

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Agama Islam ialah agama dakwah yang menyerukan kepada seluruh pengikutnya untuk mensyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia. Islam berasal dari bahasa Arab “*aslama*”, “*yuslimu*”, “*islāaman*” yang berarti tunduk, patuh, dan selamat. Makna selamat di sini merujuk pada tugas seorang muslim untuk tidak hanya menyelamatkan diri sendiri, tetapi juga orang lain agar kehadiran Islam dapat menjadi *rahmatan lil alamin*, yakni rahmat bagi seluruh alam.

Mengajak orang lain untuk senantiasa berbuat baik dan meninggalkan keburukan merupakan inti dari dakwah. Kegiatan berdakwah merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan seorang muslim, karena dakwah tidak hanya berupa ucapan, tetapi juga tindakan dan perbuatan yang baik. Hasan al-Banna mengatakan bahwa “dakwah itu identik dengan Islam itu sendiri. Dengan demikian, segala aktivitas yang berkaitan dengan Islam bisa dikatakan sebagai aktivitas dakwah.”¹

Dalam perkembangannya kegiatan berdakwah sangat bervariasi, di masa kini, seorang *dā'i* tidak hanya berdakwah di atas mimbar atau pada acara pengajian umum seperti dulu kala. Dengan kemajuan teknologi informasi, kegiatan berdakwah mulai merambah dunia digital, salah satunya melalui media Youtube.

¹ Basit Abdul, *Wacana Dakwah Kontemporer (Edisi Revisi)* (Banyumas: CV Amerta Media, 2020), 15.

Youtube merupakan media berbasis sharing video dengan jumlah penonton terbanyak. Fenomena ini tidak bisa dilepaskan dari aktivitas keseharian masyarakat yang semakin banyak beralih ke media baru karena efektivitasnya yang lebih baik dibanding media konvensional. Tak hanya menjadi penonton, platform Youtube juga memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, dan berbagi video kepada khalayak umum. Menurut laporan *data reportal*, pada tahun 2022 ada sekitar 204,7 juta pemakai internet di Indonesia. Youtube merupakan platform jejaring sosial yang sangat populer dengan jumlah pengguna mencapai 139,0 juta. Statistik ini mencerminkan bahwa masyarakat mengalokasikan waktu yang signifikan untuk menonton video di Youtube.²

Luasnya jangkauan persebaran konten-konten dalam media Youtube hingga saat ini menjadikan platform tersebut sebagai sarana komunikasi massa yang sering digunakan oleh berbagai kalangan dan institusi. Oleh sebab itulah Youtube menjadi platform digital yang mempunyai pengaruh cukup besar bagi masyarakat. Sesuai dengan pendapat McLuhan dalam Morissan “*Teori Komunikasi Individu hingga Massa*” mengungkapkan bahwa media adalah penyampaian pesan yang dapat mempersuasi masyarakat.³

Perkembangan teknologi informasi telah mengatasi kendala ruang dan waktu. Keefektifan dan kemudahan akses media digital, khususnya melalui Youtube, menjadikan platform ini sebagai sarana dakwah yang populer, terutama digunakan oleh para *dā'i* muda. Sejumlah *dā'i* seperti Ustadz Abdul Somad,

² Data reportal <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses pada 08 September 2022

³ Morisson, “*Teori Komunikasi Massa; Individu Hingga Massa*”, (Jakarta, Perpustakaan Nasional, 2013) cet 1, hal. 494.

Ustadz Hanan Attaki, dan Ustadz Khalid Basalamah aktif menggunakan Youtube sebagai media dakwah mereka.

Semua Ustadz ini memiliki kekhasannya sendiri dalam berdakwah. Misalnya Ustadz Abdul Somad atau yang sering disapa UAS dalam berdakwah sering menggunakan metode mimbar dengan jamaah secara *face to face* yang kemudian didokumentasikan untuk di unggah ke platform Youtube.⁴

Nama UAS semakin dikenal masyarakat, selain karena ilmunya dan kemudahan penjelasannya dalam penyampaian dakwah, UAS juga aktif membagikan video dakwahnya melalui Youtube. Isi ceramahnya memuat penjelasan berbagai masalah fikih kontemporer yang langsung ditanyakan oleh audiensnya dan sering memicu perdebatan misalnya ketika beliau menjelaskan khilafah, maulid Nabi, ziarah kubur, qunut, asuransi, harta haram, dll. Hal tersebut membuat beliau kerap menjadi trending topik karena ceramah-ceramahnya yang dinilai kontroversial.

Kontrast dengan pendekatan Ustadz Abdul Somad, Ustadz Hanan Attaki menitikberatkan dakwah digitalnya kepada pemuda salah satunya dengan mengusung tema “Pemuda Hijrah”⁵. Banyaknya pengikut dalam akun Youtube tersebut tidak lain karena isinya ringan dan pembahasan pesan dakwahnya yang tidak jauh dari masalah sehari-hari anak muda. Oleh karena itu mudah dipahami oleh anak-anak muda, misalnya seperti konten dakwah beliau “Ngertiin Maunya Allah.”

⁴ <https://www.youtube.com/@UstadzAbdulSomadOfficial> diakses pada 28 November 2022

⁵ <https://www.youtube.com/@ShiftMediaId/featured> diakses pada 28 November 2022

Ciri khas dari ceramah Ustadz Hanan Attaki adalah pembahasan materi yang sesuai dengan realitas pemuda saat ini, disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami. Hal itu beliau lakukan tidak lain karena ingin membimbing anak-anak muda agar mempunyai akhlak yang baik karena pemuda merupakan generasi penerus bangsa.

Persebaran dakwah digital pun juga semakin cepat dan sudah merambah hampir setiap golongan masyarakat. Kekhawatiran dari pesatnya arus dakwah digital ialah polarisasi agama. Hal tersebut dimungkinkan karena daya kritis masyarakat melemah seiring dengan banyaknya informasi yang diterima. Terombang-ambingnya masyarakat di era digitalisasi ini kerap dimanfaatkan orang-orang atau kelompok yang berkementingan tertentu.

Agama yang sebelumnya dianggap akan terpinggirkan di era modernisasi, justru muncul sebagai salah satu kekuatan penggerak massa yang besar dengan mobilisasi politik dan perubahan radikal berbasis agama. Fenomena radikalisme semakin diterima oleh generasi muda, seperti yang dipaparkan oleh Schmit & Cohen “kemajuan teknologi informasi mendukung persebaran paham ekstrim di kalangan generasi muda.”⁶

Isu apapun apabila digoreng menggunakan agama seolah-olah menjadi isu berskala nasional. Ditambah justifikasi dari penggalan-penggalan dakwah para *dā'i*, entah berasal konteks apa digunakan secara mentah-mentah. Hal tersebut kerap memancing keributan dan gejolak massa. Misalnya isu tentang kue klepon

⁶ A Zamzamy, “Menyoal Radikalisme Di Media Digital. Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam” 05, no. 01 (2019): 20.

tidak Islami⁷, sampai vlog kuliner seorang komika Tretan Muslim tentang babi kurma⁸.

Agar tidak terjebak dalam polarisasi agama antara muslim-kafir, perlunya banyak produksi konten-konten dakwah digital yang tidak berdiri di salah satu titik ekstrim. Hal tersebut dilakukan Habib Husein Ja'far Al-Hadar melakukan dakwah melalui akun YouTube-nya. Beliau lahir di Bondowoso pada 21 Juni 1988 dan merupakan sarjana filsafat dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Setelah itu, melanjutkan studi magister di bidang Tafsir Hadis. Selain itu, Habib Husein Ja'far juga memiliki pengalaman sebagai santri di sebuah pesantren di Bangil, Pasuruan, Jawa Timur.

Pada tahun 2018 Habib Husein Ja'far membikin channel Youtube JedaNulis. Awalnya, konten dakwah Habib Husein bersifat satu arah dengan beliau sendiri yang memberikan pendapatnya tentang Islam dan masalah-masalah umum. Diawali dengan unggah video pertamanya pada YouTube dengan judul “Menjadi Muslim Moderat itu Bagaimana sih?”⁹ sudah tayang sebanyak 45rb.

