

**PESAN DAKWAH GUS NUR DI AKUN YOUTUBE
@GUSNUR13OFFICIAL DALAM
ANALISIS FRAMING**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :
ALISYA
1941010259

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

**PESAN DAKWAH GUS NUR DI AKUN YOUTUBE
@GUSNUR13OFFICIAL DALAM
ANALISIS FRAMING**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :
ALISYA
1941010259

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dr. H. Abdul Syukur, M. Ag
Pembimbing II : Nadya Amalia Nasution, M. Si.

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara Gus Nur dalam memframing pesan dakwah melalui video di Youtube; dan untuk mengetahui makna pesan dakwah Gus Nur pada video dakwah di Youtube. Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif dengan menggunakan metode analisis framing model Robert N. Entman yang memiliki empat elemen analisis yaitu *define problem, diagnose causes, make moral judgement dan treatment recommendation*.

Penelitian ini menggunakan video dakwah pada akun Youtube gus nur @gusnur13official sebagai objek penelitian dan mengkaji proses pengelolaan data dengan menggunakan teknik analisis framing untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi pesan kepada khalayak. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa dokumentasi serta konsep Robert N. Entman dalam menganalisis data. Robert Entman melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta, dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lainnya. Penonjolan aspek-aspek tertentu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu sudah dipilih, maka dilanjutkan dengan penulisan bagaimana aspek tersebut akan ditulis. Penonjolan tersebut merupakan suatu proses untuk membuat informasi lebih bermakna.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gus Nur dalam memframe pesan dakwah nya melalui video youtube menggunakan penonjolan pada salah satu aspek. Penonjolan aspek yang dilakukan Gus Nur yakni pemakaian kata-kata kasar dan kontroversial terkait kepemimpinan, baik kepemimpinan dalam keluarga ataupun pemerintah. Pemakaian kata-kata kasar dan kontroversial yang dilakukan oleh Gus Nur pada beberapa video yang telah dianalisis menunjukkan bahwa Gus Nur sangat menentang kebijakan rezim pemerintahan saat ini dan dengan video tersebut Gus Nur ingin memberi tahu khalayak luas kepemimpinan baik yang dibutuhkan dalam kemajuan dan keberhasilan negeri ini. Selain itu Gus Nur juga memberi kesadaran kepemimpinan dalam suatu keluarga, dimana orang tua harus memberikan contoh yang baik kepada anaknya sehingga mendorong anaknya untuk tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik, sehingga bisa menjadi pemimpin untuk dirinya sendiri dan masyarakat sekitar.

Kata kunci : Analisis framing, Pesan dakwah, Konten Youtube,

ABSTRACT

This research aims to find out how Gus Nur framed his preaching messages through videos on Youtube; and to find out the meaning of Gus Nur's preaching messages on preaching videos on Youtube. This research is a qualitative type of research using the Robert N. Entman model framing analysis method which has four elements of analysis, namely define problems, diagnose causes, make moral judgments and treatment recommendations.

This study uses da'wah videos on Gus Nur's Youtube account @gusnur13official as the object of research and examines the data management process using framing analysis techniques to see how the media constructs messages to audiences. The data collection technique in this research is documentation and the concept of Robert N. Entman in analyzing data. Robert Entman sees framing in two major dimensions, namely issue selection and emphasis or prominence of aspects of reality. Issue selection is related to the selection of facts, by selecting certain issues and ignoring other issues. Emphasizing certain aspects is related to the writing of facts. When certain aspects have been selected, it is followed by writing how these aspects will be written. It is a process to make information more meaningful.

The results of this study show that Gus Nur in framing his da'wah message through YouTube videos uses a protrusion on one aspect. Gus Nur's aspect is the use of harsh and controversial words related to leadership, both leadership in the family and government. The use of harsh and controversial words by Gus Nur in several videos that have been analyzed shows that Gus Nur is very opposed to the policies of the current government regime and with these videos Gus Nur wants to tell a wide audience the good leadership needed in the progress and success of this country. In addition, Gus Nur also provides leadership awareness in a family, where parents must provide a good example to their children so as to encourage their children to grow into better individuals, so that they can become leaders for themselves and the surrounding community.

Keywords :Content Youtube, Da'wah message, Framing analysis



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG**

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ALISYA
NPM : 1941010259
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**PESAN DAKWAH GUS NUR DI AKUN YOUTUBE @GUSNUR13OFFICIAL DALAM ANALISIS FRAMING**” Adalah Benar-Benar Merupakan Hasil Karya Penyusun Sendiri, Bukan Duplikasi Atau pun Plagiat Dari Karya Orang Lain Kecuali Pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka penyusun akan bertanggung jawab sepenuhnya. Demikian surat pernyataan ini ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 17 November 2023

Penulis



ALISYA
NPM. 1941010259

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pesan Dakwah Gus Nur Di Akun Youtube @Gusnur13official Dalam Analisis Framing**
Nama : **Alisya**
NPM : **1941010259**
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden
Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001



Nadya Amalia Nasoetion, M.Si
NIP. 199007272019032026

Menyetujui,
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 Endro Suratmin, Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pesan Dakwah Gus Nur Di Akun Youtube @Gusnur13official Dalam Analisis Framing”** disusun oleh, Alisya, NRM : 1941010259, program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah Di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal Kamis, 21 Desember 2023.

TIM PENGUJI

- Ketua Sidang** : Dr. H. Zamhariri, S.Ag.,M.Sos.I. (.....)
- Sekretaris** : Septy Anggrainy, M.Pd (.....)
- Penguji I** : Dr. H. Jasmadi, M.Ag (.....)
- Penguji II** : Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag (.....)
- Penguji Pendamping** : Nadya Amalia Nasoetion, M.Si (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



(Signature)

Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag.
NIP. 1965110111995031001

MOTTO

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat.”
(HR. Bukhari Muslim)



PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh kerabat terdekat yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis serta selalu membantu dalam penyelesaian tugas akhir.

1. Kepada kedua orang tua saya, Almarhum Ayahanda Eddy Herman dan Ibunda Dewi Yustisie yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil.
2. Kakak dan adik saya, Latisya dan Suci Ramadhanti yang telah menjadi saudara yang baik, membantu, menghibur, memberikan semangat dan mendoakan saya.
3. Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil.
4. Sahabat-sahabat saya, yang telah menjadi bagian dari kehidupan perkuliahan saya dari awal semester sekaligus menjadi sahabat yang baik.

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Alisya, anak kedua dari tiga bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Bapak Eddy Herman dan Ibu Dewi Yustisie. Penulis lahir di Kota Bandar Lampung pada tanggal 20 Februari 2001.

Penulis memulai jenjang pendidikannya di Taman Kanak-Kanak (TK) Indria, kemudian penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SD negeri 2 Pelita Tanjung Karang dan lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan kejenjang Madrasah Tsanawiyah Negeri di MTs Negeri 1 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2016. Penulis melanjutkan sekolah menengah kejuruan (SMK) di Smk Negeri 4 Bandar Lampung jurusan Administrasi Perkantoran dan lulus pada tahun 2019. Serta melanjutkan pendidikan formal di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Disamping berkuliah, penulis juga mengikuti unit kegiatan mahasiswa (UKM) Pers Mahasiswa Raden Intan (Persma RI), sebagai pengembangan diri dan membentuk karakter serta menambah wawasan ilmu yang penulis belum pernah dapatkan sebelumnya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Sholawat serta salam tak lupa penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang dinantikan syafa'atnya di hari akhir. Penulis menyadari bahwa selama penulisan tugas akhir ini terdapat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, sehingga penulis membutuhkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam hal ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abdul Syukur, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S. Ag. selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
4. Bapak Dr. H. Abdul Syukur, M. Ag. selaku dosen pembimbing utama dan dosen pembimbing akademik saya.
5. Ibu Nadya Amalia Nasution, M. Si. selaku dosen pembimbing dua yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat.
7. Seluruh staff tata usaha dan perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung atas segala kerjasama dan bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan dan penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Dengan demikian, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk perbaikan penulisan karya ilmiah dikemudian hari. Penulis juga

berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Bandar Lampung, 29 Oktober 2023
Penulis,

Alisya



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	3
C. Fokus Dan Sub-Fokus Peneliti	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Kajian Peneliti Terdahulu Yang Relevan	9
H. Metode Penelitian	13
I. Sistematika Pembahasan	17

BAB II PESAN DAKWAH DALAM MEDIA DAKWAH ONLINE, KEPEMIMPINAN DAN ANALISIS FRAMING

A. Pesan Dakwah.....	19
1. Pengertian Pesan Dakwah	19
2. Karakteristik Isi Pesan.....	21
3. Struktur Pesan Dakwah	23
4. Karakteristik Pesan Dakwah.....	25
5. Subtansi Pesan Dakwah.....	27
B. Media Dakwah Online di Youtube.....	30
1. Pengertian Media Dakwah Online	30
2. Jenis-Jenis Media Dakwah Online.....	32
3. Youtube Sebagai Media Dakwah Online.....	35
C. Kepemimpinan.....	37
D. Konsep Analisis Framing	39

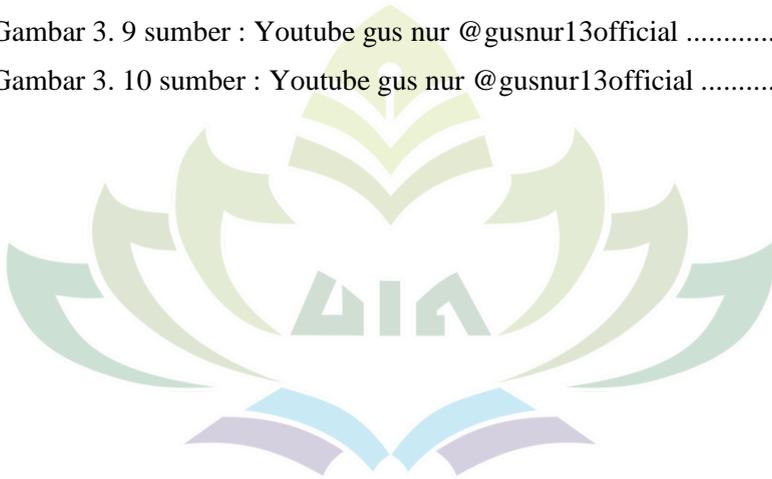
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN YOUTUBE @GUSNUR13OFFICIAL DAN PESAN DAKWAHNYA	
A. Channel Youtube Sugi Nur Raharja	47
1. Biodata Sugi Nur Raharja	47
2. Sugi Nur Raharja Official Channel	48
B. Pesan Dakwah Channel Youtube Sugi Nur Raharja	49
BAB IV PESAN DAKWAH AKUN YOUTUBE @GUSNUR13OFFICIAL DALAM ANALISIS FRAMING	
A. Pesan Dakwah Akun Youtube Gus Nur Dalam Analisis Framing Define Problem	76
B. Pesan Dakwah Akun Youtube Gus Nur Dalam Analisis Framing Diagnose Causes	81
C. Pesan Dakwah Akun Youtube Gus Nur Dalam Analisis Framing Make Moral Judgement	86
D. Pesan Dakwah Akun Youtube Gus Nur Dalam Analisis Framing Treatment Recommendation	89
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran	106
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Judul video dakwah Gus Nur.....	15
Tabel 2. 1 Perangkat framing Gamson dan Modigliani	42
Tabel 2. 2 Konsep framing Robert N. Entman	44
Tabel 3. 1 Judul video Gus Nur.....	49
Tabel 3. 2 Sinopsis video 1	51
Tabel 3. 3 Sinopsis video 2	54
Tabel 3. 4 Sinopsis video 3	56
Tabel 3. 5 Sinopsis video 4	60
Tabel 3. 6 Sinopsis video 5	63
Tabel 3. 7 Sinopsis video 6	65
Tabel 3. 8 Sinopsis video 7	67
Tabel 3. 9 Sinopsis video 8	70
Tabel 3. 10 Sinopsis video 9.....	72
Tabel 4. 1 Kategori pesan dakwah.....	76
Tabel 4. 2 Tabel framing Gus Nur pada 9 konten dakwah	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Profil youtube Gus Nur.....	48
Gambar 3. 2 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	50
Gambar 3. 3 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	53
Gambar 3. 4 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	56
Gambar 3. 5 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	59
Gambar 3. 6 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	62
Gambar 3. 7 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	64
Gambar 3. 8 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	67
Gambar 3. 9 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	69
Gambar 3. 10 sumber : Youtube gus nur @gusnur13official	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul **“Pesan Dakwah Gus Nur Di Akun Youtube @gusnur13official Dalam Analisis Framing ”**. Sebagai langkah awal agar mendapatkan gambaran yang jelas serta memudahkan dalam memahami skripsi ini. Maka penulis perlu untuk menjelaskan beberapa uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terdapat dalam judul penelitian.

