

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Tentang Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dalam bahasa dakwah berasal dari kata *da'a- yad'u- da'watan* yang berarti mengajak, menyeru atau memanggil. Sementara itu pengertian Dakwah dalam istilah yaitu mengajak manusia dengan cara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk bahagia hidup didunia maupun akhirat. Sementara itu, M. Quraish Shihab berpendapat bahwa dakwah adalah seruan menuju keinsyafan atau usaha mengubah pribadi dan masyarakat menjadi lebih baik lagi. Perwujudan dari dakwah bukan lagi hanya sekedar usaha peningkatan pemahaman tentang tingkah laku dan pandangan hidup, melainkan lebih dari itu.¹

Berikut definisi dakwah menurut para ahli:

- a. Abu Bakar Zakaria mengatakan dakwah adalah:
Usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pemahaman mengenai agama Islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan.
- b. Syekh Muhammad Ar-Rawi dakwah adalah:
Pedoman hidup yang sempurna untuk manusia beserta ketetapan hak dan kewajibannya.
- c. Toha Yahya Omar mengatakan dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kejalan yang benar dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka didunia dan diakhirat.
- d. Syekh Muhammad Al-Khadir Husain dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada

¹Samsul Munir Amin, *Sejarah Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2014) Hal. 3

kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.

- e. Abdul Kadir Munsyi, dakwah ialah mengubah umat dari satu situasi kepada situasi yang lebih baik didalam segi kehidupan.
- f. Muhammad Abu Al-Fath al-Bayanuni dakwah adalah:
Menyampaikan dan mengajarkan agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktekkannya dalam kehidupan nyata.²

2. Pengertian Media Dakwah

Media dakwah adalah instrumen netral yang berfungsi sebagai penghubung antara gagasan dan masyarakat, menjadi elemen penting dan inti dari seluruh proses dakwah yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan arah dakwah secara keseluruhan. Pendapat lain tentang media dakwah atau *washilah* dikemukakan Muhammad Abdul Fatah al-Bayanuni. Menurutnya secara praktis *washilah* dalam konteks dakwah terbagi dua, yaitu (1) *Washilah maknawiyah* dan, (2) *Washilah madaniyah*. *Washilah maknawiyah* adalah media yang bersifat immaterial, seperti rasa cinta kepada Allah dan Rasul-Nya dan mempertebal ikhlas dalam beramal. Sedangkan yang dimaksud dengan *Washilah madiyah* adalah media yang bersifat material, yaitu dengan segala bentuk alat yang bisa di indera dan dapat membantu para dai dalam menyampaikan dakwah kepada *mad'u nya*.³

Media dakwah memiliki peran penting dalam menyebarkan ajaran Islam, memperkuat keimanan umat, dan membimbing mereka dalam menjalani kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran agama. Dengan memanfaatkan berbagai bentuk media dakwah dengan bijak, para pendakwah dapat mencapai lebih banyak orang dan memberikan dampak positif dalam masyarakat.

²Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017) Hal. 9-10

³Fahrurrozi Dkk, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019) Hal. 119

3. Macam-macam Media Dakwah

Berdasarkan banyaknya komunikan yang menjadi sasaran dakwah diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media non massa.

a. Media Massa

Media dakwah dan media massa adalah dua konsep yang berbeda tetapi sering terkait erat dalam konteks penyiaran pesan-pesan agama. Media dakwah dan media massa merupakan dua jenis media yang digunakan dalam menyebarkan pesan-pesan agama. Media dakwah digunakan khususnya untuk menyebarkan pesan-pesan agama kepada *audiens* yang memiliki minat dan kebutuhan spiritual, sementara media massa lebih mengacu pada alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang lebih luas dan seringkali tidak terbatas pada pesan agama saja. Media massa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari meliputi surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dakwah.

b. Media Nonmassa

Media ini dipergunakan dalam interaksi komunikasi yang ditujukan untuk individu atau kelompok tertentu, seperti melalui surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan sebagainya. Semua jenis ini diklasifikasikan karena tidak melibatkan *audiens* yang luas secara bersamaan, dan komunikasinya tidak bersifat massal.