Hingga saat ini 29 Mei 2023 channel Jeda Nulis¹⁰ memiliki pengikut sebanyak 1,24 juta dengan 263 video dan terus bertambah seiring waktu. Channel Jeda Nulis sendiri mempunyai arti disela-sela menulis, Habib Husein Ja'far aktif membuat konten dakwah di channel YouTube-nya, Jeda Nulis. Menariknya, meskipun memiliki jutaan pengikut, channel ini tidak *dimonetisasi*, yang berarti tidak mendapatkan komisi dari YouTube melalui iklan. Hal tersebut tidak lain

⁷ <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-53501465> diakses pada 29 November 2022

⁸ <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-46040537> diakses pada 29 November 2022

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=qAxXcuDoIyE> diakses pada 30 November 2022

¹⁰ <https://www.youtube.com/@jedanulis> diakses pada 29 Mei 2023

karena Habib Husein Ja'far menganut prinsip bahwa seorang *dā'i* seharusnya memberi kepada jamaah, bukan sebaliknya.

Ketika Habib Husein Ja'far berkolaborasi dengan Irfan Amalee, yang diakui sebagai salah satu dari 500 tokoh Muslim paling berpengaruh di dunia tahun 2018 oleh *Royal Institute for Islamic Studies Aman Jordan*, ia mendapatkan ketenaran secara signifikan untuk pertama kalinya. Keduanya berbicara tentang keberagaman di Indonesia dan di seluruh dunia. Sejak saat itu, Habib Husein sering berkolaborasi dengan berbagai tokoh dari berbagai golongan, melibatkan komika, influencer, musisi, dan bahkan akademisi.

Ciri khas yang membedakan Habib Husein Ja'far dengan *dā'i* lain adalah keteguhannya dalam berdakwah pada orang non-muslim dan kepada orang muslim yang belum mengenal agamanya, atau kepada orang yang imannya pas-pasan. Uniknya, meskipun berlatar belakang keluarga keturunan Rasulullah, beliau tidak memberi sekat terhadap siapapun untuk berdialog dan bertukar pikiran. Hal tersebut dibuktikan ketika beliau sering berkolaborasi dengan berbagai tokoh agama hingga seorang yang mengaku sebagai agnostik.

Hal itu diperlukan untuk mengedukasi masyarakat agar dapat hidup secara harmonis dan selamat dunia akhirat. Dengan demikian, peneliti berfokus pada dakwah digital yang dilakukan dengan cara podcast dialog di Youtube. Salah satunya dialog Habib Husein Ja'far Al-Hadar dengan Sujiwa Tejo yang berjudul "Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers."¹¹

Jakob Oetama, dalam pengantar buku Republik *#Jancukers*, menyatakan bahwa Republik Jancukers adalah gagasan negara ideal yang muncul dari

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=tCiHMAjgy-0> diakses pada 29 Mei 2023

pemikiran Sujiwo Tejo. Negara ini dihiasi oleh masyarakat yang tidak mengenal kepura-puraan dan dipenuhi dengan budaya keterbukaan. Republik Jancukers bukanlah negara utopia ala Plato, namun merupakan gagasan ideal sesuai dengan cita-cita para pendiri negara ini. Kreativitas Sujiwo Tejo dalam membangun konsep ini terbilang unik dan orisinal, mengambil inspirasi dari petuah-petuah kuno dalam dunia pewayangan.¹²

Sujiwo tejo merupakan seorang dalang sekaligus budayawan berkebangsaan Indonesia. Beliau dilahirkan di desa Ambulu, Jember, Jawa Timur pada 31 Agustus 1962 dengan nama asli Agus Hadi Sujiwo. Ayah beliau yakni Soetejdo merupakan seorang dalang wayang kulit dan wayang orang di Jawa timur serta wayang topeng (*kerte*) di Madura. Semasa kecilnya, Sujiwo Tejo pernah membelot karena keinginnya belajar musik-musik lain selain gamelan, seperti music rock, jazz, dan blues.

Sikap apa adanya dan selalu berterus terang mendapatkan tempat tersendiri di hati penggemarnya. Hingga hari ini sudah ada 1,7jt pengikut di akun Twitternya.¹³ Melalui akun itu pula untuk pertama kalinya Sujiwo Tejo mendeklarasikan Negara Republik Jancukers, yang kemudian beliau dokumentasikan dalam bentuk buku dengan judul *Republik #Jancukers*.

Peneliti tertarik untuk mengkaji pesan dakwah Habib Husein Ja'far di media Youtube karena melihat bahwa ceramah beliau yang berjudul “Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers”, belum pernah diteliti sebelumnya, dan melihat adanya potensi untuk mendapatkan wawasan baru tentang dakwah di era

¹² Sujiwo Tejo, *Republik #jancukers*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2012)

¹³ <https://twitter.com/sudjiwotedjo> diakses pada 29 Mei 2023

digital. Kemudian peneliti menemukan keunikan ketika membahas persoalan etika dan kebudayaan dalam dunia digital.

Setiap manusia memiliki karakteristik yang berbeda yang dihasilkan dari faktor lingkungan dan budaya. Oleh karena itu, untuk dapat hidup berdampingan sebagai suatu entitas sosial, maka diperlukan adanya toleransi terhadap keragaman dan adanya saling keterbukaan antar budaya.

Dalam dialog yang berdurasi lebih dari 30 menit tersebut, banyak membahas masalah-masalah kontemporer. Beliau mengawali pembahasannya untuk tidak berlebihan dalam suatu hal. Dilanjutkan dengan persoalan hari ini yang lebih mementingkan eksistensi daripada esensi. Seperti kata jancok yang semula mengandung makna makian, apabila diucapkan dengan niat tidak memaki bermakna keakraban. Selanjutnya beliau juga membahas persoalan etika dasar yang mulai tergerus oleh zaman.

Melihat keunikan dan pentingnya pesan dakwah Habib Husein Ja'far, Peneliti berencana untuk mengkaji makna pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam video "Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers" melalui akun Youtube Jeda Nulis. Penelitian ini akan menggunakan model analisis struktur wacana yang dikembangkan oleh Van Dijk. Judul penelitian ini adalah "Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar "Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers" Melalui Akun Youtube Jeda Nulis."

B. Fokus Penelitian

Dengan konteks penelitian seperti diatas, maka penelitian ini berfokus pada:

Bagaimana pesan-pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam “Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers” melalui akun Youtube jeda nulis?

C. Tujuan Penelitian

Dengan menerapkan analisis wacana menggunakan model Van Dijk, tujuan penelitian ini adalah untuk menggali makna pesan yang terkandung dalam konten dakwah Habib Husein Ja'far di akun YouTube Jeda Nulis, khususnya pada video berjudul “Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers”.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoristis

- a. Harapan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi berarti dalam memperkaya pemahaman ilmu komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya terkait pesan dakwah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sedangkan dari manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat umum. Secara khusus, diinginkan agar penelitian ini dapat meningkatkan kapasitas intelektual peneliti.
- b. Melalui hasil penelitian, diharapkan dapat menambah pengetahuan, meraih ide-ide baru, dan membuka wawasan baru yang sebelumnya belum terungkap.

E. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu menjadi dasar atau acuan ketika melakukan suatu penelitian dan menjadi data pendukung. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

1. Amiruddin (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Media Online Detik.Com Tentang “Wayang Haram” Ustad Kholid Basalamah”.¹⁴ Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough.

Dalam penelitian tersebut, peneliti menemukan media online detik.com mewartakan tentang ungkapan Ustad Basmalah ketika menyebut wayang sebagai haram yang banyak menuai kontroversi. Detik.com mengkontriksi ungkapan wayang haram. Persamaan penelitian milik Amiruddin dan penulis, yakni terletak pada sama-sama menggunakan analisis wacana kritis dalam menganalisis teks-teks di media. Sedangkan perbedaannya yakni terdapat pada objek dan metode penelitiannya yaitu Habib Husein Ja'far dengan metode penelitian analisis wacana kritis model Van Dijk.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yalni & Faisal, (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pesan-Pesan Toleransi Beragama Dalam Konten Youtube Gita Savitri Devi”.¹⁵ Fokus pembahasannya yaitu untuk mengetahui pesan-pesan toleransi dalam vlog di Youtube Gita Savitri. Kesimpulan dari

¹⁴ Moh Amiruddin, “Analisis Wacana Kritis Media Online Detik. Com Tentang ‘Wayang Haram’ Ustad Kholid Basalamah,” *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, hukum dan Pendidikan* 7, no. 2 (2022): 129.

