

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Pesan Dakwah

Pengertian Dakwah

Secara etimologis, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah" (دعوة), yang tersusun dari tiga huruf dasar, yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf tersebut, muncul berbagai makna seperti mengajak, memanggil, memohon, membantu, mendoakan, dan meratapi.¹ Seseorang yang melaksanakan dakwah disebut *da'i*, sedangkan pihak yang menjadi sasaran dakwah dikenal sebagai *mad'u*. Sedangkan dari segi terminologi para ahli mendefinisikan dakwah sebagai berikut:

Prof. Toha menjelaskan bahwa dakwah merupakan usaha mengajak umat dengan cara yang penuh kebijaksanaan agar menempuh jalan kebenaran sesuai perintah Allah demi kebahagiaan di dunia dan akhirat.

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (rev.ed.; Jakarta: Kencana, 2009), hal.6.

Syaikh Ali Makhfudz mendefinisikan dakwah Islam sebagai upaya mendorong manusia untuk berbuat baik, mengikuti petunjuk Allah, menyerukan kebaikan, dan mencegah kemungkaran agar memperoleh kesejahteraan di dunia dan akhirat.²

Hamzah Ya'qub mengartikan dakwah sebagai aktivitas mengajak manusia dengan penuh hikmah agar mengikuti tuntunan Allah dan Rasul-Nya.

Menurut Prof.Dr.Hamka, memandang dakwah sebagai ajakan yang memiliki makna positif dan berkaitan erat dengan pelaksanaan amar ma'ruf nahi munkar, yakni mengajak kepada kebaikan dan mencegah keburukan.

Syekh Abdullah Ba'arawi mengungkapkan bahwa dakwah berarti mengajak, membimbing, dan memimpin orang-orang yang belum memahami atau menyimpang dari ajaran agama yang benar, dengan tujuan mengarahkan mereka pada kebaikan dan menjauhi keburukan demi kebahagiaan dunia dan akhirat.

² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hal.1.

Menurut Muhammad Natsir, menegaskan bahwa dakwah merupakan amanah yang menjadi tanggung jawab umat Islam dalam menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar*.

Syekh Muhammad Abduh menekankan bahwa mengajak kepada kebaikan dan mencegah keburukan adalah kewajiban setiap muslim, yang sifatnya *fardhu* atau wajib secara individu.³

Meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan definisi dakwah, tapi secara garis besar dakwah adalah panggilan dari Allah Subhanahu wa ta'ala dan Rasulullah Shallahu alaihi wassalam. kepada manusia agar percaya kepada ajaran islam dan mewujudkannya dalam segi kehidupan agar bahagia dunia dan akhirat

Pengertian Pesan dakwah

Salah satu komponen utama dalam komunikasi adalah pesan. Pesan merupakan kumpulan simbol yang memiliki makna dan disampaikan oleh komunikator

³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hal.2.

kepada komunikan. Pesan dapat berupa pendapat, ide, dan berbagai informasi lainnya yang dikemas dalam bentuk simbol komunikasi untuk kemudian diteruskan kepada penerima..⁴

Pesan dakwah adalah isi atau materi dakwah yang dapat disampaikan melalui kata-kata, gambar, lukisan, atau media lainnya yang bertujuan memberikan pemahaman serta memengaruhi sikap dan perilaku *mad'u*. Jika dakwah disampaikan secara tertulis, maka tulisan tersebut adalah pesan dakwah. Apabila disampaikan secara lisan, maka apa yang diucapkan oleh *da'i* merupakan pesan dakwah. Sedangkan, jika dakwah dilakukan melalui tindakan, maka perbuatan baik yang ditunjukkan menjadi pesan dakwah itu sendiri..⁵

Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam kegiatan dakwah. Terdapat lima unsur-unsur dakwah:

⁴ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hal.175-176.

⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (rev.ed.; Jakarta: Kencana, 2009), hal.318-319

1. *Da'i* (subjek dakwah)

Da'i adalah individu yang bertugas menyampaikan pesan dakwah atau menyebarluaskan ajaran agama kepada masyarakat. Peran *da'i* sangat penting dalam proses dakwah, karena tanpa keberadaan *da'i*, ajaran Islam tidak dapat diterapkan dan diwujudkan sebagai ideologi dalam kehidupan bermasyarakat.⁶

Pada hakikatnya, *da'i* adalah Allah Subhannahu Wa Ta'ala. Pencipta segala makhluk termasuk manusia, malaikat dan jin. Firman Allah dalam surah Yunus ayat 25.

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ٢٥

Artinya: “Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).” (Q.S. Yunus: 25).⁷

Arti kalimat *darussalam* pada ayat di atas adalah:

tempat penuh kedamaian dan keselamatan. Hidayah

⁶ Audah Mannan, *Strategi Pengembangan Dakwah*, (Gowa: Alauddin University Press, 2021), hal.18-19.

⁷ “Q.S. Yunus:25” <https://quran.kemenag.go.id/> (diakses tanggal 25 Februari 2025)

Allah berupa akal dan wahyu guna mencapai kebahagiaan dunia maupun akhirat.

Pesan-pesan dakwah Allah termuat di dalam Al-Qur'an, lalu diturunkan kepada utusan-Nya untuk disampaikan kepada umat manusia. Kemudian Rasul menjadi *da'i* pertama yang ditugaskan meneruskan risalah dakwah kepada umat manusia. Rasul merupakan *agen* (perantara) yang dipilih Allah untuk menyampaikan dakwah-Nya. Firman Allah dalam surah Al-Ahzab ayat 45-46:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ٤٥
وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ٤٦

Artinya: “Hai Nabi, sesungguhnya Kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan, dan untuk jadi penyeru kepada Agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi.” (Q.S. Al-Ahzab: 45-46).⁸

Kemudian Rasulullah Shalallahu Alaihi Wassalam. Menyampaikan dan mewariskan Al-Qur'an dan Sunnah kepada para sahabat, lalu kepada tabi'in dan

⁸ “Q.S. Al-Ahzab: 45-46” <https://quran.kemenag.go.id/> (diakses tanggal 25 Februari 2025)

tabi'in tabi'in kemudian diwariskan secara mutawatir kepada kita sekarang.⁹

Menurut Syekh Ali Mahfudz, seorang *da'i* harus memiliki beberapa sifat penting, di antaranya:

1. Berilmu tentang Al-Qur'an: Seorang *da'i* wajib memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai Al-Qur'an sebagai dasar dalam menyampaikan dakwah.
2. Mengamalkan ilmu: Ilmu yang dimiliki harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. *Da'i* tidak boleh berdusta atau bertindak bertentangan antara ucapan dan perbuatan, baik secara lahir maupun batin.
3. Santun dan lapang dada: Kesantunan dan kelembutan dalam berbicara menjadi kunci untuk membuka hati masyarakat terhadap dakwah.
4. Berani menyampaikan kebenaran: Seorang *da'i* harus memiliki keberanian untuk menegakkan kebenaran tanpa rasa takut terhadap celaan atau

⁹ Kamaluddin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2021), hal 58-59

ancaman dari orang lain, dengan keyakinan bahwa Allah akan selalu memberikan pertolongan.

