

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Komunikasi dakwah memegang peran sentral dalam penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Dalam era modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi, bentuk dan media dakwah pun mengalami transformasi. Kini, media digital seperti YouTube menjadi salah satu sarana penting dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan.<sup>1</sup> Dalam konteks ini, umat Islam senantiasa berusaha menyebarkan nilai-nilai ajaran Islam setiap kali ada kesempatan. Hal ini selaras dengan hakikat Islam sebagai agama dakwah, yang mengharuskan pemeluknya untuk menyampaikan ajaran tersebut kepada orang lain

Salah satu bagian penting dalam kehidupan seorang Muslim yang tidak dapat dipisahkan adalah aktivitas dakwah. Berbagai bentuk dakwah dapat menjadi media dalam merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan nyata. Secara fundamental, setiap Muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT. dalam QS. Ali Imran/3: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ  
الْمُقْلِحُونَ

—Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang

---

<sup>1</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), hlm.

7materi, teknik, dan media merupakan komponen-komponen tersebut.

*munkar*; merekalah orang-orang yang beruntung.

Agar tujuan dakwah dapat tercapai secara optimal dan memberikan hasil yang maksimal, dakwah harus mengandung sejumlah unsur penting. Unsur-unsur tersebut meliputi da'i, objek dakwah (mad'u), materi yang disampaikan, metode atau teknik dakwah, serta media yang digunakan.<sup>2</sup> Di era modern saat ini, pemilihan metode dakwah menjadi faktor krusial dalam keberhasilan penyampaian pesan-pesan keislaman.

Secara teknis, dakwah pada dasarnya memiliki kesamaan dengan proses komunikasi, di mana terdapat interaksi antara mad'u sebagai penerima pesan (komunikan) dan khatib sebagai penyampai pesan (komunikator).

Dakwah memiliki berbagai unsur komunikasi yang memiliki peran penting, seperti pesan yang disampaikan, metode atau teknik yang digunakan, media yang dipakai, serta adanya umpan balik (feedback).<sup>3</sup> Para dai memanfaatkan bentuk komunikasi dakwah, baik secara lisan maupun melalui ekspresi nonverbal, guna menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat secara luas. Tujuan utama dari proses ini adalah untuk menumbuhkan ketakwaan, baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 2.

<sup>3</sup> Dicta Pantasha, —Gaya Bahasa Ceramah Ustadz Haikal Hassan Dalam Video di Youtubel (Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019), hlm. 3.

<sup>4</sup> Bambang S. Maarif, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm. 34.

Agar komunikasi dakwah dapat efektif, para khatib perlu memilih gaya bahasa yang tepat dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman. Baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, penggunaan gaya bahasa tertentu merupakan bagian dari retorika yang bertujuan untuk membujuk atau memengaruhi audiens.<sup>5</sup>

Seorang khatib memiliki tugas untuk meyakinkan pendengarnya dengan menyampaikan pesan secara lugas, tidak berbelit-belit, serta mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang jelas dan logis akan membuat pendakwah lebih dipercaya, karena mampu mencerminkan kebenaran isi dakwah yang disampaikan.<sup>6</sup> Oleh karena itu, seorang khatib perlu menguasai berbagai teknik dalam menyampaikan dakwah agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh mad'u atau audiensnya.

Dakwah kini tidak hanya terbatas pada masjid atau forum-forum pengajian secara langsung, tetapi juga telah merambah ke platform digital seperti YouTube. Pada tahun 2019, jumlah pengguna aktif bulanan YouTube tercatat melebihi dua miliar orang. Angka ini mencerminkan sekitar 25% dari total populasi dunia, menjadikan YouTube sebagai media yang sangat potensial dan efektif untuk menyampaikan pesan dakwah melalui konten video.

Dalam kegiatan dakwah, penggunaan bahasa memiliki peran yang sangat vital. Oleh karena itu, pemilihan bahasa dalam penyampaian pesan

---

<sup>5</sup> Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa* (Bandung: Angkasa Bandung, 1985), hlm. 5

<sup>6</sup> Edi Suyanto, *Membina, Memelihara, dan Menggunakan Bahasa Indonesia Secara Benar; Kajian Historis-Teoritis dan Praktis Tulis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 17.

dakwah harus dipertimbangkan dengan matang. Selain kendala bahasa, terdapat pula berbagai faktor lain yang turut memengaruhi keberhasilan dakwah, terutama jika disampaikan secara lisan.

Gus Muhammad Iqdam, seorang pendakwah muda asal Blitar, Jawa Timur, termasuk figur yang memanfaatkan platform ini untuk berdakwah. Melalui kanal YouTube "Gus Iqdam Official", ia menyampaikan ceramah dengan gaya yang khas dan menarik perhatian, terutama kalangan anak muda. Daya tarik tersebut tidak terlepas dari cara beliau memanfaatkan media serta teknik penyampaian dakwah yang efektif kepada masyarakat luas. Dengan demikian, pemilihan gaya bahasa yang digunakan oleh Gus Iqdam dalam berdakwah memiliki pengaruh besar terhadap penerimaan dakwahnya.