¹⁵ Fitri Yalni and Faisal Faisal, “Pesan-Pesan Toleransi Beragama Dalam Konten Youtube Gita Savitri Devi,” *Al-Adyan: Journal of Religious Studies* 2, no. 2 (2021): 141–152.

penelitian tersebut ialah nilai-nilai yang dimuat gita dalam konten Youtubanya merupakan nilai-nilai toleransi yang terdiri dari lima unsur yang mencakup; mengakui hak orang lain, menghormati keyakinan orang lain, *agree in disagreement*, saling mengerti, dan juga kesadaran serta kejujuran. Persamaan penelitian Faisal dengan penulis ialah melakukan penelitian pada konten-konten yang ada dalam youtube. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian penulis yakni Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan juga metode analisa menggunakan analisa wacana kritis model Van Dijk.

3. Skripsi yang berjudul “Pesan Dakwah Melalui Media Online (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk dalam Rubrik Bahtsul Masail Situs www.nu.or.id)”¹⁶ karya Selly Oktaviani, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Fokus pembahasannya yaitu menggali pesan dakwah aqida dalam rubrik bahtsul masail situs www.nu.or.id. Dalam penelitian tersebut menjelaskan pesan dakwah yang terkandung pada teks rubrik bahtsul masail. Persamaan penelitian milik Selly Oktaviani dengan penulis ialah menganalisa pesan dakwah menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian yaitu Habib Husein Ja'far Husein Al-Hadar dan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan yakni media Youtube.
4. Skripsi yang berjudul “Pesan Dakwah Ustadz Firanda Andirja Abidin di Youtube (Studi Analisis Wacana Teori Van Dijk)”¹⁷ karya Yaumil

¹⁶ Selly Oktaviani, “Pesan Dakwah Melalui Media Online: Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Dalam Rubrik Bahtsul Masail Situs [Www. Nu. or. Id](http://www.nu.or.id)” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

¹⁷ Yaumil Khairiyah, “Pesan Dakwah Ustadz Firanda Andirja Abidin (Studi Analisis Wacana Teori Van Dijk)” (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020).

Khairiyah, mahasiswa UIN Alauddin Makassar, prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian tersebut berfokus pada pesan dakwah Ustadz Firanda Andirja Abidin melalui platform Youtube. Hasil penelitian dari skripsi tersebut ialah pesan untuk berlaku adil antara laki-laki dan perempuan sesuai dengan perannya. Persamaan penelitian milik Yaumul Khairiyah dengan penulis ialah sama-sama menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk dalam menganalisa pesan dakwah di media Youtube. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya yakni Habib Husein Ja'far Husein Al-Hadar.

F. Kajian Teoritis

1. Pesan dakwah

a. Pengertian Pesan

Pesan adalah rangkaian simbol verbal atau non-verbal yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan perasaan, nilai, gagasan, dan maksud kepada komunikan. Pesan dapat berupa ucapan yang diungkapkan melalui kata-kata dan gerak tubuh yang menggambarkan suatu tindakan. Pesan harus mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) *Origin*, ialah merujuk pada sumber tanda atau simbol yang berasal dari lingkungan konkret di sekitarnya. Pesan yang tercipta dari tanda atau simbol tersebut dapat dianalisis melalui komunikasi interpersonal dan intrapersonal karena perbedaan pemahaman pesan tersebut dapat terlihat melalui interaksi antarindividu atau dalam diri individu itu sendiri.

- 2) *Mode*, dalam bentuk visualisasi, pesan dapat ditafsirkan dan diberi makna tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa pesan memiliki sifat yang fleksibel dan terbuka terhadap interpretasi yang berbeda-beda oleh setiap individu.
- 3) *Physical character*, pesan dapat mempunyai atribut seperti ukuran, warna, kecerahan, dan intensitas yang memberikan pengaruh terhadap makna pesan itu sendiri.
- 4) *Organization*, pesan tidak hanya berisi informasi, tetapi juga ide dan pendapat yang diutarakan oleh komunikator. Untuk memastikan pesan bisa diterima dengan baik oleh penerima, komunikator harus mengatur pesannya dengan mempertimbangkan kriteria tertentu.
- 5) *Novelty* atau kebaruan, pesan mudah diterima dengan baik karena disuguhkan dengan cara yang unik dan berbeda, sehingga mudah menggugah indra manusia.¹⁸

b. Pengertian Dakwah

Kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab da’a-yad’u-dakwatan, yang memiliki arti memanggil, mengajak, atau menyeru. Dalam konteks Islam, pesan dakwah merujuk kepada setiap pesan yang berasal dari Al-Qur’an dan As-Sunnah, termasuk pesan-pesan risalah lisan dan tulisan. Tujuan dari pesan dakwah adalah untuk menginspirasi dan mengajak orang lain menuju jalan Allah.¹⁹ Asalkan tidak melanggar prinsip-prinsip

¹⁸ Sultra Rustan Ahmad and Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta, CV Budi Utama, 2017, 43–45.

¹⁹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 45.

Al-Qur'an dan Hadis, maka segala pesan yang disampaikan dapat dianggap sebagai pesan dakwah.²⁰

Dakwah adalah proses atau usaha individu atau kelompok untuk menyampaikan gagasan dan orientasi hidup manusia dari satu orang ke orang lain, dengan mengacu pada ajaran Islam. Dakwah bertujuan untuk memperkenalkan, membimbing, dan mengajak orang lain untuk mengadopsi nilai-nilai dan prinsip hidup dalam Islam. Dakwah mencakup semua kegiatan yang mendorong seseorang, baik lisan maupun tulisan, untuk berbuat kebaikan dan menahan diri dari kemungkaran. Dakwah hendaknya dilakukan dengan kesadaran dan berorientasi untuk mencapai kebaikan individu, keluarga, masyarakat, dan umat secara keseluruhan.²¹

Dakwah dilakukan secara masif untuk memengaruhi cara kita merasa, berpikir, dan bertindak pada tingkatan realitas pribadi dan kemasyarakatan untuk mengimplementasikan ajaran Islam dalam setiap aspek dari kehidupan.²² Allah berfirman pada surah (QS. An-Nahl 125):

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berdebatlah kepada mereka dengan cara yang baik.”

²⁰ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Prenada Media, 2019), 317.

²¹ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Kencana, 2016), 6–8.

²² Muliaty Amin, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Makassar: Alauddin University Press, 2009), 1.

Dari ayat ini, dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah adalah upaya mengajak manusia kepada jalan Allah melalui pendekatan yang bijaksana, memberikan petunjuk dan contoh perilaku yang baik, serta berkomunikasi dengan cara yang baik dan sopan.²³ Dengan demikian, pesan dakwah adalah usaha melalui kata-kata, tulisan, atau tindakan untuk mengajak individu atau kelompok agar mengikuti ajaran Islam, melakukan kebaikan, menjauhi keburukan, serta menerapkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari dengan harapan mendapatkan ridha Allah.

c. Unsur-Unsur Dakwah

Pelaksanaan aktivitas dakwah melibatkan beberapa elemen yang bersifat terkait, tidak dapat dipisahkan, dan saling memberikan dukungan untuk mencapai kesuksesan dalam proses dakwah. Berikut unsur-unsur dakwah;

1) Subjek Dakwah (*dā'i*)

Yang dimaksud subjek dakwah merujuk kepada individu atau kelompok yang sedang melakukan kegiatan dakwah, yang umumnya disebut sebagai *dā'i* (pemberi dakwah). Subjek dakwah dapat berupa perorangan atau kelompok, tergantung pada konteks pelaksanaan dakwah dan isu yang sedang dibahas.

Adalah tugas para *dā'i* untuk mengajak dan memantik audiencenya untuk beramal, mensucikan jiwa dan menghindari

²³ Ropingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madani Press, 2017), 10–11.

budaya yang destruktif. Adapun syarat yang wajib dimiliki *dā'i* adalah harus memiliki sifat-sifat iman, ihsan, khuluk dan keilmuan.²⁴

2) Objek Dakwah (*mad'ū*)

Objek dakwah mencakup setiap manusia, baik secara individu maupun dalam kelompok, yang menjadi target dari kegiatan dakwah. Seperti Rasulullah yang diutus untuk menyampaikan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia. Orientasi dakwah adalah untuk mengajak orang-orang ke jalan Islam. Di kalangan yang sudah memeluk Islam, dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, pemahaman terhadap ajaran Islam, dan praktik kebajikan (Ihsan). Muhammad Abduh mengkategorikan *mad'ū* menjadi tiga golongan yaitu:

- (a) Golongan cendekiawan, ialah golongan yang mencintai kebenaran, mereka mampu berpikir kritis dan mendalam saat menghadapi problem.
- (b) Golongan awam, yaitu individu yang belum mampu melakukan analisis kritis dan refleksi yang mendalam, serta belum dapat memahami konsep atau wawasan yang lebih tinggi.
- (c) Dan yang terakhir, golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut cenderung membicarakan suatu hal, tetapi hanya dalam lingkup terbatas dan tidak mampu mendiskusikannya secara mendalam.

