

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dakwah pada zaman sekarang harus bisa menyesuaikan dengan objek dakwahnya. Objek dakwah yang dimaksud disini yaitu pada Gen Z. Apabila menerapkan metode dakwah yang sifatnya konvensional akan sulit dipahami oleh Gen Z. Faktor tersebut disebabkan karena perkembangan arus globalisasi yang tidak menutup kemungkinan dapat mengesampingkan dakwah yang dianggap belum bisa menyesuaikan dengan arus perkembangan zaman yang semakin maju. Dakwah sekarang bisa lebih *flexible* tidak berfokus pada metode ceramah di mimbar-mimbar saja, namun bisa dikonsepsi dan disajikan sebaik mungkin hingga dapat menjawab tantangan dakwah di zaman sekarang.

Generasi Z atau Gen Z, mereka merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1996 hingga 2010, mereka terlahir sesudah generasi millennial. Generasi Z hidup di dalam perkembangan internet dan media sosial. Kebanyakan mereka sekarang tengah menempuh pendidikan di perguruan tinggi, kebanyakan dari mereka sudah menyelesaikannya serta memasuki dunia kerja di tahun 2020. Generasi Z tumbuh dan besar di era dimana teknologi, internet, dan media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka. Terkadang, hal ini menyebabkan mereka dianggap secara klise sebagai individu yang terlalu bergantung pada teknologi, kurang sosial, atau memiliki semangat perjuangan sosial yang tinggi.¹

Dakwah di era sekarang ini bisa lebih *flexible*, karena bukan hanya dilakukan di kondisi tertentu saja, seperti acara pengajian, ataupun acara-acara hari besar

¹ Agung Purnomo et al., "Generasi z Sebagai Generasi Wirausaha" (2020): 1–4.

Islam. Dakwah juga bukan hanya dilaksanakan di tempat-tempat tertentu seperti masjid dan *majlis ta'lim*. Perkembangan media yang luas membuat lebih *flexible* untuk tempat dan waktu yang memungkinkan dakwah dapat dilakukan dimanapun serta kapanpun.² Media mampu memperbarui sistem dalam kehidupan masyarakat dengan lebih mudah dan cepat. Beriringan dengan teknologi yang terus berkembang, dakwah bisa dilakukan dengan lebih *flexible* serta dapat mengaplikasikannya di berbagai platform media.

Fenomena yang biasa dikenal dengan konvergensi media ini meluncurkan *progres* yang bernilai dan kompleks. Konvergensi media mempunyai implikasi praktis yang lebih dari sekedar memperkaya informasi. Ia juga menawarkan berbagai pilihan bagi pemirsanya, hal tersebut memungkinkan mereka memilih konten yang paling sesuai dengan preferensi mereka. Hal ini khususnya penting untuk dakwah, yang harus mudah diakses oleh semua orang dengan disajikan melalui konten yang menarik. Konvergensi media juga sudah mengalami pergeseran yang dimana sekarang memasuki era digitalisasi dimana penerapan teknologi mempunyai potensi untuk memperkenalkan prospek baru dalam pengelolaan, penyediaan, penyebaran, serta pemrosesan semua jenis informasi, mulai dari media audio dan visual hingga data dan seterusnya.³

Media yang digunakan pada penelitian ini adalah media sosial. Media sosial yaitu WhatsApp, Youtube, Twitter, Instagram, dan masih banyak lagi. Pada penelitian ini akan berfokus pada salah satu media sosial yaitu Youtube. YouTube

² Zida Zakiyatul Husna et al., *Zida Zakiyatul Husna & Abdul Muhid Perkembangan Dakwah Melalui Media Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Literature Review)*, vol. 05, 2021.