Salah satu hal menarik yang patut diteliti dalam kajian dakwah adalah fenomena yang terlihat saat menyimak pengajian rutin Sabilu Taubah di kanal YouTube Gus Iqdam Official, yang berlangsung di Pondok Pesantren Mambaul Hikam II, Karanggayam, Srengat, Blitar, Jawa Timur. Komunitas jamaah Gus Iqdam merepresentasikan mozaik masyarakat urban kontemporer, mulai dari anak muda dengan ekspresi tubuh modern (seperti tato dan pewarnaan rambut tidak konvensional) hingga kalangan lintas agama yang tertarik dengan gaya komunikasi dakwahnya yang inklusif. Contohnya, Martha Agustina—seorang wanita beragama Nasrani—mengaku tertarik dengan gaya penyampaian Gus Iqdam yang lugas dan mudah dipahami. Selain itu, seorang mahasiswa penganut agama Buddha turut menghadiri pengajian tersebut. Ia mengungkapkan bahwa kehadirannya bermula dari video pendek ceramah Gus Iqdam yang sering

muncul di media sosial TikTok, dan menurutnya ceramah-ceramah tersebut sangat relevan dengan kalangan muda. Tidak hanya masyarakat umum, sejumlah artis seperti Happy Asmara, Cak Percil, dan Cak Kuntet pun diketahui hadir dalam pengajian rutin yang beliau selenggarakan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kekuatan dakwah Gus Iqdam terletak pada penggunaan gaya bahasa yang ringan, komunikatif, dan mudah dicerna oleh berbagai kalangan masyarakat. Ia juga kerap menyisipkan istilah khas dalam dakwahnya, seperti “Dekengan pusat”, serta ungkapan populer “ST Nyell”, sebuah singkatan dari “Sabilu Taubah” dan “Nyell” yang berarti total dalam bahasa Jawa. Ungkapan lainnya seperti “Wonge teko?” (artinya: orangnya datang?) juga menjadi ciri khas dalam ceramah beliau yang kemudian viral melalui video singkat di berbagai platform media sosial.

Dengan gaya khas dakwah yang dimilikinya, Gus Iqdam mampu menyampaikan ceramah agama yang mudah diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Potongan-potongan video dakwah yang disampaikan oleh pengasuh Pondok Pesantren Mambaul Hikam II ini telah tersebar luas melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan lainnya.

Dalam sejumlah video dakwah dan berbagai bentuk kajian yang disampaikannya, Gus Iqdam tampak menggunakan gaya bahasa yang beragam. Misalnya, dalam beberapa kesempatan beliau menggunakan bahasa resmi, sementara dalam kesempatan lain beliau memilih gaya bahasa tidak resmi. Variasi ini terbentuk karena konteks materi dakwah serta karakteristik audiens

atau objek kajian yang menjadi sasaran dakwah dalam konten-konten di Channel YouTube Gus Iqdam Official. Berpijak pada uraian tersebut, kajian ini difokuskan untuk menelaah pola penggunaan bahasa dalam dakwah beliau yang dirumuskan dalam judul: “Gaya Bahasa Dakwah Gus Iqdam di Channel YouTube Gus Iqdam Official.”

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana gaya bahasa dakwah Gus Iqdam dalam channel YouTube Gus Iqdam Official?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap serta mendeskripsikan bentuk dan karakteristik gaya bahasa dakwah yang digunakan oleh Gus Iqdam di dalam kanal YouTube Gus Iqdam Official.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Mengacu pada fokus penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini ditunjukkan untuk memberikan sumbangsih dalam dua ranah berikut:

#### **1. Secara Teoritis**

Didasarkan pada konteks permasalahan yang telah dikemukakan, penelitian ini mengarahkan fokusnya pada persoalan: seperti apa karakteristik gaya bahasa yang digunakan oleh Gus Iqdam dalam dakwah digital melalui kanal YouTube Gus Iqdam Official.

## 2. Secara Praktis

Secara aplikatif, temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan nilai guna kepada para pelaku dakwah, khususnya dalam pemilihan gaya bahasa yang efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pengelola channel YouTube Gus Iqdam Official sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi dakwah melalui media digital.

## E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah pemahaman terhadap fokus penelitian ini, penulis memberikan batasan terhadap beberapa istilah kunci yang digunakan, yaitu :

### 1. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merujuk pada pendekatan tertentu dalam menggunakan bahasa untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan komunikatif.<sup>7</sup> Dalam konteks penelitian ini, gaya bahasa dipahami sebagai cara pemilihan dan penggunaan bahasa secara efektif dan tepat guna untuk menarik perhatian audiens dalam kegiatan dakwah. Gaya bahasa yang dianalisis dalam dakwah Gus Iqdam mencakup pilihan diksi, struktur sintaksis, serta kemungkinan kaitannya dengan metode dan kosa kata yang digunakan dalam penyampaian materi dakwah.

### 2. Dakwah

---

<sup>7</sup> Ahmad A.K, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia (Jakarta: Reality Publisher, 2006), hlm. 225.

Dakwah merupakan suatu proses yang dilakukan secara sistematis dan tepat dalam membimbing manusia menuju jalan kebenaran sesuai dengan tuntunan Allah SWT, dengan tujuan utama meraih keselamatan di akhirat.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan dakwah adalah aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Gus Iqdam melalui kanal resmi YouTube-nya. Fokus kajian terbatas pada penyampaian dakwah yang berkaitan dengan nilai-nilai tauhid dan keimanan.

### 3. YouTube

Sebagai layanan berbagi video berbasis daring, YouTube memungkinkan para pengguna untuk secara bebas mengunggah, menyaksikan, dan mendistribusikan video tanpa biaya.<sup>9</sup> Penelitian ini secara khusus merujuk pada Channel YouTube Gus Iqdam Official, dan analisis dilakukan terhadap satu video dakwah yang dianggap representatif. Satu video dipilih karena di dalamnya telah mencerminkan beragam gaya bahasa yang digunakan, dan secara umum gaya dalam video lainnya cenderung memiliki karakteristik yang serupa.

