

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah termasuk dalam tindakan komunikasi, walaupun tidak setiap aktivitas komunikasi itu ialah dakwah. Dakwah adalah ajakan kepada manusia mengenai pesan ataupun ajaran Islam agar berbuat baik atau menjadi lebih baik demi mencapai kebahagiaan dunia maupun akhirat. Maka dari itu dakwah merupakan salah satu kewajiban dari berbagai kewajiban yang ditetapkan oleh Allah SWT untuk dilakukan umat Islam, khususnya bagi umat muslim itu sendiri. Maksud dari kewajiban yang satu ini yaitu bertujuan untuk menyeru atau mengingatkan kepada mad'u guna selalu berbuat kebaikan (amar ma'kruf) dan menjauhi segala keburukan (nahi mungkar).¹ Dengan begitu dakwah sendiri berguna untuk umat muslim agar melakukan segala kebaikan dengan terus menyampaikan, mengajak dan menyiarkan pesan-pesan keIslaman tersebut. Maka dakwah sendiri termasuk salah satu dalam proses penyampaian berupa pesan-pesan yang dapat dilakukan seseorang (dai) kepada orang lain atau sekelompok orang dengan

¹ Ferdian Achsani and Siti Aminah Nur Laila, "Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu Menyambut Lebaran Karya Pendhoza," *Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*. Vol. 3, no. 2 (2019): h. 123.

menggunakan berbagai cara.² Proses penyampaian dakwah sendiri tidak terlepas melalui proses komunikasi, sebab dakwah sejatinya merupakan sebuah komunikasi, dai berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u dan sebagai komunikan dengan berbagai cara serta melalui berbagai media yang ada.³

Oleh karena itu, semakin berkembangnya zaman maka semakin beragam pula cara manusia dalam mengingatkan satu sama lain. Pada era informasi dan globalisasi sekarang ini, dakwah tidak hanya bisa dilakukan melalui tatap muka secara langsung, akan tetapi dapat juga melalui media, seperti elektronik (televisi, film, dan radio) dan cetak (surat kabar, bulletin, tabloid, dan majalah), maupun internet.

Sekarang ini, kemunculan internet sebagai media baru memberikan peluang yang terbuka terhadap proses transformasi dakwah Islam sendiri. Internet dilihat sebagai media massa yang memiliki kemampuan dalam menyampaikan pesan dakwah dalam cakupan yang luas serta ruang yang tak terbatas.⁴ Adapun lagi media yang saat ini sangat akrab dengan mad'u yaitu media sosial dengan berbagai kecanggihan yang begitu akrab dan

² Lalan Permana, A Bachrun Rifa, dan Aang Ridwan, "Analisi Isi Pesan Dakwah Dalam Buku 17 Sekar Pupuh Anggoeun Di Sakola Karya Godi Suwarna," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol. 4, no. 3 (2019): h. 305.

³ Efa Rubawati, "Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah," *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol. 2, no. 1 (2018): h. 127.

⁴ Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam," *Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, Vol. 3, no. 2 (2019): hal. 85.

populer di masyarakat sendiri.⁵ Berdakwah pun dapat dilakukan dengan mudah dalam bentuk apapun, seperti aktivitas dakwah yang menggunakan media (*channel*) dakwah.

Dakwah yang dilakukan seorang dai seperti di atas mimbar akan membuat jenuh para mad'u yang mendengarkannya khususnya para remaja sendiri. Dakwah sendiri juga sering dipahami dalam kegiatannya berupa pengajian, ceramah, dan lain-lain yang menyebabkan para jamaah kurang tertarik mendengarkan mengenai dakwah tersebut sebab dianggap kurang menarik, membosankan, dan monoton. Padahal dakwah sendiri dapat dilakukan dengan cara yang lain dan dapat dikemas secara modern dan menarik seperti halnya yang terdapat di media sosial sekarang. Dengan begitu sesuai dengan perkembangan zaman ini, sudah terdapat beberapa media yang dapat digunakan dalam berdakwah yaitu salah satunya media sosial berupa YouTube.⁶ YouTube sendiri adalah sarana yang dapat digunakan untuk berbagi video secara gratis yang dapat diakses oleh siapapun. Dengan kemajuan yang sangat pesat dalam perkembangan teknologi informasi ini maka telah mengantarkan manusia menjadi semakin mudah dalam berhubungan satu sama lain. Yang saat ini tengah marak di publik, salah satunya yaitu hadirnya media berupa YouTube ini, yang mana menjadi topik hangat dikalangan banyak umat, termasuk umat Islam sendiri.

⁵ Encep Dulwahab, "Rebranding Dakwah Di Media Televisi," *Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, Vol. 15, no. 2 (2016): h. 299.