Pesan diartikan sebagai sebuah gagasan atau ide yang di sampaikan komunikator dengan maksud dan tujuan tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pesan berarti suruhan, perintah, nasehat, permintaan, atau mandat yang anda sampaikan kepada orang lain.¹ Kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang berarti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan. Secara terminologi, pengertian dakwah adalah kegaitan mengajak dan menyeru kepada islam, agar manusia memperoleh jalan hidup yang baik dan diridhoi oleh Allah SWT. Pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang di sampaikan da’i kepada mad’u.yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia berdasarkan Al-Qu’ran dan Hadits. Keduanya merupakan sumber utama pesan dakwah, sedangkan selainnya menjadi sumber penjelasan/pembuktian terhadap Al-Qur’an dan Al-Hadis.² Pesan dakwah dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada pesan dakwah Akidah, Syariah dan Akhlak.

Gus nur atau yang memiliki nama asli Sugi Nur Raharja adalah seorang pendakwah asal Probolinggo Jawa

¹ W.J.S.Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), edisi ke 3, 883.

² Kamaluddin Tajibu Abdul Salam, Muliaty Amin, “Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki),” *Jurnal Washiyah* 1, No. 3 (2020): 653–65.

Timur yang sering berdakwah melalui media sosial. Sebagai pendakwah gus nur memiliki karakter dakwah yang penuh kontroversi dan anti pemerintah.³

Youtube merupakan sebuah platform media sosial yang menyajikan video sebagai produk utama untuk terhubung dengan para pengguna. Berbagai macam fitur dalam youtube juga dapat memudahkan para pengguna untuk memberi saran atau menilai suatu video dengan cara melakukan voting, rating, favorit, komentar, berbagi (*share*) dan lain-lain. Akun youtube @gusnur13official merupakan channel youtube yang dimiliki oleh ustad Sugi Nur Raharja yang memuat video - video dakwah, maka dari itu dalam penelitian ini yang ingin penulis teliti adalah framing pesan dakwah gus nur di akun youtube @gusnur13official pada video yang diunggah dari tanggal 12 September 2022 – 12 September 2023.

Framing merupakan bingkai yang membatasi sebuah informasi yang dipilih dan akan memfokuskan perhatian pemberitaan pada hal tersebut. Framing akhirnya akan mempengaruhi bagaimana sebuah peristiwa diceritakan dan akhirnya dibingkai. Jadi analisis framing merupakan analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media.⁴ Analisis framing ini menggunakan analisis framing Robert N. Entman dengan menggunakan empat elemen yaitu *define problem*, *diagnose causes*, *make moral judgement* dan *treatment recommendation*. Dalam penelitian ini, analisis framing yang dimaksudkan adalah sebagai pendekatan untuk mengetahui atau melihat bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan peneliti untuk memahami pesan dakwah gus nur dalam akun @gusnur13official.

³ Irma lestari, “ Respon Da ’ I Kamtibmas Kota Bandar Lampung Terhadap Konten Dakwah Ustad Sugi Nur Dan Maher ” Skripsi, 2022.

⁴ Nexen Alexandre Pinontoan And Umaimah Wahid, “Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com,” *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 12, No. 1 (2020): 11–24.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa maksud dari judul penelitian ini yakni “Pesan Dakwah Gus Nur Di Akun Youtube @gusnur13official ” adalah tentang bagaimana framing atau cara pandang penulis dalam memahami pesan dakwah terhadap video - video dakwah ustad Sugi Nur Raharja.

B. Latar Belakang

Dalam kehidupan, komunikasi sangatlah penting kegunaannya dan pengaruhnya dalam berbagai aspek. Tanpa kita sadari atau kita sadari kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari komunikasi baik secara lisan, tulisan maupun isyarat. Manusia membutuhkan komunikasi untuk mendapatkan informasi atau pesan.

Komunikasi terjadi melalui proses komunikasi, dimana proses ini mengenai bagaimana pesan yang disampaikan komunikator (pengirim pesan) dapat diterima oleh komunikan (penerima pesan). Sehingga dari pesan yang disampaikan komunikan mampu memberikan responnya.

Salah satu bagian terpenting dalam berlangsungnya proses komunikasi adalah media, sebagai saluran atau channel. Adanya saluran dalam proses komunikasi dapat memudahkan setiap individu ataupun kelompok untuk menyampaikan pesan maupun tujuannya kepada khalayak atau penerima pesan. Sehingga dapat membantu masyarakat menerima pesan tertentu dengan lebih cepat dan mudah. Fenomena yang terjadi saat ini ialah banyaknya perkembangan media komunikasi dan informasi yang bermunculan di masyarakat. Saat ini, media bukan hanya digunakan sebagai saluran proses komunikasi dalam aktivitas keseharian saja. Tetapi, media juga dapat digunakan dalam proses penyampaian atau pertukaran pesan dalam kegiatan dakwah.

Pada perkembangan zaman yang semakin canggih sekarang ini, dakwah tidak hanya dilakukan dengan tatap

muka saja. Dakwah tidak lagi menjadi hal yang sulit, karna dakwah dapat dilakukan dimana pun kapan pun dengan menggunakan media. Dalam bukunya dasar dasar Strategi Dakwah Islam, Asmuni Syukir menyatakan bahwa, media dakwah yakni segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk melaksanakan dakwah dan digunakan Da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada para mad'u.⁵ Di era modern, media dan metode dakwah harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat atau mad'u sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan baik.

Hal ini erat kaitannya dengan adanya klasifikasi metode dakwah yang dikemukakan dalam Al- Qur'an surah An-Nahl ayat 125, yakni : Seru dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantah dengan cara yang baik.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. AnNahl 16 ayat 125).

Dari ayat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah seyogyanya menggunakan cara-cara walau ayat di atas secara implisit tidak mengungkapkan metode-metode ilmiah sebagaimana dikaji dewasa ini. Di dalam bagian ayat di atas disebutkan: 1). Seru dengan hikmah dan pelajaran yang baik 2). Bantah dengan cara yang baik 3). Tuhan lebih tahu kondisi keimanan manusia.⁶

⁵Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas, 1984), 165.

⁶Fitri Nurul 'Ain Nordin, “العربية اللغة تعلم في المعزز الواقع تقنية توظيف,” *Bab 1*, *World Wide Web Internet And Web Information Systems* 9, no. 32–53 (2018): 375.

Sejalan dengan perkembangan zaman, kegiatan dakwah saat ini banyak memanfaatkan perkembangan teknologi, salah satunya adalah Youtube. Youtube adalah sebuah situs berbagi video (*web video sharing*) yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim, pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.⁷ Youtube memiliki kelebihan yang bersifat audio visual sehingga memudahkan pengguna untuk dapat mendengar sekaligus melihat konten-konten video di youtube.

Banyak para Da'i di Indonesia yang menggunakan media Youtube sebagai sarana berdakwah salah satunya adalah Gus Nur atau yang memiliki nama asli Sugi Nur Raharja. Dimana beliau merupakan seorang Da'i yang berasal dari Probolinggo, Jawa Timur. Gus nur merupakan penceramah yang memiliki karakter dakwah yang penuh kontroversi dan anti pemerintah. Penyampaian pesan dakwah gus nur yang diiringi dengan dakwahnya yang sangat kontroversial, anti pemerintah bahkan seringkali mengkritisi pemerintah menjadi salah satu ketertarikan atau keunggulan tersendiri untuk diteliti.

Channel Youtube Gus Nur diberi nama *@gusnur13official* yang terdiri dari 683 video dengan jumlah subscriber 179 ribu subscriber. Video yang di upload Gus Nur di Youtube rata-rata telah ditonton oleh 21.786.537 orang di Indonesia. Topik yang beliau angkat sangat mudah dicerna, namun terkadang mengundang kontroversial.⁸

Pemanfaatan layanan youtube yang begitu banyak memudahkan da'i untuk menyampaikan dakwahnya melalui video. Video youtube yang memiliki durasi yang tidak terbatas menjadi salah satu pendukung yang sangat tepat. Youtube dapat dijadikan sebagai media dakwah yang efektif

⁷ Hamdan and Mahmuddin, "Youtube Sebagai Media Dakwah," *Journal of Social Religion Research* 6, no. 1 (2021): 2527–375.

⁸ Irma Iestari, "Respon Da' I Kamtibmas Kota Bandar Lampung Terhadap Konten Dakwah Ustad Sugi Nur Dan Maher" Skripsi, 2022.

untuk menyampaikan atau menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat. Fenomena berdakwah melalui youtube sudah banyak diminati oleh para Da'i. Selain video yang dapat dilihat berulang kali, video dakwah di youtube juga dapat mencakup para mad'u dan dapat menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak luas.

Peneliti ingin membingkai video Gus Nur menggunakan analisis framing yang mana framing adalah proses seleksi dari berbagai video yang dibingkai atas aspek realita untuk menonjolkan bagian tertentu sehingga bagian tersebut lebih menonjol daripada bagian yang lainnya. Dalam penelitian ini, aspek yang ingin ditonjolkan adalah mengenai pesan dakwah gusnur dalam akun *@gusnur13official*. Analisis framing pada akun youtube gus nur ini menggunakan analisis framing model Robert N. Entman. Karena peneliti ingin melihat framing Gus Nur di akun youtube *@gusnur13official* terkait dengan bagaimana idealnya kepemimpinan seorang pemimpin, baik pemimpin dalam pemerintah, dakwah ataupun keluarga.

