakwah yang menggunakan media youtube ialah Ustad Hanan Attaki, Ustad Hanan Attaki menggunakan youtube sebagai media dakwahnya dengan tujuan jika seorang pendengar dakwah tidak dapat hadir menyaksikan secara langsung pada sebuah kajian dakwah maka ia bisa menyaksikanya melalui youtube. Dan ternyata pemilihan media yang dipilih oleh Ustad Hanan Attaki ini terbilang sangat efektif dan tepat karna tujuan dakwahnya dapat tersampaikan dengan baik dan benar serta tidak melanggar etika dalam bermedia serta berdakwah.

²⁴ Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, 146

Ustad Hanan Attaki sendiri mengkaji kajian dakwahnya melalui youtube ini sambil mengajak kaum muda untuk kembali kejalan yang benar.

6. Konten Dakwah

Konten dapat di artikan sebagai sebuah informasi yang tersedia melalui sebuah media atau suatu produk elektronik. Penyampaian konten dakwah dapat disampaikan melalui berbagai media seperti internet, televisi, audio, bahkan video sekalipun.²⁵ Konten dakwah sendiri berisi tentang suatu ajakan atau seruan untuk menuju jalan yang lurus dan benar yakni jalan Allah SWT. Dan dapat di artikan kontek dakwah ialah suatu kajian dakwah yang disampaikan oleh sorang pendakwah melalui media elektronik. Konten dakwah sendiri disajikan oleh seorang pendakwah untuk kemudia di unggah pada media sosial pribadi miliknya, konten dakwah yang disajikanpun cukup beragam, semua tergantung pendakwah itu sendiri. Isi dari konten dakwah sendiri memiliki banyak ragam dan jenis serta ustad yang membawakan kajiannya pun beragam, setiap Ustad yang menyampaikan kajian dakwah pasti selalu berbeda dengan ustad lainnya maka dari itulah konten kajian dakwah yang kita jumpai di youtube memiliki banyak ragam dan jenisnya. Setiap pendakwah sendiri memiliki suatu ciri khas khusus yang menonjol serta menjadi ciri khas dari pendakwah itu sendiri itu ialah salah satu cara para pendakwah untuk menyebarkan dakwahnya serta menarik perhatian para penonton.

²⁵ “Konten”, 15 juni 2022, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Konten>

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Joy Roesma, Nadia Mulya, Media Sosialita: eksis narsis jadi darig-daring, (Jakarta: GramediaPustaka Utama, 2018)

Muhammad Teguh, Metodologi Penelitian Ekonomi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)

Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Pustaka Setia, 2012),

Irawan suhartono,metode penelitian sosial, suatu teknik penelitian bidang kesejahteraan sosial dan ilmu sosial lainnya, (bandung, remaja rosda karya ,2011)

M.Buhrah Bungi, penelitian kualitatif, komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya, (Jakarta, kencana pranada media, 2011)

Jalaludin Rahmat, metodologi penelitian komunikasi: dolengkapi contoh analisis statistic,(Bandung: remaja rosada karya,2012)

Sugiono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2016)

Purbohastuti, Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, (Tirtayasa Ekonomika, 2017)

Sobur alex, Analisis teks media, (bandung: PT remaja rosdakarya, 2012).

Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media, Lkis, (Yogyakarta, 2006).

Apriyadi tamburaka, literasi media (Jakarta: PT Raja grafindo, 2013), cet ke-1

Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah (Bandung: PT Rosdakarya, 2013)

Donni Juni Priansa, Komunikasi Pemasaran Terpadu, (Bandung: Pustaka Setia, 2017)

Moh ali aziz, ilu dakwah, (Jakarta,PT fajar interpratama mandiri,2016)

Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta:Rajawali Pers, 1998)

Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993)

Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1

Abdul Basit, Filsafat Dakwah (Depok: Rajawali Pers, 2013)

Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: Pt. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1

Bambang Dwi Atmoko, Instagram Handbook (Jakarta: Media Kita, 2012)

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

Jurnal :

Istina Rakhmawati, AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1 Juni 2016

Adi Wibowo, Jurnal Islam Nusantara, Vol. 03 No. 02, p. 339-356, Juli - Desember 2019

Fatty Faiqah, Muh.Nadjib,Andi Subhan Amir. Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 5 No.2 Juli,Desember (2016)

Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure). Skripsi. (Surabaya : Uin Sunan Ampel, 2018),

At-tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1 Juni 2016 .

Palita, journal of social religion research, april 2021, vol.6, no. 1.

Aritas Puica Sianipar, pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa, Vol.2, No. 3 (2015),

Fatty faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, Youtube sebagai sarana Komunikasi bagi Komunitas Makasar vidgram, Jurnal Komunikasi Karabe, Vol 5 No.2. Juli – Desember 2016,

Al-Munzir, Media Dakwah, Vol. 9. No. 2 (November 2016),

Edy Chandra, "Youtube, Citra Media Informasi Interaksi atau Media Penyampaian" Aspirasi Pribadi, Journal (online) Mahasiswa Pendidikan Seni Rupa dan Desain, Universitas Trumanegara, Jakarta, Vol.1 No.2, oktober (2017), email: edyc@fsrd.untar.ac.id di akses pada Juli 2022.

M. Arif Wicaksono, Pengaruh Media Sosial @wisatadawahokuru Terhadap Minat Berkunjung Followers. Jurnal FISIP Volume 4. No.2, Oktober 2019. (Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau),

Hasil Penelitian :

Analisis pesan dakwah pada channel youtube Hanan Attaki (studi pesan hubungan antara lawan jenis, skripsi UIN Ar Raniry, Banda Aceh, Cut santi ala, Diakses pada 29 Juli 2022

Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki : Analisis Isi Kajian Fathi "Pegang janji Allah" eps 27, Universitas Sunan Ampel, Zulfa Pariska, diakses pada 29 Juli 2022

Analisis isi pesan dakwah Ustad Hanan Attaki dalam akun youtube pemuda hijrah, UIN Syarif Hidayatullah, Anis Fitriani, diakses pada 29 Juli 2022

Artikel :

Profil dan Biografi Ustadz Hanan Attaki –Anak Pesantren Pendiri Pemuda Hijrah"Kabar Umat, 15 Juli, 2019,

<https://www.portalislam.id/2019/07/profil-dan-biografi-ustadz-hanan-attaki.html> Di akses pada 01 agustus 2022

Wink. 18 Januari 2018. Artikel: Profil dan BiografiUstadz Hanan Attaki- Pendiri Pemuda Hijrah. Biografiku.com. diakses pada Desember 2022

Sumber Online :

Konten”, 15 juni 2022, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Konten>
<https://www.timesindonesia.co.id/> di akses pada 01 agustus 2022