²⁴ Amin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 64.

3) Materi Dakwah (*Maddah*)

Maddah atau materi dakwah merujuk pada konten pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada audiensnya. Ini mencakup ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits, melibatkan aspek-aspek seperti akidah, syari'ah, dan akhlak, yang merangkum topik tentang Iman, Islam, dan Ihsan.²⁵ Seorang *dā'i* seharusnya terlebih dahulu mempelajari sasaran dakwahnya dan merumuskan strategi dakwah sebelum menetapkan materi dakwah untuk menghindari hal-hal yang mengganggu kegiatan dakwah.²⁶

(a) Prinsip Ajaran Islam

Materi dakwah harus didasarkan pada pokok-pokok ajaran Islam. Diantara prinsip-prinsip ajaran Islam ialah:

(1) Theokratis

Manusia diciptakan sebagai khalifah oleh Allah SWT di bumi, sebagai subjek kehidupan di dunia, bukan sumber kehidupan. Allah SWT berkuasa atas alam semesta dan isinya sebagai sumber kehidupan. Gagasan teokrasi dalam Islam mencakup:

i) Spiritualis

Allah SWT merupakan sentral, sedangkan manusia ialah sub-sentral atau wakil-Nya di bumi. Manusia mempunyai tugas mengelola seluruh isi bumi dan selalu menyertakan

²⁵ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 94.

²⁶ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 13–14.

Allah SWT dalam menjalankan tugasnya. Setiap tindakan manusia merupakan ketentuan Allah SWT, sehingga apabila manusia selalu menghadirkan-Nya dalam setiap tindakannya, tugas-tugas yang dilakukannya akan terkendali dan dapat dilaksanakan dengan baik tanpa pengingkar.

ii) Humanis

Ajaran Islam ditata oleh Allah SWT sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, dan prinsip teokratis Islam sangat menghargai nilai-nilai kemanusiaan. Tidak ada ajaran Islam yang mempersulit umat atau bertentangan, tetapi semua ajaran Islam bertujuan untuk mempermudah dan menjadi petunjuk bagi seluruh makhluk ciptaan-Nya.

iii) Demokratis

Islam sangat menjunjung tinggi hak individu dan tidak menganjurkan pemaksaan dalam berdakwah. Hak individu dalam masalah keyakinan harus dihormati, dan tugas manusia bukanlah memaksa namun mengajak (dakwah). Setelah pesan dakwah disampaikan, *mad'ū* berhak menerima atau menolaknya, sehingga bentuk demokrasi dalam Islam dapat terwujud.

(2) Rasional

Agama Islam adalah agama yang rasional. Seluruh ajaran Islam dapat dieksplorasi menggunakan akal budi. Perintah dan

larangan Allah SWT didasarkan pada kemaslahatan dan kemudharatan untuk manusia. Dengan demikian menjadikan ajaran Islam cocok untuk diterapkan setiap saat dan sejalan dengan kebutuhan manusia. Oleh karena itu, ajaran Islam adalah pegangan hidup bagi umat Islam, karena Islam selalu dapat menjawab semua pertanyaan dan permasalahan hidup yang dihadapi manusia.

(3) Universal

Prinsip universalitas dalam ajaran Islam mengajarkan bahwa ajaran Islam tidak terbatas pada satu kelompok atau komunitas saja, melainkan dapat diakses dan dipahami oleh seluruh umat manusia dan alam semesta.

(4) Futuristik

Orientasi dari ajaran-ajaran Islam ialah untuk masa depan. Dunia sifatnya sementara, dan hanya digunakan sebagai pijakan untuk kehidupan yang kekal yakni kehidupan kelak di akhirat, maka hendaknya manusia beramal di dunia ini agar bahagia di akhirat kelak. Maka orang yang beruntung dan tergolong orang mukmin merupakan orang yang hidupnya berfokus pada masa depan (akhirat).²⁷

(b) Kategori Pesan Dakwah

Ada beragam pendapat di kalangan ulama mengenai kategorisasi materi dakwah. Dalam penelitian ini, digunakan

²⁷ El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 80–102.

perspektif dari Ropingi el Ishaq yang membagi pokok-pokok ajaran Islam menjadi empat, yaitu:

(1) Aqidah

Aqidah merupakan sistem keyakinan terhadap Allah SWT yang didasarkan pada rukun iman. Rukun iman mencakup iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat, iman kepada kitab, iman kepada Rasul, iman pada hari akhir, dan iman pada *qadha* dan *qadar*.²⁸ Aspek ketuhanan dan iman dalam Islam mencakup keyakinan terhadap Keesaan Allah SWT (tauhid) dan keyakinan pada hari akhir. Sedangkan pilar kepercayaan lainnya akan melengkapi kedua poin kepercayaan tersebut.²⁹

(2) Syariah

Syariah adalah pedoman tata cara ibadah yang berhubungan dengan rutinitas keseharian termasuk yang diperintahkan dan yang dilarang bagi umat Islam. Syariah Islam adalah sistem ibadah yang mencerminkan keimanan seorang muslim.³⁰ Ibadah meliputi rukun Islam, yaitu iman, shalat, zakat, puasa, dan haji.³¹

(3) Akhlak

Dalam Islam, dimensi akhlak menjadi bagian penting sebagai amalan pelengkap dalam menjalankan akidah dan syariat, mengajarkan tentang tata cara hidup manusia dalam

²⁸ Ibid., 77.

²⁹ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 112.

³⁰ El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 78.

³¹ Ibid., 95.

budi pekerti, tingkah laku, perangai, dan tabiat.³² Tolok ukur untuk menilai baik buruk dalam ajaran Islam didasarkan pada Al-Quran dan Hadis.³³

Akhlak dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- Akhlak kepada Allah SWT mencakup pengakuan dan kesadaran atas keesaan dan kebesaran Allah SWT sebagai satu-satunya Tuhan yang patut disembah.
- Akhlak terhadap manusia mencakup hubungan dan interaksi antara manusia dengan sesamanya, termasuk dengan diri sendiri, keluarga, masyarakat, teman, dan orang lain dalam lingkup sosialnya.
- Akhlak terhadap lingkungan meliputi perilaku manusia terhadap lingkungan seperti alam, binatang, tumbuh-tumbuhan, dan lain sebagainya.³⁴

4) Media Dakwah (*Wasīlah*)

Dalam upaya menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, media dakwah memiliki peran penting sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, pemilihan media yang sesuai dapat menjadi faktor penentu keberhasilan dan efektivitas dalam proses dakwah. Istilah “media” berasal dari bahasa Latin “*medium*,” yang merujuk pada segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai perantara atau sarana untuk mencapai tujuan tertentu.³⁵

³² Ibid., 80.

³³ M Niphan Abdul Halim, *Menghias Diri Dengan Akhlak Terpuji* (Mitra Pustaka, 2000), 9.

³⁴ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 119.

³⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Ikhlas, 1984), 80–87.

Ragam alat komunikasi dapat digunakan sebagai media dakwah. Secara umum, dapat diakui bahwa semua sarana komunikasi yang memenuhi prinsip kehalalan dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Di era yang terus berkembang ini, keahlian dalam menggunakan media menjadi keterampilan krusial bagi para *dā'i* agar pesan dakwah dapat disampaikan dengan efektif, mencapai berbagai lapisan masyarakat, dan fleksibel dalam waktu dan tempat. Beberapa media dakwah yang dapat digunakan antara lain:

- (a) Lisan, media lisan adalah alat dakwah yang sangat praktis yang menggunakan kata-kata atau suara sebagai sarana penyampaian pesan. Contohnya adalah pidato, ceramah, seminar, pengajaran, nasihat, dan bentuk komunikasi lisan lainnya.
- (b) Tulisan, media tertulis adalah alat dakwah yang melibatkan penggunaan tulisan, seperti buku, majalah, surat kabar, buletin, brosur, risalah, baliho, dan sejenisnya.
- (c) Audio visual, media audio visual adalah alat dakwah yang melibatkan pendengaran dan penglihatan. Contoh-contoh media ini antara lain TV, film, sinetron, sandiwara, drama, teater, iklan, dan berbagai bentuk konten yang dapat dinikmati dengan menggunakan indra pendengaran dan penglihatan.
- (d) Akhlak, yakni perbuatan atau tindakan nyata yang merepresentasikan ajaran Islam dan dapat dicontoh oleh *mad'ū*.³⁶

³⁶ Wahyu Ilaihi and Andriyani Kamsyah, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 20–21.