Berdasarkan penjabaran mengenai media dan penggunaan video youtube sebagai media dakwah dalam penyampaian pesan dakwah Gus Nur. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai fenomena-fenomena tersebut dengan judul "Analisis Framing Pesan Dakwah Gus Nur Di Akun Youtube *@gusnur13official*".

C. Fokus Dan Sub-Fokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus masalah ialah proses penelitian yang dalam penyelesaian masalahnya menjelaskan mengenai objek yang akan ditetapkan guna kebutuhan penelitian, serta menjelaskan dengan penjelasan yang menyeluruh mengenai hal-hal apa saja yang diperlukan untuk diteliti. Pada penelitian ini memfokuskan kepada pesan dakwah gus nur di akun Youtube *@gusnur13official*.

2. Sub-Fokus Penelitian

Sub fokus penelitian ialah batasan yang ditetapkan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Penelitian ini hanya berfokus kepada channel Youtube Gus Nur @gusnur13official untuk mengetahui analisis framing pesan dakwah yang disampaikan oleh gusnur dengan objek video dakwah gusnur pada akun youtube tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang penulis tentukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Gus Nur mem-framing pesan dakwahnya melalui video di akun youtube @gusnur13official?
2. Apa isi pesan dakwah Gus Nur pada video di akun youtube @gusnur13@official

E. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pasti mempunyai target dan tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk memahami strategi Gus Nur dalam mem-framing pesan dakwah melalui video di akun youtube @gusnur13official.
2. Untuk mengetahui makna pesan dakwah Gus Nur di akun youtube @gusnur13official.

F. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi akademis maupun praktis, yaitu :

- a) Secara teoritis

Sebagai bentuk pengembangan Ilmu Dakwah, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan peningkatan wawasan dibidang akademis terutama dalam memahami framing pesan dakwah dalam video yang disampaikan

gusnur dan dapat memberikan kontribusi positif bagi mahasiswa agar dapat melakukan dan mengembangkan penelitian lanjutan.

b) Secara Praktis

Dilain sisi, penelitian juga dapat membantu memecahkan anggapan dan praktis yang tidak sebagaimana semestinya. Terutama pada penggunaan media sosial untuk sarana dakwah. Saat ini, penyampaian pesan dakwah bisa disebarluaskan melalui berbagai macam media, bukan hanya dengan satu atau dua media saja.

1) Bagi Peneliti

Kegiatan penelitian ini dijadikan sebagai pengalaman yang berharga dalam upaya meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengembangkan ilmu dan diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan tentang analisis framing, pesan dakwah dan sosial media.

2) Bagi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Memberikan informasi, inspirasi, dan evaluasi kepada setiap kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan dalam menggunakan analisis framing dan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memicu semangat para generasi pendakwah dalam memanfaatkan sosial media sebagai media dakwah.

3) Bagi lembaga

- a) Untuk memperoleh dan menambah wawasan pengetahuan atau informasi tentang analisis framing sebagai sumber belajar alternatif mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan.

- b) Sebagai tambahan informasi dan referensi sumber bacaan bagi mahasiswa.

G. Kajian Peneliti Terdahulu Yang Relevan

Dalam penyusunan penelitian ini, terdapat beberapa kajian penelitian yang serupa, namun memiliki subjek penelitian yang berbeda. Perbedaan tersebut jelas terlihat pada subjek dan focus penelitian yang lebih mengarah pada analisis framing pesan dakwah yang disampaikan oleh gusnur di akun youtube @gusnur13official.

Sedangkan pada penelitian sebelumnya yaitu :

1. Skripsi yang ditulis oleh Ayu Maghfiroh, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Rainy Banda Aceh. Berjudul : *Analisis Framing Dakwah Ustaz Hanan Hataki Dan Ustaz Felix Siauw*. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode framing dengan tujuan untuk menggali strategi dan metode yang dilakukan Ustaz. Hanan Ataki dan Ustaz Felix Siauw dalam memframing pesan dakwah melalui video Instagram. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan konsep analisis data Robert N.Entman. Hasil dari penelitian ini adalah Ustaz Hanan Ataki menggunakan strategi pendekatan psikologis ketika memframe pesan dakwah melalui video Instagram. Pemilihan isu juga dilihat dalam bidang keseharian yang berkaitan dengan Islam. Serta dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan makna konotasi dan juga denotasi sebagaimana konteks penyampaian. Kontribusi moderenisasi membuat dakwahnya lebih menarik dan mudah dipahami oleh para mad'u. Di sisi lain, Ustaz. Felix Siauw dalam memframe pesan dakwah secara lebih tegas dan lugas, dengan mengedepankan isu-isu politik terkini terkait agama dalam menyebarkan dakwah. Objek

dalam dakwah Ustaz. Felix Siauw ditujukan pada kalangan remaja atau orang dewasa. Penyampaian pesan dakwah oleh Ustaz. Felix Siauw diartikan dengan makna denotasi, dalam beberapa dakwahnya juga kerap menggunakan makna konotasi. Keduanya memiliki kesamaan karena menggunakan Instagram sebagai media dakwah untuk menyebarkan dakwah kepada para sasaran mad'u.⁹

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek dan objek penelitian, subjek dalam penelitian ini adalah Ustaz Hanan Hataki Dan Ustaz Felix Siauw dan objeknya yaitu video dakwah pada akun sosial media instagram. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan subjek penelitiannya adalah Gus Nur dan objek nya yaitu video dakwah pada akun youtube milik Gus Nur.. Kemudian, untuk persamaan dalam penelitian ini terletak pada fokus pembahasan dan teori yang digunakan yaitu analisis framing pesan dakwah dan teori Robert N. Entman.

2. Skripsi yang ditulis oleh Irma Lestari, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi; Universitas Islam Negeri Raden Intan. Berjudul : *Respon Da'i Kamtibmas Kota Bandar Lampung Terhadap Konten Dakwah Ustad Sugi Nur Dan Maher*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumenter. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tanggapan Da'i Kamtibmas Kota Bandar Lampung terhadap isi dakwah Ustad Sugi Nuri dan Maher adalah kurangnya pengetahuan dan keahlian Ustad Sugi Nur dan Maher, sehingga banyak dakwah yang dilakukan menyimpang dari kaidah dakwah. Dakwah

⁹ Ayu Maghfirah, "Analisis Framing Dakwah Ustaz Hanan Attaki,"(Skripsi, Uin Ar-Rainy, 2018), I.

Ustad Sugi Nuri dan Maher terkesan sangat kasar dan menggunakan bahasa yang tidak pantas dalam penyampaian dakwahnya, sehingga banyak masyarakat yang menentang dakwah Ustad Sugi Nuri dan Maher. Dalam menyampaikan dakwah tidak boleh bertentangan dengan Al-Quran dan Hadits. Dakwah harus disampaikan dengan Hikmah (bijaksana), Maudzatil Hasanah (ajaran yang baik) dan Wajadilhum bill Lathi Hiya Ahsan (percakapan yang baik) seperti yang terdapat dalam Q.S An-Nahl ayat 125.¹⁰

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan, fokus pembahasan dalam penelitian ini mengenai Respon Da'i Kamtibmas Kota Bandar Lampung Terhadap Konten Dakwah Ustad Sugi Nur Dan Maher. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan fokus pembahasannya mengenai Analisis Framing Pesan Dakwah Gus Nur Di Akun Youtube @gusnur13official. Kemudian, untuk persamaan dalam penelitian ini terletak pada subjek penelitian, yaitu Ustad Sugi Nur Raharja atau Gus Nur.

3. Jurnal yang ditulis oleh Muhd Ar. Imam Riauan , Abdul Aziz , Nurman, dengan judul : *Analisis Framing "Aksi Bela Islam" Sebagai Dakwah Islam di Riau Pos*. Penelitian ini menggunakan konten analisis kualitatif dengan menggunakan model analisis Robert N. Entman. Berita yang diteliti adalah berita yang diterbitkan sejak terjadinya Aksi Bela Islam pada 14 Oktober 2017 sampai dengan 5 Mei 2017 pada surat kabar Riau Pos. Hasil penelitian ini menunjukkan pesan dakwah yang terdapat dalam Aksi Bela Islam merupakan aksi yang mengandung pesan dakwah untuk melakukan aksi massa dengan damai dan tertib;

¹⁰ Irma Lestari, "Respon Da' I Kamtibmas Kota Bandar Lampung Terhadap Konten Dakwah Ustad Sugi Nur dan Maher" (Skripsi, UIN Raden Intan, 2022). II.

aksi membela dasar ajaran agama Islam (Alquran); aksi yang mengandung pesan untuk menaati pemimpin dan aksi yang mengandung pesan untuk memperkuat persaudaraan antara sesama Muslim.¹¹

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek dan objek penelitian, subjek dalam penelitian ini adalah surat kabar Riau Pos dan objeknya yaitu berita yang diterbitkan sejak terjadinya Aksi Bela Islam pada 14 Oktober 2017 sampai dengan 5 Mei 2017. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan subjek penelitiannya adalah Gus Nur dan objeknya yaitu video dakwah pada akun youtube milik Gus Nur.. Kemudian, untuk persamaan dalam penelitian ini terletak pada fokus pembahasan dan teori yang digunakan yaitu analisis framing dan teori Robert N. Entman.

4. Jurnal yang ditulis oleh Moch. Fakhruroji, Ridwan Rustandi, Busro dengan judul : *Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial "Islam Populer"*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis teks media. Analisis media package dilakukan dengan metode analisis framing model William A. Gamson dan Modigliani. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengemasan bahasa agama pada akun "Islam Populer" dilakukan dengan merujuk pada sumber normativitas Islam, yakni alqurân dan alhadîts. Konstruksi bahasa agama di media sosial di bangun sebagai sebuah praktik keagamaan yang dikemas melalui serangkaian simbol baik bersifat verbal maupun non verbal. Dalam konteks budaya siber, konstruksi gagasan ini dilakukan dengan membentuk

¹¹ Muhd Ar. Imam Riauan, Abdul Aziz, and Nurman Nurman, "Analisis Framing 'Aksi Bela Islam' Sebagai Dakwah Islam Di Riau Pos," *Jurnal Dakwah Risalah* 31, no. 1 (2020): 35.

ulang realitas secara subjektif. Realitas subjektif terbangun melalui rekayasa teks dan image. Pada titik inilah, bahasa agama di media sosial menjadi sebuah imagologi keagamaan yang berada pada wilayah ambiguitas, yakni antara wilayah sakral dan profan.¹²

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek penelitian dan teori yang digunakan, subjek dalam penelitian ini adalah akun “Islam Populer” dan teori yang digunakan adalah teori William A. Gamson dan Modigliani, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan subjek penelitiannya adalah Gus Nur dan teori yang digunakan adalah teori Robert N. Entman. Kemudian, untuk persamaan dalam penelitian ini terletak pada fokus pembahasan yaitu analisis framing.

H. Metode Penelitian

Untuk dapat memahami rumusan masalah, mempermudah pembahasan, dan mencapai tujuan penelitian ini, diperlukan metode penelitian yang tepat dan sesuai untuk menarik kesimpulan. Penulis memilih jenis penelitian *kualitatif* dengan menggunakan metode analisis framing yang meliputi jenis dan sifat penelitian.

1) Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis framing. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan,

¹²Moch Fakhruroji, Ridwan Rustandi, and Busro, “Bahasa Agama Di Media Sosial : Analisis Framing Pada Media Sosial ‘ Islam Populer ’ Religious Languages on Social Media Framing Analysis on Social Media ‘ Islam Populer ,’” *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 2 (2020): 204.

dan perilaku dari orang-orang yang diamati.¹³ Melalui penelitian kualitatif ini dimungkinkan untuk memperoleh pemahaman tentang kenyataan melalui cara berpikir induktif. Sedangkan, analisis framing adalah analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media.¹⁴

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu gejala yang ada pada saat penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan.¹⁵ Penulis benar-benar menulis keadaan bagaimana pesan/peristiwa itu dikonstruksikan oleh media.

2) Sumber data

Menurut Edi Riadi, sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait dua jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder.¹⁶ Sumber data dalam penelitian ini adalah akun youtube @gusnur13official.

a. Data primer

Data primer adalah data-data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Sumber data berupa

¹³Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 1 ed. (Surakarta: Cakra Books, 2014), 4.

¹⁴Pinontoan and Wahid, “Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com.”

¹⁵ Cut Medika Zellatifanny and Bambang Mudjiyanto, “Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi,” *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi* 1, no. 2 (2018): 83.

¹⁶Edi Riadi, *Statistika Penelitian Analisis Manual Dan IBM SPSS*, (Jogjakarta: 2016), hal 48.

kata-kata dan/atau tindakan yang diperoleh dari tempat penelitian dengan cara melakukan observasi ataupun interview.¹⁷

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari media yang dikaji, yaitu dengan mengumpulkan data (Observasi) dari beberapa video yang telah diunggah dalam *channel* youtube @gusnur13official.

Dalam meneliti video yang ada di akun youtube @gusnur13official, peneliti memilih video yang diunggah pada tanggal 12 September 2022 – 12 September 2023 sebagai data primer. Pada penelitian ini diambil sampel video sebanyak Sembilan video. Alasan mengambil sembilan sampel video adalah video telah mencapai diatas 1000 views, atau telah dilihat minimal 1000 kali dan memuat konten yang berisi pesan dakwah.

Berikut konten youtube Gus Nur dengan tema dakwah, keluarga dan pemerintah :

Tabel 1. 1 Judul video dakwah Gus Nur

No.	Tema	Judul video	Viewers
1.	Dakwah	a) Ingin pemimpin yang taat beragama – tapi karakter dirimu masih seperti ini mustahil ayo berubah. b) Allah benci orang yang kaya sombong – tapi Allah jauh lebih benci kepada orang yang kere sombong.	1.577 ribu 1.079 ribu
2.	Keluarga	a) Parenting didikan gus nur ke anaknya yang blak-blakan blokosuto – tegas.	1.943 ribu 4.051 ribu

¹⁷Ismail Suardi Wekke dkk, *Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Gawe Buku, 2019), 70.

		b) Terharu gus nur dimata kedua purtinya. Cerdas dan sholehah.	
3.	Pemerintah	<p>a) Maaf kalau terlalu vulgar : dari presiden sampai lurah semua sudah terbelenggu harga dirinya.</p> <p>b) Mahasiswa, rakyat, buruh, emak-emak berjuang protes rezim bersimbah keringat dan darah – ada jongos cuek.</p> <p>c) Mendekati pemilu! Ucapan gus nur terbukti – umat islam harus waspada dengan ini!</p> <p>d) 2024 Gus nur akan pilih sosok ini! Kenyataan sistem indonesia saat ini!</p> <p>e) Ya Allah...merinding kapan Indonesia mempunyai pemimpin seperti ini – membuat kebijakan seperti ini.</p>	<p>39.174 ribu</p> <p>26.579 ribu</p> <p>4.580 ribu</p> <p>2.015 ribu</p> <p>750</p>

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang penulis gunakan sebagai referensi. Berupa buku-buku, jurnal, karya ilmiah, skripsi dan studi-studi sebelumnya.

3) Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian karna bertujuan untuk mengumpulkan data. Tanpa metode

pengumpulan data, peneliti tidak akan memiliki data yang dapat digunakan sesuai standar dan ketentuan yang ditentukan. Untuk memperoleh data pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data, pengambilan informasi berdasarkan kebutuhan yang memperkaya penelitian.. Untuk menghasilkan data dokumentasi yang sesuai dengan masalah penelitian, maka peneliti mengumpulkan data dari akun youtube gusnur @gusnur13official.

I. Sistematika Pembahasan

Peneliti membagi pembahasan ini menjadi lima bab untuk memudahkan pembahasan, setiap bab mempunyai sub bagian sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Peneliti akan menjabarkan tentang penegasan judul untuk memudahkan pemahaman penelitian ini, menjelaskan latar belakang masalah dalam penelitian, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan pembahasan yang sistematis.

BAB II Landasan

Setelah mendapatkan dari bab I, teori dalam bab ini menjelaskan tentang pesan dakwah, media dakwah online dan analisis framing.

BAB III Deskripsi Objek Penelitian

Selanjutnya, bab ini membahas secara menyeluruh tentang gambaran umum objek serta penyajian fakta dan data penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian di akun youtube Gus Nur @gusnur13official.

BAB IV Analisis

Penelitian pada bab ini menjelaskan mengenai analisis dari data penelitian, dan menjelaskan hasil atau temuan penelitian.

BAB V Penutup

Bab terakhir berisi kesimpulan dan saran atau rekomendasi. Pada bagian kesimpulan dijelaskan secara ringkas seluruh hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Kesimpulan diambil berdasarkan hasil analisis. Saran yang diajukan didasarkan pada hasil penelitian, yang memuat uraian mengenai langkah-langkah yang harus diambil oleh pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian tersebut.



BAB II

PESAN DAKWAH DALAM MEDIA DAKWAH ONLINE DAN ANALISIS FRAMING

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Dalam bahasa Prancis, pesan ditulis *message* (baca : *mesaz*), yang berasal dari bahasa latin “*missus*” yang berarti mengirim. Istilah *message* dipergunakan sejak akhir abad ke XI sang para penutur atau partisipan komunikasi buat mengatakan “sesuatu yang kita kirimkan” (*ce que l'on transmet*, baca: *Dictionaire de Petit Robert*).¹

Pada dasarnya pesan adalah segala informasi atau komunikasi yang disampaikan secara lisan atau tulisan. Dalam hal ini, dapat kita lihat bahwa pesan sangatlah penting dalam proses komunikasi. Oleh karena itu, untuk menerima pesan dari satu pengguna ke pengguna lainnya diperlukan suatu media perantara dalam proses pengiriman atau pengiriman pesan. Media ini ditujukan untuk menjamin bahwa penerima pesan (*receiver*) dapat menerima pesan yang dikirim oleh sumber (*source*) dengan benar.. Dalam pengiriman pesan harus dikemas dengan baik agar tidak terjadi gangguan pada penyampaian pesan sehingga tidak terjadi perbedaan makna yang diterima oleh penerima (*receiver*).²

Dakwah dalam pengertian amar maruf nahi munkar merupakan prasyarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup manusia, yaitu kewajiban menghayati hakikat diri sebagai makhluk sosial dan kewajiban yang

¹David djerubu dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Sukoharjo: Paradina Pustaka, 2022), 104.

²Alimuddin A. Djawad, “Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi,” *Stilistika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 1, no. 1 (2016): 95.

ditegaskan oleh risalah, kitab Allah, dan sunnah Rasul.³ Sedangkan M. Bahri Ghazali mengungkapkan bahwa secara bahasa, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab dan diawali dengan kata kerja (fi'il) yaitu da'a, ya'd yang berarti ialah mengajak, menyeru, mengundang, atau memanggil, lalu istilah jamak yaitu da'watan berarti ajakan, seruan, undangan atau panggilan.⁴

Menurut Toha Yahya Umar, bahwa pengertian dakwah dapat dibagi menjadi 2 yakni :

1. Pengertian umum, Dakwah ialah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara, tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian seseorang buat menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi, pendapat, dan pekerjaan tertentu.
2. Pengertian khusus, Dakwah ialah mengajak insan dengan cara bijaksana pada jalan yang diridhoi sesuai dengan perintah Allah SWT, untuk kemaslahatan serta kebahagiaan mereka didunia akhirat.⁵

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah atau maddah dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan Dai pada Mad'u. Dalam hal ini jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah ialah Islam itu sendiri.⁶ Maddah merupakan pesan yang disampaikan dari Dai kepada Mad'u, mengajak kebenaran dan kebaikan kepada manusia, serta bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Allah SWT sendiri memerintahkan Nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Namun, materi tetap tidak berubah

³M.Nasir, *Fiqhud da'wah* (Jakarta: Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia, 2017), 121.

⁴M.Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikasi Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Da'wah*. (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), 5.

⁵Basrah Lubis, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: CV.Tursina, 1992), 18.

⁶Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 1 ed (Jakarta: Kencana, 2009), 24.

dari ajaran Islam. Seluruh pesan dakwah didasarkan pada pedoman agama Islam.⁷

2. Karakteristik Isi Pesan

Isi pesan dalam komunikasi massa bersifat universal dan tidak bersifat pribadi, individual, atau mementingkan kepentingan orang banyak. Komunikasi massa ditujukan kepada semua orang, bukan hanya kelompok tertentu.

Dalam jenis komunikasi, isi pesan dibedakan oleh ciri-ciri tertentu. begitupun dengan komunikasi massa. Adapun karakteristik isi pesan komunikasi massa antara lain, yaitu :

1. *Novelty* (Sesuatu Yang Baru)

Berhubungan dengan aktualitas, bahwa suatu berita atau pesan jika ingin menarik khalayak harus memiliki sesuatu yang baru. Bukan berarti kejadian atau peristiwa yang baru saja terjadi, melainkan informasi atau fakta baru yang masih belum diketahui oleh masyarakat.

Karena pada dasarnya, khalayak ingin mengetahui informasi terbaru secepat mungkin, maka dari itu jangan sampai terlambat memberikan informasi atau mereka akan mencari sumber informasi lainnya yang dapat memenuhi kebutuhannya.

2. *Proximity* (Kedekatan/ Jarak)

Artinya bahwa kedekatan dan jarak tempat terjadinya suatu peristiwa dengan lokasi kejadian itu memiliki arti yang sangat penting. Khalayak akan tertarik jika peristiwa yang terjadi berkaitan langsung dengan lingkungan dan kehidupannya.

⁷abdul Salam, Muliaty Amin, "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)." *Jurnal washiyah*, Vol 1, no 3 (2020):

3. Popularitas⁸

Peliputan tokoh, tempat dan waktu yang penting dan terkenal merupakan daya tarik tersendiri bagi khalayak. Khalayak akan tertarik jika yang diberitakan adalah tokoh terkenal. Semakin seorang populer maka ia akan menjadi informasi menarik yang selalu diberitakan.

4. Pertentangan/ Konflik

Segala hal yang mengemukakan tentang pertentangan selalu menjadi bahan untuk dijadikan berita. Seperti peristiwa perang, konflik antar organisasi, perorangan dan sebagainya. Konflik sendiri memiliki nilai berita yang tinggi karna konflik telah menjadi bagian dari kehidupan manusia dan berita merupakan peristiwa tentang kehidupan. Dalam hal ini, seorang wartawan tidak boleh memihak salah satu pihak, ia harus tetap bersikap objektif dan netral.

