

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Allah swt. telah memberikan amanah pada seluruh umat manusia, khususnya mereka yang beriman hanya kepada kebenaran yaitu agama Islam. Amanah tersebut merupakan kegiatan berdakwah yang dipertegas melalui perantara utusan-Nya sebagai orang kepercayaan dalam menyebarkan ajaran Islam. Dakwah Islam (*ad-dakwah al-Islamiyah*) ibarat denyut nadi kejayaan Islam berupa ajakan kepada manusia yang mewarnai situasi menjadi lebih baik lagi dalam menjalani kehidupan di dunia dan bekal di akhirat kelak. Sebagaimana tertulis pada Q.S. Ali 'Imran/3: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”*¹

Dakwah juga memiliki unsur-unsur di dalamnya, yakni: Komunikator (*da'i*), Pesan (materi dakwah: akidah, syariah, dan akhlak), Komunikan (*mad'u*), Media (media dakwah; lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan lainnya), serta Efek (reaksi *mad'u*). Seiring perkembangan zaman yang pesat, unsur dakwah tersebut berbaur dan Islam berkembang secara luas. Perubahan zaman yang serba digital

¹ Aplikasi Qur'an Kemenag in Word, Terjemah Kemenag 2019 (Microsoft Word 2019, 2019), Q.S. Ali 'Imran/3: 104.

dengan suguhan berbagai macam media sosial dinilai efektif jika dakwah Islam masuk dalam media tersebut. Hal ini dilihat dari banyak masyarakat telah menggunakan media sosial. Oleh karena itu, banyak para *da'i* menggunakan *platform* di media sosial agar pesan dakwahnya bisa menjangkau dengan cepat dan luas kepada *mad'u* yang bertempat di Indonesia hingga seluruh dunia.

Berdasarkan data Internet World Stats, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia.² Indonesia menjadi negara konsumsi internet setelah Tiongkok dan India yang menduduki dua urutan teratas. Sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses YouTube.³ Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan *platform* lainnya. Laporan Digital 2021 juga memaparkan bahwa rata-rata total lama waktu yang digunakan oleh internet *user* di Indonesia untuk mengakses YouTube adalah 25,9 jam per bulannya.⁴

Melihat dari data tersebut YouTube menjadi media sosial yang sangat banyak diminati, sehingga ini menjadi kesempatan dalam berdakwah di dunia

² Viva Budy Kusnandar, "Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia," pukul 09:42 WITA, diakses 12 Desember 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>.

³ Andrea Lidwina, "94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir," pukul 09:35 WITA, diakses 12 Desember 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>.

⁴ Widhi Luthfi, "Mantap! Hampir Seluruh Netizen Indonesia Adalah Pengguna YouTube," pukul 09:26 WITA, diakses 12 Desember 2021, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/07/05/mantap-hampir-seluruh-netizen-indonesia-adalah-pengguna-youtube>.

digital. YouTube merupakan *platform* terfokus pada berbagi video, pesan, foto juga lainnya kini makin populer hingga dapat disamakan dengan berdakwah secara langsung, hanya tempat yang membedakan. Adapun fitur *subscribe*, komentar, *share* dan *like* merupakan bentuk respon dari penikmatnya sebagai tanggapan terhadap apa yang disampaikan. YouTube juga menyediakan *live streaming* yang bisa digunakan para pendakwah untuk menyebarkan dakwah secara langsung.

Kemudahan media untuk melaksanakan amanah dari Allah swt. menjadikan banyaknya pengguna media sosial YouTube terutama para aktivis dakwah. Salah satunya di Indonesia sendiri yang berasal dari kalangan muda yakni Abdul Hannan Jamaluddin, Abdul Mannan Jamaluddin dan Abdul Ihsan Jamaluddin. Ustaz Kembar Tiga ini biasa menyingkat namanya menjadi Hamanis (Hannan, Mannan, Ihsan). Mereka giat menyebarkan ajaran Islam, baik ceramah secara langsung maupun video yang di sebar ke media sosial. YouTube merupakan salah satu diantara media sosial yang mereka pakai untuk menyeru kepada jalan Allah swt. Video-videonya bisa dinikmati melalui *channel* YouTube Kembar 3 Hamanis.

