

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Unsur – unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (obyek dakwah), materi dakwah, wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah).

a. Da'i (pelaku dakwah) Kata da'i ini secara umum sering disebut dengan sebutan mubaligh (orang yang menyempurnakan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Atau kata lain dari da'i adalah subjek dakwah. Biasa disebut dengan pelaku aktivitas dakwah. Maksudnya, seorang da'i hendaknya mengikuti cara-cara yang telah ditempuh oleh Rasulullah, sehingga hasil yang diperoleh pun bisa mendekati kesuksesan seperti yang pernah diraih Rasulullah saw.⁶

b. Mad'u (Obyek dakwah) Unsur dakwah yang kedua adalah mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah,

⁶ Sasono, Adi. Solusi Islam atas Problematika Umat. Cet. I. Jakarta: Gema Insani Press, 1987. Hlm 52

baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan. Mereka yang menerima dakwah ini lebih tepat disebut mad'u dakwah dari pada sebutan objek dakwah, sebab sebutan yang kedua lebih mencerminkan kepasifan penerima dakwah, padahal sebenarnya dakwah adalah suatu tindakan menjadikan orang lain sebagai kawan berpikir tentang keimanan, syari'ah, dan akhlak kemudian untuk diupayakan dihayati dan diamalkan bersama-sama.⁷

- c. Wasilah (media dakwah) Wasilah (media) dakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah.
- d. Thariqah (metode) Hal yang sangat erat kaitannya dengan metode wasilah adalah metode dakwah thariqah (metode) dakwah. Kalau wasilah adalah alat-alat yang dipakai untuk mengoperkan atau menyampaikan ajaran Islam maka thariqah adalah metode yang digunakan dalam dakwah. Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang da'i

⁷ Aminudin, Konsep Dasar Dakwah, Al Munzir, Vol.9.No. 1 . Hlm 38

untuk menyampaikan materi dakwah yaitu al-Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.⁸

- e. Atsar (efek dakwah) Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi.

Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'idengan materi dakwah, wasilah, thariqah tertentu, maka akan timbul respons dan efek (atsar) pada mad'u, (mitra/penerima dakwah). Atsar itu sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Arab yang berarti bekas/sisa, atau tanda. Istilah ini selanjutnya digunakan untuk menunjukkan suatu ucapan atau perbuatan yang berasal dari sahabat atau tabi'in yang pada perkembangan selanjutnya dianggap sebagai hadits, karena memiliki ciri-ciri sebagai hadits Atsar (efek) sering disebut dengan feed back(umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, atsar sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis atsar dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis atsar dakwah secara cermat dan tepat maka kesalahan strategis dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah langkah berikutnya (corrective action) demikian juga strategi dakwah termasuk dalam penentuan unsur-unsurdakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan. Evaluasi dankoreksi terhadap atsar dakwah harus

⁸ M. Syafaat Habib, Buku Pedoman Dakwah, Cet 1, Jakarta: Wijaya, 1992. hlm. 160

dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, artinya tidak secara parsial atau setengah-setengah.⁹

2. Peran dakwah

Dakwah adalah istilah dalam Islam yang merujuk pada upaya menyampaikan ajaran dan nilai-nilai Islam kepada orang lain dengan tujuan untuk memperkenalkan agama Islam, mengajak orang lain untuk memahami dan mengikuti ajaran islam, serta memperbaiki perilaku dan kehidupan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Dakwah merupakan salah satu tugas penting dalam ajaran islam, dan dakwah dapat dilakukan oleh individu muslim sebagai bentuk ibadah. Dakwah melibatkan penyampaian ajaran Islam kepada individu atau kelompok lain. Ini mencakup ajaran-ajaran dasar Islam seperti tauhid (keyakinan kepada Allah yang Esa), akhlak (moral dan etika), ibadah (ritual keagamaan), dan hukum-hukum Islam.

Ditinjau dari segi etimologi atau asal kata bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Dalam Ilmu tata bahasa arab, kata dakwah berbentuk sebagai “isim mashdar”. Kata ini berasal dari fi’il “da’a-yad’u” artinya memanggil, mengajak atau menyeru.