5. Memiliki hati yang bersih: *Da'i* harus menjaga kebersihan hati, tidak mudah tergoda oleh harta, jabatan, atau hal-hal duniawi yang dimiliki orang lain.

6. Memahami kondisi masyarakat: Seorang *da'i* perlu memahami situasi sosial, budaya, adat, dan kebiasaan masyarakat yang menjadi objek dakwah, sehingga penyampaian pesan lebih efektif dan relevan dengan kehidupan mereka.¹⁰

2. *Mad'u* (objek dakwah)

Objek dakwah adalah manusia, baik diri sendiri atau orang lain. Islam tidak diturunkan hanya untuk sekelompok manusia, tapi untuk seluruh umat manusia termasuk *da'i*. Objek dakwah (*mad'u*) ada dua, sasaran yaitu umat non muslim dan umat islam.¹¹

¹⁰ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal.32-33.

¹¹ Audah Mannan, *Strategi Pengembangan Dakwah*, (Gowa: Alauddin University Press, 2021), hal.21.

Secara umum Al-Qur'an menjelaskan tiga jenis *mad'u*, yaitu: mukmin, kafir, dan munafik yang tertera dalam surah At-Tahrim ayat 10-12:

ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ كَفَرُوا امْرَأَتَ نُوحٍ وَامْرَأَتَ
لُوطَ كَانَتَا تَحْتَ عَبْدَيْنِ مِنْ عِبَادِنَا صَالِحَيْنِ
فَخَانَتَاهُمَا فَلَمْ يُغْنِيَا عَنْهُمَا مِنَ اللَّهِ شَيْئًا وَقِيلَ
ادْخُلَا النَّارَ مَعَ الدَّٰخِلِينَ ۝ ۱۰ وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا
لِلَّذِينَ ءَامَنُوا امْرَأَتَ فِرْعَوْنَ إِذْ قَالَتْ رَبِّ ابْنِ لِي
عِنْدَكَ بَيْتًا فِي الْجَنَّةِ وَنَجِّنِي مِنَ فِرْعَوْنَ وَعَمَلِهِ
وَنَجِّنِي مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ ۝ ۱۱ وَمَرْيَمَ ابْنَتْ
عِمْرَانَ الَّتِي أَحْصَنَتْ فَرْجَهَا فَنَفَخْنَا فِيهِ مِنْ
رُوحِنَا وَصَدَّقْتَ بِكَلِمَاتِ رَبِّهَا وَكُتِبَ عَلَيْهَا مِنَ
الْإِيمَانِ ۝ ۱۲

Artinya: "Allah membuat isteri Nuh dan isteri Luth sebagai perumpamaan bagi orang-orang kafir. Keduanya berada di bawah pengawasan dua orang hamba yang saleh di antara hamba-hamba Kami; lalu kedua isteri itu berkhianat kepada suaminya (masing-masing), maka suaminya itu tiada dapat membantu mereka sedikitpun dari (siksa) Allah; dan dikatakan (kepada keduanya): "Masuklah ke dalam jahannam bersama orang-orang yang masuk (jahannam). Dan Allah membuat isteri Fir'aun perumpamaan bagi orang-orang yang beriman, ketika ia berkata: "Ya Rabbku, bangunkanlah untukku sebuah rumah di sisi-Mu dalam firdaus, dan selamatkanlah aku dari Fir'aun dan perbuatannya, dan selamatkanlah aku dari kaum yang zhalim. Dan (ingatlah) Maryam binti Imran yang memelihara kehormatannya, maka Kami tiupkan ke dalam rahimnya sebagian dari ruh (ciptaan) Kami, dan dia membenarkan kalimat Rabbnya dan Kitab-Kitab-Nya, dan dia adalah

termasuk orang-orang yang taat.” (Q.S. At-Tahrim: 10-12).¹²

Ketiga klasifikasi tersebut, kemudian dikelompokkan lagi menjadi berbagai pengelompokan, Mukmin dibagi menjadi dzalim linafsih, muqtashid, dan sabiqun bilkhairat. Kafir dibedakan menjadi kafir zimmi dan harbi. *Mad'u* yang terdiri dari berbagai kelompok manusia.¹³

Menurut Dr. Abdul Karim Zaidan terdapat 4 golongan manusia yang menjadi objek dakwah, antara lain:

1. Kaum bangsawan (*al-mala*), Kelompok ini terdiri dari orang-orang terkemuka di masyarakat, yang dipandang sebagai pemimpin atau penguasa yang memberikan perlindungan bagi masyarakat. Namun, mereka cenderung menolak dakwah karena kecintaan terhadap harta dunia yang telah menguasai hati mereka.

¹² “Q.S. At-Tahrim: 10-12” <https://quran.kemenag.go.id/> (diakses tanggal 25 Februari 2025)

¹³ Farah Nurul Nabila, “*Mengenal Karakteristik Mad'u Masyarakat Muslim*”, MEKOMDA: Media Komunikasi Dakwah Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol.1 No. 2, Agustus 2023, Hal.10-11.

2. Publik/ Masyarakat umum, Golongan ini merupakan pengikut dari para pemimpin atau penguasa, biasanya berasal dari kalangan miskin dan lemah dengan latar belakang profesi yang beragam. Penolakan terhadap dakwah dalam kelompok ini sering kali disebabkan oleh keterbatasan materi dan kondisi sosial mereka..
3. Orang munafik, Kelompok ini memiliki karakteristik berupa perbedaan antara ucapan dan isi hati. Kemunafikan muncul dari akar kekafiran yang tersembunyi, di mana secara lahiriah tampak menerima dakwah, tetapi secara batin menolaknya.
4. Pelaku maksiat, Golongan ini terdiri dari orang-orang yang sudah beriman dan mengucapkan dua kalimat syahadat. Namun, mereka tidak konsisten dalam menjalankan ajaran agama, di mana mereka melaksanakan sebagian perintah Allah tetapi mengabaikan atau melanggar sebagian lainnya.¹⁴

¹⁴ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal.34-35.

3. Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah, yang juga dikenal sebagai pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh *da'i* (subyek dakwah) kepada *mad'u* (objek dakwah), berupa keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya, atau disebut juga al-haq (kebenaran hakiki) yaitu al-Islam yang bersumber dari Al-Qur'an.¹⁵ Pesan-pesan dakwah dapat berupa kata-kata, simbol-simbol, lambang, gambar, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengalaman baru bagi *mad'u*.¹⁶

Dasarnya pesan dakwah adalah ajaran islam itu sendiri. Secara umum pesan dakwah dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Pesan aqidah berkaitan dengan keyakinan terhadap rukun iman, yaitu kepercayaan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, para malaikat-Nya,

¹⁵ Fahrurrozi, Faizah, Kadri, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hal.91-92.

¹⁶ Kamaluddin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2021), hal.117

kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir, serta qadha dan qadar sebagai ketetapan-Nya.