Ustaz Kembar Tiga ini bisa dikategorikan juga sebagai pemuda penggiat dakwah yang selalu memberikan hal positif para *mad'unya* melalui perkataannya, perbuatannya (akhlak) dan lainnya. Mereka juga selalu memotivasi *mad'u* dari berbagai kalangan terlebih kepada para anak muda Indonesia. Sajian yang unik dan lucu juga membuat siapa saja yang menonton menjadi senang dan tidak merasa terbebani ketika belajar ilmu agama. Ustaz Kembar Tiga ini menyampaikan mengenai pesan dakwah akidah, syariah, juga akhlak. Hanya saja penulis berfokus

pada pesan dakwah berupa akhlak dikarenakan hampir disetiap kontennya terdapat pesan akhlak baik melalui lisan maupun perilakunya.

Usia tergolong muda ini sudah berhasil menjadi *da'i* yang patut untuk ditiru oleh kalangan anak muda lainnya. Penyampaian dakwah berupa pesan akhlak menjadi sorotan penting khususnya umat islam, baik berkehidupan sosial maupun akhlak dengan Allah dan bukan makhluk (flora dan fauna). Sebagian besar orang di negara Indonesia menjadikan pendidikan akhlak hanya sebatas teori yang tidak sepenuh hati dipraktikkan oleh sebagian orang tua atau guru sekolah ketika mendidik anak-anaknya di usia dini. Kurangnya pendidikan dan penanaman akhlak yang baik menimbulkan banyaknya anak, remaja hingga orang dewasa sekalipun tergolong minim akhlak.

Indonesia juga menjadi negara dengan kategori darurat akhlak. Terlihat dari maraknya pemberitaan kasus kenakalan remaja, kekerasan seksual, menuduh kebenaran menjadi kesalahan fatal, bertebarannya acara gosip yang menjadi gibah hingga fitnah, dan lainnya. Generasi muda Indonesia akan semakin rusak tanpa adanya penanaman akhlak yang baik sejak kecil dengan bimbingan dan dukungan keluarga. Pentingnya akhlak ditanamkan sejak kecil bukan hanya teori semata tetapi menjadikan diri dipandang dan dihargai oleh semua orang terutama Allah swt. Maka dari itu, penyampaian ajaran Islam melalui dakwah berkenaan akhlak sangat penting disampaikan dan di praktikkan sebagai landasan utama dalam berpikir dan berbuat secara sehat bukan diluar nalar.

Perbaikan akhlak yang tercela tidak menyangang status terlambat. Penanaman akhlak terpuji berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis melalui dakwah bisa dipelajari dimana saja terlebih adanya media sosial. Hal ini seperti yang dilakukan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) dalam kegiatan dakwahnya melalui media sosial YouTube pada *channel* Kembar 3 Hamanis. Kegiatan dakwah tersebut merupakan fenomena menarik karena orang dari kalangan muda bisa menyampaikan dan mempraktikkan akhlak yang baik sebagai contoh yang patut ditiru oleh anak muda juga seluruh orang di Indonesia khususnya. Sehingga bagi *mad'u* atau orang-orang yang ingin belajar dan memperdalam ilmu agama khususnya akhlak, tetapi terhalang oleh waktu atau lainnya, bisa belajar dengan menonton video tersebut yang dapat diulang agar lebih memahami isinya. Sisi lain dari dakwah di media sosial YouTube yakni sasaran dakwahnya meluas dan efektif sehingga dapat menarik minat *mad'u* (masyarakat) untuk melihat konten dakwah yang dibuat serta diunggah dalam *channel* Kembar 3 Hamanis.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengkaji isi pesan dakwah terutama berkaitan dengan akhlak yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) melalui *channel* YouTube Kembar 3 Hamanis. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena dakwah menggunakan media sosial YouTube dapat menjadi solusi dalam menyebarkan ajaran Islam di zaman modern serta sebagai penanaman dan praktik akhlak mulia khususnya warga UIN Antasari Banjarmasin serta secara luas masyarakat di Indonesia. Baik akhlak mulia kepada sesama manusia, yang bukan makhluk (flora dan fauna) juga paling utama kepada Allah swt. serta menghindari akhlak tercela. Melihat fenomena di atas penulis sangat

tertarik untuk mengangkat penelitian ini dengan judul “ANALISIS ISI PESAN DAKWAH OLEH USTAZ KEMBAR TIGA (HAMANIS) PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE BERKENAAN DENGAN AKHLAK”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di sebutkan pada latar belakang maka untuk memperjelas pokok permasalahan dan mempermudah mencari data yang terkait, penulis memfokuskannya yakni: “Apa saja isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada media sosial YouTube berkenaan dengan akhlak?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan rumusan masalah yang telah dibuat agar penelitian bisa terarah, maka dari itu tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu: “Untuk menganalisis dan mengetahui isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada media sosial YouTube berkenaan dengan akhlak.”

