

BAB III

KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN ISI PESAN DAKWAH BERKENAAN DENGAN AKHLAK PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE OLEH USTAZ KEMBAR TIGA (HAMANIS)

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari kemajuan teknologi dunia. Teknologi membuat semua orang bisa berhubungan dengan orang-orang yang tinggal jauh, juga menjadi salah satu hal terpenting dalam hidup, seperti menonton film, memutar lagu, membaca buku, dan lainnya.³⁸ 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.³⁹

Pengertian media sosial menurut Michael Cross adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin

³⁸ Meg Greve, *Social Media and The Internet (Social Skills)* (North Mankato, Minnesota: Rourke Educational Media, 2014), h. 6.

³⁹ Christian Fuchs, *Social Media a Critical Introduction*, (Los Angeles: Sage Publications, 2014), h. 37-38.

Lane Keller adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbasis teks, gambar, suara dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan.⁴⁰

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 menyebarkan konten mereka sendiri.⁴¹ 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).

2. Karakteristik Media Sosial

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

- a. Jangkauan: mencakup skala kecil hingga khalayak global.
- b. Aksesibilitas: lebih mudah diakses publik dengan biaya terjangkau dimanapun dan kapanpun.
- c. Penggunaan: relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.

⁴⁰ “21 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli (Lengkap),” pukul 18:03 WITA.

⁴¹ Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book*, (Canada: O’Reilly Media, 2010), h. 2-3.

- d. Aktualitas: memancing respon khalayak lebih cepat.⁴²

3. Jenis-jenis Media Sosial

Kaplan dan Haenlein membagi jenis media sosial, yaitu:

- a. Proyek kolaborasi, mengizinkan pengguna mengubah, menambah atau menghapus konten di suatu media.
- b. Blog dan microblog, memberikan kebebasan pengguna mengunggah tulisan pribadinya di media tersebut.
- c. Konten, memfasilitasi pengguna untuk saling berbagi video, gambar, ebook, file, dan lain-lain.
- d. Situs jejaring sosial, mengizinkan membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain (saling berinteraksi).
- e. Virtual game world, replikasi lingkungan 3D dimana pengguna muncul dalam bentuk gambar pribadi serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata.
- f. Virtual sosial world, penggunaannya merasa hidup dalam dunia virtual.⁴³

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

⁴² I Ketut Martana, Dina Andriana, dan Widarti, *Manajemen Klien dan Bisnis Periklanan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), h. 295.

⁴³ Siti Makhmudah, *Medsos dan Dampaknya pada Perilaku Keagamaan Remaja*, (Jawa Barat: Guepedia Publisher, 2019), h. 24-25.

konsumsi media sosial masyarakat Indonesia hampir setiap harinya. YouTube menjadi media sosial dengan peminat yang belum turun dari tahun ke tahun terlebih di Indonesia.

YouTube merupakan salah satu situs internet, dimana penggunanya dapat memposting dan menampilkan video maupun animasi agar dapat dilihat dan dinikmati orang banyak.⁴⁴ 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).⁴⁵

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 menduduki dua urutan teratas.⁴⁶ Sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses YouTube.⁴⁷ Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan *platform* lainnya. Laporan Digital 2021 juga memaparkan

⁴⁴ *Op.Cit.*, Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Fikom Unitomo, *Bisnis UMKM Ditengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran*, h. 209.

⁴⁵ *Ibid.*, Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Fikom Unitomo, h. 212.

⁴⁶ Viva Budy Kusnandar, “Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia,” pukul 09:42 WITA.