2. Pesan Syariah mencakup aturan dan tata cara dalam beribadah serta berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Di antaranya meliputi ibadah thaharah (bersuci), shalat, puasa, zakat, haji, serta aturan muamalah yang mengatur hubungan sosial dan aktivitas ekonomi umat Islam.
3. Pesan Akhlak berkaitan dengan perilaku dan sikap seorang muslim dalam kehidupan. Akhlak ini mencakup hubungan dengan Allah Subhanahu Wa Ta'ala, hubungan dengan sesama manusia, baik dengan diri sendiri maupun masyarakat, serta akhlak terhadap makhluk lainnya seperti flora dan fauna..¹⁷

Secara umum, sumber pesan dakwah dapat dibagi menjadi dua kategori. Pertama, pesan yang diperoleh melalui penelitian empiris dan eksperimen di

¹⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal.20.

laboratorium. Pesan ini berasal dari hasil riset ilmiah yang melahirkan berbagai disiplin ilmu, seperti sains, teknologi, dan ilmu sosial.

Kedua, pesan yang berasal dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang disampaikan melalui nabi dan rasul. Pesan ini berupa wahyu ilahi yang menjadi dasar ajaran dalam ilmu agama Islam. Meskipun berbeda dalam cara diperoleh, kedua sumber pesan tersebut pada hakikatnya berasal dari satu sumber yang sama, yaitu Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang memberikan petunjuk kepada manusia agar terhindar dari kesesatan..¹⁸

Berikut adalah beberapa sumber utama dari pesan dakwah:

1. Al-Qur'an

Al-Qur'an berperan sebagai petunjuk hidup bagi manusia dalam hal keyakinan, ibadah, muamalah, dan akhlak mulia. Di dalamnya terdapat ajaran-ajaran dari kitab-kitab

¹⁸ Kamaluddin, "Pesan Dakwah", *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman* Vol.02 No.2 Desember 2016, hal.40.

sebelumnya yang disempurnakan, serta menjadi pembeda antara yang benar (haq) dan yang salah (batil).

2. Hadis Nabi Shalallahu Alaihi Wassalam

Hadis berfungsi sebagai penjelas dari ayat-ayat Al-Qur'an, sehingga isi pesan dakwah menjadi lebih jelas bagi para *mad'u*. Berdasarkan kualitasnya, hadis terbagi menjadi tiga, yaitu shahih, hasan, dan dha'if. Enam perawi hadis terkenal yang menghimpun hadis-hadis Rasulullah adalah Imam Bukhari, Muslim, Abu Daud, Tirmizi, Ibnu Majah, dan Nasai. Seorang mubaligh perlu memahami derajat hadis sebelum menyampaikannya dalam dakwah.¹⁹

3. Pendapat Para Sahabat

Pendapat sahabat memiliki bobot keilmuan yang kuat, karena mereka adalah generasi yang belajar langsung dari Rasulullah dan turut serta dalam dakwah dan jihad di jalan Allah. Banyak

¹⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (rev.ed.; Jakarta: Kencana, 2009), hal.323

hadis yang diriwayatkan oleh sahabat-sahabat senior, yang menjadi rujukan penting dalam penyampaian pesan dakwah. Namun, dalam mengutip pendapat sahabat harus memperhatikan etika berikut:

- a. Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis.
- b. Menyebutkan nama sahabat yang dikutip.
- c. Menyebutkan sumber rujukan.
- d. Membaca do'a dengan *kata radliyallahu 'anhu/ 'anha* atau bisa juga menuliskannya dengan singkatan r.a. di belakang nama sahabat tersebut.²⁰

4. Pendapat Ulama

Pendapat para ulama dijadikan sumber tambahan dalam dakwah untuk memperjelas dan memperkuat pemahaman terhadap Al-Qur'an dan Hadis. Para ulama juga melakukan ijtihad dalam mencari solusi atas permasalahan yang tidak

²⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (rev.ed.; Jakarta: Kencana, 2009), hal.323

secara langsung dijelaskan dalam kedua sumber utama tersebut.

Dalam menerima pendapat ulama sebagai bagian dari pesan dakwah, terdapat beberapa prinsip etika yang perlu diperhatikan, antara lain:

- a. Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis.
- b. Menyebutkan ulama yang dikutip.
- c. Menyebutkan argumentasinya, supaya terhindar dari taqlid.
- d. Memilih pendapat yang tertulis daripada yang lisan.
- e. Memilih pendapat yang kuat dasarnya dan besar manfaatnya.
- f. Menghargai perbedaan pendapat ulama, walaupun kita harus memilih salah satunya.
- g. Mengenal identitas ulama, walaupun tidak sempurna sebelum mengutip pendapatnya.²¹

5. Kisah dan Pengalaman Teladan

²¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (rev.ed.; Jakarta: Kencana, 2009), hal.324

Ajaran Islam kaya akan kisah-kisah yang dapat dijadikan bahan pesan dakwah. Di antaranya adalah kisah para Nabi dan Rasul, kisah Lukmanul Hakim, kisah Ashbul Kaffi, dan lain sebagainya. Kisah-kisah ini digunakan sebagai pesan untuk membantu *mad'u* memahami pesan Dakwah.

Kisah-kisah lokal juga dapat dijadikan sebagai pesan dakwah, seperti kisah Wali Songo, karena *mad'u* merasa senasib dengan situasi tersebut.

6. Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah dapat berbentuk laporan suatu peristiwa. Berita-berita kejadian dalam berbagai bidang kehidupan pribadi, sosial, dan kebangsaan dapat menjadi pesan yang tujuannya untuk memperluas wawasan *mad'u* dalam mengolah pesan tersebut. Dalam Al Quran, kabar ini disebut dengan *An-Naba* dan disebut sebagai suatu berita penting yang pasti akan datang dan membawa banyak manfaat. Ini berbeda dengan

kata “*al-khabar*” yang berarti “tidak penting” atau “tidak berguna”..²²

7. Karya Sastra

Karya sastra memuat nilai keindahan dan kebenaran sehingga dapat menyentuh perasaan, hati dan pikiran. Pesan dakwah melalui karya sastra akan lebih mudah diterima dan lebih berkesan bagi *mad'u*.²³

4. *Wasilah* (media dakwah)

Media dakwah berperan sebagai alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Menurut Wardi Bakhtyar, media dakwah adalah sarana yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan di era modern, seperti televisi, radio, internet, dan berbagai media lainnya..²⁴

²² Kamaluddin, “Pesan Dakwah”, *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman* Vol.02 No.2 Desember 2016, hal.41-42.

²³ Kamaluddin, “Pesan Dakwah”, *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman* Vol.02 No.2 Desember 2016, hal.41-43.

²⁴ Abdul Mujib, “Ilmu Dakwah : Dalil Kewajiban, Dan Unsur-Unsur Dakwah Dalam Tinjauan Community Development”, *As-Syahla : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol.1 No.01 Juni 2024, hal .20.

Komunikasi dakwah pada dasarnya bertujuan untuk merangsang panca indera dan menarik perhatian audiens agar mereka bersedia menerima pesan dakwah yang disampaikan. Dalam praktiknya, media dakwah dibedakan berdasarkan jangkauan khalayak sasaran, yaitu media massa dan non-media massa.

Media massa biasanya digunakan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar, termasuk mereka yang berada di lokasi yang jauh. Beberapa media massa yang umum dimanfaatkan dalam dakwah antara lain surat kabar, radio, dan televisi, yang pada umumnya berperan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas.