D. Signifikansi Penelitian

Adapun dibuatnya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Secara Teoritis

Adanya penelitian ini, diharapkan menambah khazanah kepustakaan dan referensi keilmuan sehingga dapat digunakan sebagai pengayaan bagi Jurusan

Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai media sosial YouTube sebagai salah satu media dalam berdakwah dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang lebih mendalam berikutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan baik kepada penulis maupun masyarakat terhadap dakwah yang dilakukan pada media sosial YouTube dan memberi implikasi bagi umat Islam dalam rangka meningkatkan pengetahuannya serta memaknai sebuah pesan dakwah yang dikemas pada media sosial YouTube.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah dari pembahasan penelitian ini dimaksudkan agar penelitian lebih jelas dan terarah, maka penulis pertegas arti dan maksud dari judul penelitian ini yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak”, sebagai berikut:

1. Media Sosial

Media yang dimaksud penulis adalah media sosial sebagai media dalam berdakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis), yakni YouTube. Media sosial YouTube adalah media berbasis internet yang memfasilitasi penggunaanya dengan berbagai fitur berupa *like*, komentar, *share*, dan *subscribe*. Media yang secara garis besar sebagai situs berbagi media (*media sharing*) dari akun pengguna yang disebut *channel*, kemudian mengunggah secara umum maupun privasi tentang berbagai

konten di dalamnya, seperti berbagi video, animasi, gambar, audio, serta *live streaming*. Media sosial YouTube yang dimaksud penulis adalah channel Kembar 3 Hamanis yang disampaikan/diunggah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis).

2. Pesan Dakwah

Pesan Dakwah ialah serangkaian kata atau informasi mengenai ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis kepada umat manusia berupa menyeru pada kebaikan dan mencegah dari keburukan. Pesan dakwah dapat dikategorisasikan berupa pesan dakwah akidah, akhlak, dan syariah. Pesan dakwah yang dimaksud penulis yakni isi pesan dakwah berkenaan dengan akhlak yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada media sosial YouTube.

3. Analisis Isi

Analisis isi merupakan penelitian yang dilakukan secara sistematis terhadap catatan atau dokumen sebagai sumber data.⁵ Analisis isi dapat diartikan kemampuan menguraikan informasi atau berupa materi menjadi komponen yang lebih kecil sehingga mudah dimengerti dan dijelaskan. Analisis yang dimaksud ialah menguraikan isi pesan dakwah Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada media sosial YouTube berkenaan dengan akhlak.

F. Penelitian Terdahulu

Penulis mengambil beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan dalam penelitian, untuk menghindari kesamaan, sekaligus perbandingan dengan penelitian ini. Kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini antara lain:

⁵ Hardani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), h. 72.

1. Skripsi berjudul “Analisis Pesan Dakwah pada Channel YouTube Hanan Attaki (Studi Pesan Hubungan antara Lawan Jenis)” yang ditulis oleh Cut Santi Ala, tahun 2020, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh. Skripsi ini membahas tentang isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki di media sosial YouTube. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi bersifat kualitatif dengan mengkaji secara dalam terhadap pesan-pesan dakwah terkait akidah, akhlak dan syariah khususnya mengenai pesan dakwah tentang hubungan antara lawan jenis serta teknik pengemasan dan penyampaian pesan dakwahnya. Terdapat kesamaan antara penelitian tersebut dengan yang penulis teliti, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*), serta menganalisis isi pesan dakwah yang terdapat pada media sosial YouTube sebagai subjek secara umum. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian di atas adalah penulis menganalisis isi pesan dakwah yang berkaitan dengan Akhlak sebagai objeknya secara khusus, serta subjek khusus dalam penelitian ini adalah video dakwah Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) di media sosial YouTube pada *channel* Kembar 3 Hamanis.
2. Skripsi berjudul “Pesan Akhlak dalam Film Animasi “Nussa dan Rara” di YouTube” yang ditulis oleh Iftakhul Kamalia, tahun 2019, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang. Skripsi ini membahas tentang isi pesan akhlak dalam film animasi Nussa dan Rara di YouTube. Penelitian ini

menggunakan metode analisis isi bersifat kualitatif dengan mengkaji secara dalam terhadap pesan-pesan terkait akhlak dalam film animasi pada media sosial YouTube. Terdapat kesamaan antara penelitian tersebut dengan yang penulis teliti, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*), serta menganalisis isi pesan berkenaan akhlak yang terdapat pada media sosial YouTube sebagai subjek secara umum. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian di atas adalah penulis menganalisis isi pesan dakwah yang berkaitan dengan Akhlak sebagai objeknya secara khusus, serta subjek khusus dalam penelitian ini adalah video Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) di media sosial YouTube pada *channel* Kembar 3 Hamanis.