### 4. Penelitian Terdahulu

Dalam sebuah karya ilmiah, penting bagi peneliti untuk mengaitkan serta membandingkan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Hal ini bertujuan agar posisi penelitian menjadi jelas dan dapat

---

<sup>8</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 3.

<sup>9</sup> Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram," *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5, no. 2 (2016): 259–272, hlm. 259.

menunjukkan kebaruan atau kontribusi yang diberikan. Oleh karena itu, penulis merujuk pada beberapa karya terdahulu yang relevan dengan tema penelitian ini.

Penelitian pertama adalah skripsi yang ditulis oleh Dicta Pentasha berjudul “Gaya Bahasa Ceramah Ustadz Haikal Hassan dalam Video di YouTube.” Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan oleh Ustadz Haikal Hassan meliputi gaya bahasa resmi, tidak resmi, serta percakapan—dengan gaya percakapan sebagai bentuk yang paling dominan. Berdasarkan nada, ceramah beliau menggunakan gaya bahasa mulia dan bertenaga. Sementara itu, dalam struktur kalimatnya ditemukan penggunaan gaya bahasa paralelisme, antitesis, dan repetisi, termasuk di dalamnya bentuk tautotes dan epizeuksis.<sup>10</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama membahas gaya bahasa dalam ceramah keagamaan yang disampaikan melalui media YouTube. Namun, objek yang dikaji berbeda, di mana penelitian sebelumnya meneliti Ustadz Haikal Hassan, sedangkan penelitian ini berfokus pada Gus Iqdam. Perbedaan objek penelitian ini tentu memunculkan dinamika gaya bahasa yang berbeda pula.

Penelitian selanjutnya adalah skripsi karya Alfian Rohmadi yang berjudul “Gaya Bahasa Dakwah Ustadz Maulana di Acara Islam Itu Indah dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA.”

---

<sup>10</sup> Dicta Pentasha, *Gaya Bahasa Ceramah Ustadz Haikal Hassan Dalam Video di Youtubel.*

Penelitian tersebut mengkaji gaya bahasa dakwah Ustadz Maulana yang ditayangkan melalui program televisi Islam Itu Indah, serta menghubungkannya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di tingkat SMA. Hasil dari kajian ini dimanfaatkan sebagai instrumen pembelajaran berbasis text untuk siswa kelas 11 semester ganjil, guna mengembangkan kemampuan menganalisis konten, kerangka penyajian, dan ciri ciri linguistik secara terpadu dan kontekstual.<sup>11</sup> Jika dibandingkan, penelitian tersebut berbeda secara signifikan dengan penelitian penulis. Penelitian terdahulu berfokus pada media televisi serta mengarah pada implikasi pembelajaran formal di sekolah, sedangkan penelitian ini secara khusus membahas gaya bahasa dakwah Gus Iqdam yang disampaikan melalui platform YouTube.

Penelitian lain dilakukan oleh Deni Yanuar dan Ahmad Nazri Adlani dalam jurnal yang berjudul “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad pada Ceramah Peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW Tahun 1440 H di Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh.” Dalam penelitian ini, Ustadz Abdul Somad dinilai berhasil menerapkan gaya retorika secara efektif dalam menyampaikan ceramah. Beliau menggunakan berbagai bentuk ekspresi kebahasaan, pola intonasi, susunan kalimat tersirat maupun tersurat. Selain itu, gaya retorika beliau juga diperkuat oleh aspek nonverbal seperti sikap tubuh yang sopan dan tegap, ekspresi wajah, gerakan tangan,

---

<sup>11</sup> Alfian Rohmadi, —Gaya Bahasa Dakwah Ustadz Maulana di Acara Islam Itu Indah dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA, (Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung, 2016).

hingga kontak mata yang diarahkan kepada jamaah.<sup>12</sup> Studi ini menunjukkan kemiripan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, karena sama-sama membahas gaya bahasa dan retorika dakwah. Namun, fokus objek penelitian berbeda, di mana penelitian ini menitikberatkan pada ceramah Ustadz Abdul Somad secara luring, sedangkan penelitian penulis berfokus pada gaya bahasa Gus Iqdam di kanal YouTube.

Selanjutnya, jurnal yang ditulis oleh Asep Saeful Millah, Dindin Solahudin, dan Bahrudin berjudul “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny.” Penelitian ini membahas bagaimana retorika dakwah Ustadz Handy Bonny mampu menarik perhatian jamaah. Dalam praktik retorikanya beliau menggunakan diksi yang tidak kompleks, intonasi menarik, bersamaan gaya retorika yang khas dan mudah diterima oleh masyarakat.<sup>13</sup> Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian penulis dalam hal fokus pada gaya bahasa dan retorika pendakwah. Namun, penelitian ini berbeda dari segi objek, karena penulis secara khusus meneliti gaya bahasa Gus Iqdam yang disampaikan melalui media digital, yaitu channel YouTube resmi milik beliau.

---

<sup>12</sup> Deni Yanuar dan Ahmad Nazri Adlani, —Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad pada Ceramah Peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW Tahun 1440 H di Mesjid Raya Baiturahman Banda Aceh, *Jurnal Al-Bayan* 25, no. 2 (2019): 354–385, hlm. 385.

<sup>13</sup> Asep Saeful Millah, Dindin Solahudin, dan Bahrudin, “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny,” *Jurnal Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2018): 168–182, hlm.182.