³ Muhamad Parhan et al., "Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Hanan_Attaki) Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @hanan_attaki)," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10 (2020): 175–196, <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/index>.

berfungsi sebagai platform media sosial yang menjadi tempat orang dapat mengunggah, melihat, dan berbagi video yang dapat diakses oleh semua orang. Sebagai media komunikasi massa, YouTube menyediakan beragam informasi dan berita yang mudah diakses oleh masyarakat. Kemudahan akses ini memudahkan masyarakat mendapatkan berita tanpa harus keluar rumah untuk membeli koran. Selain itu, YouTube adalah sumber hiburan yang populer karena menawarkan berbagai macam konten yang menghibur.⁴

Berdasarkan fenomena yang terjadi dengan adanya perkembangan media yaitu media sosial yang membuat para pendakwah mulai mencoba memasuki dunia tersebut untuk menjadi media dakwah mereka. Terdapat beberapa pendakwah yang mampu masuk dalam perkembangan tersebut yaitu seperti Abi Azkacia, Habib Ja'far Al Hadar dan juga Ustaz Hanan Attaki. Ketiga orang tersebut menjadi contoh bahwasannya para pendakwah juga bisa mengikuti arus perkembangan zaman. Ketiga pendakwah tersebut memiliki cara masing-masing dalam pemanfaatan media sosial sebagai media mereka berdakwah.

Seperti Abi Azkacia, salah satu *content creator* dakwah yang memiliki keunikan tersendiri yaitu berdakwah dengan pendekatan yang menghibur. Ustaz Abi Azkacia memanfaatkan media sosial Tiktok untuk menyampaikan dakwahnya dengan cara *live* bermain *game Mobile Legends*, hal tersebut pastinya jarang dilakukan oleh para pendakwah lainnya. Beliau memiliki akun TikTok bernama @abiazkaciaa yang merupakan salah satu akun yang aktif dalam mengunggah konten *game* online dan sekaligus menyebarkan pesan-pesan dakwah dengan hiburan, salah satunya melalui *game Mobile Legends* dengan

⁴ Tresia Monica Tinambunan and Chontina Siahaan, "Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar" 5, no. 1 (2022): 14–21.

rekaman ulang yang diunggah kembali ke media sosial TikTok. *Game Mobile Legends* digunakan sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dengan pendekatan yang unik, sehingga mudah diterima oleh berbagai kalangan. Hal ini menjadikannya diminati oleh pengguna TikTok, terutama para remaja yang mayoritas mengikuti konten tersebut.⁵

Tidak jauh berbeda dengan Abi Azkacia, Habib Ja'far Al Hadar juga memiliki ciri khas tersendiri ketika berdakwah. Hanya saja yang membedakan kalau Abi Azkacia berdakwah dengan perantara *game Mobile Legends*, sedangkan Habib Ja'far Al Hadar memiliki ciri khas yaitu beliau berpenampilan sebagaimana anak muda dan berbeda dengan para habib yang biasanya identik dengan Jubah. Beliau juga memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Beliau sering membuat konten-konten dakwah tapi dengan pembawaan yang jenaka. Habib Ja'far sering membuat konten pada Instagram dan juga Youtube. Dakwah yang dilakukan oleh beliau lebih mengarah kepada generasi muda, mengingat banyaknya anak muda saat ini yang terjebak dalam pergaulan yang bebas dan kurangnya minat mereka dalam mempelajari agama. Hal ini disebabkan oleh cara penyampaian dakwah yang cenderung monoton dan kurang diminati oleh kaum muda.⁶

Begitu pun Ustaz Hanan Attaki juga menggunakan atau memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah dalam memberikan kajian-kajian. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, Ustaz Hanan Attaki sering membuat konten ataupun postingan pada Instagram serta Youtube. Sedangkan untuk durasi

⁵ M T Mudzakiy, "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Abi Azkacia Melalui Tiktok," *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023,

https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73861%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73861/1/MUHAMMAD_THARIQ_MUDZAKIY-FDK.pdf

⁶ Reza Pahlevi, "Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar," *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni (JISHS)* 1, no. 2 (2023): 141–151, <http://jurnal.minartis.com/index.php/jishs>.

pastinya lebih panjang di *channel* Youtube Hanan Attaki daripada Instagram, karena tidak jarang postingan Instagram merupakan cuplikan video dari *channel* Youtube beliau. Penelitian ini lebih berfokus pada konten video yang terdapat pada *channel* Youtube Hanan Attaki, karena pada *channel* Youtube Hanan Attaki lebih lengkap dan terperinci, kemudian apabila ingin melakukan analisis bahasa kekinian dalam videonya juga lebih banyak dan jelas. Melalui pemanfaatan YouTube, Ustaz Hanan Attaki dapat mengkomunikasikan dakwahnya kepada masyarakat umum, sehingga membantu penyebaran pengikut kelompok tersebut di media sosial dengan sopan dan memperlancar proses komunikasi.⁷