G. Kerangka Teori

Penulis dalam penelitian ini memberikan batasan ruang lingkup penelitian dalam pembahasannya sehingga adanya kerangka teori dijadikan sebagai penjelas ruang lingkup bahasan penelitian yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak”, diantaranya yaitu:

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media adalah sarana disertai dengan teknologinya. Sedangkan sosial adalah kenyataan sosial

bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.⁶ Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbasis teks, gambar, suara dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan.⁷

Pada dasarnya, media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual, sehingga para pengguna bisa menyebarluaskan konten mereka sendiri.⁸ Jadi, dapat dipahami dari definisi tersebut bahwa media sosial (*social media*) merupakan media atau saluran yang digunakan dalam kelangsungan berinteraksi sosial berbasis internet (*online*), yang dimana para penggunanya saling membangun jaringan atau relasi di dunia virtual (bertemu atau tatap muka seperti nyata melalui media tertentu/komunikasi maya).

b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial menurut Hadi Purnama mempunyai beberapa karakteristik khusus, diantaranya:

- 1) Jangkauan: mencakup skala kecil hingga khalayak global.

⁶ Christian Fuchs, *Social Media a Critical Introductionz* (London: Sage Publications, 2014), h. 37-38.

⁷ “21 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli (Lengkap),” *Seputar Pengetahuan* (blog), 27 Maret 2018, pukul 18:03 WITA, <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli.html>.

⁸ Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book* (Canada: O’Reilly Media, 2010), h. 2-3.

- 2) Aksesibilitas: lebih mudah diakses publik dengan biaya terjangkau dimanapun dan kapanpun.
- 3) Penggunaan: relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
- 4) Aktualitas: memancing respon khalayak lebih cepat.⁹

c. Jenis dan Macam Media Sosial

Kaplan dan Haenlein membagi jenis media sosial, yaitu:

- 1) Proyek kolaborasi, mengizinkan pengguna mengubah, menambah atau menghapus konten di suatu media.
- 2) Blog dan microblog, memberikan kebebasan pengguna mengunggah tulisan pribadinya di media tersebut.
- 3) Konten, memfasilitasi pengguna untuk saling berbagi video, gambar, ebook, file, dan lain-lain.
- 4) Situs jejaring sosial, mengizinkan membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain (saling berinteraksi).
- 5) Virtual game world, replikasi lingkungan 3D dimana pengguna muncul dalam bentuk gambar pribadi serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata.
- 6) Virtual sosial world, penggunaannya merasa hidup dalam dunia virtual.¹⁰

⁹ I Ketut Martana, Dina Andriana, dan Widarti, *Manajemen Klien dan Bisnis Periklanan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), h. 295.

¹⁰ Siti Makhmudah, *Medsos dan Dampaknya pada Perilaku Keagamaan Remaja* (Jawa Barat: Guepedia Publisher, 2019), h. 31-33.

Macam-macam media sosial yang sering di pakai dan populer di Indonesia adalah YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Line, TikTok, Telegram dan lainnya. Semua media sosial tersebut bisa dikatakan sebagai konsumsi media sosial masyarakat Indonesia hampir setiap harinya. YouTube menjadi media sosial dengan peminat yang belum turun dari tahun ke tahun terlebih di Indonesia.

d. YouTube

YouTube merupakan salah satu situs internet, dimana penggunaanya dapat memposting dan menampilkan video maupun animasi agar dapat dilihat dan dinikmati orang banyak.¹¹ YouTube juga memiliki berbagai macam fitur sebagai pelengkap dalam sajian videonya, yang dimana masing-masing pengguna memiliki tempat dalam mengunggah video atau biasa disebut dengan *channel*. *Channel* YouTube pada dasarnya adalah “rumah” untuk para YouTuber di YouTube. Jika para penonton YouTube melakukan subscriber, mereka dapat melihat seluruh video yang ada di *channel* YouTube tersebut (informasi lainnya).¹²

Berdasarkan data Internet World Stats, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia setelah Tiongkok dan India yang

¹¹ Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Fikom Unitomo, *Bisnis UMKM Ditengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran*, ed. oleh Zulaikha (Jawa Timur: Unitimo Press, 2020), h. 209.