⁴⁷ Andrea Lidwina, “94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir,” pukul 09:35 WITA.

bahwa rata-rata total lama waktu yang digunakan oleh internet *user* di Indonesia untuk mengakses YouTube adalah 25,9 jam per bulannya.⁴⁸

Masyarakat di Indonesia sendiri bukan hanya sebagai penikmat konten YouTube saja, tetapi juga memproduksi konten menarik pada *channel* pribadinya. Para pembuat konten dapat menyoroiti isu-isu yang penting, menjelaskan secara detail serta mengeluarkan pemikiran atau pandangan terhadap isu tersebut.⁴⁹ Isu apa saja bisa dibuat konten dan akan lebih menarik jika dikemas dengan pandangan agama Islam.

Melalui pandangan agama Islam, para pembuat konten sama saja telah memberikan ilmu dan edukasi kepada penontonnya. Pembuat konten bisa membuat sajian serius menjadi hal menarik, mudah dicerna, memperlihatkan hal menarik dan lainnya. Memberikan ilmu baru melalui konten YouTube merupakan hal menarik dan menjadikan orang lain dan dirinya bersemangat dan menghibur.⁵⁰ Terlebih jika ilmu tersebut berupa ilmu agama atau dakwah Islam dalam menyikapi isu tertentu sesuai Al-Qur'an dan Hadis. Sebab, tidak ada batasan dari YouTube mengenai hal tersebut selama tidak melanggar dan mematuhi pedoman YouTube.⁵¹

Adapun fitur berupa *like*, komentar, *share*, dan *subscribe*, merupakan bentuk respon dari penikmatnya sebagai tanggapan terhadap apa yang disampaikan.

⁴⁸ Widhi Luthfi, "Mantap! Hampir Seluruh Netizen Indonesia Adalah Pengguna YouTube," pukul 09:26 WITA.

⁴⁹ Aaron Asadi, *YouTube Vlogging The Complete Manual: The essential handbook for all vloggers* (London: Imagine Publishing, 2015), h. 17.

⁵⁰ *Ibid.*, Aaron Asadi, h. 16.

⁵¹ *Ibid.*, Aaron Asadi, h. 24.

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.

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pesan berarti perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain.⁵² Pesan dapat diartikan sebagai suatu kumpulan pola-pola, isyarat-isyarat atau simbol-simbol⁵³

Dakwah menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) berarti penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.⁵⁴ 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.⁵⁵

Menurut Hamzah Yakub, dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Sedangkan

⁵² KBBI Daring, "Pesan," pukul 09:41 WITA.

⁵³ *Op.Cit.*, Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, h. 107.

⁵⁴ KBBI Daring, "Dakwah," pukul 09:45 WITA.

⁵⁵ *Op.Cit.*, Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*, h. 6.

dakwah menurut Masdar Helmy, adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk *amr ma'ruf nahi munkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁵⁶

Penyampaian dakwah yang lembut dengan gagasan dan argumen yang masuk akal digunakan untuk menarik orang banyak. Kebenaran Islam harus diserukan dengan jelas, fasih, terbukti kebenaran, dan efektif. Para pendakwah hendaklah tidak keras kepala (memaksa) dalam berdakwah, haruslah selalu memperhatikan perasaan pendengar. Sebab, mereka membutuhkan waktu untuk memunculkan kepercayaan dan membuat keputusan sendiri untuk menerima atau menolak Islam.⁵⁷

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

- a. *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.
- b. *Mad'u* (obyek dakwah), adalah manusia sasaran dakwah atau penerima dakwah secara individu ataupun kelompok, baik beragama Islam maupun manusia secara keseluruhan.

⁵⁶ *Ibid.*, Ropingi el Ishaq, h. 9.

⁵⁷ David Bukay, *Islam and the infidels : the politics of jihad, da'wah, and hijrah* (New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 2016), h. 201.