## **5. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang isi penelitian, sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab III Metode Penelitian

Bab IV Penyajian Data dan Pembahasan

Bab V Penutup

## **BAB II**

### **GAYA BAHASA DALAM DAKWAH**

#### **A. Gaya Bahasa**

##### **1. Pengertian Gaya Bahasa**

Dalam istilah retorika dikenal gaya atau gaya bahasa yang Jenis-jenis Gaya Bahasa Di bidang ranah retorika, dikenal istilah gaya bahasa atau style, yang berasal dari bahasa Latin stilus—awalnya berarti alat untuk menulis di atas lempengan lilin. Seiring perkembangan waktu, maknanya bergeser menjadi kemampuan untuk menyusun dan menyampaikan kata-kata secara estetis. Kini, style dipahami sebagai keterampilan dalam menggunakan bahasa dengan cara yang menarik dan efektif. Seiring waktu, fokus makna bergeser pada kemampuan menulis secara estetis, sehingga istilah style kemudian dimaknai sebagai kecakapan dalam merangkai dan menyusun tutur kata secara estetis.<sup>14</sup>

Tarigan berpendapat, gaya bahasa merupakan cara pemanfaatan yang bersifat estetis untuk meningkatkan kekuatan penyampaian pesan, baik dengan membandingkan maupun menjelaskan sesuatu secara lebih hidup. Melalui gaya bahasa, seseorang dapat memperlihatkan karakter, kepribadian, serta kemampuan komunikatifnya.<sup>15</sup> Semakin menarik gaya berbahasanya, maka semakin positif pula respons yang diterima dari

---

<sup>14</sup> Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 112.

<sup>15</sup> Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa* (Bandung: CV. Angkasa, 2013), hlm. 4.

khalayak. Sebaliknya, gaya bahasa yang monoton dan tidak relevan berpotensi memberikan kesan negatif terhadap komunikator. Dari berbagai pandangan tersebut, hasil analisis menunjukkan bahwa gaya bahasa yakni ciri khas atau cara unik seseorang dalam menuturkan ide atau pesan melalui penggunaan bahasa, yang mencerminkan kepribadian serta karakter penyampai pesan itu sendiri.<sup>16</sup>

Dengan merujuk pada pembahasan sebelumnya, gaya bahasa dapat dimaknai sebagai bentuk atau cara khas seseorang dalam menggunakan bahasa, yang mencerminkan identitas serta karakter pribadi dari individu tersebut.

Terdapat beberapa aspek penting yang menjadi penopang dalam penggunaan gaya bahasa, di antaranya:

1. Kejujuran Penggunaan gaya bahasa sebaiknya didasari oleh kejujuran dalam menyampaikan pesan. Tanpa kejujuran, gaya bahasa yang indah hanya akan menjadi alat manipulasi. Sebaliknya, kejujuran akan memberikan kekuatan moral pada pesan yang disampaikan, sehingga dapat menyentuh hati pendengar secara lebih dalam.
2. Kesantunan Dalam komunikasi, kesantunan menunjukkan adanya rasa hormat kepada lawan bicara. Seorang pendakwah perlu menjaga sopan santun, baik dari segi pilihan kata maupun nada

---

<sup>16</sup> Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, hlm. 113.

bicara, supaya maksud yang dikemukakan bisa diterima secara positif tanpa menimbulkan kesalahpahaman.

3. Daya Tarik Daya tarik gaya bahasa tercermin dari variasi penggunaan diksi, keluwesan dalam menyusun kalimat, serta sentuhan humor dan emosi yang disisipkan secara tepat. Pendakwah yang mampu memanfaatkan daya tarik ini akan lebih mudah menarik perhatian audiens dan menjaga ketertarikan mereka selama proses dakwah berlangsung.<sup>17</sup>

Menurut Holmes, ada beberapa yang mempengaruhi gaya bahasa seseorang dari aspek sosial diantaranya:<sup>18</sup>

- a. Partisipan atau pihak yang terlibat.
- b. Latar dan konteks sosial, yakni waktu dan situasi ketika bahasa dituturkan.
- c. Topik atau hal yang dibicarakan.
- d. Fungsi atau maksud dan tujuan.

## **B. Retorika**

### 1. Pengertian Retorika

---

<sup>17</sup> Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, hlm. 115.

<sup>18</sup> Munira Hasyim, "Faktor Penentu Penggunaan Bahasa pada Masyarakat Tuter Makassar: Kajian Sociolinguistik di Kabupaten Gowa," *Jurnal Humaniora* 20, no. 1 (2018): 75–88, hlm. 76.

Retorika, berasal dari akar kata Yunani “rhetor” (pembicara), merujuk pada kemampuan persuasif dalam komunikasi lisan.<sup>19</sup> Seperti dijelaskan Beecket (dalam Sunarto), retorika adalah seni mengolah bahasa untuk membangun pengaruh, baik melalui pemilihan kata maupun respons strategis terhadap audiens.<sup>20</sup>

Melalui komprehensif, retorika sebuah bentuk dari aktivitas dengan mengundang perhatian publik dengan keterampilan berbicara, terutama saat tampil di hadapan publik.<sup>21</sup> Retorika juga bisa dimaknai sebagai seni dalam berbicara—bukan sekadar berkata-kata, tetapi menyampaikan pesan dengan teknik penyajian yang menarik.<sup>22</sup> Penguasaan terhadap retorika akan mempermudah seseorang dalam menyampaikan materi secara efektif dan komunikatif.