¹² *Ibid.*, Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Fikom Unitomo, h. 212.

menduduki dua urutan teratas.¹³ Sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses YouTube.¹⁴

Adapun fitur berupa *like*, komentar, *share*, dan *subscribe*, merupakan bentuk respon dari penikmatnya sebagai tanggapan terhadap apa yang disampaikan. YouTube juga menyediakan *live streaming* yang bisa digunakan para pendakwah untuk menyebarkan dakwah secara langsung. YouTube layak digunakan sebagai media dakwah karena memudahkan siapa saja menerima ilmu agama terutama Islam dengan waktu fleksibel. Sehingga dakwah bisa meluas kepada umat manusia hingga seluruh dunia.

2. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pesan berarti perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain.¹⁵ Pesan dapat diartikan sebagai suatu kumpulan pola-pola, isyarat-isyarat atau simbol-simbol.¹⁶

Dakwah menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) berarti penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk

¹³ Viva Budy Kusnandar, "Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia," pukul 09:42 WITA.

¹⁴ Andrea Lidwina, "94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir," pukul 09:35 WITA.

¹⁵ KBBI Daring, "Pesan," pukul 09:41 WITA, diakses 5 Mei 2021, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pesan>.

¹⁶ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada (Rajawali Pers), 2019), h. 107.

memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.¹⁷ Kata dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu: دعا – يدعو - دعوة (*da'aa - yad'uu - da'watan*) yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu, mendo'a, atau memohon.¹⁸

Adapun komponen atau unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam pelaksanaan dakwah, yakni:

- 1) *Da'i* (subyek dakwah) atau Mubalig (orang yang menyampaikan ajaran Islam), adalah orang yang melaksanakan dakwah secara lisan, tulisan ataupun perbuatan baik sebagai individu ataupun kelompok.
- 2) *Mad'u* (obyek dakwah), adalah manusia sasaran dakwah atau penerima dakwah secara individu ataupun kelompok, baik beragama Islam maupun manusia secara keseluruhan.
- 3) *Maddah* (materi/pesan dakwah), adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u* berupa ajaran Islam. Pesan dakwah secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:
 - a) Akidah, meliputi: 6 rukun iman
 - b) Syariah, meliputi:
 - (1) Ibadah (dalam arti khas): thaharah, shalat, zakat, puasa, haji
 - (2) Muamalah (dalam arti luas):

¹⁷ KBBI Daring, "Dakwah," pukul 09:45 WITA, diakses 5 Mei 2021, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dakwah>.

¹⁸ Ropongi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Malang, Jawa Timur: Madani, 2016), h. 6.

- (a) *Al-qanunul khas* (hukum perdata): muamalah (hukum niaga), munakahat (hukum nikah), waratsah (hukum waris), dan sebagainya
- (b) *Al-qanunul 'am* (hukum Publik): jinayat (hukum pidana), khilafah (hukum negara), jihad (hukum perang dan damai), dan sebagainya
- c) Akhlak, terdapat dua macam yaitu akhlak terpuji (*mahmudah*) dan akhlak tercela (*mazmumah*), Adapun pengelompokkan secara umumnya meliputi:
 - (1) Akhlak terhadap khalik
 - (2) Akhlak terhadap makhluk (manusia) yang meliputi: diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya
 - (3) Akhlak terhadap bukan manusia: flora dan fauna
- 4) *Wasilah* (media dakwah), yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dakwah.
- 5) *Thariqah* (metode dakwah), merupakan suatu cara yang bisa ditempuh secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, metodenya yaitu: hikmah, mau'idhah hasanah dan mujadalah.
- 6) *Atsar* (efek dakwah) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah.¹⁹

¹⁹ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 58-83.

b. Klasifikasi Pesan Dakwah

Pesan atau materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu: akidah, syariah dan akhlak. Namun, pada penelitian ini penulis hanya terfokus pada pesan dakwah berkenaan dengan akhlak. Kata akhlak berasal dari bahasa Arab, jamak dari *Khuluqun* خُلُقٌ berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat.²⁰

Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa akhlak merupakan sifat-sifat yang dibawa oleh insan sejak dilahirkan ke dunia dan melekat dalam jiwanya. Sifat tersebut terbentuk sesuai yang membinanya sehingga setiap insan akan berbeda sifat dengan insan lainnya. Sifat ini bisa berupa perbuatan baik (akhlak mulia) dan perbuatan buruk (akhlak tercela).