5. Komedi/ Humor

Program-program yang menarik perhatian khalayak adalah hal-hal yang menghilangkan kejenuhan. Setelah seharian bekerja dan beraktifitas, membutuhkan hiburan untuk pikiran yang jenuh.

6. Seks dan Keindahan

Kedua unsur tersebut bersifat umum, tidak heran jika media terkadang memuat unsur seks dan kecantikan. Daya tarik utamanya adalah aktor-aktor dengan cerita romantis dan berpenampilan menarik.

7. Bencana dan Kriminal

Hal-hal yang berkaitan dan menyentuh perasaan seseorang seringkali menimbulkan empati dan simpati khalayak. Seperti, bencana alam, kelaparan, pemabataan dan sebagainya yang mementingkan keselamatan manusia

⁸Nawiroh vera, *Pengantar Komunikasi massa*, (Tangerang: Renata Pratama Media, 2010), 17.

menjadi daya tarik bagi khalayak. Karna keselamatan nyawa seseorang adalah prioritas utama.

8. Nostalgia

Hal – hal yang mengungkapkan pengalaman masa lalu. Kenangan seseorang baik yang berkesan atau yang tidak menyenangkan di masa lalu biasanya selalu diingat.

9. *Human Interest*

Menyangkut kehidupan orang lain terutama yang mempengaruhi emosional seseorang. Seperti sedih, lucu, dramatis, hal – hal yang aneh semuanya menarik jika dilihat dari segi human interest.⁹

3. Struktur Pesan Dakwah

Struktur pesan sangat penting dalam proses komunikasi. Struktur pesan bergantung pada tujuan komunikasi oleh komunikator dan sikap khalayak sasaran terhadap pesan yang disampaikan.

Berikut ini merupakan struktur-struktur pesan dalam sebuah kegiatan komunikasi:

1. Struktur pro-kontra dan kontra-pro.

Komunikator menyampaikan pesan kepada khalayak dengan mengungkapkan dua sisi gagasan, yakni gagasan yang berlawanan dan gagasan yang mendukung khalayak. Dalam pro-kontra, komunikator lebih dulu mengutarakan pesan yang mendukung khalayak. Setelah itu, komunikator mengutarakan pesan yang bertentangan dengan khalayak. Sebaliknya jika kontra-pro, komunikator lebih dulu mengutarakan pesan yang bertentangan dengan khalayak, selanjutnya ditutup dengan pesan yang sesuai pendapat khalayak.

⁹Ibid.

2. Struktur satu sisi dan dua sisi.

Dalam pesan struktur ini digunakan untuk mempengaruhi khalayak terhadap program agar khalayak dapat mendukung program tersebut. Dalam struktur satu sisi, komunikator menyampaikan pesan untuk melihat program hanya dari satu sisi dimensi saja, seperti program yang membicarakan tentang keunggulan atau kerugian saja. Sedangkan struktur dua sisi digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan dari dua dimensi, seperti program yang membicarakan keunggulan serta kerugian sekaligus.

3. Struktur Klimaks dan Antiklimaks.

Struktur klimaks menempatkan materi terpenting di akhir pesan. Sedangkan Antiklimaks menempatkan materi terpenting di awal pesan.

4. Struktur Pesan Emosional dan Rasional.

Pesan emosional adalah usaha memberikan gambaran tentang perasaan seseorang yang dipengaruhi oleh emosional, seperti kesedihan, keindahan, rasa kasih sayang, cinta, seksual dan sebagainya. Sedangkan rasional adalah upaya untuk membuat seseorang yakin untuk percaya dan menerima suatu fakta yang disampaikan dalam suatu pesan.

5. Struktur pengulangan pesan dan satu kali.

Struktur pengulangan pesan memiliki arti bahwa pesan yang penting akan dikomunikasikan berulang kali dengan makna yang sama. Sedangkan pesan satu kali jika pesan mengenai topik tersebut hanya disampaikan satu kali saja.

6. Struktur simpulan tersurat dan tersirat.

Struktur simpulan merupakan rangkuman pesan penting yang berada pada akhir pesan yang disampaikan. Sedangkan struktur tersirat ialah pesan yang tidak disebutkan baik diawal maupun diakhir pesan yang

disampaikan melainkan khalayak sendiri yang harus menyimpulkan pesan tersebut.¹⁰

Adapun struktur pesan komunikasi dakwah mengacu pada kualitas ajaran agama yang bersumber dari al-Quran dan Hadits Nabi Muhammad Saw, kemudian menjelaskannya dan diakhiri dengan suatu kesimpulan (eksplisit atau implisit) beserta penutup berupa doa.

4. Karakteristik Pesan Dakwah

Karakteristik pesan dakwah ialah universal, berarti meliputi semua aspek kehidupan dengan nilai-nilai luhur yang dapat diterima oleh seluruh masyarakat dan seluruh umat manusia yang beradab. Dalam agama islam, segala hal dalam kehidupan manusia dari hal terkecil hingga hal terbesar sudah diatur oleh Al-Qur'an. Kemudahan ajaran islam juga menjadi karakteristik pesan dakwah.¹¹

Dalam membedakan pesan dakwah dengan pesan yang lainnya, maka pesan dakwah memerlukan karakteristik. Karakteristik yang dimaksud adalah tidak membedakan secara khusus karakteristik dakwah yang memiliki sifat verbal maupun non verbal. Adapun karakteristik pesan dakwah, yaitu:

1. Mengandung unsur kebenaran.

Kebenaran yang dimaksud adalah kebenaran yang bersumber dari Allah SWT. Berupa ayat-ayat yang ada pada Al-Qur'an yang memiliki kebenaran secara mutlak. Kebenaran-kebenaran didunia yang bersifat relatif dan praktis, dapat dijadikan pesan dakwah selama berpegang teguh pada Al-Qur'an.

¹⁰M. Jamiluddin Ritonga, *Tipologi Pesan Persuasif*, (Jakarta: Indeks, 2005), 32-84.

¹¹Susanto Astrid, "*Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*", (Bandung: Bina Cipta 1997).h.7.

2. Membawa pesan perdamaian.

Islam berasal dari kata salam yang berarti damai. Melalui wahyu yang diturunkan kepada nabi Muhammad SAW, Allah pun menitipkan pesan-pesan perdamaian agar terwujudnya kerukunan antar manusia. Nabi dan para rasul menyampaikan dakwah dengan cara yang damai. Oleh karena itu, kita sebagai umat nya harus bisa menjaga nilai nilai perdamaian dalam menyampaikan pesan dakwah. Penyampaian dakwah dengan cara damai akan mudah diterima oleh hati nurani.

3. Tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal.

Penyampaian pesan dakwah harus disesuaikan dengan kondisi mad'u atau sasaran dakwahnya. Melalui cara tersebut, pesan yang dakwah yang disampaikan akan mudah diterima oleh masyarakat.

4. Memberikan kemudahan kepada penerima pesan.

Memberikan kemudahan untuk menyampaikan pesan dakwah adalah salah satu tujuan syariat islam dan sangat dianjurkan. Memudahkan bukan berarti dapat menyepelekan pesan dakwah dalam penyampaian nya dan memilih aturan-aturan yang ringan saja dari berbagai macam pendapat ulama. Memudahkan berarti memberi kemudahan dalam pengajaran ajaran agama sesuai syariat dan tidak bertentangan dengan petunjuk dan ajaran islam.

5. Menghargai akan perbedaan.

Pada kenyataannya, tidak dapat dipungkiri bahwa manusia diciptakan berbeda. Didunia ini tidak ada manusia yang memiliki kecenderungan yang sama antara individu dengan individu lainnya. Perbedaan setiap individu terbentuk karena perbedaan latar belakang sosial, wilayah, keyakinan yang dianut dan tingkat kesertaan dalam masyarakat.

Perbedaan diciptakan agar manusia saling menghargai perbedaan yang ada. Dengan menghargai perbedaan maka manusia akan hidup dengan rukun dan damai. Oleh sebab itu,

tugas seorang da'i adalah menyelesaikan perbedaan yang ada dengan masyarakat agar menjadi kekuatan yang mampu meningkatkan kualitas dan kesejahteraan masyarakat.¹²

5. Subtansi Pesan Dakwah

1. Kajian Akidah

Secara etimologi, Aqidah berarti ikatan dan angkutan. Secara teknis berarti keyakinan, kepercayaan, iman, credo, creed.¹³ Aqidah dalam islam berarti i'tiqad bathiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Menurut bahasa, aqidah berasal dari kata al-Aqd yaitu mengikat, menguatkan, teguh, mengukuhkan.¹⁴

Aqidah ialah keyakinan seseorang pada sesuatu tanpa terdapat keraguan sedikit pun padanya. Aqidah dipahami sebagai ajaran perihal keimanan. Dalam hal ini aqidah menempati posisi mendasar dalam diri seseorang muslim karena dia akan menentukan arah dan tujuan hidup. Aqidah mencakup keimanan pada Allah SWT, para malaikat, kitab-kitab yang diturunkan, hari kiamat, serta qada dan qadar. Sesuai dengan sabda Rasulullah :

الإِيمَانُ أَنْ تُؤْمِنَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَتُؤْمِنَ
بِالْقَدْرِ خَيْرِهِ وَشَرِّهِ. (رواه مسلم)

“Iman ialah engkau percaya kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk.” (HR Muslim)

¹²Ardhatun, “Prinsip Dan Karakteristik Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad,” (Skripsi, Uin ar-rainy Aceh, 2018) 27-28.

¹³Endang Syaifudin Anshari, *Wawasan Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993), 25.

¹⁴Abdullah bin Abdul Aziz al-Jibrin, *Cara Mudah Memahami Aqidah: Sesuai al-Quran, as-Sunnah dan Pemahaman Salafus Shalih*, (Jakarta: Pustaka At-Tazkia, 2007), h.3-4

Intisari dari keimanan itu sendiri adalah adanya pengakuan terhadap hubungan manusia dengan tuhan yang harus dipatuhi yaitu mengikat diri pada kewajiban-kewajiban yang telah diyakini. Dalam bidang aqidah ini, fokus pembahasannya bukan hanya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya. Seperti syirik, ingkar dengan Allah dan lain sebagainya.¹⁵

2. Kajian Syariah

Secara etimologi, syariah berarti jalan yang jelas untuk menuju kehidupan yang lebih baik. Syariat berarti aturan perundang-undangan yang mengatur pola hubungan manusia dengan Allah, manusia dengan manusia, serta manusia dengan makhluk ciptaan Allah¹⁶. Sedangkan secara terminologi, syariah ialah hukum-hukum yang telah disyariatkan Allah SWT kepada umat manusia sebagai aturan dalam mejalani kehidupan di dunia.