## 2. Ruang Lingkup Retorika

Ruang lingkup retorika menurut Jalaluddin Rahmat mencakup<sup>23</sup>: penyusunan materi pidato, teknik penyampaian, metode berbicara, dan evaluasi hasil pidato.

## 3. Tujuan Retorika

---

<sup>19</sup> Munira Hasyim, “Faktor Penentu Penggunaan Bahasa pada Masyarakat Tutar Makassar: Kajian Sociolinguistik di Kabupaten Gowa,” *Jurnal Humaniora* 20, no. 1 (2018): 75–88, hlm. 76.

<sup>20</sup> H. A. Sunarto AS, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)* (Surabaya: Jaudar Press, 2014), hlm. 1.

<sup>21</sup> Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 3

<sup>22</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 171.

<sup>23</sup> Dwi Candor Trio, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncangkan Dunia* (Yogyakarta: Irtikaz, 2010), hlm. 15.

Tujuan utama dari retorika adalah menciptakan perubahan suasana dalam suatu pertemuan menjadi lebih baik, sesuai dengan keinginan pembicara.<sup>24</sup> Tujuan retorika antara lain: Mempengaruhi audiens agar menerima pesan, membangun komunikasi yang efektif, kemudian membangkitkan kesadaran pendengar.<sup>25</sup>

#### 4. Unsur Retorika

Unsur retorika menurut Aristoteles meliputi:

1. Pembicara: Harus menguasai materi dan ekspresi penyampaian.
2. Audiens: Respon mereka menentukan keberhasilan dakwah.
3. Pesan: Disusun logis, menarik, dan relevan.

Unsur pendukung lainnya :

- a. Bahasa Elemen utama dalam retorika; tanpa bahasa, komunikasi tidak mungkin terjadi.
- b. Etika dan Nilai Moral – Nilai-nilai ini menjamin bahwa komunikasi berlangsung dengan tanggung jawab dan integritas.
- c. Penalaran yang Logis argumen yang disampaikan harus didasarkan pada penalaran yang tepat agar lebih kuat dan meyakinkan.

---

<sup>24</sup> Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 6.

<sup>25</sup> Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (banten: CV. AA Rizky, 2020), hlm. 93.

- d. Pengetahuan yang memadai penguasaan materi menjadi hal yang penting bagi seorang komunikator saat penyampaian informasi biar tidak terkesan asal bicara atau mengada-ada.<sup>26</sup>

## 5. Fungsi Retorika

Menurut Aristoteles dalam Sunarto, fungsi retorika antara lain:<sup>27</sup>

- a. Korektif kebenaran yang untuk dibela mungkin sering terabaikan karena lemahnya kemampuan mempertahankan argumen.
- b. Instruktif menyampaikan nilai sulit secara menyentuh.
- c. Sugestif untuk memberi arahan dalam menghadapi lawan bicara agar situasi bisa dikuasai.
- d. Defensif sebagai alat pertahanan mental saat menghadapi serangan atau tekanan.

Sedangkan secara umum, fungsi retorika dapat dibedakan menjadi:<sup>28</sup>

- a. Fungsi Positif memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai fenomena komunikasi lisan dalam kehidupan manusia.
- b. Fungsi Normatif menyediakan panduan dalam menyampaikan pendapat secara jelas, meyakinkan, dan menarik.

---

<sup>26</sup> Sulistyarini dan Gustiana, *Buku Ajar Retorika*, hlm. 9.

<sup>27</sup> Sulistyarini dan Gustiana, *Buku Ajar Retorika*, hlm. 9.

<sup>28</sup> Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 23.

- c. Fungsi Khusus membantu seseorang dalam proses merancang, menyusun, dan menyampaikan pidato secara efektif.

## C. Dakwah

### 1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, istilah dakwah dalam Al-Qur'an berasal dari kata Arab da'a-yad'u-da'watan, yang berarti mengajak atau menyeru.<sup>29</sup> Menurut H.M. Arifin, adalah kegiatan terencana untuk menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, tulisan, atau tindakan. Ajakannya dapat berupa ucapan, tulisan, perbuatan, atau bentuk lainnya, dengan tujuan memengaruhi individu maupun kelompok.<sup>30</sup> Tujuan utamanya adalah menumbuhkan pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan ajaran agama dalam diri seseorang, tanpa adanya unsur paksaan.

Jumantoro menegaskan bahwa dakwah adalah bentuk komunikasi penyampaian pesan Islam.<sup>31</sup>

QS. Al-Mā'idah: 67 menjadi dasar perintah dakwah dari Allah SWT kepada Nabi Muhammad

---

<sup>29</sup> Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 24.

<sup>30</sup> Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 27.

<sup>31</sup> Amin, *Ilmu Dakwah*, hlm. 4.

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ  
النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ٦٧

“Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara petunjuk kepada orang-orang yang kafir”.

Proses dakwah Islam dapat dilaksanakan melalui beragam pendekatan yang arif, dengan sasaran membentuk pribadi serta komunitas yang mampu menginternalisasi dan mengamalkan nilai-nilai keislaman dalam setiap dimensi kehidupan.

## 2. Subjek dan Objek Dakwah

Diruang lingkup bermasyarakat, dakwah memiliki peran penting dalam membangun kehidupan religius yang terarah pada terciptanya masyarakat yang damai dan sejahtera. Melalui dakwah, ajaran Islam disebarluaskan untuk menyelamatkan manusia dan komunitasnya dari berbagai sesuatu yang berpotensi pada keruntuhan. Karena urgensinya yang besar, dakwah bukan sekadar pekerjaan sampingan, melainkan sebuah tugas penting yang menjadi kewajiban setiap muslim. Landasan ini bersumber dari dua referensi pokok dalam hukum islam, yaitu Al-Qur'an dan hadis.