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima, yaitu:

- a. *Lisan*, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk

pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

- b. *Tulisan*, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.
- c. *Lukisan*, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d. *Audio visual*, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Bisa berbentuk televisi, slide, ohap, internet, dan sebagainya.
- e. *Akhlak*, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *mad'u*.⁴

Media dakwah dapat juga merujuk pada berbagai platform atau alat yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan agama Islam dengan tujuan mendidik, menginspirasi, dan mengajak orang lain untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Media dakwah dapat berupa:

- a. *Kajian dan Ceramah*. Baik itu dalam bentuk tulisan, rekaman audio, atau video. Kajian maupun ceramah diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang ajaran Agama Islam.
- b. *Radio dan Televisi*. Program yang berkaitan tentang agama di radio maupun televisi menyediakan jaringan yang luas untuk menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat.
- c. *Situs Web dan Blog*. Situs web dan blog menyediakan tempat bagi para ulama, penulis, dan pemikir Islam untuk berbagi artikel, tulisan, dan pemikiran terkait Islam.
- d. *Sosial Media*. Platform sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan *YouTube* telah menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak.

⁴Aminuddin, "Media Dakwah," *Jurnal Al-Munzir*, No. 2 (November, 2016) Hal. 348-349

Hal tersebut karena media sosial memiliki jaringan yang luas, serta dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat.

- e. Aplikasi Mobile. Aplikasi mobile yang menyediakan kajian-kajian, tafsir Al-Quran, hadits, dan fitur-fitur lainnya memungkinkan umat Islam untuk memperdalam pemahaman agama di mana pun mereka berada.
- f. Buku dan Majalah. Buku-buku dan majalah-majalah Islam adalah sumber pengetahuan yang penting dalam memahami ajaran Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.
- g. Kajian Kelompok dan Diskusi. Kegiatan ini dapat membantu dalam berbagi pengetahuan, memecahkan masalah, dan memperkuat ikatan antara sesama umat Islam.
- h. Dakwah Jalanan. Melalui penggunaan spanduk, poster, dan ceramah di tempat umum, dakwah jalanan dapat mencapai orang-orang yang mungkin tidak terjangkau oleh media-media lainnya.
- i. Film dan Animasi. Produksi film dan animasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang dapat memuat pesan-pesan moral dan nilai-nilai Islam dapat menjadi sarana dakwah yang kuat, terutama di kalangan anak muda.

Dengan beragamnya media dakwah ini, pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan cara yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

4. Metode Dakwah

Metode Dakwah adalah ilmu tentang cara menyampaikan dakwah dan cara menghilangkan halangan-halangan yang merintangi sampainya tujuan dakwah. Agar tujuan dakwah yang telah ditetapkan oleh Rasulullah tersebut tidak bergeser, beliau mengambil langkah-

langkah gemilang yang tercatat dalam sejarah sebagai manusia yang paling berhasil menyebarkan ajarannya.⁵

Pertama, ada beberapa metode dakwah yang Allah sampaikan dan terangkum dalam surat an-Nahl ayat 125. Disebutkan bahwa tiga metode dakwah itu ialah:

- a. Hikmah
- b. Mau'izhah al-hasanah
- c. Jâdilhum bi al-lâti hiya ahsan

Hikmah ialah berdialog dengan kata-kata yang bijak sesuai kepandaian mereka. Hikmah ialah yang paling utama dari segala sesuatu, baik pengetahuan maupun perbuatan. Juga diartikan sebagai sesuatu yang bila digunakan/diperhatikan akan mendatangkan kemaslahatan dan kemudahan yang besar atau lebih besar serta menghalangi terjadinya mudharat atau kesulitan yang besar atau lebih besar. *Mau'izhah al-hasanah* ialah uraian yang menyentuh hati yang mengantar kepada kebaikan. Dan *jadil* yang bermakna diskusi atau bukti-bukti yang mematahkan alasan atau dalih mitra diskusi dan menjadikannya tidak dapat bertahan, baik yang dipaparkan itu diterima oleh semua orang maupun hanya oleh mitra bicara. *Kedua*, Allah menjelaskan dalam surat Thaha ayat 43-44 salah satu metode dalam dakwah yaitu dengan perkataan yang lemah lembut terhadap orang yang sudah melampaui batas.⁶