5) Metode Dakwah (*Tariqoh*)

Metode berasal dari bahasa Yunani, yaitu *methodos*, yang terdiri dari kata “*meta*” yang berarti melalui atau mengikuti, dan “*hodos*” yang berarti jalan atau arah.³⁷ Sedangkan dalam bahasa Arab disebut *tāriq*. Dengan demikian metode adalah suatu cara atau teknik yang dirancang dan dipikirkan dengan baik untuk mencapai suatu maksud atau tujuan tertentu.

Pentingnya penggunaan metode dalam proses dakwah tidak dapat diabaikan, karena tanpa metode yang baik dan tepat, upaya menyebarkan ajaran Allah SWT tidak akan berhasil dan tujuan akhir dari dakwah tidak dapat tercapai dengan efektif.³⁸ Kebutuhan akan metode yang beragam dan kombinasi yang tepat menjadi kunci kesuksesan seorang *dā'i* dalam berdakwah di tengah-tengah masyarakat.

Dari pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulannya bahwa metode dakwah merupakan serangkaian teknik yang dipilih oleh seorang *dā'i* untuk mencapai tujuan dakwah kepada *mad'ū* yang diharapkan. Bentuk-bentuk metode dakwah diantaranya ialah:

(a) Dakwah bi Al-Hikmah

Makna dari hikmah berbeda antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Arab. Dalam Bahasa Indonesia, hikmah berarti bijaksana, sementara dalam Bahasa Arab, hikmah mengacu pada sesuatu

³⁷ I Thoifah et al., “Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Milenial,” *Universitas Muhammadiyah Malang* (2020): 28.

³⁸ El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 104.

yang berasal dari Allah SWT. Dakwah dengan metode hikmah ini, mengharuskan seorang *da'i* mendalami objek dakwahnya (*mad'u*) agar dapat menghadapi *mad'u* dari berbagai macam latar belakangnya. Dalam proses dakwah, penting untuk menggunakan metode yang sesuai agar pesan dapat diterima dengan baik oleh *mad'u* dan tujuan dakwah dapat tercapai.

(b) Dakwah bi al-Mau'izah Hasanah

Dakwah yang menggunakan metode mau'idhah hasanah mencakup elemen-elemen penting seperti bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, dan pesan-pesan positif. Tujuannya adalah memberikan arahan dalam kehidupan dan mencapai keselamatan di dunia dan akhirat. Sebagai contoh, melalui penyampaian ceramah keagamaan yang memberikan manfaat bagi pendengar.

(c) Dakwah bi al-Mujadalah

Dakwah bi al-mujadalah, berasal dari kata *Jadala* yang artinya menjalin atau menganyam, merujuk pada cara berdakwah dengan melakukan perdebatan atau perbantahan untuk mencapai tujuan dakwah.³⁹

6) Efek Dakwah (*Atsar*)

Pesan dakwah yang disampaikan dengan baik akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan keyakinan dan tindakan *mad'u*, sehingga efek yang dihasilkan dapat mengarah pada

³⁹ El Ishaq, 111–122.

peningkatan pengetahuan, sikap, dan perilaku yang lebih baik.⁴⁰ Efek dakwah yang terjadi pada *mad'ū* dapat menjadi ukuran keberhasilan proses dakwah yang dilakukan.

2. Media Sosial

a) Pengertian Media Sosial

Istilah “media sosial” merupakan hasil penggabungan dari dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. Media diartikan sebagai alat komunikasi, sementara kata “sosial” mengacu pada realitas sosial yang melibatkan aktivitas individu yang berkontribusi pada masyarakat. Meskipun demikian, pada hakikatnya, baik media maupun perangkat lunak pada umumnya bersifat sosial karena keduanya ada sebagai hasil dari proses sosial. Untuk lebih lengkapnya, berikut pendapat beberapa pakar mengenai media sosial:

- 1) “Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial ialah sarana untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
- 2) Mandibergh menjelaskan bahwa media sosial adalah jenis media yang memudahkan kerjasama antar pengguna dengan menghasilkan konten yang berasal dari pengguna itu sendiri (*user-generated content*).
- 3) Meike dan Young mendefinisikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi

⁴⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 27.

antar individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapapun tanpa ada kekhususan individu.

- 4) Boyd menggambarkan media sosial sebagai sekelompok perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa situasi, berkolaborasi atau bermain bersama. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC), dimana konten dibuat oleh pengguna bukan editor seperti di media massa.
- 5) Van Dijk menjelaskan bahwa media sosial adalah platform media yang difokuskan pada keberadaan pengguna, membantu mereka beraktivitas dan berkolaborasi. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap sebagai medium online yang memperkuat hubungan dan ikatan sosial di antara pengguna.”⁴¹

Berdasarkan berbagai definisi, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi online yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual dengan mudah. Media sosial merupakan produk yang muncul dari proses sosial, memungkinkan individu berkontribusi secara online pada masyarakat.

b) Karakteristik Media Sosial

Kemajuan pesat dalam dunia digital saat ini terjadi karena setiap pengguna memiliki kemampuan untuk “menguasai” media mereka sendiri. Pengguna media sosial dapat dengan bebas mengedit,

⁴¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

menambahkan, dan memodifikasi berbagai jenis konten seperti teks, gambar, video, audio, grafis, dan bentuk konten lainnya. Sedangkan untuk ciri khas media sosial yang tidak dipunyai oleh media lain diantaranya ialah;

1) Jaringan

Jaringan merupakan infrastruktur yang menghubungkan perangkat keras untuk bertukar informasi. Media sosial memiliki karakteristik untuk membangun jaringan antara penggunanya. Jaringan yang terbangun kelak akan membuat sebuah komunitas sosial yang secara sadar ataupun tidak akan menciptakan nilai-nilai seperti ciri masyarakat yang terdapat dalam teori-teori sosial. Seperti pendapat Manuel Castells "*The network is the message, and the internet is the messenger*".⁴²

2) Informasi

Informasi menjadi inti dari media digital, karena pengguna media digital merepresentasikan identitas, memproduksi konten, dan berinteraksi sejalan dengan informasi yang tersedia. Dalam konteks media digital, informasi menjadi komoditas karena diproduksi, dikonsumsi, dan dipertukarkan, menciptakan nilai komoditas baru dalam kerangka kapitalisme.⁴³ Pengguna media sosial tidak hanya mengonsumsi komoditas yang berupa informasi saja tetapi lebih dari itu, turut memproduksi dan mendistribusikannya.

⁴² Ibid., 16.

⁴³ Ibid., 19.

3) Arsip

Arsip memiliki peran krusial dalam media digital karena berfungsi sebagai penyimpan informasi yang dapat diakses kapan pun dan dari berbagai perangkat. Sebagai contoh, setiap informasi yang diunggah ke YouTube tetap terarsip dan dapat diakses kembali, memudahkan pengguna untuk mengambilnya. Media digital menyediakan akses dan penyimpanan yang luas untuk berbagai informasi, termasuk data pribadi pengguna, koleksi foto, catatan perjalanan, dan jaringan pertemanan di media sosial.⁴⁴ Media sosial tidak hanya tempat bagi pengguna untuk memproduksi dan mengonsumsi informasi, melainkan juga sebagai ruang perpustakaan virtual di mana setiap informasi yang dihasilkan menjadi sebuah dokumen tersimpan secara digital.

4) Simulasi sosial

Media digital memungkinkan simulasi situasi sosial tanpa harus mengalami secara langsung, contohnya adalah berkomunikasi dengan teman dari jarak jauh. Sama seperti dalam kehidupan nyata, media sosial juga memiliki aturan dan etika yang mengikat para pengguna untuk memastikan interaksi yang sehat dan bermoral di antara mereka.⁴⁵ Adanya aturan-aturan ini muncul sebagai hasil dari proses sosial yang terjadi di antara pengguna media digital.

⁴⁴ Ibid., 22.

⁴⁵ Ibid., 28.

