

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dakwah adalah kewajiban bagi semua umat Islam yang berilmu. Dakwah merupakan penyampaian pesan kebaikan dan bermuatan Islami dari seorang *da'i* kepada *mad'u* sebagai upaya mengajak manusia agar menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. *Da'i* merupakan komunikator atau orang yang menyampaikan dakwah, sedangkan *mad'u* merupakan komunikan atau orang yang menerima dakwah. Materi dakwah dibagi menjadi 4 kategori yaitu kategori aqidah, syariah, muamalah, dan akhlak.<sup>1</sup> Materi dakwah haruslah bersumber dari al-Quran dan Hadist.<sup>2</sup>

Dalam berdakwah, seorang *da'i* pasti memerlukan media. Tentunya media yang digunakan harus relevan dengan keadaan *mad'u* dan perkembangan zaman guna mencapai keefektivan dakwah. Saat ini kita sedang berada di era *new media*. *New media* menurut Denis McQuail adalah media online yang berbasis teknologi yang penggunaannya tersambung oleh jaringan internet yang memiliki karakteristik fleksibel, interaktif, bersifat publik maupun privat.<sup>3</sup> Jadi selama ada internet dan *gadget* maka segala aktivitas komunikasi di dunia maya dapat berjalan secara efektif tanpa terhalang oleh ruang dan waktu.

---

<sup>1</sup> Ropongi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madani, 2016), 77-78.

<sup>2</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 127.

<sup>3</sup> Eribka Ruthellia David.et.al, "Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi", *E-Journal Acta Diurna*, 1 (2017).

Karena terdampak *new media*, teknologi informasi dan komunikasi makin berkembang dengan segala inovasinya. Inovasi tersebut ditandai dengan hadirnya *platform-platform* digital sebagai media interaksi antar manusia. Salah satu *platform* digital yang banyak digunakan adalah Youtube. Dikutip dari Youtube About, Youtube memiliki pengguna lebih dari 2 miliar di seluruh dunia yang menjangkau lebih dari 100 negara.<sup>4</sup> Dikutip dari suara.com, Youtube dinobatkan sebagai media sosial terpopuler untuk masyarakat Indonesia. Ini berdasarkan riset yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social, tercatat 98,5% atau 179,1 juta dari 181,9 juta populasi penduduk Indonesia mengakses video online atau streaming dan 74,3% dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 135,1 juta orang mengakses video online berupa vlog.<sup>5</sup>

Vlog adalah kependekan dari video blog. Menurut KBBI, vlog merupakan blog yang berupa video.<sup>6</sup> Vlog adalah video singkat mengenai catatan harian atau jurnal pribadi dari seseorang yang biasanya berisi pengalaman, cerita, kegiatan sehari-hari, nasehat, opini, dan apapun yang menurutnya perlu dibagikan.<sup>7</sup> Kontennya bebas, sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh sang *vlogger* (orang yang aktif membuat vlog). Vlog identik

---

<sup>4</sup> “Youtube dalam Angka”, *Youtube About*, <https://www.youtube.com/intl/id/about/press/>, t.t. diakses 2 April 2021.

<sup>5</sup> Dythia Novianty & Dicky Prastya, “Youtube Rajai Media Sosial di Indonesia”, *Suara.com*, <https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/153000/youtube-rajai-media-sosial-di-indonesia>, 15 Februari 2021, diakses tanggal 3 Mei 2021.

<sup>6</sup> “Arti Kata Vlog”, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/vlog>, diakses tanggal 13 Februari 2021.

<sup>7</sup> Dedi Romli Triputra & Prasetya Yuli Kurniawan, “Implementasi Media Pembelajaran Vlog Materi Dakwah pada Mahasiswa Berdasarkan Aspek Keterampilan Berbahasa”, *Jurnal Kontekstual*, 1 (Agustus, 2019), 20.

dengan penyampaiannya yang santai dan gaya bahasa yang keseharian. Ini membuat penonton seperti sedang berbicara dengan temannya sendiri.