Arti kata dakwah seperti ini sering di jumpai atau dipergunakan dalam ayat-ayat Al- Qur’an seperti pada Q.S Al-Baqarah/2: 23.

⁹ Abuddin Nata, Metodologi Studi Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998. Hlm 363

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَإِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِّمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّثْلِهِ

وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٢﴾

Terjemahannya :

“Jika kamu (tetap) dalam keraguan tentang apa (Al-Qur'an) yang kami turunkan kepada hamba kami (Nabi Muhammad), buatlah satu surah yang semisal dengannya dan ajaklah penolong-penolongmu selain Allah, jika kamu orang-orang yang benar.”¹⁰

Berdakwah bukanlah komunikasi semata, melainkan sebuah komunikasi yang khas. Itulah yang membedakan berdakwah dengan komunikasi biasa. Kegiatan berdakwah pada masyarakat merupakan kegiatan interaksi yang terjadi antara pendakwah dengan pendengar untuk membahas suatu hal yang bermanfaat bagi masyarakat. Kegiatan berdakwah cenderung menyesuaikan situasi pembicaraan dengan fenomena yang sedang terjadi pada masyarakat sehingga masyarakat dapat dengan mudah memahami tuturan yang disampaikan penutur atau pembicara. Setiap pendakwah memiliki gaya bertutur yang khas. Sehingga mempermudah pendengar dalam menangkap maksud yang dipaparkan oleh penceramah.

Dakwah juga mencakup ajakan untuk mengikuti ajaran Islam dan peringatan tentang akibat buruk dari tindakan yang bertentangan dengan ajaran Islam. Tujuannya adalah untuk membimbing orang lain menuju jalan yang

¹⁰Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an* dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf *Al-Qur'an*,2019), h.2.

benar menurut pandangan Islam. Dakwah seringkali membutuhkan kesabaran dan kehati-hatian. Dakwah mungkin tidak selalu menghasilkan perubahan seketika pada individu yang diajak, dan pendakwah perlu bersikap sabar dalam menghadapi reaksi dan pandangan yang beragam. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui kata-kata, tetapi juga melalui contoh yang baik. Seorang Muslim diharapkan untuk menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam, sehingga orang lain dapat melihat nilai-nilai positif dalam agama tersebut.

3. Metode dakwah

Dalam praktiknya, seringkali dakwah dilakukan dengan menggunakan tiga metode dakwah, tergantung pada situasi dan pendekatan yang dianggap paling efektif untuk masyarakat atau individu yang dituju. Tujuan utama dari dakwah adalah untuk menyebarkan ajaran Islam, menjelaskan nilai-nilai dan prinsip-prinsipnya, dan membantu orang-orang memahami agama tersebut. Ketiga metode dakwah yang dimaksud, yaitu: a) *Bil-Lisan*, b) *Bil-Hal*, dan c) *Bil-Kalam*. Adapun penjelasan dari ketiga metode tersebut sebagai berikut:

a. Metode *Bil-Lisan*

Dakwah *bil-lisan* adalah metode dakwah yang dilakukan melalui komunikasi lisan, seperti ceramah, khotbah, atau dialog. Berbeda dengan dakwah *bil-kalam* dan *bil-hal*, dakwah *bil-lisan* lebih menekankan aspek kecakapan berbicara untuk menarik perhatian mad'u sehingga mereka mau mengamalkan ajaran yang disampaikan oleh da'i. Dakwah *bil-lisan*

termasuk dalam kategori dakwah mauidzah hasanah.¹¹

b. Metode *Bil-Hal*

Dakwah *bil-hal* adalah tindakan nyata yang mencakup keteladanan, pembangunan masyarakat, penataan manajemen, atau aktivitas seni yang bernuansa Islam. Dalam praktiknya, dakwah *bil-hal* tidak semudah dakwah *bil-lisan*, karena memerlukan pelaku yang terampil, tekun, dan berdedikasi tinggi. Kualifikasi seperti ini tidak mudah ditemukan. Meskipun demikian, solusi untuk kesulitan tersebut adalah melalui kerja sama antara berbagai instansi yang dapat meningkatkan kesadaran umat tentang pentingnya nilai-nilai agama dalam kehidupan manusia.¹²

c. Metode *Bil-Kalam*

Dakwah *bil-kalam*, yang secara bahasa mengacu pada firman Allah SWT dalam QS. Al-Qalam ayat 1 yang menyebut "*qolam*" (pensil atau pena), adalah bentuk dakwah melalui tulisan yang dipublikasikan di media massa.