5) Konten Oleh Pengguna

Ciri khas sosial media selanjutnya ialah konten oleh pengguna atau biasa disebut dengan *user-generated content* (UGC). Dengan konten dari pengguna mengindikasikan bahwa di media sosial, pengguna tidak hanya berperan sebagai kreator, tetapi juga penikmat konten yang dibuat oleh pengguna lain.⁴⁶ Konten merupakan model baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam satu waktu menjadi kreator pada satu sisi dan sebagai penikmat di sisi lain.

6) Penyebaran

Penyebaran ialah karakteristik dari media digital, disini pengguna dapat dengan leluasa dalam menyebarkan konten bahkan mengembangkannya. Di media digital, konten tidak hanya dibuat oleh pengguna tetapi juga disebarkan sesama pengguna lainnya dengan berbagai macam tambahan, revisi, komentar, dll. Untuk penyebarannya sendiri, berbagai platform digital menyediakan fasilitas, misalnya dengan fitur “*share*” pada platform Youtube yang fungsinya untuk menyebarkan konten video.⁴⁷

c) Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan model nyata dari media berbasis digital yang memiliki jumlah pengguna sangat banyak di seluruh dunia. Dalam penggunaannya, media sosial acap kali dimanfaatkan oleh pengguna untuk saling berbagi informasi, pendapat, dan berpartisipasi dalam berbagai komunitas online. Kelebihan utama dari media sosial adalah kemudahan

⁴⁶ Ibid., 31.

⁴⁷ Ibid., 33.

dalam mengaksesnya dimana pengguna dapat terhubung dan berinteraksi dengan sesama pengguna kapan saja dan di mana saja. Diantara beberapa fungsinya sosial media meliputi;

1) Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Media sosial berisi jutaan konten, informasi, dan pengetahuan. Persebaran informasi kini dapat tiba ditangan pengguna secara *real time*. Khalayak sekarang juga dapat menentukan informasi apa yang ingin ia konsumsi, tidak seperti media massa seperti televisi yang dalam distribusi informasinya ditentukan oleh jam tayang.

2) Hiburan

Dengan jutaan konten yang disajikan media sosial. Hanya perlu sekali klik, pengguna tidak perlu repot-repot mencari hiburan diluar rumah. Dengan hadirnya sosial media, pengguna dapat menghabiskan waktu berjam-jam dengan *gadget nya*.

3) Komunikasi Online

Hadirnya sosial media memudahkan antar pengguna untuk berkomunikasi secara *online* seperti *chatting* ataupun saling berkabar. Karena kecepatannya, komunikasi secara digital ini dianggap sangat efektif dan efisien.

4) Menggerakkan masyarakat

Isu-isu komplek seperti politik, pemerintahan hingga suku, agama, ras dan budaya (SARA) dapat dengan mudah tersebar dan mengundang perhatian dari pengguna sosial media. Misalnya dalam

menanggapi isu tersebut dengan mengungkapkan kritik, saran, celaan hingga klarifikasi melalui sosial media.

5) Sarana Berbagi

Dan yang terakhir, efektivitas yang diberikan sosial media menjadikannya sebagai sarana untuk berbagi informasi dari berbagai skala, dari skala daerah hingga nasional.⁴⁸

3. Youtube

a) Pengertian Youtube

Youtube merupakan suatu layanan *video-sharing* dari Google yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video dengan mudah dan membuatnya dapat dinikmati oleh para penggunanya di seluruh dunia secara gratis.⁴⁹ Youtube menjadi sarana untuk menampilkan atau mempromosikan hasil karya seni apapun bentuknya dalam bentuk visual yang dapat diakses oleh siapa pun penggunanya.

Untuk menikmati video di Youtube pengguna memerlukan jaringan internet yang mempunyai asal kata *interconnected networking*. *Networking* dalam bahasa Indonesia mempunyai makna jaringan, sedangkan *Interconnected* berarti saling terhubung. Oleh karena itu internet ialah jaringan komputer yang saling terhubung.⁵⁰ Dibanding dengan media dakwah lainnya, setidaknya internet mempunyai dua keunggulan, yakni;

⁴⁸ Imam Azhari Harahap, Nazmia Yusdi Arwana, and Suci Wahyu Tami Br Rambe, "Teori Dalam Penelitian Media," *Edukasi Nonformal* 3, no. 2 (2020): 136–140.

⁴⁹ Kindarto Asdani, *Belajar Sendiri Youtube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)* (Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2008).

⁵⁰ Ali Akbar, *Cepat Dan Mudah Membuat Situs Internet* (Semarang: Neomedia Press, 2006), 2.

- 1) Internet memberikan keleluasaan bagi penggunanya untuk mengakses informasi, komunikasi, dan layanan online secara fleksibel, karena sifatnya yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, serta tidak terbatas oleh waktu dan lokasi. Internet tidak pernah dimatikan (*never turn-off*) dan dapat diakses tanpa batas (*unlimited access*), sehingga memungkinkan pengguna untuk memperoleh informasi dan melakukan interaksi secara realtime dengan pengguna lain dari seluruh penjuru dunia.
- 2) Internet merupakan tempat bagi individu yang ingin berdiskusi mengenai pengalaman spiritual yang mungkin sulit untuk diungkapkan dalam forum-forum biasa. Hal ini disebabkan karena internet memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk berbicara tentang topik-topik yang mungkin tidak diterima dengan baik dalam masyarakat umum atau forum-forum tertentu.

Dalam istilahnya, komunikasi digital ialah sarana yang dipakai untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁵¹ Sebagai alat penyampai pesan, Youtube kerap dipakai oleh khalayak untuk mencari informasi. Menurut *Vice President of Engineering* di YouTube, Christos Goodrow, dalam artikel di Kompas Tekno yang mengutip sumber dari thenextweb.com, YouTube adalah salah satu media sosial yang paling banyak diakses oleh pengguna internet.⁵²

⁵¹ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 137.

⁵² Edy Chandra, "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 1, no. 2 (2017): 406–417.

Media Youtube berisi konten video yang dikategorikan sebagai media audiovisual dalam format gambar dan audio. Sehingga membuat informasi tentang dakwah efektif dan lebih mudah diterima oleh khalayak. Dengan ratusan juta jam video yang ditonton setiap hari oleh pengguna YouTube, platform ini mampu menghasilkan miliaran penayangan.⁵³

Layanan video *sharing* ini sendiri awalnya digagas oleh tiga orang pekerja di *finance online PayPal* yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada tahun 2005. Asal mula nama Youtube sendiri tergolong unik, karena terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan rumah makan Jepang di San Mateo, California. Video pertama yang diunggah di Youtube ialah *Me at the zoo*.⁵⁴

Pengguna yang mempunyai akun Youtube dapat menikmati layanan seperti mengunggah video dan membuat saluran. Seiring berjalannya waktu, Youtube makin tumbuh secara pesat hingga setahun setelah kemunculannya, yakni pada November 2006, google membeli saham Youtube sebesar \$1,65 miliar. Hari ini Youtube merupakan platform digital paling mendominasi di dunia.⁵⁵

Platform Youtube cenderung lebih menarik dan tidak mainstream daripada televisi karena konten yang disuguhkan oleh Youtube begitu beragam dan tanpa batasan waktu. Dengan begitu, pengunjung dapat

⁵³ Ilahi and Kamsyah, *Komunikasi Dakwah*, 122.

⁵⁴ Rohman Abdul, "YouTube for Profit," *TokoMahal.com: Jasakom.com* (2017).

⁵⁵ Brad Schepp and Debra Schepp, *How to Make Money with YouTube: Earn Cash, Market Yourself, Reach Your Customers, and Grow Your Business on the World's Most Popular Video-Sharing Site* (New York: McGraw Hill Professional, 2009), 29.

mengakses konten dari Youtube sesuai dengan yang diminati, dimanapun dan kapanpun.

b) Youtube Sebagai Media Dakwah

YouTube, sebagai salah satu platform media sosial dinilai efektif dalam memengaruhi pengunjungnya melalui berbagai jenis konten yang ditawarkan. Oleh karena itu media digital ini akan menguntungkan para *dā'i* dalam berdakwah apabila digunakan secara bijak. Kini *dā'i* tidak lagi berdakwah dengan hanya menggunakan media tradisional, dengan hadirnya platform digital mendorong semua pihak, khususnya *dā'i* agar lebih kreatif dan inovatif dalam mengambil manfaat dari teknologi demi kemaslahatan umat.