### a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah da'i, yakni individu yang menyeru manusia kepada kebaikan dan ajaran Islam. Dalam praktiknya, pengertian dai mencakup dua bentuk:

Pertama, mubalig ialah seorang Muslim yang mengemban amanah dakwah sebagai tanggung jawab spiritual dalam kehidupan beragama, sebagaimana perintah Rasulullah, "Ballighu 'anni walau āyah" (Sampaikan dariku walau hanya satu ayat).

Kedua, Orang-orang yang memiliki spesialisasi di bidang dakwah dan mampu mempraktikkan keahliannya secara profesional, baik melalui pemahaman konseptual, teoritis, maupun pendekatan metodologis dalam menyampaikan ajaran Islam.<sup>32</sup> Seorang dai idealnya juga harus memiliki sifat-sifat tertentu agar aktivitas dakwahnya efektif

Adapun seorang dai atau subjek dakwah sebaiknya memiliki beberapa karakteristik dan kualitas berikut agar aktivitas dakwahnya dapat berjalan secara efektif dan berpengaruh:

1. Memiliki pemahaman yang baik mengenai Al-Qur'an dan Sunnah Nabi sebagai dasar utama ajaran Islam.
2. Menguasai ilmu-ilmu keislaman seperti tafsir, ilmu hadis, sejarah peradaban Islam, dan lain sebagainya.

---

<sup>32</sup>Maarif, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 39.

3. Berbekal wawasan tentang pemahaman penunjang dakwah seperti teknik berdakwah, sejarah, dan perbandingan agama.
4. Memiliki pemahaman linguistik dan budaya masyarakat untuk menjadi sasaran dakwah.
5. Bersikap lemah lembut dan memiliki kelapangan hati.
6. Memiliki keberanian untuk menyampaikan, membela, dan mempertahankan kebenaran di hadapan siapa pun.
7. Menjadi teladan dalam berbagai aspek kebaikan.
8. Menunjukkan akhlak yang baik sebagaimana seharusnya seorang Muslim.
9. Tangguh secara mental, memiliki kesabaran, tekad yang kuat, serta optimisme meskipun menghadapi tantangan dan hambatan.
10. Menjalankan dakwah dengan niat semata-mata karena Allah SWT.
11. Mengabdikan untuk dakwahnya tetap berpegang teguh pada amanah tersebut meski ditengah rayuan kenikmatan duniawi.<sup>33</sup>

Amin Ahsan juga menambahkan bahwa seorang dai perlu memenuhi beberapa kriteria tambahan, antara lain:<sup>34</sup>

1. Bersifat ikhlas dan tulus dalam menyampaikan ajaran Islam.
2. Dakwah tidak semata disampaikan melalui tuturan verbal, melainkan juga diwujudkan melalui tindakan konkret dan sikap

---

<sup>33</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Tangerang: Forum Pelayanan Al-Qur'an, 2015).

<sup>34</sup> Awaludin Pimay, *Metodologi Dakwah* (Semarang: RaSAIL, 2006), hlm. 21-22.

hidup yang merefleksikan ajaran serta nilai-nilai islam dalam praktik keseharian.

3. Menjadi saksi dan pembela terhadap kebenaran ajaran agama.
4. Tidak berpihak atau condong kepada kelompok tertentu.
5. Jika diperlukan, rela mengorbankan jiwa demi kepentingan penyebaran dakwah Islam.

Dalam perspektif fikih, aktivitas dakwah tidak sekadar bersifat sunnah melainkan fardhu kifayah yang mensyaratkan kesucian niat (ikhlas). Positioning ini menjadikan dai sebagai aktor yang bertanggung jawab secara teologis maupun sosiologis dalam transformasi masyarakat.<sup>35</sup> Kewajiban ini melekat pada setiap individu Muslim dan dalam pelaksanaannya harus mengikuti norma-norma tertentu yang sesuai dengan ajaran Islam.

#### b. Objek Dakwah

Mengacu pada individu maupun kelompok masyarakat yang menjadi target atau sasaran utama dalam kegiatan dakwah.<sup>36</sup> Baik umat muslim maupun non muslim termasuk dalam cakupan objek dakwah, karena secara esensial dakwah diperuntukan bagi seluruh manusia.

---

<sup>35</sup> Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam* (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), hlm. 38.

<sup>36</sup> Amin Ahsan Ishlahi, *Metode Dakwah Menuju Jalan Allah* (Jakarta: Litera Antara Nusa, 1995), hlm. 19-23.

Keberagaman manusia tercermin dalam sosok mad'u mencakup berbagai aspek kehidupan, sehingga pengelompokan objek dakwah dapat dilakukan menurut sejumlah pertimbangan berikut:

1. Dilihat dari aspek sosiologis: Objek dakwah meliputi masyarakat yang tinggal di perdesaan, masyarakat kota besar maupun kecil, komunitas yang terisolasi, serta kelompok marginal yang menetap di daerah pinggiran kota besar.
2. Dari struktur kelembagaan: seperti lingkungan keluarga atau lembaga pemerintahan.
3. Dari sisi sosial budaya: contohnya dalam masyarakat Jawa terdapat pengelompokan seperti priyayi, abangan, dan santri.
4. Berdasarkan usia: terdiri dari anak-anak, remaja, dan orang dewasa atau lansia.
5. Berdasarkan profesi: seperti petani, pedagang, seniman, buruh, dan pegawai negeri.
6. Dari aspek sosial ekonomi: terbagi ke dalam kelompok kaya, kelas menengah, dan masyarakat miskin.
7. Berdasarkan jenis kelamin: yakni laki-laki dan perempuan.
8. Kelompok khusus: meliputi komunitas rentan seperti tuna susila, tuna wisma, tuna karya, narapidana, dan kelompok serupa lainnya.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah: Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu* (Yogyakarta: LKiS, 2018), hlm. 100.