Keunggulan dakwah *bil-kalam* dibandingkan dengan dakwah lainnya terletak pada jangkauan massa yang lebih luas daripada dakwah *bil-lisan* dan dakwah *bil-hal*. Dakwah *bil-kalam* dapat dilakukan melalui berbagai media seperti buku, koran, majalah, internet, dan media sosial.¹³

¹¹ Zuhdi, Ahmad, "*Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*", (Bandung: Alfabeta, 2016), h 59.

¹² Puteh, M. Jakfar, "*Dakwah Di Era Globalisasi Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*", (Yogyakarta: AK Group, 2006), h 86.

¹³ Asep Syamsul M. Romli, "*Jurnalistik Dakwah*", (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2003), h 21.

Komunikasi dakwah bukan hanya proses pengiriman pesan dakwah dari seseorang kepada orang lain. Ini melibatkan berbagai upaya, metode, teknik, dan keterampilan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada umat atau masyarakat luas. Tujuannya adalah agar mad'u dapat memahami, menerima, dan mengamalkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i. Dalam praktik berdakwah, para da'i atau mubalig sering kali menggunakan kemampuan yang mereka miliki. Dakwah bil-lisan sering kali menjadi satu-satunya cara yang mereka gunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama untuk dijadikan pedoman dalam kehidupan.¹⁴

Pesan dalam komunikasi dakwah merujuk pada semua yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Dalam konteks komunikasi, pesan juga dikenal sebagai isi pesan atau informasi. Pesan merupakan ide atau gagasan yang diungkapkan dalam bentuk simbol, kata-kata, atau bahasa, yang kemudian disebarkan dan diterima oleh komunikator. Pesan dakwah mencakup segala hal yang disampaikan dalam kegiatan dakwah, menggambarkan konsep dakwah melalui kata-kata, simbol, atau perilaku. Pesan dakwah sangat berkaitan dengan makna yang dipersepsikan atau diterima oleh mad'u, yaitu orang yang menjadi objek dakwah.¹⁵

Dakwah menjadi bagian penting dari kehidupan seorang Muslim yang bertujuan untuk menyebarkan pesan kebaikan dan kebenaran Islam kepada orang lain. Ini adalah salah satu cara bagi umat Islam untuk berkontribusi pada

¹⁴ Sayyidah, Muhamad Afdoli Ramadoni, dan Andi Faisal Bakti, "*Program Dakwah Pada Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official Perspektif Audiences*", (Jurnal Komunikasi dan Penyebaran Islam, Vol 4, No 1, 2023), h 59.

¹⁵ Abdul Basit, "*Filsafat Dakwah*", (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017), h 141.

pembentukan masyarakat yang lebih baik dan penuh nilai-nilai moral sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah harus dilakukan dengan sikap yang toleran dan adil. Ini berarti menghormati pandangan dan kebebasan beragama orang lain, serta tidak menggunakan tekanan atau kekerasan dalam upaya dakwah. Metode dakwah dapat beragam, termasuk berbicara, menulis, memberikan ceramah, serta menggunakan media sosial salah satunya dengan memanfaatkan media *Youtube*.

4. Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Sedangkan dakwah ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu “دعاء da’a, يدعو yad’u, دكواتان dakwatan”, artinya mengajak, menyeru, memanggil. Warson Munawwir, menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil to call, mengundang to invite, mengajak to summon, menyeru to propose, mendorong to urge dan memohon to pray.