Media nonmassa digunakan untuk berkomunikasi dengan kelompok tertentu atau individu tertentu. Media nonmassa seperti surat kabar, telepon, SMS, papan pengumuman dan email. Semua ini

digolongkan sebagai non-massa karena tidak terjadi secara bersamaan dan tidak bersifat massa..²⁵

Dalam menyampaikan ajaran Islam kepada *mad'u*, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai jenis media. Menurut Hamzah Ya'qub, terdapat lima macam media dakwah, yaitu:

1. Lisan, merupakan bentuk dakwah yang paling sederhana karena hanya menggunakan suara dan kata-kata. Contohnya adalah ceramah, pengajaran, pidato, dan bentuk komunikasi verbal lainnya.
2. Tulisan, Dakwah melalui tulisan disampaikan dalam berbagai bentuk seperti buku, koran, majalah, surat kabar, spanduk, dan media cetak lainnya yang memuat pesan-pesan dakwah.
3. Lukisan, Media ini menggunakan gambar atau ilustrasi, seperti karikatur atau infografis, yang dapat menarik perhatian dan menyampaikan pesan dakwah secara visual.

²⁵ Aminuddin, "Media Dakwah", *Al-Munzir: ejournal.iainkendiri*, Vol. 9. No. 2, November 2016, hal.349.

4. Audio visual, Media ini memanfaatkan kombinasi suara dan gambar untuk menarik perhatian *mad'u*. Contoh media audio-visual adalah televisi, film, internet, dan platform berbasis multimedia lainnya.
5. Akhlak, dilakukan dengan menunjukkan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Perbuatan baik dan keteladanan menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.²⁶

Seiring berkembangnya zaman, media dakwah kini banyak memanfaatkan *New media* seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, dan platform media sosial lainnya. Sosial media memainkan peran yang penting dalam menyebarkan dakwah Islam di era digital. Platform media sosial menyediakan saluran komunikasi yang efektif bagi para *da'i* untuk menjangkau *mad'u* yang lebih luas dan beragam. Melalui media sosial, para *da'i* dapat dengan mudah membagikan ceramah, kajian, tulisan, serta kutipan

²⁶ Aminuddin, "Media Dakwah", *Al-Munzir: ejournal.iainkendiri*, Vol. 9. No. 2, November 2016, hal.360.

inspirasi tentang ajaran Islam dalam berbagai bentuk konten. Proses penyebaran pesan dakwah pun menjadi lebih cepat, praktis, dan mudah diakses oleh masyarakat luas..²⁷

Dakwah yang disampaikan dalam media sosial juga memiliki berbagai konten yang menarik, seperti video animasi dakwah, video-video short, infografis, dan berbagai konten lainnya yang dikemas secara kreatif, menarik, dan relevan sesuai dengan masa kini. Di sisi lain, interaksi serta respon yang interaktif dan cepat pada platform ini juga memungkinkan diskusi dan pemahaman agama yang lebih dalam di antara pengguna, menjadikan dakwah melalui *New media* sebagai salah satu pendekatan efektif di era digital.

5. *Thariqah* (metode dakwah)

Metode dakwah berasal dari kata *methods* dalam bahasa Yunani, yang berarti jalan. Secara istilah, metode dakwah adalah berbagai pendekatan atau teknik yang

²⁷ Nurul Hidayatul Ummah, "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektifitas Dakwah di Era Digital", *Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol.12. No. 1, 2023 hal.156.

digunakan untuk menegakkan syariat Islam demi mencapai tujuan dakwah. Tujuan tersebut adalah terciptanya kehidupan yang baik di dunia maupun di akhirat dengan menerapkan ajaran Islam secara murni dan konsisten. Dalam praktiknya, metode dakwah diterapkan oleh seorang *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* dengan penuh kebijaksanaan dan kasih sayang, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan tujuan dakwah tercapai secara efektif.²⁸

Landasan umum metode dakwah adalah Al-Qur'an, terutama berada dalam Q.S An Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih

²⁸ Abdul Mujib, ” Ilmu Dakwah : Dalil Kewajiban, Dan Unsur-Unsur Dakwah Dalam Tinjauan Community Development”, *As-Syahla : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol.1 No.01 Juni 2024, hal.21.

mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl: 125).²⁹

Ada tiga metode dakwah dari ayat di atas sebagaimana yang dikemukakan oleh Ahmad Mustafa al-Maraghy didalam *Tafsir al-Maraghi* yaitu:

1. *Al-hikmah*, yaitu perkataan yang jelas serta dengan dalil yang memperjelas kebenaran dan menghilangkan bentuk keraguan.
2. *Al-mauizah al-hasanah*, yaitu dalil yang bersifat *zanny* yang dapat memberikan kepuasan pada manusia umumnya.
3. *Al-mujadala bi al-ihsan*, yakni percakapan dan bertukar pikiran sehingga yang tadinya menentang atau melawan bisa berbalik menjadi puas dan menerima dengan baik.³⁰

Dakwah bil hikmah adalah usaha untuk mengajak manusia ke jalan Allah dengan menggunakan tutur kata

²⁹ “Q.S. An-Nahl: 125” <https://quran.kemenag.go.id/> (diakses tanggal 25 Februari 2025)

³⁰ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media,2019), hal.46.

yang lembut, penuh kesabaran, keramahan, dan kelapangan hati. Al-hikmah sendiri merupakan perpaduan antara kemampuan teoritis dan praktis dalam berdakwah. Pendekatan ini bersifat persuasif dengan berfokus pada manusia (human-oriented), sehingga dakwah dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*.

Dakwah dengan metode mauizah hasanah atau pengajaran yang baik tidak hanya memperhatikan isi materi dakwah, tetapi juga menyesuaikannya dengan latar belakang dan kebutuhan *mad'u*. Penyampaian pesan dilakukan dengan cara yang menyentuh hati, penuh kasih sayang, serta menggunakan bahasa yang indah dan menenangkan, sehingga nasihat yang diberikan dapat diterima dengan lebih mudah.

Metode dakwah *al-mujadalah* merupakan metode yang melibatkan diskusi atau dialog antara *da'i* dan *mad'u* secara harmonis dan saling menghormati. Pendekatan ini menghindari perdebatan yang bersifat memojokkan atau merendahkan pihak lain. Seorang *da'i* perlu memahami

bahwa dalam diri manusia terdapat sifat keangkuhan yang tidak bisa ditundukkan dengan kekerasan, melainkan dengan sikap lembut, sabar, dan penuh kebijaksanaan..³¹

Efek Dakwah

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dakwah, efek dakwah sendiri terdiri dari tiga jenis: efek kognitif, efek afektif, dan efek behavior.³²

1. Efek Kognitif

Efek *kognitif* muncul ketika *mad'u* mulai memahami dan memikirkan isi pesan dakwah yang diterimanya. Perubahan ini berkaitan dengan meningkatnya pengetahuan, pemahaman, dan wawasan *mad'u* terhadap ajaran agama Islam. Setelah menerima dakwah, diharapkan *mad'u* mampu menyesuaikan pola pikirnya sesuai dengan

³¹ Audah Mannan, *Strategi Pengembangan Dakwah*, (Gowa: Alauddin University Press, 2021), hal.53-56.

³² Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal.79.

pemahaman agama yang benar, melalui proses berpikir yang mendalam.

2. Efek *Afektif*

Efek *afektif* berkaitan dengan perubahan sikap *mad'u* setelah menerima pesan dakwah. Sikap ini terbentuk melalui proses pembelajaran yang melibatkan tiga faktor utama, yaitu perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Pada tahap ini, *mad'u* akan memutuskan apakah ia menerima atau menolak pesan dakwah berdasarkan pemahaman dan perasaan yang muncul setelah menerima pesan tersebut.

3. Efek *Behavioral*

Efek *behavioral* merupakan perubahan dalam perilaku *mad'u* setelah menerima pesan dakwah. Perubahan ini terlihat dari bagaimana *mad'u* menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini biasanya muncul setelah melalui proses kognitif dan afektif. Ketika dakwah berhasil memengaruhi perilaku nyata seseorang

untuk mengamalkan ajaran Islam, maka tujuan akhir dakwah telah tercapai dengan baik.³³

Fungsi Dakwah

Dakwah memiliki peranan penting dalam kehidupan umat Islam, karena berkaitan dengan upaya mengajak umat untuk mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam seluruh aspek kehidupan. Dengan demikian, kehidupan yang dijalani dapat selaras dengan nilai-nilai Islam.

Fungsi dakwah dapat dilihat dari dua segi:

1. Dari segi tindakan isi atau pesan dakwah

Dari perspektif ini, dakwah berfungsi sebagai berikut:

- a. Menanamkan pemahaman, yaitu memberikan pemahaman mengenai konsep-konsep ajaran Islam agar *mad'u* memiliki persepsi yang jelas, benar, dan tidak keliru.
- b. Membangkitkan kesadaran, diharapkan muncul kesadaran dalam diri *mad'u*, sehingga

³³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (rev.ed.; Jakarta: Kencana, 2009), hal.456-458.

mereka terdorong untuk mengamalkan nilai-nilai Islam dengan penuh semangat dan kesungguhan.

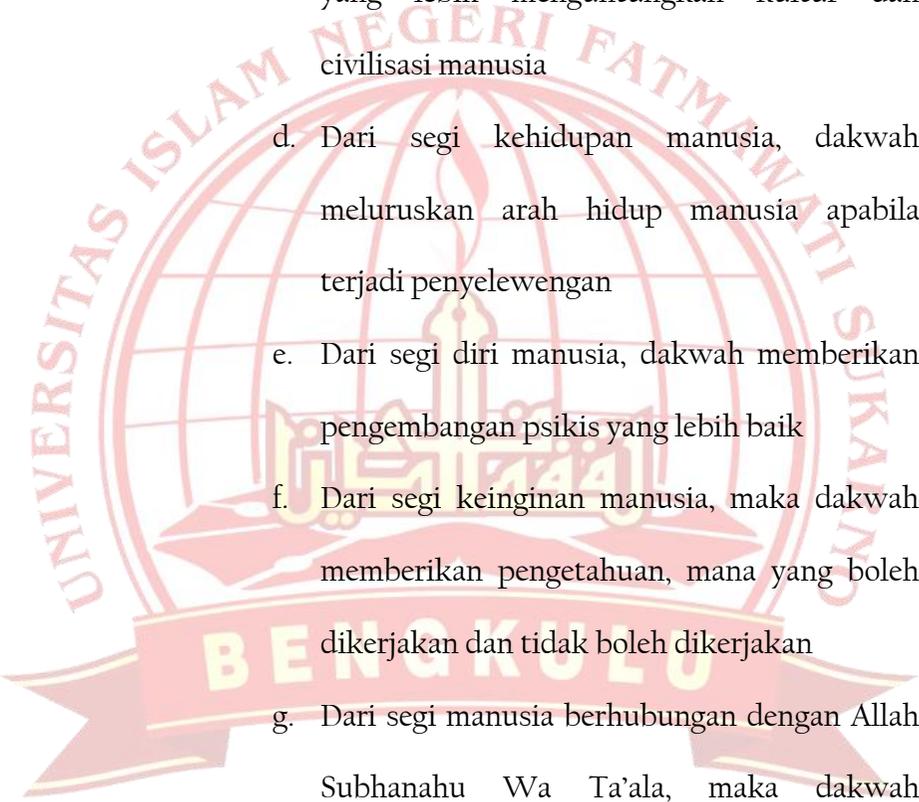
- c. Mengaktualisasikan dalam tingkah laku, yaitu menumbuhkan kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dalam perilaku sehari-hari, menjadikan nilai-nilai Islam sebagai dasar dalam bertindak dan bersikap.
- d. Melestarikan ajaran Islam, yaitu menjaga keberlangsungan ajaran Islam agar tetap dipahami dan diamalkan secara berkelanjutan dalam kehidupan masyarakat dari generasi ke generasi.³⁴

2. Dari segi misi perubahan masyarakat

Dari segi misi perubahan masyarakat fungsi dakwah adalah sebagai berikut:

- a. Dari segi praktisnya, dakwah memajukan segala bidang tingkah laku manusia

³⁴ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal.11-12.

- 
- b. Dari segi natur, dakwah mengembalikan manusia kepada natur (fitrahnya) yang benar,
- c. Dari segi peranannya sebagai perubahan masyarakat, dakwah memberikan pedoman yang lebih menguntungkan kultur dan civilisasi manusia
- d. Dari segi kehidupan manusia, dakwah meluruskan arah hidup manusia apabila terjadi penyelewengan
- e. Dari segi diri manusia, dakwah memberikan pengembangan psikis yang lebih baik
- f. Dari segi keinginan manusia, maka dakwah memberikan pengetahuan, mana yang boleh dikerjakan dan tidak boleh dikerjakan
- g. Dari segi manusia berhubungan dengan Allah Subhanahu Wa Ta'ala, maka dakwah merupakan misi uluhiyah, yang mengajarkan etika, moralitas, rohani, dan menempatkan

manusia sebagai hamba Allah Subhanahu Wa Ta'ala.³⁵

Tujuan Dakwah

Pada dasarnya, tujuan utama dakwah adalah mengajak manusia untuk kembali kepada Allah atau mengikuti jalan-Nya (*sabili rabbik*). Namun, dalam pelaksanaannya, objek dakwah sangat beragam, seperti orang-orang kafir, ahli kitab, maupun kaum beriman. Oleh karena itu, pendekatan dalam dakwah perlu disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik masing-masing kelompok agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

1. Tujuan dakwah kepada orang kafir

Dakwah kepada orang kafir bertujuan untuk mengajak mereka mempercayai keberadaan Allah, Rasul-Nya, dan ajaran-ajaran yang dibawa. Orang kafir adalah mereka yang menolak kebenaran tersebut, meskipun kenyataan sejati mereka sebagai ciptaan Allah tidak berubah.

³⁵ Masmudin dan Efendi P, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Sulawesi Selatan : Read Institute Press, 2014), hlm. 8-9.

