

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan transformasi besar dalam berbagai sendi kehidupan masyarakat, tak terkecuali dalam cara penyampaian dan penyebaran nilai-nilai ajaran Islam. Di antara berbagai platform digital yang kini banyak dimanfaatkan sebagai wahana dakwah, YouTube menjadi salah satu yang paling dominan penggunaannya. Keunggulan platform ini terletak pada kemampuannya menyebarkan konten keagamaan secara masif dan real-time, sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat lintas usia, latar belakang, maupun wilayah geografis.

Hadirnya ekosistem media digital telah menggeser batas-batas konvensional kegiatan dakwah yang selama ini hanya berlangsung di majelis taklim atau masjid, menuju ruang siber yang jauh lebih terbuka dan mampu menyentuh khalayak yang jauh lebih beragam. Sebagai agama yang membawa misi rahmatan lil 'alamin, Islam hadir untuk menebarkan kebaikan bagi seluruh umat manusia dan alam semesta. Salah satu instrumen utama dalam mewujudkan misi mulia tersebut adalah dakwah, yang merupakan tanggung jawab setiap Muslim sesuai kapasitas dan kemampuan masing-masing. Secara substantif, dakwah dapat dipahami sebagai upaya sistematis untuk mengajak,

menyadarkan, dan membimbing manusia agar menghayati serta mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan nyata.¹ Dalam konteks masyarakat modern, dakwah mengalami perkembangan dan penyesuaian terhadap perubahan sosial, budaya, dan teknologi yang terus berkembang. Pengaruh media sosial, teknologi informasi, dan globalisasi telah mengubah cara dakwah dijalankan maupun diterima oleh masyarakat.²

Fenomena pemanfaatan media digital sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga menjadi fenomena global. Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara individu dan komunitas keagamaan membangun interaksi, otoritas keagamaan, serta praktik keberagamaan di ruang digital. Media digital memungkinkan penyampaian pesan agama berlangsung secara lebih luas, cepat, dan interaktif sehingga membuka peluang baru bagi para pendakwah dalam menjangkau khalayak yang beragam.³

Selain itu, media digital juga menciptakan bentuk-bentuk baru komunikasi keagamaan yang memungkinkan audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai partisipan aktif

¹ Jihan Nur Millasari dkk., “Strategi Dakwah Dalam Penebar Perdamaian,” *Jurnal Teologi Islam* 1, no. 2 (10 Agustus 2025): 339–51, doi:10.63822/zze28c33.

² Aris Saefulloh, Zahratika Zalafi, dan Supriyadi Triyustino, “Reconfiguring Da’wah in Digital Modernity: Engaging Generation Z in the Age of New Media,” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 20, no. 1 (26 Maret 2026): 63–76, doi:10.24090/komunika.v20i1.13082.

³ Heidi A. Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (Abingdon, Oxon New York: Routledge, 2013).

dalam proses penyebaran dan interpretasi pesan keagamaan. Dengan demikian, dakwah melalui media digital menjadi salah satu bentuk adaptasi agama terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola komunikasi masyarakat modern.⁴

Salah satu bentuk dakwah yang tetap bertahan dan bahkan berkembang di era modern adalah ceramah agama. Ceramah tidak lagi hanya disampaikan secara langsung dalam majelis taklim, tetapi juga melalui berbagai platform digital seperti YouTube. Media ini memberikan peluang besar bagi para dai untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat tanpa batasan ruang dan waktu. Selain itu, penggunaan media digital dalam dakwah juga menjadi sarana efektif untuk menarik perhatian generasi muda yang lebih aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan pengetahuan.⁵ Untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah, diperlukan pendekatan komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai profetik. Sakdiah, Rahmah, Adawiah, dan Aslamiah menyatakan bahwa perkembangan berbagai platform media sosial membawa dampak positif sekaligus negatif dalam interaksi komunikasi dakwah digital, sehingga para dai dituntut untuk menguasai etika komunikasi profetik agar dakwah yang disampaikan dapat

⁴ Deni Irawan, "Strategi komunikasi dakwah (studi analisis dakwah tradisional dengan inovasi digital)," *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 8, no. 1 (2025): 1–16.