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah message, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu’ al-da’wah*. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi *maddah al-dakwah*. Sebutanyang terakhir ini bisa menimbulkan kesalah pahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra

dakwah". Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah. Pada dasarnya pesan dakwah islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai, namun secara global dapat dikatakan bahwa pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok. yaitu:

a. Masalah keimanan (Aqidah)

Aqidah dalam islam adalah sebagai i'tikad batiniah aqidah mencakup masalah-masalah yang erat kaitannya dengan rukun iman. Aqidah dalam islam adalah sebagai i'tikad batiniah aqidah mencakup masalah-masalah yang erat kaitannya dengan rukun iman. Yang dimaksud dengan aqidah, menurut ilmu tentang asal usul kata (etimologi) adalah ikatan, sangkutan. Sedangkan menurut ilmu tentang definisi (terminologi) adalah iman, keyakinan. Karena itu, aqidah selaluditautkan dengan Rukun Iman yang merupakan asas seluruh ajaran Islam. Dari uraian di atas dapat juga dipahami bahwa iman tidak hanya tertumpu pada ucapan lidah semata. Kalau iman hanya didasarkan pada ucapan lidah semata, berarti iman yang setengah setengah atau imannya orang munafik.

b. Masalah hukum atau keislaman (Syari'ah)

Syari'ah dalam islam erat hubungannya dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan dengan manusia dengan Tuhan-Nya dan mengatur pergaulan hidup

manusia dengan manusia. Secara etimologis, syariah berarti jalan ke sumber air atau jalan yang harus diikuti, yakni jalan ke arah sumber pokok bagi kehidupan. Orang-orang Arab menerapkan istilah ini khususnya pada jalan setapak menuju palung air yang tetap dan diberi tanda yang jelas terlihat mata. Adapun secara terminologis syariah berarti semua peraturan agama yang ditetapkan oleh Allah untuk kaum Muslim baik yang ditetapkan dengan al-Quran maupun Sunnah Rasul. Mahmud Syaltut mendefinisikan syariah sebagai aturan-aturan yang disyariatkan oleh Allah atau disyariatkan pokok-pokoknya agar manusia itu sendiri menggunakannya dalam berhubungan dengan Tuhannya, dengan saudaranya sesama Muslim, dengan saudaranya sesama manusia, dan alam semesta, serta dengan kehidupan. Syaltut menambahkan bahwa syariah merupakan cabang dari aqidah yang merupakan pokoknya. Keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat yang tidak dapat dipisahkan. Aqidah merupakan fondasi yang dapat membentengi syariah, sementara syariah merupakan perwujudan dari fungsi kalbu dalam beraqidah.

c. Masalah perilaku (Akhlak)

Masalah akhlak dalam masalah dakwah dari segi perilaku materi dakwah, ini merupakan perilaku ke-imaan dan ke-Islaman seorang. Secara etimologis, kata akhlak berasal dari bahasa Arab al-akhlaq yang merupakan bentuk jamak dari kata khuluq yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat. Sinonim dari kata akhlak ini adalah etika, moral, dan karakter. Sedangkan secara terminologis, akhlak berarti keadaan gerak jiwa

yang mendorong ke arah melakukan perbuatan dengan tidak menghajatkan pikiran.

5. Model tampilan

Model tampilan pada dasarnya adalah suatu bentuk, pola, atau rancangan yang digunakan untuk menyajikan sesuatu agar lebih mudah dipahami, diterima, atau dinikmati oleh audiens. Dalam komunikasi/dakwah model tampilan adalah cara seorang komunikator (pendakwah, pembicara, atau konten kreator) menampilkan pesan yang ingin disampaikan. Misalnya lewat gaya bahasa, ekspresi, intonasi, ilustrasi, visual, atau tata letak konten di media. Model tampilan bisa dipahami sebagai pola penyajian pesan baik secara verbal maupun visual yang dipilih agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak.

6. Youtube sebagai media dakwah

Sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia adalah media sosial. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi dan kelembagaan.

Antony Mayfield telah mengklasifikasikan media sosial berdasarkan jenisnya, yaitu sosial jaringan, blog, wiki, podcast, forum, komunitas konten,

dan mikroblog. Dalam perkembangannya, batas- batas media sosial telah menjadi kabur, karena setiap platform membawa spesialisasi lainnya platform.