Oleh karena itu, dakwah perlu dilakukan secara intensif agar mereka dapat memahami kedudukan mereka sebagai hamba Allah yang memiliki tanggung jawab utama untuk beribadah (ubudiyah). Ibadah ini menjadi tujuan utama keberadaan manusia di dunia, yakni menjalankan perintah Allah dengan penuh kesadaran.

Mengajak orang kafir untuk menerima Islam merupakan kewajiban bagi umat Islam. Melalui dakwah, mereka diberi pemahaman mengenai asal-usul dan tujuan hidup mereka sebagai makhluk ciptaan Allah. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan mereka bisa menjalani kehidupan yang lebih baik di dunia dan memperoleh keselamatan di akhirat.³⁶

2. Tujuan dakwah terhadap ahli kitab

Para Dai berusaha menanamkan keyakinan kepada mereka bahwa Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam. adalah rasul terakhir

³⁶ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal.16-18.

dan kitab suci Alquran adalah petunjuk bagi manusia secara universal.

Hal tersebut dapat dipahami dalam QS.

Asy-Syura :

فَلَذَلِكَ فَادِّعْ^ط وَأَسْتَقِمْ^ط كَمَا أُمِرْتُ^ط وَلَا تَتَّبِعْ^ط
أَهْوَاءَهُمْ^ط وَقُلْ^ط ءَأَمِنْتُ^ط بِمَا أَنْزَلَ^ط اللَّهُ^ط مِنْ كِتَابٍ^ط
وَأُمِرْتُ^ط لِأَعْدِلَ^ط بَيْنَكُمْ^ط اللَّهُ^ط رَبُّنَا^ط وَرَبُّكُمْ^ط لَنَا
أَعْمَلْنَا^ط وَلَكُمْ^ط أَعْمَلُكُمْ^ط لَا حُجَّةَ^ط بَيْنَنَا^ط وَبَيْنَكُمْ^ط اللَّهُ
يَجْمَعُ^ط بَيْنَنَا^ط وَإِلَيْهِ^ط الْمَصِيرُ^ط ١٥

Artinya: "Maka karena itu serulah (mereka kepada agama ini) dan tetaplah sebagai mana diperintahkan kepadamu dan janganlah mengikuti hawa nafsu mereka dan katakanlah: "Aku beriman kepada semua Kitab yang diturunkan Allah dan aku diperintahkan supaya berlaku adil diantara kamu. Allah-lah Tuhan kami dan Tuhan kamu. Bagi kami amal-amal kami dan bagi kamu amal-amal kamu. Tidak ada pertengkarannya antara kami dan kamu, Allah mengumpulkan antara kita dan kepada-Nya-lah kembali (kita)". (Q.S. Asy-Syura: 15).³⁷

Ayat tersebut merupakan perintah untuk menyampaikan dakwah kepada ahli kitab. Tujuannya agar mereka sadar dan mengakui

³⁷ "Q.S. Asy-Syura: 15" <https://quran.kemenag.go.id/> (diakses tanggal 25 Februari 2025)

kebenaran segala yang diturunkan Allah kepadanya.³⁸

3. Tujuan dakwah kepada orang beriman

Orang mukmin disebut umat ijabat, karena mereka menerima dakwah Islam yang disampaikan oleh Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam. dan membenarkan ajaran-ajarannya.

Abu al-A'la al-Maududi menjelaskan bahwa tujuan dakwah adalah mengajak manusia untuk mengakui dan meyakini bahwa tidak ada Tuhan selain Allah. Dia Yang Maha Esa, menguasai, ditaati, membuat peraturan-peraturan. Karena itu, manusia harus menyerahkan dirinya kepada Allah dan melaksanakan amal saleh. Selanjutnya, ia mengatakan bahwa Allah memerintahkan kepada

³⁸ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal.18-19.

orang beriman agar masuk ke dalam Islam secara keseluruhan.³⁹

Animasi

1. Pengertian Animasi

Animasi adalah suatu gambar bergerak yang berupa kumpulan benda-benda (gambar) yang disusun secara teratur mengikuti jalur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan waktu yang terjadi. Gambar tersebut meliputi gambar makhluk hidup, benda mati, atau teks. Secara umum, dapat digambarkan sebagai serangkaian gambar yang ditampilkan dalam jangka waktu tertentu (garis waktu) untuk menciptakan ilusi sebuah video. Dengan demikian ada dua objek penting dalam animasi yaitu gambar sebagai objek dan alur gerak.⁴⁰

2. Jenis Animasi

³⁹ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal 19-21

⁴⁰ umn.ac.id, *Sering Dikira Mirip, Apa Saja Perbedaan Animasi dan Kartun?*, <https://www.umn.ac.id/sering-dikira-mirip-apa-saja-perbedaan-animasi-dan-kartun/>, (diakses pada tanggal 28 September 2024)

Karakter animasi telah berkembang dari dulu hanya mempunyai prinsip yang sederhana sekarang menjadi beberapa jenis animasi:

1. Animasi 2 Dimensi

Animasi dua dimensi dikenal dengan nama flat animation. Perkembangan animasi dua dimensi cukup revolusioner sehingga dibuat film-film kartun. Kartun berasal dari kata *Cartoon*, yang berarti gambar lucu. Seperti *Scooby Doo*, *Doraemon*, *Tom and Jerry*, dan sebagainya.

2. Animasi 3 Dimensi

Animasi tiga dimensi merupakan perkembangan dari animasi dua dimensi. Dengan animasi 3D karakter terlihat seperti hidup dan nyata, mendekati wujud manusia asli.. Contohnya film *Toy Story* karya *Disney*.⁴¹

3. Animasi *Stop Motion / Clay Animation*

⁴¹ Marisa, Taufik Sobri, dkk, “*Film Animasi Dampak Penggunaan Gadget Berlebihan Sd N 57 Oku Menggunakan Adobe Flash Cs6*”, Jurnal Teknik Informatika Mahakarya (JTIM), Vol. 5, No. 1, Juni 2022, hal.55.

Animasi ini dikenal sebagai Claymation karena objeknya menggunakan clay (tanah liat) yang digerakkan. Pertama kali teknik ini dikenalkan oleh Stuart Blakton pada tahun 1906. Tokoh-tokoh dalam animasi *clay* dibuat menggunakan rangka khusus untuk kerangka tubuhnya. Setelah itu, foto gerakan per gerakan lalu digabungkan menjadi gambar bergerak seperti yang ditonton di film.

4. Animasi Jepang (*Anime*)

Anime merupakan sebutan untuk film animasi Jepang. *Anime* mempunyai karakteristik tersendiri dibandingkan animasi Eropa. Tokoh-tokoh dan background dari *Anime* digambar menggunakan tangan. Animasi GIF merupakan teknik yang menggunakan prinsip animasi dasar yang berupa gambar-gambar yang saling menghubungkan.⁴²

⁴² Marisa, Taufik Sobri, dkk, “*Film Animasi Dampak Penggunaan Gadget Berlebihan Sd N 57 Oku Menggunakan Adobe Flash Cs6*”, Jurnal Teknik Informatika Mahakarya (JTIM), Vol. 5, No. 1, Juni 2022, hal. 55.