- c. *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:
- 1) Akidah, meliputi: 6 rukun iman
 - 2) Syariah, meliputi:
 - a) Ibadah (dalam arti khas): thaharah, shalat, zakat, puasa, haji
 - b) Muamalah (dalam arti luas):
 - (1) *Al-qanunul khas* (hukum perdata): muamalah (hukum niaga), munakahat (hukum nikah), waratsah (hukum waris), dan sebagainya
 - (2) *Al-qanunul 'am* (hukum Publik): jinayat (hukum pidana), khilafah (hukum negara), jihad (hukum perang dan damai), dan sebagainya
 - 3) Akhlak, meliputi:
 - a) Akhlak terhadap khalik
 - b) Akhlak terhadap makhluk yang meliputi:
 - (1) Akhlak terhadap manusia: diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya
 - (2) Akhlak terhadap bukan manusia: flora dan fauna
- d. *Wasilah* (media dakwah), yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dakwah.

- e. *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.
- f. *Atsar* (efek dakwah) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah.⁵⁸

Jadi, dapat diartikan bahwa pesan dakwah atau materi dakwah ialah isi pesan yang disampaikan atau dikomunikasikan secara efektif kepada penerima pesan dakwah mengenai ajaran Islam. Seiring perkembangan zaman, pesan dakwah semakin berkembang dan bervariasi dalam penyampaiannya, tidak secara lisan maupun tulisan lagi, tetapi melalui media elektronik hingga berbasis internet yang memudahkan siapa saja menerima pesan dakwah. Pesan dakwah sendiri tidak lain merupakan al-Islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis.

2. 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. Kata tersebut mengandung segi-segi persesuaian dengan perkataan *Khalqun* خَلْقٌ yang berarti kejadian, yang juga erat hubungannya dengan *Khaliq* خَالِقٌ

⁵⁸ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, h. 58-83.

yang berarti pencipta, demikian pula dengan *Makhlūqun* مَخْلُوقٌ yang berarti yang diciptakan. Perumusan pengertian akhlak timbul sebagai media yang memungkinkan adanya hubungan baik antara *Khaliq* dengan makhluk.⁵⁹

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).

Akhlak baik (akhlak mulia) menjadi perhatian penting dalam menjalani kehidupan dan sepatutnya ditanamkan sejak kecil agar kelak di akhirat tidak menyesal atas perbuatan selama di dunia karena perbuatan buruk (akhlak tercela)nya. Dengan menanam bibit akhlak baik tersebut sejak dini melalui pedoman Al-Qur'an dan Hadis, diharapkan terhindar dari perbuatan yang sangat Allah swt. benci yakni akhlak tercela. Pedoman seluruh manusia dalam kehidupan berakhlak terpuji terutama untuk mukmin ialah akhlak mulianya Rasulullah saw. Sebagaimana firman Allah swt. pada Q.S. Al- Qalam/68: 4.

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

“*Sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang agung.*”⁶⁰

⁵⁹ Mustofa, *Akhlak Tasawuf*, h. 11.

⁶⁰ Aplikasi Qur'an Kemenag in Word, Terjemah Kemenag 2019 (Microsoft Word 2019, 2019), Q.S. Al-Qalam/68: 4.

Seorang mukmin dalam kesempurnaan imannya dilandasi dengan akhlak terpuji sebagaimana sabda Rasulullah saw. yang diriwayatkan oleh Imam At-Tirmidzi sebagai berikut:

أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا . (رواه الترمذي)

“Orang Mukmin yang paling sempurna imannya adalah yang paling baik akhlaqnya.” (H.R. Tirmidzi).⁶¹

Pesan dakwah berkenaan dengan akhlak dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Akhlak terhadap khalik (Allah swt.), sebagian diantaranya meliputi:
 - 1) Taubat, yaitu sikap menyesali perbuatan buruk yang pernah dilakukannya dan berusaha menjauhinya, serta melakukan perbuatan baik.
 - 2) Bertawakal, yaitu menyerahkan segala urusan kepada Allah setelah berbuat semaksimal mungkin, untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkannya.
 - 3) Bersyukur, yaitu suatu sikap yang selalu ingin memanfaatkan dengan sebaik-baiknya, nikmat yang telah diberikan oleh Allah.⁶²
- b. Akhlak terhadap makhluk (manusia) yang meliputi diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya. Akhlak terhadap manusia juga terbagi menjadi 2, yakni:
 - 1) Akhlak terpuji yaitu akhlak yang sesuai dengan tuntunan Alquran dan Hadis. Ketika seseorang menghiiasi hari-harinya dengan akhlak terpuji,

⁶¹ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlaq* (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI), 2006), h. 8.