Syariah sangat erat hubungannya dengan amal lahir, dalam rangka menaati semua aturan dan hukum Allah SWT, untuk mengatur hubungan manusia dengan tuhan dan mengatur hubungan sesama manusia. Cakupan syariah yaitu ibadah kepada Allah SWT, yang meliputi shalat, zakat, puasa, haji dan ibadah-ibadah lainnya. Sebagaimana sabda nabi :

السالم أن تعبد هلالاً ولتشارك به شيئاً وتقيم الصلاة وتؤدي الزكاة
المفروضة وتصوم رمضان وتحج البيت

Islam adalah bahwasannya engkau menyembah kepada Allah, dan janganlah engkau mempersekutukan-

¹⁵Syamsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Amzah, 2009), 90

¹⁶Hasyim Hasanah, *Pengantar Studi Islam*, (Yogyakarta : Ombak, 2013),

Nya dengan suatu pun, mengerjakan shalat, membayar zakat-zakat yang wajib, berpuasa pada bulan Ramadhan, dan menunaikan ibadah haji di Mekkah (Baitullah). (HR. Al-Bukhari dan Muslim):

Pengertian syariat mempunyai dua aspek hubungan yaitu vertikal yakni hubungan manusia dengan Tuhannya yang disebut ibadah, dan horizontal yakni hubungan manusia dengan sesama manusia yang disebut muamalat.¹⁷

3. Kajian Akhlaqul karimah

Secara etimologi akhlak berasal dari kata dalam bahasa arab yakni khalafa, khuluqun yang berarti budi pekerti, moral atau perangai.¹⁸ Sedangkan secara terminologi, akhlak ialah suatu ilmu yang menjelaskan arti dari baik dan buruk, serta menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada manusia lainnya. Dalam aktifitas dakwah, akhlak hanya sebagai pelengkap saja, yakni sebagai penyempurna keimanan dan keislaman seseorang. Pesan ini sangat penting sebab islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia. Dengan akhlak yang baik maka islam dapat membendung terjadinya degradasi moral.¹⁹

Selain itu, Quraish Shihab menjelaskan bahwa pokok-pokok dalam materi dakwah tercermin dari tiga hal, yaitu:

- a) Memaparkan ide-ide agama sehingga dapat mengembangkan gairah muda untuk mengetahui hakikatnya melalui partisipasi positif mereka.
- b) Pemberian pemahaman tentang agama kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat yang sedang membangun dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya.

¹⁷Amin, *Ilmu Dakwah*, 91

¹⁸Hasanah, *Pengantar Studi Islam*, 56

¹⁹Syamsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 92

- c) Studi mengenai pokok-pokok agama yang dijadikan landasan bersama untuk mewujudkan kerjasama antar umat beragama tanpa mengabaikan identitas masing-masing.²⁰

B. Media Dakwah Online di Youtube

1. Pengertian Media Dakwah Online

Agar dakwah dapat berjalan dengan baik, cepat dan tepat sasaran tentunya dibutuhkan komponen pendukung dalam pelaksanaannya. Komponen yang tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas dakwah salah satunya adalah penggunaan media dakwah.

Dilihat dari asal katanya, Kata “media” berasal dari kata Latin “median”, yang merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara etimologis berarti alat perantara. Lebih spesifiknya, media ialah alat yang digunakan untuk menggambarkan isi pesan atau pelajaran, seperti buku, film, video, atau kaset dan sebagainya.²¹

Pada perkembangan era yang semakin canggih sekarang ini, dakwah tidak hanya dilakukan secara tatap muka saja. Dakwah tidak lagi menjadi hal yang sulit, karna dakwah dapat dilakukan dimana pun kapan pun dengan menggunakan media. Media dakwah ialah alat yang digunakan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Abdul Kadir Munsyi, dalam buku *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership* karya Hamzah Ya qub, menulis bahwa media dakwah ialah alat saluran untuk menghubungkan ide dan masyarakat, dan merupakan komponen penting dari dakwah secara keseluruhan.²²

²⁰Quraish Shihab, *Membumikan Al-Quran*, (Bandung : Mizan, 1993), 200

²¹ Irzum Farihah, “Media Dakwah Pop,” *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013) : 26..

²²Hamzah Ya qub, *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung: Diponegoro, 1973), h 47.

Dalam proses dakwahnya, da'i dapat memanfaatkan beragam macam sarana atau media dakwah. Keberhasilan seorang da'i dalam berdakwah dapat dilihat dari kemampuannya dalam menentukan dan memanfaatkan sarana dan media yang tersedia.

Adapun tujuh hal yang harus dipertimbangkan ketika menentukan media, yaitu :

- 1) Tidak ada satu media pun yang paling cocok untuk keseluruhan permasalahan dan target dakwah. Karena, masing-masing media mempunyai karakteristik yang berbeda dan mempunyai kekurangan serta kelebihan.
- 2) Media yang akan dipilih harus sesuai dengan tujuan dakwah yang ingin dicapai.
- 3) Media yang dipilih harus sesuai dengan kondisi mad'u atau sesuai dengan sasaran dakwahnya.
- 4) Media yang dipilih harus disesuaikan dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan.
- 5) Memilih media harus secara objektif, maknanya memilih media harus dipilih dengan keadaan sebenarnya, bukan atas dasar kesukaan pribadi seorang da'i.
- 6) Kesempatan dan ketersediaan media juga harus mendapat perhatian.
- 7) Efektifitas dan efesiensi harus lebih diperhatikan.²³

Dari segi sifatnya, media dakwah digolongkan menjadi dua bagian, yaitu:

- a) Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan tradisional dan kearifan lokal yang ditampilkan di hadapan umum terutama sebagai hiburan yang memiliki sifat komunikatif. Seperti

²³ Aminuddin, "Media Dakwah" 9, no. 2 (n.d.): 344.

pertunjukan drama, wayang, ludruk dan sebagainya.

- b) Media modern, yaitu media yang memanfaatkan perkembangan teknologi dan banyak digunakan masyarakat. Seperti, televisi, radio, majalah, dan lain-lain.

Untuk mencapai sasaran dakwah, da'i harus memilih media yang tepat untuk digunakan dalam proses penyampaian pesan dakwah. Di era modern ini, para da'i harus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dalam memanfaatkan media sebagai sarana dalam berdakwah. Pemanfaatan media dalam kegiatan berdakwah memberikan dampak yang sangat positif, komunikasi antara da'i dan mad'u akan lebih dekat dan mudah diterima. Selain itu, pesan dakwah dapat menyebar dengan cepat dan dalam jangkauan yang sangat luas.

Maka dapat dikatakan bahwa media dakwah online adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u melalui berbagai media atau saluran komunikasi yang tersedia secara online di website.

2. Jenis-Jenis Media Dakwah Online

Media dakwah yang ada saat ini sangat berbeda dengan media dakwah pada masa lalu. Dimana saat ini dakwah dapat menggunakan media online. Dakwah online atau dakwah digital merupakan dakwah islam yang disampaikan melalui media online. dakwah ini dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Hal ini sesuai dengan generasi milenial yang sangat sadar akan gadget. Salah satunya adalah melalui internet (Media sosial).

Media sosial adalah media online yang memudahkan para pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, menciptakan isi seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Jejaring sosial dan wiki merupakan media sosial

yang paling biasa digunakan oleh masyarakat diberbagai penjuru dunia.²⁴

Menurut Nasrullah setidaknya ada enam kategori pembagian jenis media sosial, yaitu :

1) Media Jejaring Sosial (*Social networking*)

Media jejaring sosial merupakan media yang paling familiar. Media ini digunakan sebagai sarana untuk melakukan interaksi sosial antara individu dengan individu lainnya. Ciri primer dari situs jejaring sosial ialah para pengguna membentuk jaringan pertemanan, dengan pengguna yang telah diketahuinya, kemungkinan bertemu didalam kehidupan nyata (*offline*) dan membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang cukup banyak digunakan adalah Facebook dan LinkedIn.

2) Jurnal online (*Blog*)

Blog adalah media sosial yang memudahkan penggunanya untuk menulis kegiatan kesehariannya, saling memberi pendapat, serta berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya, blog hanya sebuah situs pribadi yang memuat tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan dapat diperbarui setiap harinya. Seiring dengan perkembangan, blog dapat memuat jurnal pemilik media yang terdapat kolom komentar yang dapat diisi oleh pengguna.

Jenis media ini pada umumnya dibagi menjadi dua, yaitu kategori *personal homepage*, yaitu jenis web yang dimiliki seorang individu seperti .com atau .net. Kedua, yaitu menggunakan fasilitas penyedia

²⁴ Tongkotow Liedfray, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara," *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 2.

halaman weblog gratis, seperti blogspot atau wordpress.

3) Jurnal online sederhana atau microblog (*micro-blogging*)

Memiliki kesamaan dengan jurnal online (*blog*), jurnal *microblogging* merupakan jenis media sosial yang digunakan untuk menulis atau menggugah aktifitas kesehariannya baik berupa saran dan pendapat. Aplikasi *microblogging* yang banyak digunakan yakni Twitter.

4) Media berbagi (*media sharing*)

Situs media berbagi merupakan jenis media sosial yang memudahkan penggunaannya untuk dapat berbagi file, gambar, video, audio dan sebagainya. Seperti youtube, instagram, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.

5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial ialah bentuk media sosial yang memiliki fungsi untuk mengelola, menyimpan, mengorganisasikan dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Seperti delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

6) Media konten bersama atau wiki.

Media sosial ini adalah situs yang kontennya hasil kerja sama dari para penggunaannya. Seperti dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah sampai rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam pelaksanaannya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengujung, Artinya ada kerja sama dari semua

pengunjung untuk mengisi atau membuat konten dalam situs ini.²⁵

Berdasarkan jenis-jenis media sosial yang telah dijelaskan diatas, dapat kita lihat bahwa kehadiran media sosial membawa dampak yang sangat positif dalam perkembangan teknologi dan informasi. Hal ini bisa menjadi sebuah peluang dan tantangan bagi da'i untuk memperhatikan penyampaian dakwah melalui pengemasan dan pembuatan konten yang menarik, memastikan pesan dakwah tersampaikan dengan baik kepada mad'u melalui jenis-jenis media jejaring sosial tersebut.

3. Youtube sebagai media dakwah online

Youtube merupakan salah satu jenis media sosial dan termasuk media berbagi (*media sharing*) yang dibuat dengan tujuan memudahkan pengguna dalam berbagi informasi berupa video. Media youtube sangat mudah untuk diakses, menawarkan lebih banyak konten video dan juga dapat digunakan sebagai media dakwah dalam bentuk video ceramah.