Berikut adalah beberapa metode dakwah yang umum digunakan:

- a. Teladan. Menjadi teladan yang baik dalam perilaku, sikap, dan prilaku sehari-hari merupakan metode dakwah yang sangat

⁵Wahyu Ilaihi Dan Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2007) Hal. 48

⁶Istiqomah, "Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an (Studi Komparatif Tafsir Al-Misbah Dan Tafsir Al-Azhar)," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, No. 1 (2022) Hal. 104-106

efektif. Keteladanan seseorang dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti jejaknya.

- b. Ceramah dan Khotbah. Memberikan ceramah dan khotbah di masjid, pusat keagamaan, atau acara-acara khusus merupakan cara tradisional yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan agama kepada orang banyak.
- c. Dialog dan Diskusi. Membuka dialog dan diskusi dengan orang lain tentang agama Islam dapat membantu dalam memahami dan menjawab pertanyaan-pertanyaan mereka secara langsung, serta memperjelas pemahaman agama.
- d. Literatur dan Tulisan. Menulis buku, artikel, blog, atau makalah tentang Islam dapat menjadi sarana untuk menyebarkan pemahaman agama kepada pembaca yang lebih luas.
- e. Media Sosial. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan *YouTube* dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan agama melalui tulisan, gambar, video, dan konten-konten interaktif lainnya.
- f. Dakwah Jalanan. Menggunakan spanduk, poster, brosur, dan acara-acara di tempat umum untuk menyebarkan pesan-pesan agama kepada masyarakat luas.
- g. Kajian dan Pelatihan. Mengadakan kajian, pelatihan, atau kursus agama di masjid, pusat keagamaan, atau lembaga pendidikan lainnya untuk mendalami pemahaman agama dan meningkatkan keimanan.
- h. Seni dan Kreativitas. Menggunakan seni, musik, puisi, dan karya-karya kreatif lainnya untuk menyampaikan pesan-pesan moral dan nilai-nilai agama Islam.

Setiap metode dakwah memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri, oleh karena itu, penting untuk memilih metode yang sesuai dengan situasi, konteks, dan *audiens* yang dituju.

B. Kajian Tentang Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima dan pesan di sini merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber.⁷ Pesan dakwah merujuk pada materi atau konten dari ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah dilakukan berdasarkan pada situasi objektif dari pendengar yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara, atau studi sumber-sumber tertulis. Dalam analisis pesan dakwah, terdapat pemisahan antara pesan inti dan pesan pendukung. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah Al-Qur'an dan hadis, ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli di bidangnya, kisah-kisah, dan berita.⁸

Menurut Asmuni Syukir, pesan dakwah Islam bervariasi tergantung pada tujuan yang ingin dicapai dalam proses dakwah. Secara umum, pesan dakwah dapat dibagi menjadi tiga kategori utama, yakni: moralitas (akhlak), keyakinan (aqidah), dan hukum Islam (syari'ah).⁹ Berikut penjelasannya.¹⁰

a. Akhlak

Kata akhlak secara etimologi berasal dari bahasa Arab, jamak dari kata "*Khuluqun*" yang diartikan sebagai budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi, pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia.

⁷Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: Qiara Media, 2019) Hal. 67

⁸Iftitah Jafar Dan Mudzhira Nur Amrullah, "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur'an," *Jurnal Komunikasi Islam*, No. 1 (Juni, 2018) Hal. 43

⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya : Al-Ikhlash, 1983) Hal 60

¹⁰ Abdul Choliq, "Dakwah Melalui Media Sosial Facebook", *Jurnal Dakwah Tabligh*, No. 2 (Desember, 2015) Hal. 176

b. Akidah

Secara etimologi akidah berarti ikatan dan sangkutan. Sifat akidah adalah mengikat dan menjadi sangkutan atau gantungan segala sesuatu. Secara teknis akidah adalah iman atau keyakinan. Akidah Islam memiliki hubungan erat dengan rukun iman sebagai azas seluruh ajaran Islam.

c. Syariah

Yaitu segala ketentuan yang diberikan oleh Allah untuk hamba-hamba-Nya melalui para Nabi dan Rasul, baik yang berkenaan dengan pelaksanaan amal (perbuatan) *furu'iyah* (cabang) yang dituangkan dalam ilmu fiqh, atau yang menyangkut keyakinan pokok yang dituangkan dalam ilmu *ushuluddin* (pokok agama).