Pada dasarnya media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual, sehingga para pengguna bisa menyebarluaskan konten mereka sendiri. Konten dakwah di *Youtube* adalah bentuk dakwah yang disampaikan melalui platform video online populer, *Youtube*. Konten ini sering dibuat oleh para penceramah, ulama, aktivis, atau individu Muslim lainnya dengan tujuan untuk menyebarkan pesan agama Islam, memberikan edukasi agama, atau memberikan inspirasi spiritual kepada audiens mereka. Konten dakwah di *Youtube* telah menjadi salah satu cara yang efektif untuk mencapai audiens global dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang Islam. Namun, seperti dalam semua media, penting untuk mengonsumsi konten dari sumber yang terpercaya dan berkualitas, serta selalu berhati-hati terhadap konten yang merusak dan intoleran.

Youtube memberikan peluang bagi para penggunanya untuk membuat konten sendiri. Era milenial saat ini dakwah secara dinamis merambah ke dunia *online* dengan mengikuti kebutuhan masyarakat, salah satunya ialah melalui *Youtube*. Kegiatan dakwah merupakan aktivitas mengajak kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar (*amar ma'ruf nahi munkar*) untuk mendekatkan diri kepada Tuhan sejalan dengan petunjuk Allah.

Konten dakwah di *Youtube* mencakup beragam topik terkait Islam. Ini

bisa termasuk tafsir Al-Quran, hadis, hukum Islam (fiqih), akhlak dan moral, sejarah Islam, kisah-kisah nabi, doa-doa, dan banyak topik lainnya. Konten ini dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan spiritual dan intelektual audiens. Konten dakwah di *Youtube* dapat hadir dalam berbagai format, seperti ceramah, kuliah, wawancara, cerita motivasi, animasi pendidikan, dan video singkat. Beberapa video mungkin juga mencakup rekaman perjalanan ke tempat-tempat bersejarah atau refleksi pribadi tentang pengalaman keagamaan.

Ada tiga alasan mengapa *Youtube* lebih populer dibandingkan media sosial lainnya. Pertama, *Youtube* tetap menjadi platform video terbaik dibandingkan dengan kanal video lainnya seperti Vimeo dan media sosial lain seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Snapchat, yang meskipun menyediakan fitur unggah video, tidak menjadikan video sebagai inti aplikasi. m Kedua, para *Youtuber* berkreasi dengan membuat video dari berbagai aspek kehidupan, yang memberikan informasi, pembelajaran, dan hiburan bagi para penonton. Ketiga, *Youtube* membuka peluang yang luas bagi setiap orang untuk berpartisipasi dan berkarya.

Banyak ulama terkemuka, cendekiawan Islam, dan penceramah terkenal membuat saluran *Youtube* mereka sendiri untuk menyampaikan dakwah. Mereka menggunakan pengetahuan mereka untuk menjelaskan dan menguraikan konsep-konsep agama secara mendalam. *Youtube* memungkinkan pendakwah untuk menggunakan multimedia, seperti gambar, grafik, animasi, dan musik, untuk memperkaya pengalaman tontonan dan menjelaskan konsep

agama dengan lebih jelas. Banyak saluran dakwah di *Youtube* memungkinkan audiens untuk berinteraksi dengan penceramah melalui komentar, tanya jawab langsung dalam siaran langsung, atau melalui media sosial. Ini memungkinkan pendakwah untuk menjawab pertanyaan dan memberikan klarifikasi kepada audiens.

Platform Youtube, dengan berbagai karakteristik dan kelebihanannya dibandingkan dengan media sosial lain, menjadi salah satu media yang sangat efektif untuk menyebarkan video dengan maksud dan tujuan tertentu, baik positif maupun negatif. Karena fungsionalitas tersebut, *Youtube* dapat dijadikan sebagai media dakwah yang efektif, variatif, dan inovatif. Banyak akun *Youtube* yang secara eksplisit maupun implisit memproduksi, menyiarkan, dan menyebarkan video dengan tujuan menyampaikan pesan dakwah (maudu).¹⁶

a. Fungsi media sosial

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun perannya yaitu sebuah alat sistem koneksi dan komunikasi. Media sosial menjadi sarana belajar, sarana dokumentasi, bagian dari media baru juga telah memberikan arah baru dalam perdefinisi ulang mengenai hubungan khalayak dan media. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

¹⁶ Faisal Muzammil, “*Moderasi Dakwah Di Era Disrupsi (Studi tentang Dakwah Moderat di Youtube)*”, (Jurnal Diklat Keagamaan, Vol 15, No 2, 2021), h 114.