### 3. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan pendekatan atau strategi yang dipraktikkan oleh tokoh dakwah dalam menyampaikan pesan Islam untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>38</sup> Seorang dai perlu menggunakan cara yang tepat dalam rangka memastikan pesan keagamaan dapat dimaknai secara efektif maupun komunikatif oleh khalayak sasaran.

#### a. Metode Bil Hikmah

Metode bil hikmah menekankan pendekatan dakwah yang adaptif dan menghargai kebebasan berpikir mad'u.<sup>39</sup> Dengan prinsip humanis, metode ini menghindari pemaksaan dan lebih mengedepankan dialog konstruktif yang sesuai dengan konteks sosial objek dakwah. Tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi agama dengan cara yang tidak menimbulkan paksaan atau tekanan.

Metode ini menyesuaikan dengan kondisi dan situasi objek dakwah, dengan penekanan pada penyampaian ajaran Islam secara lembut dan relevan. Dengan demikian, mad'u mampu menerima ajaran dakwah secara sukarela tanpa adanya kesan paksaan atau tekanan psikologis.

---

<sup>38</sup>Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Salsabila, 2013), hlm. 66.

<sup>39</sup>Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, hlm. 66.

Metode bil hikmah ini sangat cocok digunakan terhadap objek dakwah yang memiliki tingkat intelektual tinggi, seperti kalangan akademisi, cendekiawan, dan kaum intelektual.<sup>40</sup>

b. Metode Mau'izhah al-Hasanah

Metode yang disampaikan melalui penyampaian yang lembut dan penuh empati, metode ini menghadirkan paparan dakwah dengan pendekatan kasih sayang, sehingga apa yang disampaikan mampu meresap ke dalam hati dan menggugah kesadaran batin pendengar.<sup>41</sup> Mau'izhah hasanah, atau nasihat yang baik, mengacu pada pemberian arahan dan bimbingan menuju kebaikan dengan menggunakan bahasa yang santun, mudah dipahami, menyentuh perasaan, serta logis dalam pemikiran.

Penting dalam metode ini untuk menghindari kekasaran atau tindakan menyalahkan objek dakwah secara langsung. Dengan demikian, mad'u diharapkan dapat menerima ajakan dakwah secara sukarela dan atas kesadarannya sendiri.

c. Metode Mujadalah bil Lati Hiya Ahsan

---

<sup>40</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 243.

<sup>41</sup> Amin, *Ilmu Dakwah*, hlm. 98.

Metode ini merupakan pendekatan dakwah yang dilakukan melalui dialog atau diskusi dengan cara yang terbaik dan paling bijaksana, tanpa menyudutkan pihak yang menjadi sasaran dakwah.<sup>42</sup>

Mujadalah berarti adu argumen atau bertukar pikiran secara santun dalam rangka menyampaikan ajaran agama. Pendekatan ini biasanya diterapkan kepada kalangan yang memiliki daya pikir kritis dan tingkat intelektual tinggi, seperti ahli kitab, yang sebelumnya telah mendapatkan ajaran keagamaan dari para nabi terdahulu.<sup>43</sup>

Metode ini dianggap sebagai pendekatan terakhir dan paling tinggi dalam berkomunikasi, karena membutuhkan pemahaman mendalam dan kemampuan berdialog secara rasional dan sopan.

#### **D. Media dan YouTube**

##### **1. Media**

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada khalayak luas. Campbell menjelaskan bahwa media digital bukan hanya alat penyebaran informasi, tetapi juga ruang pembentukan makna keagamaan baru yang interaktif.<sup>44</sup> Sejalan dengan itu, Anderson mengungkapkan bahwa identitas keagamaan di ruang maya dapat dibentuk melalui narasi-narasi yang

---

<sup>42</sup> Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat: Antara Muslim dan Nonmuslim* (Yogyakarta: STAIN Purwokerto Press, 2007), hlm. 38.

<sup>43</sup> Siti Muriah, *Metode Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), hlm. 44.

<sup>44</sup> Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media* (New York: Routledge, 2010), hlm. 23.

dibangun oleh para tokoh agama yang aktif di media sosial, termasuk YouTube.<sup>45</sup> Hirzalla dkk. menambahkan bahwa efektivitas pesan keagamaan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian gaya bahasa dengan karakteristik audiens digital, yang cenderung mengutamakan pesan singkat, emosional, dan komunikatif.<sup>46</sup> Dalam pandangan Nasr, teknologi modern tidak seharusnya dilihat sebagai ancaman terhadap nilai-nilai Islam, melainkan sebagai peluang untuk memperluas jangkauan dakwah melalui pendekatan yang lebih kontekstual.<sup>47</sup> Zulkiple pun menegaskan bahwa penggunaan bahasa yang retorik dan persuasif di media digital menjadi kunci keberhasilan dakwah kontemporer, khususnya dalam menarik perhatian generasi muda.<sup>48</sup> Oleh karena itu, gaya bahasa menjadi salah satu elemen penting dalam strategi dakwah digital, termasuk yang dilakukan oleh Gus Iqdam melalui kanal YouTube-nya.