⁵ Hani Hadiati Pujawardani dan Muhammad Farid Amirudin, "Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Dakwah (Analisis Konten Dalam Video Sketsa di Channel NU Online)," *LANTERA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2022): 113.

berjalan secara efektif dan bertanggung jawab.⁶ "Hasanah dalam kajiannya terhadap strategi dakwah Gus Iqdam menyimpulkan bahwa integrasi platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. memungkinkan interaksi dua arah antara dai dan audiens secara real-time, memperluas jangkauan dakwah kepada khalayak yang jauh lebih luas.⁷

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia memiliki peran penting dalam mengarusutamakan nilai-nilai Islam yang moderat, damai, toleran, dan menghargai keberagaman. Keberagaman tersebut tercermin dalam berbagai corak pemikiran, gaya penyampaian, serta fokus tema yang diangkat oleh para dai kontemporer. Dalam konteks ini, munculnya tokoh-tokoh dakwah yang mampu menarik perhatian masyarakat luas melalui media digital menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji secara akademis.⁸

Dalam konteks dakwah digital di Kalimantan Selatan, salah satu figur yang menonjol adalah Habib Mustafa Al-Haddar, seorang ulama yang secara konsisten memanfaatkan platform digital sebagai medium penyebaran ilmu agama. Ceramah-ceramah beliau yang direkam dan

⁶ Halimatus Sakdiah dkk., "Prophetic Communication in Digital Preaching: Building a Critical and Wise Society in Using Social Media/Komunikasi Profetik dalam Dakwah Digital: Membangun Masyarakat yang Kritis dan Bijak dalam Bermedia Sosial," *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah* 13, no. 1 (2025): 13–24.

⁷ Risqiatul Hasanah, "Integration of Technology in Da'wah: Utilization of Social Media and Multimedia Content to Improve Accessibility and Da'wah Strategies of Gus Iqdam," *Indonesian Journal of Islamic Communication* 7, no. 1 (5 Juni 2024): 14–38, doi:10.35719/ijic.v7i1.2144.

⁸ Salman Yoga, "Perubahan sosial budaya masyarakat indonesia dan perkembangan teknologi komunikasi," *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 24, no. 1 (2018): 3.

disebarluaskan melalui YouTube telah menjadi salah satu rujukan keagamaan yang banyak diminati masyarakat, khususnya di Kalimantan Selatan. Ceramah-ceramah Habib Mustafa Al-Haddar mendapatkan perhatian besar dari masyarakat karena gaya penyampaian yang khas, komunikatif, tegas, dan diselingi humor sehingga mudah dipahami oleh jamaah dari berbagai kalangan. Gaya ceramah tersebut menjadikan dakwah yang disampaikan terasa lebih hidup dan tidak membosankan bagi para pendengar. Beliau Musthofa Sholeh Al-Haddar merupakan penceramah asal Martapura, Kalimantan Selatan, yang dikenal luas oleh masyarakat Banjar. Kehadirannya di media sosial, khususnya YouTube, menunjukkan bahwa dakwah lokal dapat berkembang menjadi konsumsi publik yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital. YouTube menjadi salah satu media penting dalam menyebarluaskan ceramah-ceramah beliau. Bertambahnya jumlah penonton dan interaksi pada video-video ceramah beliau di YouTube menunjukkan adanya minat masyarakat yang terus meningkat terhadap konten dakwah yang disampaikan.⁹

Ceramah-ceramah Habib Mustafa Al-Haddar membahas berbagai tema keislaman, mulai dari penjelasan mengenai akidah, ibadah, akhlak, hingga persoalan sosial kemasyarakatan. Dalam menyampaikan dakwahnya, beliau mampu menghubungkan ajaran

⁹“Abang Santribanjar,” YouTube, diakses 10 Juli 2026, <https://www.youtube.com/channel/UChMLMUd-47q8ko4imVG-oag>.