Berdasarkan penjelasan ketiga pendakwah tersebut, mereka memiliki kesamaan dan juga perbedaan. Kesamaannya yaitu mereka sama-sama memanfaatkan media sosial sebagai media dalam berdakwah. Kemudian selain terdapat kesamaan mereka juga terdapat perbedaan dalam strategi dakwah mereka. Mereka memiliki cara masing-masing dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah tersebut dengan mengikuti *trend* atau kebiasaan yang dilakukan anak muda yaitu pertama, Abi Azkacia *live* Tiktok sambil bermain *game Mobile Legends* dengan disela-sela bermain *game* nya beliau juga menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, karena beliau ingin menarik perhatian dari kalangan anak muda agar tertarik dengan dakwah melalui perantara bermain *game* tersebut. Kedua, Habib Ja'far Al Hadar selain terkadang berpakaian seperti anak muda, beliau juga membuat konten-konten dakwah yang dikemas secara lebih *fresh* dengan dibalut konten-konten yang sedang *trend* dikalangan anak muda yang bertujuan agar lebih mudah dipahami tentang pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Ketiga, Ustadz

⁷ T R I Hardianti, "Strategi Komunikasi Ustad Hanan Attaki Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Youtube," 2021.

Hanan Attaki juga hampir sama dengan Habib Ja'far Al Hadar yaitu sama-sama menggunakan pakaian-pakaian anak muda ketika membuat konten dan melakukan dakwah ataupun datang ke suatu acara. Ustaz Hanan Attaki juga menerapkan kebiasaan yang sering dilakukan anak muda yaitu penggunaan bahasa kekinian ketika sedang membuat konten ataupun ketika berdakwah secara langsung pada suatu acara semacam kajian yang dominan *audience* nya adalah anak muda. Peneliti pada akhirnya lebih memilih konsep ataupun strategi dakwah dari Ustaz Hanan Attaki dengan alasan Ustaz Hanan Attaki menggunakan pendekatan yang inovatif dan relevan dengan zaman. Metodenya mampu menjangkau generasi muda yang cenderung tidak tertarik dengan dakwah konvensional. Selain itu, kesuksesannya dalam menggunakan media sosial, seperti YouTube dan *platform* lainnya, untuk menyebarkan pesan-pesan dakwahnya membuatnya menjadi perhatian utama dalam penelitian tentang efektivitas dakwah di era digital ini. Hal tersebut diperkuat dengan penggunaan bahasa kekinian sebagai salah satu strategi dakwah beliau yang membuat mengapa dakwah beliau begitu diminati untuk diteliti. Penggunaan bahasa yang akrab dan relevan dengan konteks zaman saat ini memungkinkan pesannya lebih mudah dipahami dan diterima oleh generasi muda yang menjadi target utama dakwahnya. Hal ini mencerminkan kemampuannya dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi, serta kesesuaian strategi komunikasi dengan *audiens* nya. Sehingga, penelitian tentang pemanfaatan bahasa kekinian dalam dakwahnya dapat memberikan wawasan yang berharga tentang efektivitas dakwah di era modern ini.

Selain terjadi perkembangan yang sangat pesat pada era digitalisasi. Dakwah di zaman sekarang juga harus bisa menyesuaikan dengan hal-hal yang lagi *trend*. Salah satunya yaitu mengenai penggunaan bahasa gaul atau sekarang biasa dikenal dengan bahasa kekinian. Hal tersebut dapat masuk dalam strategi dakwah. Dalam pemakaian bahasa kekinian dapat mempermudah untuk para pendakwah menyampaikan pesan dakwahnya terutama pada Gen Z yang dimana hal tersebut dapat mempermudah mereka dalam memahami isi ataupun pesan dakwah yang disampaikan oleh pendakwah tersebut.