Pesan dakwah berkenaan dengan akhlak terdapat dua macam yaitu akhlak terpuji (*mahmudah*) dan akhlak tercela (*mazmumah*). Akhlak tersebut dapat dikelompokkan secara umum sebagai berikut:

- 1) Akhlak terhadap khalik (Allah swt.), sebagian diantaranya meliputi:
 - a) Bertaubat, yaitu sikap menyesali perbuatan buruk yang pernah dilakukannya dan berusaha menjauhinya, serta melakukan perbuatan baik.
 - b) Bertawakal, yaitu menyerahkan segala urusan kepada Allah setelah berbuat semaksimal mungkin, untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkannya.

²⁰ Mustofa, *Akhlak Tasawuf* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), h. 11.

- c) Bersyukur, yaitu suatu sikap yang selalu ingin memanfaatkan dengan sebaik-baiknya, nikmat yang telah diberikan oleh Allah.²¹
- 2) Akhlak terhadap makhluk yang meliputi:
- a) Akhlak terhadap manusia: diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya. Akhlak terhadap manusia juga terbagi menjadi 2, yakni:
 - (1) Akhlak terpuji yaitu akhlak yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadis. Ketika seseorang menghidupi hari-harinya dengan akhlak terpuji, akan mendatangkan kebahagiaan kepada orang lain.²² Contoh akhlak terpuji diantaranya:
 - (a) Amal shalih, adalah perbuatan bersungguh-sungguh menjalankan ibadah atau menunaikan kewajiban agama dilakukan dalam bentuk berbuat kebaikan terhadap masyarakat atau sesama manusia. Baik pekerjaan yang bersifat ubudiyah (sholat, puasa, zakat, haji dan lain-lain) atau pekerjaan yang bersifat sosial (menolong orang lain, menyantuni anak yatim, peduli pada sesama dan lain-lain).²³

²¹ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada (Rajawali Pers), 2015), h. 59.

²² Muhammad Reza Azizi, *Buku Siswa Akidah Akhlak Pendekatan Saintifik Kurikulum 2013 Madrasah Aliyah Kelas XII* (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2016), h. 25.

²³ *Ibid.*, Muhammad Reza Azizi, h. 28-41.

- (2) Akhlak tercela, merupakan perbuatan yang membawa kerugian bagi pelaku dan orang lain.
 - (a) Nifak, berarti ketidaksamaan antara lahir dan batin, dengan kata lain mencela, menebarkan kebencian mengabaikan kebenaran karena hanya berpikir demi kepentingan dirinya sehingga mereka menjual kejujuran dengan kesesata. Pelaku nifaq disebut dengan munafik.
 - (b) Sombong, ialah sifat cenderung memuji, mengagungkan, membesarkan, dan memandang diri sendiri sebagai makhluk yang paling tinggi dan memandang orang lain rendah.²⁴
- b) Akhlak terhadap bukan manusia: flora dan fauna (lingkungan hidup) dapat dibagi dua, yakni:
 - 1) Akhlak terpuji terhadap lingkungan hidup, meliputi: memelihara kelestarian lingkungan hidup (menjaga ekosistem alam), mengelola fauna dan flora untuk bertahan hidup manusia dengan bijak, dan lainnya.
 - 2) Akhlak tercela terhadap lingkungan hidup, meliputi: merusak kelestarian lingkungan hidup, mengelola fauna

²⁴ Umma, "Pengertian Sombong dalam Islam dan Penyebabnya," pukul 23.20 WITA, diakses 7 Mei 2021, <https://umma.id/post/pengertian-sombong-dalam-islam-dan-penyebabnya-695075?lang=id>.

dan flora untuk bertahan hidup manusia dengan serakah hingga mencapai kepunahan, dan lainnya.

3. Analisis Isi (*Content Analysis*)

a. Pengertian Analisis Isi (*Content Analysis*)

Analisis isi (*content analysis*) yaitu teknik penelitian untuk membuat rumusan kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif.²⁵ Hal ini berupa kata (teks), gambar, gambar bergerak simbol, dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu.²⁶

Menurut Bungin, analisis isi (*content analysis*) adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*), dan sah data dengan memperhatikan konteksnya.²⁷ Lewat analisis isi, penulis dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi.²⁸

Penggunaan analisis isi terdapat tiga aspek yaitu:

- 1) Analisis ditempatkan sebagai metode utama.
- 2) Analisis isi di pakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian.

²⁵ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 20.

²⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada (Rajawali Pers), 2010), h. 203.

²⁷ *Ibid.*, Burhan Bungin, h. 231.

²⁸ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h. 11.