Islam dengan realitas kehidupan masyarakat modern sehingga pesan-pesan yang disampaikan terasa relevan dengan kondisi sosial yang dihadapi masyarakat saat ini. Pendekatan tersebut menunjukkan adanya upaya menjembatani tradisi keislaman dengan perkembangan zaman modern sebagaimana dijelaskan oleh Zulkifli.¹⁰

Di sisi lain, pesan dakwah Habib Mustafa Al-Haddar juga mencerminkan kedekatannya dengan realitas sosial dan budaya masyarakat Indonesia. Dalam beberapa ceramahnya, beliau menyinggung persoalan pluralisme, pentingnya menjaga persatuan, keadilan sosial, serta pembentukan identitas keislaman yang tetap menghargai keberagaman. Menurut Azra, pendekatan dakwah yang demikian menunjukkan kesadaran terhadap kompleksitas masyarakat multikultural sekaligus memperkuat solidaritas sosial dalam bingkai keislaman.¹¹

Dalam menyampaikan dakwahnya, beliau sering menggunakan kisah-kisah historis, humor, perumpamaan, serta bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat awam. Pendekatan tersebut menjadikan pesan dakwah lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan masyarakat, baik dari kalangan awam maupun intelektual. Sebagaimana dijelaskan oleh Jalaluddin Rakhmat, penggunaan retorika yang efektif dalam dakwah mampu meningkatkan daya tarik pesan dan

¹⁰ M. A. Zulkifli, *Praktik Sufi dalam Arena Keagamaan dan Kemodernan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2023), 45.

¹¹ Azyumardi Azra, *Islam substantif: Agar umat tidak jadi buih* (Bandung: Mizan, 2000), 67.

memudahkan audiens memahami isi ceramah yang disampaikan.¹²

Selain menyampaikan pesan-pesan keagamaan, Habib Mustafa Al-Haddar juga sering menekankan pentingnya menjaga etika dalam kehidupan bermasyarakat, hubungan yang harmonis antara agama dan negara, serta keterlibatan umat Islam dalam kehidupan sosial. Pendekatan dakwah seperti ini, menurut Robert W. Hefner, dapat mendorong umat Islam untuk aktif dalam kehidupan sosial tanpa meninggalkan nilai-nilai agama yang dianutnya.¹³

Berdasarkan uraian tersebut, ceramah Habib Mustafa Al-Haddar yang disebarluaskan melalui YouTube menjadi menarik untuk diteliti, khususnya terkait pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah dikemas dan disampaikan melalui media digital, serta bagaimana relevansinya terhadap kehidupan sosial masyarakat modern. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian dakwah, khususnya dakwah digital melalui media sosial YouTube.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

¹² Jalaludin Rakhmat, *Retorika modern: pendekatan praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 15.

¹³ Robert W. Hefner, "Civil islam: Muslims and democratization in indonesia," dalam *Civil Islam* (Princeton: Princeton University Press, 2011), 18.

1. Apa saja pesan dakwah yang muncul dalam ceramah Habib Musthofa Al-Haddar?
2. Bagaimana pesan dakwah tersebut dikomunikasikan melalui format, gaya, dan ritme oleh Habib Musthofa Al-Haddar?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Ethnographic Content Analysis (ECA), yang bercirikan proses penemuan (discovery) sekaligus verifikasi (verification) melalui perbandingan konstan (constant comparison) terhadap dokumen yang dianalisis. Melalui pendekatan ini, pesan dakwah tidak hanya diidentifikasi tema-temanya, tetapi juga ditelusuri bagaimana pesan tersebut disusun dan disajikan melalui perangkat organisasi atau format tertentu mencakup gaya penyampaian, ritme ceramah, tingkat aksesibilitas bagi audiens, unsur dramatisasi, hingga relevansinya dengan kebutuhan jamaah. Sejalan dengan karakteristik ECA tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan dan memahami tema-tema pesan dakwah yang muncul dalam ceramah Habib Musthofa Al-Haddar melalui proses perbandingan konstan (constant comparison) terhadap dokumen ceramah.
2. Menganalisis perangkat organisasi atau format meliputi gaya, ritme, aksesibilitas, drama, dan relevansi audiens yang digunakan Habib Musthofa Al-Haddar dalam menyajikan pesan dakwah.

4. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan metode Analisis Isi Etnografis (Ethnographic Content Analysis/ECA) dalam studi komunikasi dakwah, khususnya dalam menganalisis dokumen ceramah secara kualitatif dengan menekankan validitas dan deskripsi naratif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam bagi para dai atau pendakwah mengenai bagaimana nilai-nilai keagamaan dapat dikonstruksikan secara sosial melalui pendekatan budaya lokal dan humor, sehingga pesan dakwah yang berat dapat lebih mudah diakses dan diterima oleh audiens. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat mengenai cara pesan dakwah dikemas secara kontekstual sesuai dengan budaya Banjar, sehingga masyarakat dapat lebih kritis dan bijak dalam memahami konten dakwah yang mereka konsumsi sehari-hari.

5. Definisi Oprasional

Definisi operasional digunakan untuk memberikan batasan terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami fokus penelitian ini. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis Pesan Dakwah

Istilah "analisis pesan dakwah" dalam penelitian ini merupakan gabungan dari dua konsep pokok, yaitu analisis isi dan pesan dakwah. Secara etimologis, kata analisis berasal dari bahasa Yunani kuno analisis, yang terbentuk dari kata ana (kembali) dan luein (melepas atau mengurai), sehingga secara harfiah berarti menguraikan kembali suatu hal menjadi bagian-bagian yang lebih kecil guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

¹⁴ Komarudin mendefinisikan analisis sebagai aktivitas berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen-komponen kecil sehingga dapat dikenali tanda-tanda komponen, hubungan masing-masing komponen, dan fungsi setiap komponen dalam satu keseluruhan yang terpadu.¹⁵ Adapun Wiradi menyatakan bahwa analisis adalah aktivitas yang memuat kegiatan memilah, mengurai, dan membedakan sesuatu untuk kemudian digolongkan menurut kriteria tertentu, lalu dicari makna dan kaitannya masing-masing.¹⁶

Dalam kajian ilmu komunikasi, analisis isi (content analysis) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji isi komunikasi secara sistematis dan objektif. Eriyanto menjelaskan bahwa analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan

¹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 58.

¹⁵ Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003).

¹⁶ Gunawan Wiradi dan Moh Shohibuddin, *Seluk beluk masalah agraria: reforma agraria dan penelitian agraria*, vol. 68 (Yogyakarta: STPN Press, 2009), 20.

menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen atau teks sebagai sumber data.¹⁷

Sementara itu, pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang bersumber dari nilai-nilai Islam, baik yang terdapat dalam Al-Qur'an maupun al-Hadis, yang secara garis besar mencakup dimensi akidah, syariat, dan akhlak. M. Ali Aziz menegaskan bahwa pesan dakwah pada dasarnya adalah isi atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u, dengan sumber utamanya adalah ajaran Islam.¹⁸

Pandangan tersebut sejalan dengan Krippendorff yang menyatakan bahwa analisis isi merupakan teknik penelitian untuk menghasilkan inferensi yang valid dan dapat direplikasi dari data menuju konteks penggunaannya. Analisis isi tidak hanya berfungsi untuk mengidentifikasi isi pesan yang tampak, tetapi juga memungkinkan peneliti memahami makna, pola, dan kecenderungan yang terkandung dalam suatu pesan komunikasi secara sistematis dan objektif.

Dengan demikian, metode analisis isi sangat relevan digunakan untuk mengkaji pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media digital seperti YouTube.¹⁹ Dengan demikian, analisis pesan dakwah

¹⁷ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet. I (Jakarta: Kencana, 2011), 15.

¹⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Prenada Media, 2024), 318–19.

¹⁹ Syafiq Rahmatullah, "Analisis Isi Pesan Dakwah Motivasional Dalam Podcast Ketika Lupa Menikmati Hidup Pada Kanal Youtube Cahaya Untuk Indonesia," *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH* 3, no. 5 (2025): 570–81.

dalam penelitian ini diartikan sebagai proses pengkajian secara sistematis terhadap kandungan ceramah Habib Mustafa Al-Haddar di YouTube " khususnya untuk mengidentifikasi dan memetakan muatan pesan dakwah yang meliputi dimensi akidah, syariat, dan akhlak.