3. Bentuk Animasi

Secara umum, animasi dibagi dalam tiga kategori, yaitu sebagai berikut:

1. *Traditional Animation (2D Animation)*

Animasi tradisional dikenal juga sebagai animasi dua dimensi (2D) dan salah satu bentuk animasi tertua yang menggunakan penggambaran secara manual. Proses ini melibatkan penggambaran setiap frame secara manual dan kemudian diputar secara berurutan.⁴³ Contoh film-film yang menggunakan teknik ini adalah “*Snow White and Seven Dwarf*”, “*Cinderela*”, “*Tom and Jerry*”, dan sebagainya.

2. *Stop Motion Animation*

Dalam jenis animasi ini, objek akan diatur untuk pose tertentu dan kamera akan merekam pose dari objek tersebut. Animasi ini sering juga disebut *clay motion* dalam perkembangannya

⁴³ Mengenal 8 Jenis Animasi Menurut Prodi D-4 Animasi Universitas Dian Nuswantoro, “<https://vokasi.kemdikbud.go.id/read/b/mengenal-8-jenis-animasi-menurut-prodi-d-4-animasi-universitas-dian-nuswantoro>”, (diakses pada tanggal 16 Oktober 2024)

karena jenis animasi ini umumnya menggunakan media berupa tanah liat (clay) sebagai objek animasinya. Contoh film yang termasuk dalam jenis ini adalah “*Shaun The Sheep*”, “*Chicken Run*”, dan lainnya.

3. *Computer Graphics Animation (3D Animation)*

Computer graphics animation adalah animasi yang seluruhnya dibuat dengan komputer, berkembang pesat hingga mendekati objek nyata (*hyper-reality*), dan kini identik dengan animasi 3D. Dengan menggunakan komputer, maka seluruh proses animasi, mulai tahap modelling hingga hasil akhir (*rendering*) tidak lagi dengan manual sketsa tangan (konvensional). Saat ini computer graphic animation lebih dikenal dengan Generated Imagery (CGI). Contoh film yang menggunakan jenis animasi ini adalah “*Ice Age*”, “*Madagascar*”, “*Finding Nemo*”, dan lainnya.⁴⁴

⁴⁴ Marisa, Taufik Sobri, dkk, “*Film Animasi Dampak Penggunaan Gadget Berlebihan Sd N 57 Oku Menggunakan Adobe Flash Cs6*”, Jurnal Teknik Informatika Mahakarya (JTIM), Vol. 5, No. 1, Juni 2022, hal..55-56.

New media

1. Pengertian *New media*

Teori *new media* adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Lévy untuk menjelaskan perkembangan media. Ada dua versi teori ini. Yang pertama adalah perspektif interaksi sosial. Ini membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi personal.

Pierre Lévy berpendapat bahwa *World Wide Web* (WWW) adalah lingkungan informasi yang lebih interaktif, terbuka, fleksibel, dan dinamis yang memungkinkan pengembangan pengetahuan baru dan keterlibatan dalam dunia demokratis pemberdayaan berbasis sosial dan pertukaran bersama.

Pendekatan kedua mengambil perspektif integrasi sosial. Maksudnya, media menjadi ritual karena menjadi kebiasaan dan formal, dan memiliki nilai lebih tinggi daripada kegunaan media itu sendiri. Media bukan hanya media informasi, tetapi juga media yang menghubungkan berbagai bentuk masyarakat dan menyampaikan rasa persatuan.⁴⁵

⁴⁵ Cindie Sya'bania Feroza & Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan", Jurnal Inovasi Vol 14 No 1, 2020, hal.34.

Lev Manovich mengatakan bahwa *new media* adalah objek budaya dalam suatu paradig baru dari dunia media massa dalam masyarakat. *New media* juga memungkinkan adanya penyebaran oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi.⁴⁶

New media adalah media yang menggunakan internet, media online yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel, interaktif dan berfungsi sebagai secara privat dan public. Adapun ciri utama dari *new media* saling keterhubungan, interaktivitas kegunaan yang beragam dan sifatnya yang ada dimana-mana.⁴⁷

2. Fungsi *New media*

1. Informasi

New media berperan dalam menyampaikan dan berbagi informasi, baik dalam bentuk opini, pandangan subjektif, fakta objektif, maupun sumber primer dan

⁴⁶ Andini Hernani Utami, “*media baru dan anak muda: Perubahan Bentuk media dalam interkasi keluarga*”, Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga VOL.11 No.1 2021, hal. 10.

⁴⁷ Fitri Norhabiba, Sukma Ari Ragil Putri, “Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya”, *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 7, No. 1, 2018, hal.11.

sekunder. Melalui fungsi ini, audiens dapat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di sekitar mereka.

2. Pendidikan

Media menjadi sarana edukatif yang memberikan pengetahuan kepada berbagai kalangan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan menyajikan beragam konten yang edukatif dan informatif.

3. Hiburan

New media menawarkan hiburan melalui berbagai format, seperti tayangan televisi, film, komik, dan konten lainnya, yang bertujuan menghibur audiens di waktu senggang.⁴⁸

4. Persuasi

Media memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik dan memengaruhi pola pikir masyarakat melalui konten-konten yang disajikan. Dengan cara ini, media mampu membangun persepsi dan menetapkan agenda tertentu di benak audiens.

⁴⁸ “Teori New Media: Pengertian, Fungsi, dan Manfaatnya”, <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/>.(diakses pada tanggal 11 Oktober 2024)

5. Pengawasan

Media bertindak sebagai pengawas sosial yang terus memantau fenomena di masyarakat serta memberikan peringatan dini mengenai potensi ancaman atau risiko yang bisa berdampak negatif, sehingga membantu masyarakat meminimalkan dampak buruk di masa depan.

6. Sosialisasi

Dalam proses sosialisasi, media memainkan peran dalam membentuk perilaku, sikap, dan keyakinan masyarakat. Media juga berperan dalam mempererat hubungan sosial dan mendorong terciptanya persatuan dalam kehidupan bermasyarakat.⁴⁹

Youtube

1. Pengertian Youtube

YouTube adalah perusahaan yang menyediakan koleksi user *generated content* yang mencakup ribuan film pendek, episode televisi, dan ratusan film *full-length*. Menyajikan lebih dari dua miliar video per hari, YouTube

⁴⁹ “Teori New Media: Pengertian, Fungsi, dan Manfaatnya”, <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/>.(diakses pada tanggal 11 Oktober 2024)

telah menjadi pemimpin dalam berbagi video online. YouTube mendapatkan sebagian besar pendapatannya melalui penjualan iklan di halaman beranda, hasil pencarian, dan dalam video. Situs ini memfasilitasi pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video.⁵⁰

Sebagai layanan milik Google, YouTube memungkinkan penggunanya untuk mengunggah video yang bisa diakses secara gratis oleh masyarakat di seluruh dunia. Platform ini menyediakan berbagai macam informasi dalam bentuk video yang dapat dipercaya dan mudah diakses kapan saja. Selain menonton dan mencari video, pengguna juga dapat ikut berkontribusi dengan mengunggah video mereka sendiri dan membagikannya ke seluruh penjuru dunia

YouTube didirikan oleh tiga mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Chad Hurley merupakan lulusan desain dari Universitas Indiana Pennsylvania, sementara Steve Chen dan Jawed