Youtube saat ini menjadi salah satu platform dakwah digital yang sangat populer, menarik dan mempunyai pengguna diseluruh dunia. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, dakwah makin menjadi semakin mudah dengan jangkauan yang semakin luas. Kehadiran Youtube dimanfaatkan penggunaanya untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah, misalnya dengan membuat beragam konten video. Berbeda dengan televisi, media Youtube lebih mudah digunakan dan memuat lebih banyak konten video seperti konten ceramah ataupun konten video lainnya.

Pada era pandemi ini, YouTube telah menjadi pilihan utama bagi banyak orang untuk mengakses berbagai jenis konten. Selain memberikan dukungan dalam konteks pembelajaran, platform ini juga menjadi medium efektif untuk menyebarkan pesan dakwah. Kelebihan lainnya termasuk fitur playback yang memungkinkan penonton untuk melihat kembali

momen tertentu, variasi kualitas video yang dapat disesuaikan dengan perangkat dan koneksi internet, serta aksesibilitas yang mencakup berbagai perangkat seperti ponsel pintar, tablet, dan laptop. Semua fitur ini membuat YouTube menjadi pilihan utama sebagai media berbagi yang efisien, mendukung baik kegiatan pembelajaran maupun penyampaian pesan dakwah.⁵⁶

Pandemi Covid-19 menyebabkan adanya pembatasan kegiatan dakwah, dimana protokol Kesehatan melarang kegiatan-kegiatan yang sifatnya berkerumun. Hal ini dapat diatasi dengan dakwah secara online salah satunya adalah menggunakan platform Youtube. Youtube dapat menjadi pilihan utama karena merupakan salah satu platform terbesar yang dapat menonton serta membagi video secara luas.

4. Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya adalah pertukaran pesan dalam bentuk informasi dan percakapan, yang disampaikan secara lisan, tertulis, atau dengan cara lain, antara dua orang dari latar belakang budaya yang berbeda.⁵⁷ Cara kita berkomunikasi melibatkan berbagai aspek yang sangat dipengaruhi oleh budaya, termasuk topik pembicaraan, siapa yang diizinkan untuk berbicara, bagaimana dan kapan hal tersebut dilakukan, bahasa tubuh yang digunakan, ruang yang dianggap sesuai, dan makna waktu yang terkait.⁵⁸ Artinya saat berkomunikasi, baik secara lisan maupun tulisan, komunikator dan komunikan akan menafsirkan pesan sesuai dengan latar budayanya.

⁵⁶ I Makna A'raaf K et al., "Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 21, no. 2 (2021): 173–180.

⁵⁷ Alo Liliweri, *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020), 9.

⁵⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2022), 3.

Dalam budaya yang berbeda, topik pembicaraan yang dianggap pantas atau tabu dapat bervariasi. Selain itu, norma sosial juga menentukan siapa yang dianggap memiliki otoritas untuk berbicara atau bertemu dalam situasi tertentu. Proses komunikasi antarpribadi antara individu dengan latar belakang budaya yang berbeda dapat memunculkan stereotip atau label yang dihasilkan oleh kebudayaan tersebut. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya memiliki peran penting dalam meminimalisir konflik kultural yang sering terjadi dan mengintegrasikan beragam ranah sosial menjadi satu kesatuan.

Keterpaduan sosial mengacu pada kondisi di mana setiap kelompok mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi tanpa kehilangan identitas budaya mereka.⁵⁹ Karena itu penting untuk diakui dan dihormati bahwa setiap kelompok sosial mempunyai identitas kultural yang unik dan berharga. Dalam keterpaduan tersebut, komunikasi antarbudaya berfungsi sebagai jembatan untuk membangun pemahaman, mengurangi prasangka dan stereotip, serta menciptakan lingkungan yang inklusif dan harmonis dimana setiap kelompok sosial dapat berinteraksi dengan saling menghormati.

5. Analisis Wacana

Definisi dari wacana begitu beragam. Ada yang berpandangan wacana sebagai unit bahasa yang lebih besar dari kalimat, sementara yang lain mendefinisikannya sebagai diskursus yang terbentuk dari interaksi sosial dan konteks budaya. Menurut Eriyanto wacana tidak dipahami sekedar sebagai studi bahasa. Meskipun analisis wacana menggunakan bahasa sebagai teks

⁵⁹ Rahardjo Turnomo, *Menghargai Perbedaan Kultural* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 3.

untuk dianalisis, namun pendekatannya berbeda dengan studi bahasa dalam pengertian linguistik tradisional. Bahasa dianalisis tidak hanya dilihat dari aspek kebahasaan semata, tetapi juga menghubungkannya dengan konteks. Konteks tersebut meliputi penggunaan bahasa untuk tujuan dan praktik tertentu, yang termasuk di dalamnya praktik kekuasaan.⁶⁰

Sederhananya, teori wacana menguraikan terjadinya suatu peristiwa seperti pembentukan kalimat atau ujaran. Dalam upaya menyingkap makna terselubung dari pernyataan yang diungkapkan subjek. Analisis wacana kritis memandang wacana penggunaan bahasa sebagai praktik sosial. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam analisis wacana kritis, teks atau objek penelitian tidak terlepas dari konteksnya.

Model analisis Van Dijk membahas struktur sosial, dominasi, kelompok kekuasaan, ideologi, serta kesadaran yang memengaruhi dan membentuk produksi teks tertentu. Model ini memiliki tiga dimensi utama, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Pada intinya, analisis ini mengintegrasikan ketiga dimensi wacana menjadi satu kesatuan analisis.⁶¹

G. Metode Penelitian

Penelitian ilmiah memiliki tujuan untuk mendapatkan data yang objektif dan akurat, untuk itu diperlukan metode penelitian yang sesuai dengan objek yang diteliti. Dalam melakukan penelitian, penting untuk menggunakan teknik pengumpulan data dan analisis data yang akurat, agar hasil penelitian yang diperoleh bisa dipercaya dan diandalkan dalam pengembangan ilmu pengetahuan

⁶⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2015), 7.

⁶¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik Dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 73.

dan teknologi. Penulisan proposal skripsi ini menggunakan metode sebagai berikut;

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kepustakaan (*library research*). Menurut M. Nazir, studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan.⁶² Melalui metode ini peneliti dapat memahami bagaimana sebuah pesan di komunikasikan dalam salah satu konten Youtube Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Selain itu pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk memahami perwujudan makna dari gejala sosial di masyarakat luas, sehingga memungkinkan untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang memakai prosedur statistik atau pengukuran dan perhitungan angka.⁶³

2. Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Adapun sumber yang akan di manfaatkan dalam penelitian ini meliputi;

a. Data primer

Data primer merupakan data yang di dapat secara langsung dari sumber asli. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari tayangan video Youtube Habib Husein Ja'far Al-Hadar di channel Youtube Jeda

⁶² Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2003), 27.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 238.

Nulis yang berjudul “Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers⁶⁴” dalam format mp4 yang nantinya akan dianalisis dengan cermat.

b. Data sekunder

Data tambahan atau data sekunder untuk mendukung penelitian ini berasal dari literatur, buku, jurnal, artikel, dan sumber informasi lain yang relevan dengan fokus penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data. Observasi sendiri bisa diartikan sebagai proses pencarian data yang akan diteliti, misalnya dengan cara mengamati fenomena yang terjadi.⁶⁵ Fokus observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati secara mendalam konten Youtube yang berjudul “Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers” dalam channel Youtube Jeda Nulis.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data kualitatif dengan cara mengamati atau menelaah dokumen yang dibuat oleh seorang atau orang lain. Dokumentasi merupakan data pendukung yang berasal dari hasil pengamatan.⁶⁶ Misalnya seperti gambar, buku, jurnal, maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian penulis.

⁶⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=tCiHMAjgy-0>

⁶⁵ Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 273.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 240.

4. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk mengatasi kesalahan dalam pengumpulan data, peneliti memakai beberapa metode dalam memverifikasi keabsahan data. Lexy J. Moloeng memaparkan beberapa metode pengujian keabsahan data dalam paradigma kualitatif.⁶⁷ Namun penulis hanya memakai beberapa yang sesuai dengan penelitian ini, diantaranya yakni;

a. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan berarti peneliti melakukan pengamatan yang mendalam dan detail terhadap data-data yang terkait dengan fokus penelitian agar data tersebut dapat dipahami dan tidak diragukan kebenarannya. Dengan demikian penulis bisa memberikan deskripsi yang akurat dan sistematis dari data yang telah diamati.⁶⁸

b. Triangulasi

Triangulasi dilakukan dengan cara memperbandingkan data dari beragam sumber yang berbeda agar dapat menjamin keakuratan dan keabsahan data tersebut. Dalam penelitian ini, penulis akan mengumpulkan berbagai sumber data yang relevan untuk dijadikan data pendukung. Dengan kata lain, triangulasi memungkinkan penulis untuk memeriksa ulang temuannya dengan membandingkan dengan sumber, metode, atau teori yang berbeda.⁶⁹

⁶⁷ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 324.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 332.