## 2. Pengertian YouTube

YouTube berfungsi sebagai platform distribusi konten video berbasis web, di mana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi

---

<sup>45</sup> Jon W. Anderson, "Religious Authority and the Blogosphere," *Journal of Religion and New Media* 1, no. 1 (2003): 25.

<sup>46</sup> Fares Hirzalla, Liesbet van Zoonen, dan Frank Müller, "How to Engage in a Democratic Way Online: Youth, Politics, and the Internet," *Information, Communication & Society* 14, no. 6 (2011): 856.

<sup>47</sup> Seyyed Hossein Nasr, "Islam and the Challenge of Modern Technology," *Islamic Studies* 45, no. 2 (2006): 160.

<sup>48</sup> Zulkiple Abd Ghani, "Islamic Preaching and Communication: A Contemporary Perspective," *Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (2011): 5.

materi secara real-time atau terekam.<sup>49</sup> Selain itu, YouTube juga berperan sebagai platform berbasis web yang menyediakan layanan berbagi video, di mana pengguna memiliki kebebasan untuk mengunggah, menonton, dan mendistribusikan konten secara cuma-cuma. Saat ini, YouTube telah berkembang menjadi salah satu media berbagi video paling populer dan digunakan secara luas oleh jutaan pengguna di berbagai belahan dunia.

Sebagai platform dominan di era digital, YouTube memfasilitasi distribusi konten dakwah secara global, termasuk di Indonesia. Aksesibilitasnya yang tanpa batas geografis atau waktu memungkinkan pesan keagamaan menjangkau audiens lebih luas dibanding metode konvensional. Kontennya pun sangat beragam, mulai dari berita, edukasi, hiburan, hingga tutorial.<sup>50</sup>

Seperti disebutkan dalam sebuah sumber: “YouTube is the major source of video content as of May 2019 over five hundred hours of video gets uploaded on to YouTube every minute worldwide”, Per Mei 2019, tercatat bahwa setiap menitnya terdapat lebih dari 500 jam video yang diunggah ke platform tersebut dari berbagai penjuru dan belahan dunia.<sup>51</sup>

YouTube juga dijelaskan sebagai “a video-sharing which is considered to be a relatively new phenomenon”, yang artinya platform ini

---

<sup>49</sup> M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 33.

<sup>50</sup> Muriah, *Metode Dakwah Kontemporer*, hlm. 44.

<sup>51</sup> Apriyadi Tamburaka, *Literasi Media* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 28.

merupakan sarana berbagi video dan masih tergolong sebagai fenomena baru.<sup>52</sup>

Melalui sejumlah penjelasan demikian, mengindikasikan bahwa YouTube adalah sarana untuk membagikan konten audiovisual yang dapat dijangkau oleh pengguna diseluruh belahan dunia secara terbuka, lengkap dengan berbagai fitur yang menunjang penggunaannya.

## 2. Karakteristik YouTube

Sebagai platform user-generated content, YouTube menawarkan fleksibilitas teknis yang unik:

- (1) kebebasan durasi konten yang kontras dengan batasan 60 detik di TikTok,
- (2) algoritme moderasi konten yang secara aktif membatasi materi bermuatan SARA.
- (3) model monetisasi yang mengubah dakwah menjadi industri kreatif.<sup>53</sup>

## 3. YouTube sebagai Media Dakwah

---

<sup>52</sup> I Makna A'raaf K et al., "Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Pandemi Covid-19," *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 21, no. 2 (2021): 173–180, hlm. 176.

<sup>53</sup> Rajendra Babu H, Rangaswamy Buddayya, dan Nagaraja L. Gujjarappa, "Benefits of Videos in YouTube for the Undergraduate Students in Engineering and Technology in India," *Weblogy Journal* 16, no. 2 (2019): 57–71 hlm. 60

Instrumen dakwah merujuk pada sarana untuk mentransmisikan ajaran-ajaran Islam kepada masyarakat. Pada masa Rasulullah Saw. dan sahabat Rasul, bentuk sarana siar dakwah masih sangat minim, yakni melalui komunikasi tuturkata (qauliyah bil lisan), keteladanan perilaku (fi'liyah bil uswah), serta melalui media tulis seperti surat-menyurat.<sup>54</sup>

Hasanah menjelaskan media dakwah dipahami sebagai instrumen pendukung, wadah, maupun jalur sebagai penyampaian makna. Keberadaan media sangat dibutuhkan untuk mendukung efektivitas dan keberhasilan dakwah itu sendiri.<sup>55</sup>

YouTube mengalami perkembangan yang pesat sejak tahun 2006 dan menjadi salah satu media paling populer. Fungsinya pun berkembang, dari sekadar platform berbagi video menjadi sarana dakwah yang sangat efektif, bahkan kini telah mendukung fitur live streaming.<sup>56</sup>

YouTube juga diakui sebagai media paling cepat dan efektif dalam menyampaikan dakwah secara luas.

---

<sup>54</sup> Eugene Tafadzwa Maziriri, Parson Gapa, dan Tinashe Chuchu, "Student Perceptions Towards the use of YouTube as An Educational Tool for Learning and Tutorials," *International Journal of Instruction* 13, no. 2 (2020): 119–138, hlm. 120.

<sup>55</sup> Faiqah, Nadjib, dan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram", hlm. 24.

<sup>56</sup> Ricka Handayani, "Youtube Sebagai Media Komunikasi dalam Berdakwah di Tengah Pandemi," *Hikmah: Jurnal Ilmu dakwah dan Komunikasi Islam* 15, no. 1 (2021): 123–138, 130.