2. Sumber Pesan Dakwah

Sumber pesan dakwah merujuk pada berbagai sumber yang digunakan sebagai dasar atau inspirasi dalam penyusunan pesan-pesan dakwah. Sumber pesan dakwah adalah segala referensi atau inspirasi yang digunakan sebagai landasan dalam menciptakan pesan-pesan dakwah. Berikut sumber-sumber pesan dakwah:

a. Al-Qur'an

Al-Qur'an merupakan wahyu yang lengkap dan paling sempurna. Semua wahyu yang diberikan Allah SWT kepada para nabi sebelumnya terangkum dan disingkat dalam Al-Qur'an. Untuk mengetahui kandungan Al-Qur'an, kita bisa menelaah antara lain kandungan surat Al-Fatihah yang oleh para ulama dikatakan sebagai ringkasan Al-Qur'an. Dalam surat Al-Fatihah, terdapat tiga bahasan pokok yang sebenarnya menjadi pesan sentral dakwah, yaitu Aqidah (ayat 1-4), Ibadah (ayat 5-6), dan Muamalah (ayat 7).

b. Hadist Nabi

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadits. Untuk melihat kualitas kesahihan hadits, pendakwah tinggal mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadits, tidak harus menelitinya sendiri.

c. Pendapat Para Sahabat

Orang yang hidup bersama Nabi SAW, pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat. sahabat Nabi SAW memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW dan proses belajarnya yang langsung dari beliau. Diantara para sahabat Nabi SAW, ada yang termasuk sahabaat senior dan sahabat yunior. Sahabat senior diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW. Hampir semua perkataan sahabat dan kitab-kitab hadits berasal dari sahabat senior.

d. Pendapat Para Ulama

Pengertian ulama disini dikhususkan orang yang beriman, menguasai ilmu keIslaman secara mendalam dan menjalankannya.¹¹ Pendapat ulama apapun isi dan kualitasnya harus dihargai, karena ia dihasilkan dari pemikiran yang mendalam berdasarkan sumber utama hukum Islam, dengan pendapat ulama-ulama yang telah ada.¹²

3. Karakteristik Pesan Dakwah

Karakteristik pesan dakwah adalah universal, artinya mencakup semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia beradab. Ajaran Islam mengatur hal-hal

¹¹Dimas Bagas Pamilih, “Analisis Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram @Kumpulan.Ceramah.Singkat,” (Skripsi, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2022) Hal. 37-38

¹² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017) Hal. 317

yang paling kecil didalam kehidupan manusia hingga hal yang besar. Kemudahan ajaran agama Islam juga menjadi karakter pesan dakwah. Semua perintah Islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya.

Pesan dakwah, atau pesan yang disampaikan dalam rangka mengajak kepada kebaikan atau agama, memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dari pesan-pesan lainnya. Berikut adalah beberapa karakteristik pesan dakwah:

- a. Keberpilihan pada kebenaran. Pesan dakwah didasarkan pada prinsip-prinsip agama atau kebenaran moral yang diyakini oleh penerima pesan. Pesan tersebut ditujukan untuk mempromosikan kebaikan, keadilan, dan moralitas.
- b. Kehati-hatian dalam penyampaian. Pesan dakwah sering disampaikan dengan penuh kehati-hatian dan rasa hormat terhadap penerima pesan. Hal ini dilakukan untuk menghindari konfrontasi yang tidak perlu dan untuk membangun dialog yang positif.
- c. Kesederhanaan dan keterbukaan. Pesan dakwah cenderung disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan tersebut dapat diakses dan dipahami oleh sebanyak mungkin orang.
- d. Memberikan Solusi. Pesan dakwah sering kali berfokus pada memberikan solusi atas masalah atau tantangan yang dihadapi oleh individu atau masyarakat. Pesan tersebut mendorong untuk melakukan perubahan positif dalam perilaku dan kehidupan sehari-hari.
- e. Penuh Kasih Sayang dan Kepedulian. Pesan dakwah disampaikan dengan penuh kasih sayang dan kepedulian terhadap penerima pesan. Hal ini mencerminkan nilai-nilai empati, pengertian, dan perhatian terhadap kesejahteraan spiritual dan sosial individu.