2. Ceramah

Ceramah merupakan salah satu metode dakwah bil-lisan yang paling banyak digunakan oleh para da'i dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat. Secara umum, ceramah adalah suatu teknik atau metode dakwah yang bercirikan penyampaian pesan secara lisan oleh seorang da'i kepada khalayak dalam suatu kegiatan dakwah. Asmuni Syukir menjelaskan bahwa ceramah sebagai metode dakwah tidak hanya bersifat informatif, melainkan juga persuasif dan instruktif, yakni bertujuan mengajak audiens untuk memahami dan mengamalkan nilai-nilai Islam.²⁰ Ceramah dapat berbentuk pengajian, khutbah, sambutan, maupun penyampaian pesan keagamaan melalui berbagai media komunikasi.²¹

Ceramah merupakan salah satu metode dakwah yang paling efektif karena mampu menjangkau audiens dalam jumlah besar sekaligus dalam waktu yang relatif singkat.²² Dalam perkembangannya, ceramah tidak lagi terbatas pada forum tatap muka di majelis taklim

²⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar strategi dakwah Islam* (Surabaya: Ikhlas, 1984), 104.

²¹ Ibid., 105.

²² Rizki Aditya Putra dan Nesya Aslami Boru Sembiring, "Analisis efektivitas metode penyuluhan pada program arurang ngobatan dina pakarangan (ubaran) dengan pendekatan kualitatif," *Penyuluhan & Komunikasi Pembangunan Pertanian* 1, no. 2 (2024): 46–58.

atau masjid, melainkan telah merambah ke berbagai platform media digital, termasuk YouTube, sehingga jangkauan dakwah menjadi jauh lebih luas dan tidak terikat oleh batasan geografis maupun waktu.

Dalam konteks penelitian ini, ceramah yang dimaksud adalah rekaman kegiatan dakwah Habib Mustafa Al-Haddar yang disajikan dalam format video diYouTube " yang memuat penyampaian materi-materi keislaman secara lisan kepada jemaah.

3. Youtube

YouTube merupakan platform berbagi video berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan konten video secara daring. Rulli Nasrullah mendefinisikan YouTube sebagai media sosial berbasis video di mana setiap pengguna yang memiliki akun dapat membuat saluran (channel) dan mengunggah konten video dengan berbagai kategori untuk dikonsumsi oleh khalayak luas.²³ Sementara itu, Jean Burgess dan Joshua Green menegaskan bahwa YouTube bukan sekadar platform teknis penyimpanan video, melainkan telah berkembang menjadi ruang budaya digital yang memungkinkan terjadinya partisipasi, ekspresi, dan interaksi antarpengguna secara global.²⁴

Sebagai platform media sosial, YouTube memiliki

²³ Rulli Nasrullah, *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 110.

²⁴ Jean Burgess dan Joshua Green, *Youtube: Online Video and Participatory Culture*, Second edition, Digital Media and Society Series (Cambridge, UK Malden, MA: Polity Press, 2018).

jangkauan yang sangat luas dan kemampuan akses yang tinggi. Hal ini menjadikan YouTube sebagai salah satu media yang efektif untuk kegiatan dakwah di era digital. Sebagaimana dikemukakan oleh Eko Saputra, YouTube sebagai media dakwah memiliki keunggulan berupa kemampuan menjangkau audiens lintas batas geografis, waktu, dan generasi, sehingga pesan dakwah dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh masyarakat.²⁵

Dalam penelitian ini, YouTube yang dimaksud adalah yang menjadi wadah utama penyebaran ceramah-ceramah Habib Mustafa Al-Haddar kepada masyarakat luas, baik di Kalimantan Selatan maupun di seluruh Indonesia.