Youtube ialah situs berbagi video (*web video sharing*) dirancang pada bulan Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal, Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan youtube berpusat di San Bruno, California dan menggunakan teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video yang telah dibuat oleh pengguna. Seperti klip film, iklan televisi, video musik. Selain itu, adapula

²⁵Rulli, Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 39.

konten video amatir, seperti blog video, video pendek dan video pendidikan.²⁶

Adapun beberapa karakteristik yang dimiliki youtube, yaitu :

1. Tidak ada batasan waktu untuk mengunggah video. Hal ini yang menjadikan youtube berbeda dengan aplikasi lain yang mempunyai waktu minimal dalam mengunggah sebuah video.
2. Sistem pengamanan yang akurat. Youtube tidak akan memberikan akses izin terhadap video yang berisi konten ilegal serta menyampaikan pernyataan verifikasi sebelum mengunggah video.
3. Berbayar. Saat ini youtube menawarkan kepada siapa saja yang mengunggah videonya ke Youtube serta mencapai setidaknya 1000 penayangan, maka akan mendapatkan honor.
4. Metode luring. Youtube menghadirkan fitur luring yang dapat memudahkan para pengguna untuk menonton video dalam keadaan luring. Tetapi sebelumnya video harus diunduh terlebih dahulu.
5. Tersedia editor sederhana. Para pengguna dapat mengedit video dengan fitur yang telah disediakan oleh youtube. Seperti memotong video, memfilter warna dan menambahkan efek perpindahan video.²⁷

Youtube memiliki beberapa fungsi, yakni :

1. Mencari video di youtube, setiap pengguna dapat menemukan video yang mereka inginkan dengan memasukan kata kunci pada kolom pencarian.
2. Mengunggah video.
3. Meondownload video.

²⁶ Edy Chandra, "Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi", *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2017, hlm. 407.

²⁷ Hamdan and Mahmuddin, "Youtube Sebagai Media Dakwah."

4. Menonton dan memutar video.²⁸

Youtuber adalah sebutan bagi para pemilik akun Youtube yang aktif mengunggah videonya ke Youtube. Youtuber terbentuk dari perorangan atau individu, kelompok, maupun suatu perusahaan yang menggunakan youtube sebagai media untuk memperkenalkan dirinya, barang atau jasa yang diperjualbelikan. Para pengguna yang bekerja pada bidang pemasaran suatu barang atau jasa di media sosial khususnya youtube, menyebut dirinya sebagai *influencer marketing*.

Seperti yang kita ketahui saat ini, youtube memfasilitasi penggunaannya untuk dapat mengunggah video dan bisa diakses oleh siapa saja secara gratis. Hal ini membuat youtube semakin populer karena menambah variasi pada setiap tampilannya. Salah satu karakteristik dari youtube yaitu tidak adanya durasi dalam mengunggah video, menjadi keunggulan tersendiri bagi youtube dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Youtube bukan hanya digunakan untuk mencari informasi saja, tetapi youtube dapat digunakan sebagai media hiburan yang dapat mengakses video-video yang pengguna inginkan, seperti musik, cuplikan film-film dan sebagainya.

C. Kepemimpinan

1. Pengertian kepemimpinan

Kepemimpinan berasal dari kata “pimpin” yang berarti membimbing, membina atau membimbing, bisa juga berarti menunjukkan jalan yang benar atau tepat tetapi dapat pula berarti mengarahkan pekerjaan atau kegiatan.²⁹ Kepemimpinan adalah suatu usaha untuk memberi arahan kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Di era

²⁸ Apriadi Tamburaka, *Literasi media : cerdas bermedia khalayak media massa*, (Jakarta: PT. rajagrafindo, 2013), 84.

²⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1990, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN Balai Pustaka), h. 684.

globalisasi saat ini, kepemimpinan merupakan suatu hal yang menarik dan banyak dibicarakan di semua tingkatan, baik pemerintahan maupun swasta, tidak hanya menarik bagi para ahli manajemen tetapi juga di bidang lain, hal ini dapat dipahami karena kepemimpinan mempunyai peran penting dalam mencapai tujuan organisasi. Maka dari itu, perlu dipahami makna atau pengertian kepemimpinan melalui berbagai sudut pandang. Wahjosumidjo, mengartikan kepemimpinan sebagai proses mempengaruhi kegiatan seseorang atau kelompok dalam usahanya untuk mencapai suatu tujuan di dalam situasi tertentu seseorang dengan mempengaruhi orang lain secara individu atau kelompok.³⁰

Kepemimpinan didefinisikan sebagai pelaksanaan kekuasaan dan pengambilan keputusan. Menurut Sarwono Prawiroharjo, kepemimpinan adalah perilaku yang dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain agar bekerja sama dalam mencapai tujuan yang mereka yakini perlu dan bermanfaat.³¹ Sedangkan menurut Stephen P. Robbins, kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok untuk mencapai tujuannya.³²

Edwin A. Fleishman mengartikan kepemimpinan sebagai upaya mempengaruhi orang antarpribadi (interpersonal) melalui proses komunikasi untuk mencapai satu atau beberapa tujuan.³³ Amirullah dan Budiyo mendefinisikan kepemimpinan adalah orang yang mempunyai wewenang dalam memberikan tugas, mempunyai kemampuan membujuk atau mempengaruhi orang lain (bawahan) melalui

³⁰ Nizar Hamdi, Zulkarnaen, "Analisis Efektivitas Gaya Kepemimpinan," *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 1, No. 8 (2021): 1507-1509.

³¹ Hamzah Ya'qub, *Menuju Keberhasilan Manajemen dan Kepemimpinan*, (Bandung : Diponegoro, 1984), h.124.

³² Stephen P. Robbins, *Essentials of Organizational Behavior*, (Prentice: Hall, 1983), h. 112.

³³ Gibson, Ivancevich and Donnely, *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*, *Edisi kelima, terjemahan*, (Jakarta: Penerbit Erlangga , 1987), h.263.

hubungan yang baik untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.³⁴

Menurut anoraga, kepemimpinan adalah suatu hubungan dimana seseorang, khususnya pemimpin, mempengaruhi pihak-pihak lain untuk secara sukarela bekerja sama dalam upaya menyelesaikan tugas-tugas terkait untuk mencapai apa yang diinginkan oleh pimpinan tersebut.³⁵ Sedangkan menurut taryaman, kepemimpinan adalah suatu ilmu dan seni untuk mempengaruhi orang lain baik individu atau kelompok untuk bekerja sama, namun bukan saling menjatuhkan agar dapat mencapai tujuan organisasi.³⁶

Dari definisi-definisi kepemimpinan yang berbeda-beda diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya kepemimpinan memiliki kesamaan pengertian bahwa kepemimpinan adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain secara individu ataupun kelompok agar bekerja sama dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai.

D. Konsep Analisis Framing

Framing merupakan bingkai yang dapat membatasi sebuah informasi yang dipilih dan akan memfokuskan perhatian pemberitaan pada hal tersebut. Framing pada akhirnya mempengaruhi bagaimana sebuah peristiwa diceritakan dan akhirnya dibingkai. Dengan kata lain, analisis framing adalah analisis yang mengkaji bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, dan sebagainya) dibingkai oleh media.³⁷

Dalam perspektif komunikasi, analisis digunakan untuk mengetahui metode dan ideologi media dalam mengkonstruksi

³⁴ Amirullah, dan Haris Budiyo. *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), h. 245

³⁵ Anoraga, *Pendekatan Kepemimpinan Lembaga Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1990), h. 2.

³⁶ Emed Taryaman, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Deepublish. (2016), h.7.

³⁷ Pinontoan and Wahid, "Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com."

fakta, analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan dan menghubungkan fakta-fakta dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diinggit, untuk menggiring pemahaman khalayak sesuai dengan pandangan masing-masing. Dengan kata lain, framing merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana cara pandang yang digunakan oleh wartawan saat memilih isu dalam menulis berita, dimana cara pandang itu sendiri nantinya yang akan menentukan fakta apa yang ingin diambil, bagian mana yang harus lebih ditonjolkan atau dihilangkan, dan menentukan hendak dibawa kemana berita tersebut.³⁸ Adapun model-model framing, sebagai berikut :

1. Murray Edelman

Murray Edelman merupakan pakar komunikasi yang telah banyak menulis tentang bahasa dan simbol politik dalam komunikasi. Menurut Murray Edelman, apa yang kita ketahui tentang realitas dan dunia bergantung pada cara kita membongkar dan mengkonstruksi realitas. Murray Edelman mengidentifikasi framing sebagai ‘kategorisasi’ yaitu penggunaan perspektif tertentu dengan menggunakan kata-kata tertentu untuk menunjukkan bagaimana suatu fakta atau realitas dipahami. Kategori adalah abstraksi dan ciri pemikiran yang memungkinkan orang memahami realitas dan, dapat memengaruhi pemikiran dan kesadaran publik, seperti propaganda.³⁹

Elemen penting dalam melihat suatu peristiwa adalah bagaimana seseorang membuat kategorisasi atas suatu peristiwa melalui kategorisasi hendak ke mana sebuah peristiwa ditujukan dan dijelaskan. Beberapa elemen yang digunakan Edelman dalam menganalisis teks media, yakni :

- a) Kategorisasi, adalah abstraksi dan fungsi dari pikiran. Kategorisasi adalah alat untuk menentukan bagaimana

³⁸ Liputan Com et al., “Analisis Framing Model Robert N . Entman Tentang Berita Kasus Pria Dibakar Hidup-Hidup Di Bekasi Pada,” 2017.

³⁹ Eriyanto, *Analisis Framing-Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media*. (Yogyakarta: Lkis, 2002), 185-187..

realitas dipahami dan direpresentasikan dalam pikiran khalayak.

- b) Kesalahan kategorisasi, Kategori yang digunakan untuk mendefinisikan peristiwa sering kali salah atau menyesatkan khalayak. Khalayak tidak mendapatkan informasi sebenarnya disebabkan peristiwa yang dibungkus dengan kategori tertentu. Peristiwa tertentu yang dikategorikan dan dibingkai dengan cara tertentu, dapat mempengaruhi cara peristiwa tersebut dipahami.
- c) Rubrikasi, merupakan salah satu aspek kategorisasi yang penting dalam pemberitaan. Bagaimana peristiwa dikategorikan dalam rubrik-rubrik yang telah ditentukan. Rubrikasi harus dipahami sebagai bagian dari bagaimana fakta diklasifikasikan ke dalam kategori tertentu. Klasifikasi ini menentukan dan mempengaruhi emosi khalayak saat melihat atau menyaksikan suatu peristiwa.
- d) Kategorisasi dan Ideologi, menurut Edelman, kategorisasi tersebut berkaitan dengan ideologi. Bagaimana realitas diklasifikasikan dan dikategorisasikan, diantaranya ditandai dengan bagaimana kategorisasi tersebut dilakukan.⁴⁰

2. Robert N. Entman

Robert N. Entman adalah salah satu pakar yang menempatkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media. Konsep framing menurut Robert N. Entman, yaitu menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan bagian tertentu dari realita sehingga bagian tersebut lebih menonjol daripada bagian yang lainnya. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta, dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lainnya. Penonjolan aspek-aspek tertentu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu

⁴⁰ Ibid., 185-196.

sudah dipilih, maka dilanjutkan dengan penulisan bagaimana aspek tersebut akan ditulis.⁴¹

3. William A. Gamson

William A. Gamson merupakan salah satu pakar yang paling banyak menulis mengenai framing. Gagasan Gamson terutama menghubungkan wacana media di satu sisi dengan opini publik di sisi lain. Menurut gamson, wacana media merupakan merupakan elemen penting dalam memahami opini, isu, dan peristiwa publik yang terus berkembang.⁴²

Model ini menganggap frame sebagai cara menyampaikan cerita atau kumpulan gagasan yang disusun sedemikian rupa sehingga menampilkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan wacana. Perspektif inilah yang disebut Gamson dan Modigliani sebagai kemasan (*package*). Package ini ialah sekumpulan ide yang menyoroti topik apa yang sedang dibahas dan peristiwa apa yang terkait.⁴³

Tabel 2 1 perangkat framing Gamson dan Modigliani

<i>Framing Devices</i> (Perangkat Framing)	<i>Reasoning Devices</i> (Perangkat Penalaran)
<i>Methapors</i> Perumpaan atau pengandaian	<i>Roots</i> Analisis kausal atau sebab akibat
<i>Catchphrases</i> Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.	<i>Appeals to principle</i> Premis dasar, klaim-klaim moral
<i>Exemplar</i>	<i>Consequence</i>

⁴¹ Kartini dkk, "Metode Analisis Framing Dalam Media Sosial," *Jurnal Edukasi Nonformal* 3, no. 2 (2020): 142.