- f. Berorientasi pada nilai-nilai universal. Pesan dakwah mencerminkan nilai-nilai universal yang diakui secara luas, seperti perdamaian, toleransi, persaudaraan, dan keadilan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pemahaman dan persatuan di antara berbagai kelompok dan lapisan masyarakat.

Sebagai perbandingan yang tidak jauh berbeda, 'Abd Al-Karim Zaidan mengemukakan ada lima karakter pesan dakwah yaitu:

- a. Berasal dari Allah SWT. (*annahu min 'indillah*);
- b. Mencakup semua bidang kehidupan (*al-syumul*);
- c. Umum untuk semua manusia (*al-'umum*);
- d. Ada balasan untuk setiap tindakan (*al-jaza' fi al-Islam*); dan
- e. Seimbang antara idealitas dan realitas (*al-mitsaliyyah wa al-waqi'iyah*).¹³

C. *YouTube*

YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer, dimana dengan *YouTube* seseorang bisa dengan mudahnya memposting video ataupun menampilkan video yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan baik itu anak-anak maupun orang dewasa. Bisa dikatakan *YouTube* adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya *YouTube* memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan layanan Google yang lain.¹⁴

Berikut adalah beberapa fitur dan karakteristik *YouTube*:

1. Ungah Video. Pengguna dapat mengunggah video ke kanal mereka sendiri di *YouTube*. Video-video ini bisa berupa konten orisinal, seperti

¹³Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017) Hal. 291-292

¹⁴Ricardo F. Nanuru, *YouTube Seni Berwawasan Teknologi Modern*. https://www.researchgate.net/publication/310954556_YouTube_Seni_Berwawasan_Teknologi_Modern. Diakses pada 20 september 2023

vlog, tutorial, liputan berita, atau video musik, maupun konten yang diambil dari sumber lain dengan izin yang diperlukan.

2. Menonton Video. Pengguna dapat menonton video secara gratis di *YouTube* tanpa harus membuat akun. *YouTube* menawarkan berbagai jenis video, termasuk hiburan, pendidikan, musik, olahraga, dan banyak lagi.
3. Berlangganan *Channel*. Pengguna dapat berlangganan ke kanal favorit mereka di *YouTube* untuk menerima pembaruan saat video baru diunggah oleh pembuat konten tersebut.
4. Komentar dan interaksi. Pengguna dapat memberikan komentar, menyukai, dan berbagi video dengan mudah. Ini memungkinkan interaksi antara pembuat konten dan penonton, serta antara penonton sendiri.
5. Monetisasi. Pembuat konten yang memenuhi syarat dapat memonetisasi video mereka melalui program mitra *YouTube*, yang memungkinkan mereka untuk menghasilkan uang dari iklan yang ditayangkan di video mereka.
6. *YouTube Premium*. *YouTube* menawarkan layanan berlangganan bernama *YouTube Premium*, yang menghilangkan iklan, memberikan akses ke konten eksklusif, dan memungkinkan pengguna untuk menonton video offline.
7. Konten keamanan dan pembatasan. *YouTube* memiliki kebijakan dan algoritma untuk memastikan bahwa konten yang diunggah sesuai dengan pedoman komunitas mereka. Mereka juga memiliki fitur pengendalian orangtua untuk membatasi konten yang ditonton oleh anak-anak.