6. Penelitian Terdahulu

Guna memetakan posisi penelitian ini di antara kajian-kajian yang telah ada sebelumnya sekaligus memperkuat pijakan akademisnya, peneliti menelaah sejumlah penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan fokus dan tema pembahasan.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Zulfi Pariska.²⁵ Penelitian ini berupaya memahami pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki melalui platform digital YouTube dengan menyoroti bagaimana pesan spiritual dan motivasi keislaman dikemas secara menarik dan komunikatif untuk kalangan muda.

²⁵ Ulfa Zulfi Pariska, "PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI (Analisis Isi Kajian Fathi 'Pegang Janji Allah' Episode 27 September 2017 Via YouTube)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ayu Magfirah.²⁶ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode framing untuk mengetahui strategi kedua pendakwah dalam membingkai pesan dakwah melalui vidgram di Instagram. Penelitian ini menunjukkan bagaimana platform media sosial dimanfaatkan secara strategis dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ridho Akbar.²⁷ Penelitian ini berfokus pada analisis bentuk dan isi pesan dakwah yang disampaikan melalui kanal YouTube tersebut dengan pendekatan naratif, inklusif, dan edukatif.³⁰

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Achsanul Umar.²⁸ Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis nilai-nilai pendidikan toleransi yang terkandung dalam buku tersebut serta relevansinya dalam membentuk sikap keberagamaan yang inklusif dan humanis.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Risqiatul Hasanah. Penelitian ini menggunakan metode netnografi dengan pendekatan studi kasus dan menyimpulkan bahwa integrasi platform digital

²⁶ Ayu Magfirah, "Analisis Framing Dakwah Ustaz Hanan Attaki Dan Ustaz Felix Siau" (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2018), <http://library.ar-raniry.ac.id/>.

²⁷ Ridho Akbar, "Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Akun YouTube Jeda Nulis," *Skripsi* (Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022), <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/60132>.

²⁸ Achsanul Umar, "Analisis Nilai-Nilai Pendidikan Toleransi dalam Buku Tak di Kabah di Vatikan atau di Tembok Ratapan Tuhan Ada di Hatimu Karya Husein Jafar Al-Hadar," *Skripsi* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021), <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/11679>.

mampu memperluas jangkauan serta meningkatkan efektivitas pesan dakwah di era modern, sekaligus menekankan pentingnya penggunaan analitik data sebagai alat ukur efektivitas strategi dakwah digital. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini dalam hal pemanfaatan platform digital sebagai sarana penyebaran dakwah Islam. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian; penelitian Hasanah (2024) mengkaji strategi dakwah Gus Iqdam secara menyeluruh di berbagai platform media sosial, sementara penelitian ini secara khusus berfokus pada analisis isi pesan dakwah Habib Mustafa Al-Haddar di YouTube" menggunakan metode analisis isi (content analysis).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa kajian mengenai dakwah digital, analisis pesan dakwah, serta komunikasi dakwah melalui media sosial telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Magfirah lebih menitikberatkan pada analisis framing dakwah Ustadz Hanan Attaki dan Ustadz Felix Siauww melalui media Instagram. Sementara itu, penelitian Ridho Akbar berfokus pada analisis isi pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam akun YouTube Jeda Nulis dengan pendekatan naratif dan edukatif.

Adapun penelitian Achsanul Umar lebih menekankan pada nilai-nilai pendidikan toleransi dalam karya tulis Habib Husein Ja'far

Al-Hadar. Persamaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada kajian mengenai dakwah Islam, komunikasi dakwah, serta penggunaan media digital sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan.

7. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap isi penelitian ini, penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori

Memuat teori-teori yang menjadi landasan penelitian, meliputi teori pesan dakwah (pengertian, jenis, dan karakteristik pesan dakwah) serta teori analisis isi sebagai pisau analisis utama.

BAB III Metode Penelitian

Menguraikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan kerangka berpikir.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menyajikan gambaran umum subjek penelitian (Habib Mustafa Al-Haddar dan YouTube klasifikasi pesan dakwah, karakteristik

komunikasi, serta pembahasan yang mengaitkan temuan dengan teori yang digunakan.

BAB V Penutup

Berisi simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.