Dalam aktivitas sehari-hari, manusia tak terhindar dari menggunakan bahasa, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Bahasa merupakan sarana utama yang tak bisa dilepaskan saat berinteraksi, menjadi alat komunikasi yang vital dalam berbagai situasi dalam masyarakat.⁸ Hal tersebut juga pastinya dilakukan oleh anak muda terutama Gen Z pastinya mereka menggunakan bahasa untuk berinteraksi dengan sesama anak muda dan bahasa yang sekarang sering mereka gunakan adalah bahasa kekinian. Bahasa kekinian sendiri merupakan bahasa non formal. Jadi, bahasa tersebut digunakan untuk mempermudah anak muda terutama Gen Z untuk berinteraksi dengan sebayanya.

Bahasa menjadi suatu sarana yang dapat menjembatani bahkan menjadi media dalam penyampaian ketika berdakwah. Dalam upaya berdakwah, setiap penceramah (*Da'i*) memiliki pendekatan yang beragam dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *audiens* (*Mad'u*). Namun dalam kenyataannya terdapat banyak sekali pesan dakwah yang tidak tersampaikan secara maksimal kepada khalayak akibat kegagalan penggunaan bahasa dalam proses penyampaiannya.

⁸ Asep Hidayatullah Herawati, Hendaryan, "Gaya Bahasa Dakwah Pada Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki (Alternatif Model Bahan Ajar Dalam Pembelajaran Teks Ceramah)" 7 (2023): 373–379.

Hal tersebut dapat terjadi karena bahasa yang digunakan kurang komunikatif sehingga proses penyampaian pesan yang diterapkan kurang bisa dipahami dengan baik oleh pendengar.⁹ Dalam penelitian ini tokoh agama ataupun pendakwahnya yaitu Ustaz Hanan Attaki. Ustaz Hanan Attaki menjadi salah satu dari sekian banyak pendakwah yang mulai menggunakan bahasa kekinian sebagai salah satu strategi dakwah. Ustaz Hanan Attaki memang terbilang sering dalam penggunaan bahasa kekinian ketika sedang melakukan kegiatan berdakwah contohnya kegiatan kajian. Dalam pembawaannya Ustaz Hanan Attaki menurut peneliti terkesan santai apalagi didalam penyampaian materi dakwahnya terdapat bahasa kekinian yang digunakan untuk mempermudah pemahaman dari *audiens* nya yang kebanyakan anak muda terutama Gen Z.

Dalam penyampaian dakwah harus dilakukan sebuah pembaharuan makna bahasa yang di mana hal tersebut selalu memiliki perkembangan di setiap zaman. Mengingat zaman sekarang tidak lepas dari media digital. Maka makna bahasa pun juga ikut mengikuti *trend* yang ada di media digital. *Trend* makna bahasa dalam konteks media digital ini, mayoritas dikembangkan oleh kalangan Gen Z. Makna bahasa yang dikembangkan oleh Gen Z ini biasa disebut dengan bahasa gaul atau bahasa kekinian. Bahasa kekinian yang dimaksud ini seperti misalnya, *support system*, *circle*, dan *japri*. Bahasa-bahasa gaul tersebut, cenderung lebih relevan dengan kondisi percakapan yang ada di media digital. Maka dengan begitu bisa diasumsikan penggunaan makna bahasa kekinian dalam konteks dakwah di media digital perlu dibiasakan secara masif.

Makna secara literal adalah arti atau maksud dari apa yang diungkapkan, baik

⁹ Desmiyati and Supriyadi, "Analisis Keterampilan Berbicara Dalam Dakwah Ustadz Hanan Attaki," *SAJAK: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Sastra, Bahasa, dan Pendidikan* 2, no. 1 (2023): 72–77.

secara verbal dan non verbal. Sementara bahasa merupakan simbol bunyi yang bersifat *arbitrer* atau semena-mena. Apabila merujuk dalam bidang ilmu komunikasi, makna suatu kata dapat timbul berdasarkan hubungan yang unik antara kata tersebut sebagai simbol verbal dan individu manusia. Meskipun makna secara inheren terkandung dalam sebuah kata, namun kata-kata mampu memicu interpretasi makna yang berbeda dalam pikiran individu.¹⁰ Jadi, apabila disimpulkan makna bahasa merupakan representasi atau interpretasi yang diberikan seseorang terhadap suatu kata, frasa, kalimat, atau simbol dalam konteks tertentu. Dalam konteks ini makna bahasa kekinian juga seperti halnya demikian. Dimana bahasa kekinian ini dikembangkan oleh Gen Z mengikuti konteks yang ada dalam *trend* media digital. Maka tidak heran kalau penyampaian dakwah di era sekarang perlu membiasakan bahasa kekinian agar target dakwah yang berfokus pada Gen Z bisa lebih mudah dipahami serta bisa memdalam isi dari pesan dakwah yang disampaikan waktu kajian tersebut.