⁶ *Ibid*, h. 306.

Dengan demikian umat Islam dapat memanfaatkan media YouTube ini sebagai media untuk menyebarkan kebaikan sehingga Islam beserta elemennya dapat terpublikasi secara massal melalui media informasi dan dapat merubah pemahaman serta pandangan para mad'u mengenai dakwah yang dianggap monoton tersebut.

Dengan adanya YouTube ini telah memberi kemudahan bagi masyarakat yang berada di mana saja ketika ingin menerima pesan dakwah itu sendiri tanpa harus mengeluarkan biaya, waktu, dan jarak tempuh. Sebagian pada mad'u yang tidak dapat berhadir atau datang ke tempat dakwah untuk mendapatkan pesan dakwah sekarang dapat menggunakan media YouTube yang mampu membuat masyarakat untuk menjangkau informasi yang luas secara bersamaan pada saat kegiatan berlangsung melalui *streaming* online di YouTube atau secara tidak langsung (memutar kembali). YouTube saat ini banyak diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, sampai dengan orang dewasa sekalipun. Tak hanya itu saja, berdakwah juga semakin mudah dengan adanya media YouTube, siapapun dapat mempublikasikan video buatannya di YouTube tanpa terkecuali.

Adapun berdasarkan riset yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social, bahwa YouTube memiliki 202,6 juta pengguna per Januari 2021 di Indonesia, yang merupakan media efektif dan populer untuk menyebarkan

pesan dalam bentuk video.⁷ Dengan slogan YouTube “*Broadcast Yourself*”, siapapun dapat menyampaikan pendapat dan mengekspresikan diri secara bebas di YouTube. Sehingga pengunjung dapat menikmati konten yang beragam dan pilihan tema serta kategori tampilan yang beragam. Salah satunya tema Islami kategori dakwah berupa *Channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam. Berdasarkan informasi yang tertera pada *channel* YouTube tersebut, *channel* ini bergabung di YouTube pada 21 Juni 2020. Terhitung pada tanggal 01 September 2022, pukul 22.00 WITA *subscribersnya* berjumlah 517 dengan jumlah postingan 12 video. Masing-masing jumlah *viewers* pada postingan berbeda-beda, jumlah paling sedikit adalah 145 *viewers* sedangkan yang paling populer mencapai 1,9 ribu *viewers* dan jumlah keseluruhan 8.549 kali ditonton.

Dari 12 video pada *channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam, penulis hanya memilih untuk meneliti video berupa cerita pendek yaitu Lelah Salah 1&2, An-Nushha 1&2, Dhuha, dan No Problem, sebab video lain hanya berisikan tentang video *cinematic* acara tertentu seperti *cinematic* akad, aqiqah, dan wedding.

Channel ini juga merupakan buatan dari kumpulan anak muda lokal yang berasal dari Kalimantan Selatan tepatnya di daerah Nagara Hulu Sungai Selatan. Pada video tersebut juga menggunakan bahasa daerah yang

⁷ Alim Javier Ardyansyah dan Imam Suprabowo, “Da’wah Message on the YouTube Channel Hobby Makan (Stuart Hall Theory Reception Analysis),” *Journal of Islamic Communication and Counseling*. Vol. 1, no. 2 (2022): h. 143.

berada di Kalimantan Selatan berupa bahasa Banjar dan didalamnya juga terdapat teks berbahasa nasional yaitu bahasa Indonesia agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

Sesuai dengan namanya *channel* YouTube ini hadir dengan menghasilkan beberapa video cerita pendek, yang dikemas secara sederhana dan modern agar tidak membuat jenuh yang menonton dan menyaksikannya. Dalam video tersebut juga terkandung pesan dakwah dan pesan inspiratif yang mudah ditangkap dan dipahami bagi para penontonnya sehingga dapat dicerna dengan baik pesan-pesan dakwah yang disampaikan baik itu secara tampak ataupun tersembunyi.

Adapun dari survei pengguna media sosial di Indonesia, 66% berusia 18-34 tahun, yang berarti lebih dari setengah adalah remaja dan dewasa. Sehingga pada usia tersebut mereka sudah bisa membedakan mana yang baik dan yang buruk. Melihat survei ini bisa menjadi peluang bagi para pelaku dakwah yang ingin memanfaatkan media YouTube sebagai media dakwah. Saat ini YouTube cocok menjadi media dakwah yang dapat disukai oleh masyarakat karena memuat fungsi-fungsi yang berkaitan dengan kegiatan dakwah. Di mana YouTube dapat digunakan sebagai media informasi, dengan demikian dai (pembuat konten) dapat menginformasikan hal-hal yang lebih positif, apalagi menurut survei *We are social*, 56% penduduk Indonesia sudah aktif menggunakan internet. Menurut Matt Gielen dari *Frederator Networks*, setelah mengumpulkan data diseluruh

jaringan mereka lebih dari 1.300 saluran dan 120.000.000 penayangan bulanan dan rata-rata usia penonton YouTube mereka berkisaran antara 13 hingga 34 tahun.⁸ Oleh karena itu, dimungkinkan untuk memberikan informasi lebih mudah menggunakan media sosial, terutama dalam penyampaian pesan dakwah tentang Islam seperti yang terdapat pada *channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam ini.