- 3) Analisis isi di pakai sebagai bahan pembanding untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.²⁹

Jadi, Analisis isi (*content analysis*) ini dapat diartikan sebagai salah satu jenis metode dalam penelitian kualitatif. Terlebih pada penelitian ilmu komunikasi yang dimana berfungsi untuk mengetahui isi pesan secara mendalam. Metode penelitian ini biasanya digunakan untuk mengkaji pesan (isi) yang terdapat pada suatu dokumen, buku dan media lainnya seperti koran, majalah, radio, film, televisi dan lainnya termasuk media berbasis internet. Guna mendapatkan keterangan yang disampaikan berbentuk lambang dengan media tertentu pada sebuah pesan dakwah, maka metode analisis isi pada penelitian kualitatif diperlukan untuk menganalisis pesan dakwah berkenaan dengan akhlak yang diunggah pada media sosial YouTube.

b. Tujuan Analisis Isi (*Content Analysis*)

Secara garis besar, analisis isi bertujuan untuk menggambarkan karakteristik isi suatu pesan guna mendapatkan jawaban dari pertanyaan kenapa pesan tersebut bisa muncul dalam bentuk atau media tertentu. Adapun tujuan dari metode penelitian analisis isi (*content analysis*) secara terperinci yang diuraikan Eriyanto, yakni sebagai berikut:

- 1) Menggambarkan karakteristik pesan, yaitu di pakai untuk menjawab pertanyaan “*what*” berkaitan dengan apa isi dari suatu pesan, tren, dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan “*to*

²⁹ *Ibid.*, Eriyanto, h. 10.

whom” untuk menguji hipotesis mengenai isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. Pertanyaan “*how*” berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik pesan.

- 2) Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Fokus analisis isi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu.³⁰

c. Pendekatan Analisis Isi (*Content Analysis*)

Pendekatan analisis isi (*content analysis*) dibagi atas tiga bagian, yaitu:

- 1) Analisis isi deskriptif, dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.³¹
- 2) Analisis isi eksplanatif, didalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu juga mencoba membuat hubungan antara satu variabel dan variabel lain. Analisis tidak hanya sebatas menggambarkan secara deskriptif isi dari suatu pesan, tetapi juga mencoba mencari hubungan antara isi pesan ini dengan variabel lain.³²
- 3) Analisis isi prediktif, berusaha memprediksi hasil seperti tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Disini penulis bukan hanya

³⁰ *Ibid.*, Eriyanto, h. 32-42.

³¹ *Ibid.*, Eriyanto, h. 47.

³² *Ibid.*, Eriyanto, h. 49.

menggunakan variabel lain diluar analisis isi, tetapi juga harus menggunakan hasil penelitian dari metode lain seperti survei, eksperimen. Data dari dua hasil penelitian itu dihubungkan, dan dicari keterkaitannya.³³

H. Metode Penelitian

Adapun metode pada penelitian yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak, antara lain:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penulis dalam melakukan penelitiannya yaitu Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis isi (*content analysis*) sebagai pendekatan penelitiannya. Metode tersebut bermaksud untuk mengkaji pesan-pesan dalam media yang nantinya mendapatkan kesimpulan tentang isi pesan, tema dan sebagainya. Metode kualitatif deskriptif merupakan analisis isi yang menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu.³⁴

Jika dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian yang dibuat ini termasuk dalam jenis penelitian pustaka (*library research*), yang dimana penelitian ini

³³ *Ibid.*, Eriyanto, h. 53.

³⁴ Eriyanto, Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 47

dilakukan dengan mengumpulkan data (informasi) dari berbagai kepustakaan, baik di perpustakaan maupun lainnya seperti bahan dokumentasi, internet, buku-buku, majalah, surat kabar, dan lainnya.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek dan objek yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

a. Subjek

Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah video dakwah Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) di media sosial YouTube pada *channel* Kembar 3 Hamanis

b. Objek

Objek dari penelitian ini adalah isi dari pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) berkenaan dengan akhlak.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di rumah pribadi penulis dengan cara menonton video dakwah berkenaan dengan akhlak yang disampaikan Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) melalui media sosial YouTube pada *channel* Kembar 3 Hamanis.

4. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Data

Data yang digali dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis data, yaitu sebagai berikut:

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh atau didapatkan secara langsung melalui pengamat. Data primer ini dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan yang telah difokuskan oleh penulis yaitu pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) dan diposting pada media sosial YouTube berkenaan dengan akhlak.
- 2) Data sekunder merupakan data berupa informan yang akan melengkapi data primer seperti dokumen atau arsip yang didapatkan dari berbagai sumber, buku, foto, video dan lainnya terkait dengan masalah yang telah difokuskan dalam penelitian ini.

b. Sumber Data

Sumber Data yang digali pada penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sumber data primer, diperoleh secara langsung melalui pengamat video atau audio visual yang di posting oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada *channel* YouTube Kembar 3 Hamanis. Selain mengamati langsung melalui media YouTube secara *online*, penulis juga mengamati secara berulang agar hasil penelitian bisa maksimal dengan cara mendownload video melalui situs “SS” atau id.savefrom.net dan mengamati isi pesan dibantu dengan “CC” *close caption* pada YouTube dan situs antiago.com/transkrip/. Konten yang akan diteliti berjumlah

tiga belas video yang sudah diseleksi dan merupakan data utama yang diharapkan dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang diteliti.

- 2) Sumber data sekunder, didapatkan dari berbagai sumber seperti, buku-buku, surat kabar, internet, foto, video, catatan serta dokumentasi lainnya yang terkait dengan masalah ini. Sumber data sekunder ini digunakan untuk memperjelas dan melengkapi dari sumber data primer serta diharapkan dapat menjawab pokok masalah yang akan diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamamis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak ini memiliki teknik pengumpulan data, yaitu dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan indera penglihatan dan pendengaran, tanpa mengajukan pertanyaan-pertanyaan. penulis melakukan peninjauan secara langsung dalam memperoleh data dan informasi terkait pokok permasalahan yang diteliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi berupa mengumpulkan data-data seperti buku-buku tentang penelitian, akhlak, dakwah, komunikasi, serta data yang didapat dari internet dan sumber data lainnya yang terkait dengan penelitian ini. Dokumentasi dijadikan sebagai sumber pendukung data dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan

masalah yang diteliti yaitu dengan mendokumentasikan konten dari channel YouTube Kembar 3 Hamanis.

6. Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan pada penelitian berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak” yakni data akan dianalisis sesuai permasalahannya yang telah difokuskan. Data akan dipilih sesuai dengan tema pesan dakwah pada penelitian ini, kemudian dianalisis dengan melakukan pencermatan terhadap data yang didapat dengan tujuan data dapat dimengerti isi atau maksudnya, karena data yang sudah masuk atau terkumpul itu belum dapat berbicara sebelum analisa dan interpretasikan.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Adapun teknik dalam pengecekan keabsahan data agar terpenuhinya validitas data dalam penelitian kualitatif, antara lain:

- a. Memperpanjang Observasi. Diharapkan hasil penelitian benar adanya, maka dilakukan memperpanjang observasi guna untuk melihat postingan video dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada media sosial YouTube berkenaan dengan akhlak.
- b. Pengamatan secara terus-menerus. Dalam hal ini mengamati jenis video dakwah yang diposting pada media sosial YouTube berkenaan dengan akhlak

atau pada channel YouTube Kembar 3 Hamanis, serta melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Maka semua data dan urutan peristiwa dapat direkam secara pasti serta sistematis.

- c. Membicarakannya dengan orang lain terkait hasil temuan. Cara membagikan hasil temuan sementara atau hasil akhir dapat diperoleh melalui bentuk diskusi analitik dengan dosen, rekan-rekan, dan lainnya.
- d. Menggunakan berbagai bahan referensi. Penguat dalam landasan teoritis untuk pembuatan skripsi ini.

I. Sistematika Penulisan

Penelitian yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak ini memiliki sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dengan setiap bab terdapat beberapa sub bab di dalamnya. Lebih jelasnya penulis paparkan sebagai berikut:

BAB I: pendahuluan yang memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: deskripsi umum Ustaz Kembar Tiga (Hamanis), membahas tentang gambaran umum tokoh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis), konsep penyebaran dakwah Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) melalui media sosial, serta meninjau pesan dakwah berkenaan akhlak oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) melalui media sosial YouTube.

BAB III: kajian dan pemetaan pokok bahasan isi pesan dakwah berkenaan dengan akhlak pada media sosial YouTube oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis), berisi tentang paparan kajian mengenai penelitian Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak, beserta pemetaan pokok bahasan yang diteliti.

BAB IV: analisis-kritis atau pembahasan, berisi hasil penelitian tentang analisis isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) dan diposting pada media sosial YouTube berkenaan dengan akhlak serta penyajian data dan pembahasan.

BAB V: penutup merupakan bab terakhir berisi simpulan dan rekomendasi.