Penelitian ini akan bermanfaat dalam membantu pemahaman tentang sejauh mana makna bahasa kekinian dalam dakwah Ustaz Hanan Attaki melalui media sosial youtube, khususnya melalui akun youtube Hanan Attaki. Akun youtube tersebut menjadi media dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak khususnya Gen Z. Karena peneliti akan berfokus pada salah satu episodenya yang berjudul “Sharing Night – Ustaz Hanan Attaki – Support System” yang diupload pada 10 Juli 2023 dengan alasan episode ini menjadi salah satu *viewers* terbanyak pada kisaran tanggal 23 Juni 2023 sampai 11 Agustus 2023 yaitu sebesar 188.000 *viewers*. Hal tersebut berdasarkan riset upload video pada

¹⁰ Tawvicky Hidayat and Gaya Bahasa, “Analisis Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Poster Dakwah Pada Akun Instagram @ Bantu _ Dakwah” 4 (2023): 52–68.

akun Youtube Hanan Attaki dalam kurun waktu 5 bulan terakhir. Selain itu episode ini cukup menarik dengan tema yaitu “*Support System*”. Tema tersebut menjadi sebuah permasalahan yang sering dirasakan oleh anak muda terutama Gen Z. Dengan menggunakan analisis semiotika dari Ferdinand de Saussure dapat mempermudah dalam menganalisis hal tersebut. Ustaz Hanan Attaki memiliki target dakwah kepada anak-anak muda terutama Gen Z. Maka dari itu, beliau menggunakan metode dakwah yang memanfaatkan media sosial serta didalam penyampaiannya menggunakan bahasa kekinian ataupun yang sedang *trend*.

B. Fokus Penelitian

Bagaimana analisis makna bahasa kekinian yang digunakan oleh Ustaz Hanan Attaki dalam dakwah di *channel* Youtube?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan dengan cara menganalisis makna bahasa kekinian Ustaz Hanan Attaki dalam dakwah di *channel* Youtube.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai sarana untuk memajukan pengetahuan ilmiah dan memberikan alternatif atau saran bagi penelitian terkait yang akan dilakukan di masa depan.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pihak lain atau peneliti di masa mendatang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk mengatasi permasalahan terkait makna bahasa kekinian atau topik sejenis dalam

konteks metode dakwah.

E. Penelitian Terdahulu

Saat melakukan penelitian mengenai topik tertentu, penting bagi peneliti untuk menemukan penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitiannya. Referensi-referensi ini dapat memberikan wawasan dan panduan berharga sepanjang proses penelitian, mulai dari perencanaan hingga peninjauan hasil akhir yang disajikan sebagai berikut :

1. Herawati, Hendaryan, Asep Hidayatullah mahasiswa Universitas Galuh, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Dengan judul penelitian “Gaya Bahasa Dakwah Pada Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki (Alternatif Model Bahan Ajar dalam Pembelajaran Teks Ceramah)”. Dalam penelitian tersebut menggunakan metodologi deskriptif serta merupakan jenis penelitian kualitatif dengan postingan Instagram dari akun Hanan Attaki masing-masing berdurasi sekitar satu menit digunakan sebagai sumber data penelitian.

Hasil penelitian metodologi yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif serta termasuk kedalam penelitian kualitatif. Data penelitian bersumber dari postingan Instagram milik Hanan Attaki yang masing-masing berdurasi kurang lebih satu menit. Penelitian terhadap postingan Instagram Hanan Attaki menunjukkan bahwa postingan tersebut terutama berisi video dakwah dengan menggunakan berbagai gaya bahasa. Teori gaya bahasa Gorys Keraf mengelompokkannya menjadi empat bagian: gaya berlandaskan pilihan kata, gaya yang berpatokan pada susunan kalimat, gaya berlandaskan makna tidak langsung, serta gaya yang

berfokus di nada. Untuk menggunakan gaya bahasa yang baik, seseorang harus mengutamakan kejujuran, kesantunan, serta minat.