⁶² Abuddin Nata, *Akhlaq Tasawuf dan Karakter Mulia*, h. 59.

akan mendatangkan kebahagiaan kepada orang lain.⁶³ Contoh akhlak terpuji diantaranya 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).⁶⁴

- 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.⁶⁵
- c. Akhlak terhadap bukan manusia: flora dan fauna (lingkungan hidup) dapat dibagi dua, yakni:

⁶³ Muhammad Reza Azizi, *Buku Siswa Akidah Akhlak Pendekatan Sainifik Kurikulum 2013 Madrasah Aliyah Kelas XII*, h. 25.

⁶⁴ *Ibid.*, Muhammad Reza Azizi, h. 28-41.

⁶⁵ Umma, "Pengertian Sombong dalam Islam dan Penyebabnya," pukul 23.20 WITA.

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

C. Analisis Isi (*Content Analysis*)

1. Pengertian Analisis Isi (*Content Analysis*)

Analisis isi (*content analysis*) yaitu teknik penelitian untuk membuat rumusan kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif.⁶⁶ Hal ini berupa kata (teks), gambar, gambar bergerak simbol, dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu.⁶⁷

Menurut Bungin, analisis isi (*content analysis*) adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*), dan sah data

⁶⁶ *Op.Cit.*, Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah*, h. 20.

⁶⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 203.

dengan memperhatikan konteksnya.⁶⁸ Lewat analisis isi, penulis dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi.⁶⁹

Penggunaan analisis isi terdapat tiga aspek yaitu:

- a. Analisis ditempatkan sebagai metode utama.
- b. Analisis isi di pakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian.
- c. Analisis isi di pakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.⁷⁰

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.

⁶⁸ *Ibid.*, Burhan Bungin, h. 231.

⁶⁹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*, h. 11.

⁷⁰ *Ibid.*, Eriyanto, h. 10.

2. 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. Sedangkan tujuan khususnya dalam penelitian ini agar penulis bisa meneliti dan mengetahui pesan dakwah berkenaan dengan akhlak.

Adapun tujuan dari metode penelitian analisis isi (*content analysis*) secara terperinci yang diuraikan Eriyanto, yakni sebagai berikut:

- a. 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 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.
- b. Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Fokus analisis isi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu.⁷¹

3. Pendekatan Analisis Isi (*Content Analysis*)

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

- a. Analisis isi deskriptif, dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk

⁷¹ *Ibid.*, Eriyanto, h. 32-42.

menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.⁷²

- b. 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.⁷³
- c. Analisis isi prediktif, berusaha memprediksi hasil seperti tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Disini penulis bukan hanya 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.⁷⁴

Penulis memilih analisis isi deskriptif sebagai pendekatan penelitiannya agar bisa menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan yaitu pesan dakwah berupa akhlak yang disampaikan oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada media sosial YouTube.

Setelah pemaparan kajian pokok bahasan di atas, pemetaan pokok bahasan berupa skema dirasa perlu termuat sebagai penjelas struktur atau susunan ruang lingkup dari bahasan yang penulis teliti melalui analisis isi. Adapun pemetaan

⁷² *Ibid.*, Eriyanto, h. 47.

⁷³ *Ibid.*, Eriyanto, h. 49.

⁷⁴ *Ibid.*, Eriyanto, h. 53.

pokok bahasan penelitian yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Ustaz Kembar Tiga (Hamanis) pada Media Sosial YouTube Berkenaan dengan Akhlak”, yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.1 Skema Pokok Bahasan