Salah satu *vlogger* sekaligus *youtuber* terkenal dari Indonesia adalah Gita Savitri Devi. Gita lahir di Palembang, 28 Juli 1992. Ia kuliah di Universitas Freie, Berlin, Jerman jurusan kimia murni. Ia seorang muslimah berhijab. Dikutip dari IDNtimes.com, Gita merupakan *vlogger* sekaligus *youtuber*, *social media influencer*, penulis buku, dan pada 2017 lalu oleh Youtube ia dinobatkan sebagai *Creators for Change* karena telah banyak memberikan kontribusi positif bagi dunia.<sup>8</sup>

Gita memiliki *channel* Youtube dengan nama Gita Savitri Devi yang jumlah *subscriber*-nya telah mencapai 1,06 juta serta unggahan sebanyak 416 video yang dibagi menjadi 15 *playlist*. Salah satunya *playlist* “Beropini”. *Playlist* “Beropini” berisi video pemaparan opini atau pendapat Gita mengenai berbagai isu seperti politik, sosial, budaya, psikologi, agama (Islam), dan lainnya yang sedang terjadi atau sedang ramai di Indonesia maupun di dunia. Total ada 70 video di *playlist* “Beropini”.<sup>9</sup>

Jika kebanyakan *youtuber* membuat konten hanya berupa hiburan seperti makan-makan, *prank*, dan hal-hal yang kurang bermanfaat lainnya, Gita justru menyuguhkan konten yang edukatif dan informatif yang memberikan pendidikan serta pencerahan bagi *viewer*-nya. Meskipun ada juga beberapa

---

<sup>8</sup> Atikah, “9 Fakta Menarik Gita Savitri, Vlogger Indonesia yang Menginspirasi!”, *IDNTIMES*, <https://www.idntimes.com/life/inspiration/nadia-fazira/9-fakta-menarik-gita-savitri-vlogger-indonesia-yang-menginspirasi-c1c2/8>, 17 Mei 2019, diakses tanggal 3 Mei 2021.

<sup>9</sup> Channel Youtube Gita Savitri Devi, <https://www.youtube.com/channel/UCtECrfmHyJ0n32jSUfxcvXg>, t. t. diakses tanggal 13 Februari 2021.

video yang berkonten hiburan namun tetap ada muatan edukasi, informasi, dan juga pesan-pesan kebaikan (dakwah) didalamnya. Konten yang demikian tentunya sangat bermanfaat bagi pengetahuan para *viewer*-nya. *Viewer* tidak hanya mendapatkan hiburan namun juga pengetahuan. Inilah yang menjadikan Gita berbeda dengan *youtuber-youtuber* lain.

Mengenai konten yang bermuatan pesan dakwah, meskipun hanya beberapa, namun Gita tetap menyempatkan untuk berbagi ilmu agama Islam sejauh yang ia pahami. Ini menunjukkan bagaimana ia sebagai seorang *vlogger/youtuber* milenial yang berpengaruh, tidak lantas lupa dengan kewajibannya sebagai seorang muslimah. Karena kita semua tahu dalam Islam dakwah itu merupakan kewajiban bagi semua umat Islam.

Ketika *vlogging*, penampilan Gita *fashionable* namun tetap syar'i, membawakan materi dengan santai, dan menggunakan gaya bahasa keseharian anak muda supaya tidak terkesan menggurui, ditambah juga pemikirannya yang kritis dalam melihat berbagai fenomena, berwawasan luas, dan peka terhadap lingkungan membuat Gita patut dijadikan inspirasi bagi anak muda milenial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji pesan-pesan dakwah yang termuat dalam vlog Gita Savitri Devi di *playlist* "Beropini" dengan menggunakan analisis wacana Teun A. van Dijk.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana perancangan struktur wacana Teun A. van Dijk terhadap pesan-pesan dakwah yang termuat dalam vlog Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”?
2. Pesan-pesan dakwah apa yang termuat dalam vlog Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penulisan
  - a. Untuk mengetahui perancangan struktur wacana Teun A. van Dijk terhadap pesan-pesan dakwah yang termuat dalam vlog Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”.
  - b. Untuk mengetahui pesan-pesan dakwah yang termuat dalam vlog Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”.
2. Manfaat Penulisan
  - a. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi sebagai pengembangan dari pemahaman pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).
  - b. Diharapkan dapat memberikan informasi mengenai perkembangan media dakwah melalui *platform-platform* digital.
  - c. Dapat mengedukasi akan pemanfaatan media sosial Youtube untuk hal-hal yang positif salah satunya sebagai media dakwah.
  - d. Dapat menginspirasi dan meningkatkan kualitas *da'i* dalam membuat konten kreatif sebagai media untuk berdakwah.

- e. Memberi pemahaman dan pengalaman kepada *da'i* agar lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan pesan dakwah guna mencapai efektivitas dakwah.
- f. Dapat menjadi referensi dan perbandingan bagi penulisan selanjutnya untuk menyelesaikan kasus-kasus yang pembahasannya serupa dan berkaitan.