- 1) Untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web
- 2) Untuk mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu intuisi media ke banyak *audience*, ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak *audience*.
- 3) Untuk mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

b. Karakteristik media sosial

Media sosial tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial.

- 1) Partisipasi; mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience.
- 2) Keterbukaan; kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, dan berbagai komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh).
- 3) Perbincangan; selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan atau penggunaan secara dua arah.

- 4) Keterhubungan; mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan

B. Tinjauan teori

1. Teori Representasi visual (*Visual Representation Theory*)

Teori Representasi Visual merupakan salah satu teori dalam kajian komunikasi dan studi media yang menjelaskan bagaimana makna dibentuk dan disampaikan melalui elemen-elemen visual seperti gambar, warna, simbol, gestur, dan komposisi tampilan. Representasi visual tidak hanya berfungsi untuk menunjukkan kenyataan, tetapi juga mengkonstruksi realitas melalui proses simbolisasi.

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah suatu proses penting dalam produksi makna, di mana bahasa, gambar, dan tanda menjadi alat untuk menyampaikan ide dan ideologi. Dalam konteks visual, gambar tidak dianggap sebagai cerminan objektif dari kenyataan, melainkan sebagai konstruksi budaya yang membawa nilai-nilai tertentu. Dengan demikian, Teori Representasi Visual memandang bahwa setiap elemen visual merupakan bentuk komunikasi yang sarat dengan makna, baik makna denotatif (harfiah) maupun konotatif (tersirat). Penonton atau audiens tidak menerima pesan visual secara pasif, melainkan secara aktif menafsirkan berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi mereka.

Dalam konteks media digital seperti *YouTube*, teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana tampilan visual mulai dari thumbnail, desain grafis,

ekspresi wajah pembicara, hingga simbol-simbol yang digunakan mampu membentuk persepsi penonton, memperkuat pesan komunikasi, serta menciptakan identitas visual dari pembuat konten.

Teori Representasi Visual menekankan bahwa elemen visual tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan, membentuk identitas, serta mempengaruhi cara pandang dan respons audiens. Dalam konteks media digital seperti YouTube, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana visualisasi konten berdampak terhadap efektivitas komunikasi, termasuk dalam ranah dakwah dan pendidikan

2. Teori Respons penonton (Audience Response Theory)

Menurut Stuart Hall (1980), teori respon penonton mempelajari bagaimana penonton menerima, menafsirkan, dan merespon media (termasuk video, film, iklan, konten digital, dll). Teori ini menolak anggapan bahwa penonton adalah pihak pasif yang hanya menyerap isi media. Sebaliknya, mereka dianggap aktif, memiliki interpretasi dan tanggapan berbeda, tergantung latar belakang dan pengalaman mereka¹⁷.

a. Encoding (pengkodean)

Encoding adalah proses di mana produser media (pembuat pesan) menyusun, mengorganisasikan, dan "mengkodekan" pesan ke dalam

¹⁷ Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. In Centre for Contemporary Cultural Studies (Ed.), *Culture, Media, Language*.

bentuk simbolik (teks, gambar, video, suara) yang dimaksudkan untuk dikomunikasikan kepada penonton.

b. Decoding (pemaknaan oleh penonton)

Decoding adalah proses di mana audiens (penonton atau penerima pesan) menafsirkan dan memberikan makna terhadap pesan media yang telah di-encode oleh pembuatnya. Menurut Hall, penonton bukan penerima pasif, tetapi aktif dalam membentuk makna. Mereka bisa saja memahami, menyetujui, menolak, atau bahkan menafsirkan ulang pesan yang diterima.

C. Kerangka Pikir

Tabel 1. Kerangka fikir