Penelitian terdahulu mempunyai keselarasan dengan penelitian ini, karena keduanya menerapkan metode penelitian kualitatif dan meneliti dakwah Ustaz Hanan Attaki. Meski konteks penelitiannya serupa, namun perbedaannya terletak pada kerangka teori dan analisisnya. Dalam penelitian ini, teori analisis semiotika Ferdinand de Saussure digunakan untuk meneliti akun YouTube Hanan Attaki. Sebaliknya, penelitian sebelumnya memanfaatkan teori gaya bahasa Gorys Keraf untuk mengkaji akun Instagram @hanan_attaki.¹¹

2. Muh. Heriadi, Tawvicky Hidayat, mahasiswa Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan Sumenep. Dengan judul “Analisis Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Poster Dakwah Pada Akun Instagram @bantu_dakwah”. Dalam penelitian tersebut menerapkan penelitian diskriptif kualitatif dengan pendekatan naratif, dengan metode analisis agih, padan serta analisis wacana Teun Van Dijk. Data yang terkumpul kemudian dianalisis satu persatu dengan tahap indentifikasi, klasifikasi, serta interpretasi.

Hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwa poster dakwah di akun Instagram @bantu_dakwah mengaplikasikan diksi dalam kaidah sintaksis yang meliputi: ketepatan diksi, keselarasan diksi, serta ketepatan diksi. Selain itu penggunaan diksi dalam makna denotatif serta konotatif sesuai kaidah makna. Selain itu, ada banyak pengaplikasian diksi untuk kata-kata sehari-hari, terkenal, serta khusus. Penggunaan diksi serta gaya

¹¹ Herawati, Hendaryan, “Gaya Bahasa Dakwah Pada Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki (Alternatif Model Bahan Ajar Dalam Pembelajaran Teks Ceramah).”

bahasa yang tepat pada poster dakwah dapat menimbulkan kesan memikat, imajinatif, dan kreatif.

Penelitian terdahulu mempunyai keselarasan persamaan dengan penelitian sekarang yaitu persamaan jenis penelitian kualitatif serta menganalisis tentang dakwah. Perbedaannya yang menonjol yaitu di teori serta konteks penelitiannya. Peneliti menggunakan teori analisis semiotika Ferdinand de Saussure dengan konteks penelitiannya yaitu akun Youtube Hanan Attaki. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori analisis wacana Teun Van Dijk serta konteks penelitiannya adalah poster dakwah akun Instagram @bantu_dakwah.¹²

3. Desmiyati, Supriyadi, mahasiswa Universitas Islam Riau. Dengan judul “Analisis Keterampilan Berbicara dalam Dakwah Ustadz Hanan Attaki”. Dalam penelitian tersebut metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang diaplikasikan ialah mereduksi penyajian data serta pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat menjelaskan tentang faktor kebahasaan serta non kebahasaannya terhadap dakwah Ustadz Hanan Attaki yang memberikan sebuah *vibes* yang positif. Penelitian terdahulu ini memiliki keselarasan dengan penelitian sekarang yaitu jenis penelitian kualitatif serta konteks penelitiannya akun Youtube Hanan Attaki. Perbedaannya terletak pada analisisnya. Penelitian terdahulu menggunakan analisis kebahasaan dan non kebahasaan sedangkan penelitian yang sekarang

¹² Hidayat and Bahasa, “Analisis Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Poster Dakwah Pada Akun Instagram @Bantu _Dakwah.”

menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure.¹³

4. Muhd Al Haddad Winata, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Dengan judul "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (IGTV). Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif pendekatan kualitatif teori Kreitner dan Kinicki Mc, yang meliputi gaya komunikasi *Aggressive*, *Assertive* dan *Passive* Sedangkan peneliti mengambil gaya komunikasinya lebih cenderung ke *Assertive*, dan *Passive*.