⁴² Eriyanto, *Analisis Framing-Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media*. (Yogyakarta: Lkis, 2002), 253.

⁴³ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana, 2009), 257.

<p>Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.</p>	<p>Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.</p>
<p><i>Depiction</i></p> <p>Representasi atau penjelasan tersirat dari suatu fakta. Ungkapan ini biasanya berbentuk kosakata untuk mendeskripsikan sesuatu.</p> <p><i>Visual Images</i></p> <p>Gambar, grafik, dan citra yang mendukung. Bisa dalam bentuk foto, kartun, atau grafis untuk mempertegas dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.</p>	

4. Zhondang Pan dan Gerald M. Kosick

Salah satu model framing yang paling banyak digunakan dan paling populer adalah model framing yang dikemukakan oleh Zhondang Pan dan Gerald M. Kosick. Framing adalah proses menjadikan suatu pesan lebih menonjol dengan menempatkan lebih banyak informasi dibandingkan informasi lainnya, sehingga memungkinkan khalayak fokus pada pesan tersebut. Penonjolan dilakukan agar pesan lebih bermakna dan mudah dipahami publik.⁴⁴

Model analisis framing Zhondang Pan dan Gerald M. Kosick dibagi dalam empat struktur besar, yakni :

1. Sintaksis, mengacu pada cara jurnalis menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, dan observasi peristiwa ke dalam struktur berita umum. Di bagian ini fokus

⁴⁴ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. (Yogyakarta: PT LKis, 2002), 289.

- pengamatan pada bagian (Lead, headline, kutipan, sumber, pernyataan, penutup).
2. Skrip, mengacu pada cara jurnalis melaporkan peristiwa dalam bentuk berita. Struktur ini mengkaji narasi atau strategi berbicara yang digunakan jurnalis untuk mengintegrasikan peristiwa ke dalam berita.
 3. Tematik, mengacu pada cara jurnalis mengungkapkan pandangannya terhadap peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk keseluruhan tulisan.
 4. Retoris, mengacu pada cara jurnalis menekankan makna spesifik dalam berita. Struktur ini mengkaji bagaimana wartawan memilih kata, frasa, grafik, dan gambar untuk tidak hanya mendukung teks, tetapi juga untuk menekankan makna tertentu kepada pembaca.⁴⁵

Dari keempat model analisis framing yang telah dijelaskan diatas, peneliti menggunakan model analisis framing yang dikemukakan oleh Robert N.Entman. Dimana dalam konsep Entman, ia merumuskan kedalam empat kategorisasi elemen, yaitu:

Tabel 2. 2 Konsep framing Robert N. Entman

Pendefinisian masalah (<i>Define problems</i>)	Elemen ini merupakan frame atau bingkai utama dalam konsep Entman. Frame ini menekankan bagaimana suatu isu/peristiwa dilihat? Atau sebagai masalah apa.
Memperkirakan Penyebab Masalah (<i>Diagnose Causes</i>)	Elemen kedua ini digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap aktor dibalik suatu peristiwa. Penyebab dalam hal ini bisa berarti apa (what) dan siapa (who). Peristiwa dapat dipahami dengan menentukan

⁴⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar*. (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2012), 175.

	apa dan siapa yang menjadi sumber masalah dari peristiwa tersebut. Karna itu, suatu masalah yang dipahami dengan berbeda, maka akan berbeda pula penyebabnya.
Membuat Pilihan Moral (<i>Make Moral Judgment</i>)	Elemen ketiga ini digunakan untuk membenarkan argumentasi atau memberi penilaian pada pendefinisian masalah yang telah dibuat. Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
Menekankan Penyelesaian (<i>Treatment Recommendation</i>)	Elemen ini digunakan untuk mengetahui apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah.. jalan apa yang dipilih untuk mengatasi suatu masalah.

Pada dasarnya, konsep entman merujuk pada pemberian definisi, penjelasan definisi, evaluasi dan saran dalam suatu wacana guna menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap sebuah peristiwa yang diwacanakan.⁴⁶

⁴⁶ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. (Yogyakarta: PT LKis, 2002), h.222

DAFTAR RUJUKAN

BUKU

- Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.2009.
- Anshari, Endang Syaifudin, *Wawasan Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.1993.
- Anoraga, *Pendekatan Kepemimpinan Lembaga Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.1990.
- Astrid, Susanto, "*Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*". Bandung: Bina Cipta.1997.
- Al-Jibrin, Abdullah bin Abdul Aziz, *Cara Mudah Memahami Aqidah; Sesuai al-Quran, as-Sunnah dan Pemahaman Salafus Shalih*. Jakarta: Pustaka At-Tazkia.2007.
- Azis, Moh. Ali, *ilmu Dakwah*. cet.1, ed. 1. Jakarta: kencana.2004.
- Budyono, Amirullah dan Haris. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2004.
- Djerubu, David dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sukoharjo: Paradina Pustaka.2022.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.1990.
- Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKis.2002.
- M.Nasir, *Fiqhud da'wah*. Dewan Jakarta : Da'wah Islamiyah Indonesia.2017.
- Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.24.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.2015.

- Nugrahani, Farida, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakra Books.2014
- Nata, Abudin, *Akhlaq Tasawuf*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.2003.
- Ghazali, M.Bahri, *Da'wah Komunikasi Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Da'wah*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.1997.
- Gibson, Ivancevich and Donnely, *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses, Edisi kelima, terjemahan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.1987.
- Hasanah, Hasyim, *Pengantar Studi Islam*. Yogyakarta : Ombak.2013.
- Kriyanto, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.2009.
- Lubis, Basrah, *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: CV.Tursina.1992
- Purwadarminta, W.J.S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi ke-3.Jakarta: Balai Pustaka.2005.
- Riadi, Edi., *Statistika Penelitian Analisis Manual Dan IBM SPSS*. Jogjakarta: 2016.
- Ritonga, M. Jamiluddin, *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: Indeks.2005.
- Robbins, Stephen P, *Essentials of Organizational Behavior*. Prentice: Hall.1983.
- Shihab, Quraish, *Membumikan Al-Quran : fungsi dan peran wahyu dalam kehidupan masyarakat*. Bandung : Mizan.1993.
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.2012.
- Syukir, Asmunir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: Al-ikhlas.1984.
- Tamburaka,Apriadi, *Literasi Media : cerdas bermedia khalayak media massa*. Jakarta: PT. rajagrafindo.2013.

Taryaman, Emed, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.2016.

Ya'qub, Hamzah, *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung: Diponegoro.1973.

Ya'qub, Hamzah, *Menuju Keberhasilan Manajemen dan Kepemimpinan*. Bandung: Diponegoro.1984.

Vera, Nawiroh, *Pengantar Komunikasi massa*. Tangerang: Renata Pratama Media.2010.

Wekke, Ismail Suardi dkk, *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku.2019.

JURNAL

Abdul Salam, Muliaty Amin, Kamaluddin Tajibu. "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)." *Jurnal Washiyah* 1, no. 3 (2020): 653–65.

Aminuddin . "Media Dakwah" 9, No. 2 (N.D.): 344–63.

Com, Liputan, Edisi Agustus, Khoirul Anwar, Krisna Megantari, Niken Lestarini, Ilmu Komunikasi, Ilmu Komunikasi, and Ilmu Komunikasi. "Analisis Framing Model Robert N . Entman Tentang Berita Kasus Pria Dibakar Hidup-Hidup Di Bekasi Pada," 2017.

Djawad, Alimuddin A. "Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi." *Stilistika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 1, no. 1 (2016): 95–101.

Edy Chandra, "Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi", *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 1, No. 2, 2017, 407.

Fakhruroji, Moch, Ridwan Rustandi, and Busro. "Bahasa Agama Di Media Sosial : Analisis Framing Pada Media Sosial ' Islam Populer ' Religious Languages on Social Media Framing Analysis on Social Media ' Islam Populer .'" *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 2 (2020): 204–34.

Farihah, Irzum. "Media Dakwah Pop." *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013): 25–45.

Hamdan, and Mahmuddin. "Youtube Sebagai Media Dakwah." *Journal of Social Religion Research* 6, no. 1 (2021): 2527–3752.

Hamdi, Nizar, Zulkarnaen, "Analisis Efektivitas Gaya Kepemimpinan," *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 1, No. 8 (2021): 1507-1509.

Kartini dkk. "Metode Analisis Framing Dalam Media Sosial." *Jurnal Edukasi Nonformal* 3, no. 2 (2020): 142.

Liedfray, Tongkotow, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut. "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara." *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 2.

Nordin, Fitri Nurul 'Ain. "العربية اللغة تعلم في المعزز الواقع تقنية توظيف_Bab 1." *World Wide Web Internet And Web Information Systems* 9, no. 32–53 (2018): 375.

Pinontoan, Nexen Alexandre, and Umaimah Wahid. "Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com." *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 12, no. 1 (2020): 11–24.

Riauan, Muhd Ar. Imam, Abdul Aziz, and Nurman Nurman. "Analisis Framing 'Aksi Bela Islam' Sebagai Dakwah Islam Di Riau Pos." *Jurnal Dakwah Risalah* 31, no. 1 (2020): 35.

Zellatifanny, Cut Medika, and Bambang Mudjiyanto. "Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi." *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi* 1, no. 2 (2018): 83–90.

SKRIPSI

Ardhatun. "Prinsip Dan Karakteristik Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad." *Skripsi*, 2018.

Irma Lestari. “ Respon Da ’ I Kamtibmas Kota Bandar Lampung Terhadap Konten Dakwah Ustad Sugi Nur Dan Maher,” Skripsi, 2022.

Maghfirah, Ayu. “Analisis Framing Dakwah Ustaz Hanan Attaki,” (Skripsi, Uin Ar-Rainy Aceh, 2018), 1-280.

INTERNET

Suara.com. 2020. “Profil Sugi Nur Raharja alias Gus Nur, Pendakwah Nyentrik Kontroversial”, Dalam <https://www.suara.com/news/2020/10/19/140622/profil-sugi-nur-raharja-alias-gus-nur-pendakwah-nyentrik-kontroversial>. Diakses pada 30 Agustus 2023.

Detik.com. 2020. “Eksklusif Pengakuan Gus Nur: Saya Hanya Lulusan SD”, Dalam <https://news.detik.com/berita/d-5234425/eksklusif-pengakuan-gus-nur-saya-hanya-lulusan-sd> Diakses pada 30 Agustus 2023.