Dengan demikian, berangkat dari pemaparan di atas penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih jauh mengenai pesan dakwah pada *channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam karena banyak mengandung pelajaran dan nilai-nilai Islam, baik secara Akidah, Syariah, dan Akhlak. Maka dengan ini penulis mengangkat judul “**Pesan Dakwah Pada Channel YouTube Pesan Inspitatif Islam**”.

⁸ *Ibid*, h. 144.

B. Fokus Penelitian

Dari penjelasan yang telah penulis jabarkan di atas, maka fokus penelitian yang akan penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang terkandung dalam *channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam pada video Lelah Salah 1&2, An-Nushha 1&2, Dhuha, dan No Problem.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian yang penulis teliti yaitu untuk mengetahui mengenai isi pesan dakwah yang terkandung dalam *channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam pada video Lelah Salah 1&2, An-Nushha 1&2, Dhuha, dan No Problem.

D. Signifikansi Penelitian

Jika penelitian ini mampu menghasilkan secara baik, diharapkan dapat berguna untuk pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dari penelitian ini. Adapun sebagai berikut:

1. Signifikansi Teoritik

Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan informasi dan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan ilmiah yang dapat bermanfaat untuk para pengembangnya. Terutama dalam jurusan Komunikasi Penyiaran Islam yang terdapat di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

2. Signifikansi Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi penambah wawasan bagi para teoritis, praktisi, serta pemikir dakwah dalam mengemas nilai-nilai Islam menjadi kajian yang menarik. Sehingga mampu memberikan inspirasi dan juga motivasi kepada pelaku dakwah untuk lebih memanfaatkan media di zaman modern sekarang yang berguna sebagai sarana yang lebih mudah dalam memberikan dakwah.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kekeliruan dan untuk menghindari terjadinya salah pengertian dan penafsiran yang berbeda dalam memahami judul penelitian ini. Maka penulis memberikan penjelasan terhadap kalimat yang terdapat pada judul “Pesan Dakwah Pada *Channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam”, sebagai berikut:

1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah, pesan dakwah sendiri menggambarkan berupa sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata, pesan dakwah berkaitan dengan makna

dipersepsi atau diterima oleh seseorang, penerima pesan dakwah sendiri yaitu mad'u atau objek dakwah.⁹

Maka Pesan dakwah yang dimaksud adalah ajaran agama Islam yang meliputi akidah, syariah dan akhlak. Akidah merupakan pondasi utama dalam beragama, yang di dalamnya terdapat sistem keyakinan atau iman, Syariah meliputi sistem peribadatan makhluk dengan khaliq-Nya, sedangkan akhlak terdapat sistem relasi antara makhluk dan makhluk.¹⁰

Dengan demikian pesan atau materi dakwah diklasifikasikan dalam tiga hal pokok yang *pertama*, pesan akidah, yang di dalamnya terdapat materi tentang iman kepada Allah SWT, iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada Kitab-kitab Nya, iman kepada Rasul-rasul Nya, iman kepada Hari Akhir, dan iman kepada "*Qadha-Qadhar*". *Kedua*, pesan syariah, yang terdiri dari ibadah, seperti thaharah, salat, zakat, puasa, dan haji. Sementara muamalah yang didalamnya terdapat hukum perdata, seperti hukum niaga, hukum nikah, dan hukun waris. Sedangkan hukum publik meliputi hukum pidana, hukum negara, hukum perang, dan damai. Dan yang *ketiga*, pesan akhlak yang terdiri dari dua, yakni akhlak terhadap Allah dan akhlak terhadap makhluk, yang meliputi, akhlak terhadap

⁹ Hamidah, Manalullaili, dan M. Akbar, "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Novel Bumi Cinta Karya Habiburrahman El Shirazi," *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, Vol. 1, no. 2 (2017): h. 63–64.