Hasil penelitian ini ialah Ustaz Hanan Attaki berkomunikasi dengan metode dakwah yang memadukan dua filosofi komunikasi yang berbeda: pasif (lembut dan ragu-ragu) dan asertif (suka bercanda dan humor serta melontarkan sedikit pernyataan yang selalu mengandung harapan). Setelah itu, komunikasi beliau menggunakan metode berbicara dengan suara lembut serta dengan nada yang rendah agar bisa dimengerti oleh pengguna Instagram. Keselarasan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang yaitu menjadikan Ustaz Hanan Attaki sebagai objek penelitian serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Hal yang membedakan yaitu dari teori yang digunakannya. Penelitian terdahulu menggunakan teori Kreitner dan Kinicki Mc sedangkan penelitian yang sekarang mengaplikasikan teori analisis semiotika Ferdinand de Saussure.¹⁴

5. Tri Hardianti, mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Dengan judul "Strategi Komunikasi

¹³ Desmiyati and Supriyadi, "Analisis Keterampilan Berbicara Dalam Dakwah Ustadz Hanan Attaki."

¹⁴ A H W Muhd, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (Igtv)," 2020.

Ustad Hanan Attaki Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Youtube”. Dalam penelitian ini mengaplikasikan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini ialah etnografi virtual. Istilah etnografi biasanya tidak jauh-jauh kaitanya dengan budaya. Istilah-istilah tersebut menjadi sebuah pembahasan yang penting dalam etnografis.

Hasil penelitian memperlihatkan bagaimana tokoh agama Ustaz Hanan Attaki menggunakan pendekatan sentimental dalam menyebarkan pesan dakwahnya di YouTube. Pendekatan ini tepat bagi pendengar dakwah yang kurang mendapat perhatian serta dipandang lemah, seperti perempuan, anak-anak, orang awam, mualaf (yang lemah imannya), fakir miskin, anak yatim, dan sebagainya. Metode strategi rasional kemudian juga digunakan oleh Ustaz Hanan Attaki dalam dakwahnya karena video yang beliau gunakan untuk menjelaskannya memiliki makna yang sesuai dengan pengertian strategi rasional. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan objek penelitiannya Ustaz Hanan Attaki. Perbedaannya terdapat pada teori yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan etnografi virtual sedangkan penelitian menggunakan teori analisis semiotika Ferdinand de Saussure.¹⁵

¹⁵ Hardianti, “Strategi Komunikasi Ustad Hanan Attaki Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Youtube.”

F. Definisi Konsep

1. Makna Bahasa Kekinian

Makna secara literal adalah arti atau maksud dari apa yang diungkapkan, baik secara verbal maupun non-verbal. Makna selalu lekat dalam sebuah komunikasi. Menurut Ferdinand de Saussure, makna itu sendiri merupakan fungsi untuk mengetahui maksud dari keseluruhan ungkapan, percakapan, atau komunikasi.¹⁶ Menurut Ogden dan Richards, keterkaitan antara suatu tanda (simbol) dengan referensi atau rujukan, disebut makna. Meskipun simbol tidak secara langsung terkait dengan standar, namun secara tidak langsung terkait dengan standar referensi. Menurut Hornby dalam konteks linguistik, makna ditentukan oleh apa yang kita maksud atau tafsirkan.

Stevenson juga berpendapat bahwa ketika seseorang menginterpretasikan makna suatu lambang, itu menunjukkan bahwa orang tersebut secara memadai mempertimbangkan lambang tersebut, dengan tujuan untuk mencapai jawaban yang spesifik dalam konteks yang terkait.¹⁷

Bahasa kekinian atau bahasa gaul bisa dibilang menjadi sebuah variasi bahasa yang bisa berkembang seiring berjalannya waktu. Bahasa kekinian ialah bahasa yang sering dipergunakan masyarakat untuk berkomunikasi serta berteman. Penggunaan bahasa kekinian sering dipergunakan terutama di kalangan anak muda, karena remaja sekarang lebih sering serta

¹⁶ Anni Lamria Sitompul, Mukhsin Patriansyah, and Risvi Pangestu, "Analisis Poster Video Klip Lathi : Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure," *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya* 6, no. 1 (2021).