Menonton video di *YouTube* bukan lagi hal yang asing, terutama di zaman yang serba modern ini orang-orang banyak beralih ke media sosial *YouTube* daripada televisi. Media sosial *YouTube* memudahkan penggunanya untuk menemukan berbagai video yang diinginkan. *YouTube* tak hanya

menyajikan tontonan gratis buat penggunanya, namun *YouTube* juga memfasilitasi penggunanya untuk dapat ikut memasang vidio yang dibuat pengguna *YouTube*. Tentu saja pengguna *YouTube* dapat dengan bebas mengupload atau memajang vidio terbaiknya di *YouTube* dengan tujuan masing-masing, misal ingin dikenal, berbagi dengan teman, dan lain sebagainya.¹⁵

Tahun 2005 merupakan titik awal dari lahirnya situs video upload *YouTube.com* yang didukung oleh 3 (tiga) karyawan perusahaan finance online PayPal di Amerika Serikat. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen, And Jawed Karim. Nama *YouTube* sendiri terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California. Setahun sejak kelahirannya, pada tahun 2006 *YouTube.com* telah menjadi situs yang bertumbuh dengan cepat. Dengan diunggahnya video baru sebanyak 65.000 dan mencapai 100.000 video hingga bulan Juli 2006 ke situs video *YouTube*, Rekor tersebut mampu menembus 5 situs terpopuler di situs Alexa.com, jauh mengalahkan situs MySpace.com. Pada bulan Juni 2006 Situs video *YouTube* memasuki bidang kerjasama pemasaran dan periklanan dengan NBC. Awal memasuki pasar internasional, pada bulan Oktober 2006 saham Situs video *YouTube* telah di beli oleh Google dengan nilai USD 1.65 Juta. Pada saat inilah awal dari Situs video *YouTube* mulai berkembang dan mencapai masa-masa kemapanan di tingkat internasional. Pada awal masa kemapanan Situs video *YouTube* mendapat penghargaan melalui majalah PC world dan mendapat julukan sembilan dari sepuluh produk terbaik di tahun 2006.¹⁶

D. Shafiyah Binti Huyay

Kisah merupakan cerita tentang kejadian (riwayat) dalam kehidupan seseorang. Menurut Kamil Hasan kisah adalah media untuk

¹⁵Hendrik Mulyana, *Menjadi Terkenal Dengan YouTube* (Bogor: Kompas Gramedia, 2011) Hal. 15

¹⁶Edy Chandra, "YouTube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni*, No. 2 (Oktober, 2017) Hal. 407

mengungkapkan tentang sebuah kehidupan, yang mencakup tentang suatu atau beberapa peristiwa yang disusun secara kronologis (runtut) dimana dalam kisah tersebut mesti ada permulaan dan akhirnya.¹⁷

Kisah Shafiyah Binti Huyay merupakan sebuah animasi Islami yang mengangkat kisah istri Nabi Muhammad SAW yang berasal dari keturunan Yahudi. Kisah Shafiyah Binti Huyay dirilis di *Channel* YouTube Kisah Islami. Kisah Islami menyajikan animasi tentang kisah/cerita di Alquran, Hadits dan juga Sejarah Islam.

Di dalam *Channel* ini berisi kumpulan video animasi 2D. Animasi 2D adalah jenis animasi dalam bentuk dua dimensi, artinya animator 2D membuat gambar dan karakter dalam format dua dimensi dan menghidupkannya dengan gerakan. *Channel* YouTube kisah Islami merupakan sebuah akun yang menayangkan kisah-kisah mengenai perjalanan para Nabi, Sahabat Nabi maupun kisah-kisah yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits. Akun YouTube kisah Islami bergabung di YouTube pada tanggal 5 Februari 2018.

Kisah Shafiyah Binti Huyay pertama kali ditayangkan pada 22 Agustus 2022. Saat ini Kisah Shafiyah Binti Huyay telah mencapai 697 like dan 35.535 penayangan.¹⁸

¹⁷Irham Nugroho, "Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Kisah-Kisah Yang Terkandung Ayat Al-Qur'an," *Jurnal Pendidikan Islam*, No. 1 (Mei, 2017) Hal. 93-94

¹⁸"Shafiyah binti Huyay-kisah keluarga Nabi," Video *YouTube*, <https://youtu.be/EJ1O1CQgImk?si=Zq5-2lEMoanG-Ex> diakses pada 3 oktober 2023.