⁵⁰ Abdul Salam, Muliaty Amin, dkk, “*Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)*”, Jurnal Washiyah Vol 1 No 3, September 2020, hal 659

Karim memiliki latar belakang pendidikan di bidang ilmu komputer dari Universitas Illinois di Urbana-Champaign. Nama domain "YouTube.com" pertama kali diaktifkan pada 15 Februari 2005. Setelah melalui proses pengembangan selama beberapa bulan, mereka meluncurkan versi pratinjau situs ini pada Mei 2005, sebelum akhirnya secara resmi diperkenalkan ke publik enam bulan kemudian.⁵¹

2. Manfaat Youtube

Pemanfaatan youtube terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna adalah sebagai berikut:

1. Youtube memberikan layanan gratis untuk menikmati dan mengakses video-video di dalam sistemnya.
2. Mengakses dan berbagi informasi menarik lainnya, misalnya seputar hal-hal yang teknis.
3. Mengakses video streaming, baik live maupun tidak. Siaran lokal, nasional, bahkan internasional bisa diakses melalui youtube.

⁵¹ hestanto.web.id, *pengertian youtube menurut para ahli*, <https://www.hestanto.web.id/pengertian-youtube-menurut-para-ahli/>, diakses pada tanggal 29 September 2024

4. Salah satu media promosi. Sebagian besar pengguna youtube menggunakannya untuk menguatkan dan memajukan bisnis yang tengah dikelola.
5. Mendukung industri hiburan. Youtube membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan, mulai dari video clip penyanyi, film dari aktor, aktris, sutradara favorit, dan sebagainya.
6. Menguatkan Branding Lembaga/Institusi. Youtube juga digunakan sebagai media branding Lembaga atau organisasi. Utamanya terkait dengan profil lembaga serta ekspansi untuk peluang kerjasama dari lembaga lainnya.⁵²
7. Mengetahui respon dan komentar khalayak. Fitur “Like” dan “Comment” dalam youtube memudahkan pengguna untuk mengetahui respon terhadap konten dan kualitas videonya.⁵³

⁵² Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dkk, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagikomunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol 5 No.2, Desember 2016, hal 261-263.

⁵³ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dkk, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagikomunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol 5 No.2, Desember 2016, hal 261-263.

Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi merupakan suatu teknik penelitian ilmiah yang digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi (*Content analysis*) sendiri adalah sebuah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan dari suatu fenomena dengan menggunakan dokumen (teks).⁵⁴ Adapun menurut para ahli analisis isi didefinisikan sebagai berikut:

Berelson mengatakan analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (manifest).

Menurut R. Holsti, analisis isi sebagai teknik penelitian yang bertujuan untuk menarik kesimpulan secara objektif dengan mengidentifikasi karakteristik pesan secara sistematis.

⁵⁴ Eriyanto, *Analisis Isi: Pegantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal.10.

Krippendorff menjelaskan bahwa analisis isi adalah teknik penelitian yang memungkinkan penarikan kesimpulan yang dapat dipercaya dan diulang kembali, dengan tetap memperhatikan konteks di mana komunikasi berlangsung.

Weber menyatakan bahwa analisis isi merupakan metode penelitian yang menerapkan sejumlah prosedur tertentu guna mendapatkan kesimpulan yang sah dan akurat dari sebuah teks.

Menurut Riffe, Lacy, dan Fico. analisis isi adalah proses sistematis untuk meneliti simbol-simbol komunikasi dengan memberikan nilai-nilai numerik melalui pengukuran yang valid. Hasil dari analisis ini kemudian diolah secara statistik untuk memahami isi komunikasi serta menjelaskan konteks produksi dan konsumsi pesan tersebut.

Neuendorf menyatakan bahwa analisis isi merupakan metode penelitian yang bertujuan merangkum dan mengukur pesan secara ilmiah. Metode ini harus memenuhi prinsip objektivitas, reliabilitas,

validitas, serta dapat digeneralisasikan, diuji, dan direplikasi tanpa terbatas oleh jenis variabel atau konteks tertentu.⁵⁵

Dari beberapa pendapat para ahli di atas mengenai analisis isi, maka dapat disimpulkan Analisis isi adalah teknik penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur pesan secara valid dan dapat direplikasi. Dengan pendekatan kuantitatif atau kualitatif, analisis ini memungkinkan pemahaman mendalam tentang isi, produksi, dan konsumsi pesan dalam berbagai konteks.

Peneliti menerapkan analisis isi model John Fiske dimana terdapat dua bentuk aliran dalam studi isi, yaitu aliran transmisi dan aliran produksi dan pertukaran makna.

1. Aliran transmisi, aliran ini melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan. Asumsi dalam aliran ini adalah hubungan satu arah dari media kepada khalayak. Peranan yang digambarkan adalah

⁵⁵ Eriyanto, *Analisis Isi: Pegantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal 15-16

komunikator berperan aktif sementara komunikan berperan pasif.

2. Aliran produksi dan pertukaran makna, aliran ini melihat komunikasi sebagai proses penyebaran. Yang menjadi titik perhatian adalah bagaimana masing-masing pihak dalam komunikasi saling memproduksi dan mempertukarkan makna.⁵⁶

Dalam kedua aliran tersebut, masing-masing memiliki arti yang berbeda. Pada aliran pertama, yang ditekankan adalah komunikator yang berperan aktif menyampaikan pesan kepada khalayak melalui media seperti berita, komik, film, dan iklan, akan tetapi komunikator bersifat pasif sehingga hubungan tersebut hanya bersifat sepihak saja. Pada aliran kedua, produksi dan pertukaran makna adalah makna dibangun dan disajikan kepada audiens untuk dibaca.

2. Penggunaan Analisis Isi

Analisis isi merupakan metode penelitian ilmiah yang memanfaatkan dokumen atau teks untuk memahami

⁵⁶ Eriyanto, *Analisis Isi: Pegantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal.2.

fenomena dan menarik kesimpulan berdasarkan data yang ada. Pendekatan ini tidak hanya digunakan dalam penelitian komunikasi, tetapi juga di berbagai bidang lain yang bergantung pada dokumen sebagai sumber informasi.

Manfaat analisis isi dapat ditinjau dari tiga aspek:

1. Sebagai metode utama: Analisis isi digunakan sebagai metode inti dalam penelitian untuk mengkaji dan memahami isi komunikasi secara mendalam.
2. Sebagai metode tambahan: Dalam beberapa penelitian, analisis isi digunakan sebagai metode pendukung bersama metode lainnya, seperti survei atau eksperimen, untuk memberikan perspektif yang lebih lengkap.
3. Sebagai alat perbandingan: Analisis isi juga berperan dalam membandingkan dan memvalidasi temuan yang diperoleh dari metode penelitian lainnya, guna memastikan akurasi dan keabsahan hasil penelitian.

4. Dengan demikian, analisis isi menjadi alat yang fleksibel dan relevan dalam memahami berbagai fenomena komunikasi berbasis teks di berbagai bidang penelitian.⁵⁷



⁵⁷ Eriyanto, *Analisis Isi: Pegantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal 11