¹⁷ Azzahrotul Latifah, "Analisis Makna Dalam Novel Cinta Di Dalam Gelar Karya Andrea Hirata Artikel Jurnal Ilmiah," *Hilos Tensados* 1, no. (2015): 1–476.

lebih menyukai penggunaan bahasa kekinian dibandingkan bahasa Indonesia formal. Mereka menganggap bahasa kekinian lebih nyaman serta cocok digunakan dalam kehidupan sehari-hari, serta menganggap penggunaan bahasa resmi terlalu kaku serta monoton.

Sarwono (2004) berpendapat kalau bahasa kekinian ialah bahasa remaja pada umumnya (kosakatanya disesuaikan sehingga bisa lebih mudah mereka pahami) bisa dipahami oleh hampir semua remaja di negara ini dan dapat dimengerti oleh media massa. Faktanya, istilah-istilah tersebut terus berkembang serta meningkat setiap harinya.¹⁸

Jadi, apabila disimpulkan makna bahasa kekinian merupakan sebuah representasi atau interpretasi yang diberikan seseorang saat berkomunikasi terhadap suatu kata, frasa, kalimat, atau simbol dalam konteks bahasa kekinian yang dimana bahasa kekinian selalu berkembang menyesuaikan yang sedang *trend* atau viral maka dari itu, harus dimaknai secara mendalam agar tidak terjadinya salah dalam penafsiran. Makna bahasa kekinian juga dapat diartikan sebagai sebuah penjabaran secara lebih dalam serta meluas dari penggunaan bahasa kekinian yang bertujuan untuk mempermudah dalam memahami maksud dari apa yang disampaikan.

2. Dakwah

Dakwah adalah upaya untuk memanggil manusia agar mengikuti jalan yang benar didalam ajaran Islam dari segala bidang kehidupan. Dakwah juga dianggap sebagai proses pembelajaran yang baik serta harus

¹⁸ Stkip Paris and Barantai Kotabaru, "Analisis Bahasa Kekinian Pada Mahasiswa STKIP Paris Barantai Kotabaru" (2018): 33–45.

berpatokan terhadap nilai-nilai Islam yang telah ada. Ketika berdakwah, pertimbangan yang cermat harus diberikan pada tingkat dan pola pikir yang dicerminkan oleh para pemuda yang akan atau sedang menghadapinya. Mubasyaroh (2017) mengatakan bahwa tujuan dakwah adalah untuk bersatu kembali manusia dari segala umat dan kepercayaan agama, atau untuk membantu umat memahami esensi kebenaran Islam dan menerapkannya dalam kehidupan mereka..

Kata “dakwah” didalam Al-Qur’an diungkapkan dalam bentuk “*fi’il*” dan “*masdar*” yang berjumlah lebih dari seratus kata. Al-Qur’an menggunakan kata "dakwah" untuk mengajak kebaikan, namun setiap pilihan ada risikonya. Dalam Al-Qur’an, dakwah dalam arti “mengajak” muncul sebanyak 46 kali, dalam arti “mengajak kepada Islam dan kebaikan” sebanyak 39 kali, dan dalam arti “mengajak ke neraka” atau “jahat” sebanyak 7 kali. Selain itu, banyak ayat yang mendeskripsikan kata “dakwah” dalam maksud yang berbeda-beda.¹⁹

Dalam karya "Psikologi Dakwah", Ahmad Mubarak mengungkapkan bahwa dakwah adalah tindakan komunikasi di mana seorang pendakwah menyampaikan pesan dakwah kepada pendengar, baik secara individu maupun dalam kelompok. Secara teknis, dakwah adalah proses komunikasi antara pendakwah (pengirim pesan) dan pendengar (penerima pesan).²⁰

¹⁹ Haris Mauludin, “Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) Melalui Sosial Media Instagram” (2019).

²⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, ed. Andriyani Kamsyah (PT. REMAJA ROSDAKARYA, 2010).

Jadi, dapat disimpulkan bahwasannya dakwah merupakan sebuah ajakan untuk menuntun kearah yang benar dengan berpatokan pada nilai- nilai keislaman yang telah ada. Dakwah juga dapat dilakukan dengan berbagai cara tergantung target serta tujuan dakwah tersebut.