⁶⁹ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

c. Kecakupan Referensial

Tingkat keabsahan penelitian kualitatif tergantung pada datanya. Untuk penelitian ini, penulis menyajikan data secara komprehensif dan berbagai macam perspektif. Dengan teknik ini diharapkan untuk meminimalisir bias pemahaman.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data melibatkan langkah-langkah seperti pengelompokan, pengorganisasian, pengurutan, pemberian kode atau tanda, serta kategorisasi data. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan temuan yang sesuai dengan fokus permasalahan yang hendak dipecahkan.⁷⁰ Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah dengan mendeskripsikan dan menjelaskan data yang terdapat dalam konten Youtube Habib Husein Ja'far yang berjudul "Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers" melalui analisis wacana model Van Dijk. Selanjutnya, data akan disuguhkan sebagai kumpulan informasi dan interpretasi peneliti sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan dan saran di akhir penelitian.

Dalam menganalisa data, penelitian ini memakai analisis wacana Van Dijk karena dari banyaknya model analisis wacana yang ada dan dikembangkan oleh para ahli, model analisis wacana kerap digunakan untuk membedah wacana ketidakadilan adalah model Teun A. Van Dijk. Hal itu karena Van Dijk telah menyempurnakan unsur-unsur wacana agar dapat diterapkan dengan lebih praktis. Menurutnya, sebuah penelitian tidaklah lengkap jika hanya berfokus pada analisis teks semata, melainkan proses

⁷⁰ Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 209.

produksi juga harus diperhatikan.⁷¹ Model Van Dijk ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Diagram Model Analisis Van Dijk⁷²



Teun A. Van Dijk menerapkan analisis linguistik terhadap kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraf guna menjelaskan dan memberikan makna pada suatu teks. Aspek kognisi sosial digunakan untuk memahami bagaimana teks diproduksi oleh individu atau kelompok. Penggunaan konteks sosial bertujuan untuk mengidentifikasi bahwa teks tersebut terhubung dengan wacana yang sedang berkembang dalam masyarakat.⁷³

Sistem analisis wacana Van Dijk terdiri dari:

a. Teks

Dalam sebuah teks, Van Dijk menganalisis bagaimana struktur teks dan strategi wacana digunakan untuk menegaskan suatu tema atau peristiwa tertentu. Wacana terdiri dari berbagai tingkatan atau struktur yang masing-masing saling terkait. Van Dijk membaginya dalam tiga tingkatan:

⁷¹ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 221.

⁷² *Ibid.*, 225.

⁷³ *Ibid.*

1) Struktur Makro

Struktur makro ialah makna umum dari suatu teks yang bisa diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks. Tema dari wacana tersebut tidak sekedar tentang isi, namun juga sisi lain dari suatu peristiwa.

2) Superstruktur

Superstruktur mencakup struktur dan elemen-elemen dalam suatu wacana yang terkait dengan kerangka keseluruhan dari teks yang dirancang secara menyeluruh.

3) Struktur Mikro

Struktur Mikro merupakan makna dari sebuah wacana yang bisa dilihat dari pilihan kata, kalimat, serta gaya yang digunakan dalam suatu teks.

Tabel 1. 2 Struktur wacana teks model analisis wacana Teun A. Van Dijk⁷⁴

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
Struktur Makro	TEMATIK Apa yang dikatakan?	Topik
Superstruktur	SKEMATIK Bagaimana bagian pendapat disusun dan dirangkai?	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK Makna apa yang ingin di tekankan dalam teks?	Latar, Maksud, Pra-anggapan, Detil
	SINTAKSIS Bagaimana pendapat atau kalimat disampaikan?	Bentuk kalimat, Kata ganti

⁷⁴ Ibid., 226.

	STILISTIK Pilihan kata apa yang dipakai?	Leksikon
	RETORIS Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan?	Metafora, Grafis Ekspresi

b. Kognisi Sosial

Penggunaan kognisi sosial dapat membantu dalam melihat bagaimana teks diproduksi. Pendekatan kognitif mengacu pada anggapan bahwa teks wacana tidak mempunyai makna, namun makna tersebut diberikan atau berasal dari kesadaran pengarang yang membentuk teks. Hal itu dikarenakan setiap teks pada dasarnya diproduksi melalui kesadaran, prasangka, atau pemahaman atas suatu peristiwa tertentu.⁷⁵

c. Konteks Sosial

Dalam konteks sosial menganalisis bagaimana wacana komunikasi diproduksi dalam masyarakat. Poin pentingnya ialah untuk menunjukkan bagaimana makna dihayati bersama, bagaimana kekuatan sosial diproduksi melalui praktik diskursif dan legitimasi. Menurut Teun A. Van Dijk, untuk memahami konteks sosial, peneliti harus menganalisis dua poin penting;

1) Praktik kekuasaan

Teun A Van Dijk menjelaskan kekuasaan sebagai kepemilikan oleh kelompok (atau anggotanya), untuk mengontrol kelompok' atau anggota lainnya. Hal ini disebut sebagai dominasi, karena praktik seperti itu dapat memengaruhi'letak konteks sosial. Kekuasaan bagi

⁷⁵ Ibid., 259–260.

Van Dijk berbentuk persuasif: Tindakan seseorang yang secara tidak langsung mengontrol dengan cara memengaruhi emosi, seperti kepercayaan, pengetahuan, dan sikap.⁷⁶

2) Akses memengaruhi wacana

Menurut analisis wacana model Vand Dijk kelompok berkuasa memiliki akses lebih banyak daripada kelompok yang tidak berkuasa. Oleh sebab itu, mereka yang berkuasa memiliki akses yang lebih besar kepada media dalam mempengaruhi wacana. Akses yang lebih besar tidak hanya memberikan kesempatan untuk mengontrol kesadaran khalayak yang lebih besar, namun juga turut menentukan topik dan wacana apa yang boleh disebarluaskan dan didiskusikan dengan masyarakat umum.⁷⁷

Struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial merupakan elemen dasar dalam kerangka kerja Teun A. Van Dijk. Apabila digambarkan maka skema dan metode penelitian yang dapat dilakukan dalam kerangka Teun A. Van Dijk ialah:

Tabel 1. 3 Skema Penelitian dan metode Teun A. Van Dijk.⁷⁸

STRUKTUR	METODE
<p style="text-align: center;">Teks</p> <p>Melakukan analisis terhadap strategi wacana yang digunakan dalam menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu.</p>	<p><i>Critical linguistics.</i></p>
<p style="text-align: center;">Kognisi Sosial</p> <p>Menganalisis kognisi pembuat teks dalam memahami dan memaknai peristiwa tertentu yang akan ditulis.</p>	<p>Memahami video secara mendalam, menelaah literatur yang terkait dengan penelitian.</p>

⁷⁶ Ibid., 271–272.

⁷⁷ Eriyanto, 272–273.

⁷⁸ Ibid., 275.

Konteks Sosial	Studi Pustaka, pelacakan sejarah, menelaah isu-isu terkini.
Melakukan analisis terhadap wacana yang berkembang dalam masyarakat	

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan struktur yang lebih teratur, pembahasan dalam penelitian ini akan disusun dalam lima bab, sehingga membentuk suatu kesatuan yang utuh dan saling terhubung. Berikut adalah gambaran umum dari setiap bab tersebut:

Bab pertama berisi pendahuluan, konteks penelitian, fokus masalah, kegunaan penelitian, kajian teoritis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan skripsi.

Bab kedua menyajikan gambaran umum akun youtube Jeda Nulis, gambaran umum profil Habib Husein Ja'far, gambaran umum Presiden Negeri Jancukers, gambaran umum sujiwo tejo, dan isi konten video “Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers.”

Bab ketiga berisi analisis wacana kritis Van Dijk yang terdiri dari analisis teks, kognisi sosial dan konteks sosial.

Bab keempat berisi hasil penelitian berupa pesan-pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al-hadar dalam “Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers” melalui akun youtube JedaNulis.

Bab kelima merupakan penutup, berupa kesimpulan dari hasil kesimpulan, saran, dan kata penutup.