¹⁰ Syifa Hayati Islami, "Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu Ebiet G . Ade," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol. 1, no. 1 (2016): h. 106.

manusia yang di dalamnya menyangkut akhlak pada diri sendiri, tetangga, dan masyarakat lainnya. Sementara akhlak terhadap bukan manusia juga tidak bisa dilupakan seperti berakhlak pada flora dan fauna.¹¹

2. *Channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam

YouTube merupakan salah satu media berupa penyampaian pesan dakwah yang sangat efektif. YouTube juga merupakan sebuah portal website yang menyediakan layanan video *sharing*. Penggunaanya harus memiliki akun yang terdaftar sehingga bisa *upload* video terbaru dan di bagikan kepada pengguna YouTube dan pengguna internet di seluruh dunia.¹²

Sekarang terdapat beberapa media yang bisa digunakan dalam berdakwah yaitu YouTube dan salah satu *channel* yang di dalamnya mengandung pesan dakwah adalah *channel* YouTube pesan inspiratif Islam. *Channel* ini berisi tentang cerita pendek yang di dalamnya mengandung pesan dakwah berupa akidah, syariah, dan akhlak serta isinya yang ringan, santai dan juga mudah diterima bagi seluruh kalangan khususnya remaja itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai isi pesan dakwah yang terkandung dalam *channel* YouTube Pesan Inspiratif

¹¹ Fahrurrozi, Faizah, dan Kadri, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019): h. 92-93.

¹² Dita Fitria, Siti Sumijaty, dan Encep Taufik Rahman, "Dakwah Kuliner," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol. 6, no. 2 (2021): h. 149.

Islam pada video Lelah Salah 1&2, An-Nushha 1&2, Dhuha, dan No Problem.

F. Penelitian Terdahulu

Agar terhindar dari kesamaan pada penelitian sebelumnya dengan yang penulis akan teliti, maka berikut akan dipaparkan mengenai karya ilmiah yang relevan dengan judul skripsi, sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Guesty Tania, mahasiswi program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, tahun 2019. Skripsi tersebut berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram.

Dalam penelitian ini, adalah suatu penelitian yang dikerjakan guna mengupas atau mengkaji isi pesan dakwah yang berkaitan pesan akidah, syariah, dan akhlak yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pesan yang disampaikan ustadz Hanan Attaki di akun instagramnya. Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama meneliti isi pesan dakwah. Selain itu, persamaan lain terletak pada metode yang digunakan yaitu metode analisis isi deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Untuk perbedaan terletak pada objek yang diteliti yaitu penulis meneliti pada objek berupa *channel* YouTube, sedangkan penelitian terdahulu meneliti pada media sosial Instagram.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Asmarita, mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, tahun 2021. Skripsi tersebut berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad di YouTube.

Dalam penelitian ini, penelitian terdahulu meneliti mengenai pesan dakwah yang disajikan oleh Ustadz Abdul Somad di *channel* nya dan pesan dakwah yang paling dominan beliau bahas.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti pesan dakwah yang terkandung dan media yang digunakan yaitu media YouTube. Selain itu, persamaan lain terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif.

Untuk perbedaan tertelak pada pemilik *channel* YouTube dan cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Peneliti sebelumnya meneliti *channel* YouTube milik Ustadz Abdul Somad, sedangkan penulis meneliti *channel* YouTube Pesan Inspiratif Islam.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Pradipta Abhiyoga Rahardjo dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tahun 2020. Skripsi nya berjudul Analisis Isi Pesan

Dakwah Ustadz Abdul Somad dalam Akun Youtube Tafaqquh Video.

Pada penelitian terdahulu meneliti tentang isi pesan dakwah dan yang paling dominan dari Ustadz Abdul Somad dalam akun Youtube Tafaqquh Video.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama meneliti mengenai pesan dakwah dan media yang digunakan adalah media Youtube. Penelitian ini juga menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada *channel* yang diteliti, penelitian terdahulu meneliti pada Youtube Tafaqquh Video Ustadz Abdul Somad. Sedangkan penulis meneliti pada *channel* Youtube pesan Inspiratif Islam.

G. Sistematikan Penulisan

Pada penelitian ini, terdapat sistematika penulisan untuk memudahkan dalam penyusunan penulisan. Maka penulis menggunakan sistematikan penulisan yang terbagi menjadi lima bab, adapun sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan. Bab ini berisikan latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematikan penulisan.
2. Bab II Kerangka Teori. Memuat pengertian dakwah, fungsi dan tujuan dakwah, unsur-unsur dakwah, pesan dakwah, pengertian

pesan dakwah, macam-macam pesan dakwah, YouTube, analisis isi.

3. Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisikan metode penelitian yang meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, berupa deskripsi umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan atau analisis.
5. Bab V Penutup. Bab ini berisikan simpulan dan rekomendasi.