#### **D. Telaah Pustaka**

Penelitian terdahulu ini merupakan karya ilmiah yang menjadi inspirasi penulis untuk melakukan penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan Nurus Safitri Farikha Cita dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan skripsi yang berjudul “Dakwah Melalui Vlog (Analisis Pesan Dakwah Ajakan Berkerudung pada Vlog Gita Savitri Devi “Kok Malah Pake Kerudung?”” yang ditulis tahun 2019. Dari penelitian tersebut ditemukan dari keenam struktur analisis wacana Teun A. van Dijk terdapat pesan dakwah aqidah dalam struktur tematik, semantik, dan sintaksis; syariah dalam struktur skematik, dan akhlak dalam struktur stilistik dan retorik. Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurus Safitri Farikha Cita yaitu sama-sama menggunakan *channel* Youtube Gita Savitri Devi sebagai subjek penelitiannya, sama-sama mencari pesan dakwah yang termuat dalam subjek penelitian, dan sama-

sama menggunakan teknik analisis wacana Teun A. Van Dijk. Sedangkan perbedaannya, Nurus Safitri Farikha Cita hanya menggunakan satu video dari vlog Gita yaitu “Kok Malah Pake Kerudung?”, sementara penulis menggunakan 10 video terpilih yang terdapat dalam *playlist* “Beropini”; Nurus Safitri Farikha Cita hanya menganalisis pada dimensi teks saja, sementara penulis menganalisis ketiga dimensi analisis wacana Teun A. van Dijk yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

2. Penelitian yang dilakukan Fitriani Wulandari dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, dengan skripsi yang berjudul “Pesan Dakwah dalam Novel *Hanif* Karya Reza Nufa (Analisis Wacana Teun A. van Dijk)” yang ditulis tahun 2017. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa novel *Hanif* mengandung pesan-pesan dakwah yaitu aqidah dan akhlak. Ditemukan juga dari pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam novel *Hanif* memiliki keterkaitan dengan ayat-ayat al-Quran. Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani Wulandari yaitu sama-sama menggunakan teknik analisis wacana Teun A. van Dijk dan sama-sama mencari pesan dakwah yang termuat dalam subjek penelitian. Sedangkan perbedaannya, Fitriani Wulandari menggunakan novel sebagai subjek penelitiannya, sedangkan penulis menggunakan vlog sebagai subjek penelitiannya; Fitriani Wulandari hanya menganalisis pada dimensi teks saja, sementara penulis menganalisis ketiga dimensi analisis wacana Teun A. van Dijk yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial; pada skripsi

Fitriani Wulandari pesan dakwah yang ditemukan dikaitkan dengan ayat al-Quran, sementara penulis tidak dikaitkan dengan ayat al-Quran.

3. Penelitian yang dilakukan Muhammad Rico Zulkarnain dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, Jakarta, dengan skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Pesan Dakwah dalam Buku Renungan Tasauf Karya Hamka” yang ditulis tahun 2008. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa dari buku Renungan Tasauf karya Hamka terdapat pesan dakwah di setiap teksnya. Dilihat dari struktur tematik, terdapat pesan dakwah kategori muamalah, aqidah, dan syariah disetiap judul pada bab-bab di dalam buku Renungan Tasauf karya Hamka. Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rico Zulkarnain yaitu sama-sama menggunakan analisis wacana Teun A. van Dijk dan sama-sama mencari pesan dakwah yang termuat dalam subjek penelitian. Sedangkan perbedaannya, Muhammad Rico Zulkarnain menggunakan buku sebagai subjek penelitiannya, sementara penulis menggunakan vlog sebagai subjek penelitiannya.



## E. Landasan Teori

### 1. Pesan Dakwah

Dari perspektif komunikasi, pesan merupakan suatu pernyataan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pernyataan bisa berupa verbal (tulisan dan lisan) maupun non-verbal (isyarat).<sup>10</sup>

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu دعا (*da'a*), يدعو (*yad'uw*), دعوة (*da'watan*) yang berarti seruan, ajakan, dan panggilan.<sup>11</sup> Sedangkan secara terminologi, dakwah memiliki beberapa definisi menurut para ahli diantaranya:

- a. M. Arifin. Dakwah merupakan kegiatan mengajak dan mempengaruhi orang lain secara sadar, terencana, dan tanpa paksaan, baik secara verbal maupun non-verbal dengan tujuan memberikan pengertian, pengalaman, dan penghayatan terhadap ajaran Islam.
- b. Abdul Munir Mulkam. Dakwah adalah usaha untuk mengubah seseorang dari yang awlanya kurang baik menjadi lebih baik untuk dapat melaksanakan ajaran Islam di kehidupan sehari-hari, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat.<sup>12</sup>
- c. HMS. Nasarudin Latif. Dakwah berarti aktivitas yang dilakukan secara verbal maupun non-verbal yang sifatnya mengajak, memanggil, atau menyeru kepada manusia agar beriman dan taat kepada Allah SWT. sesuai dengan dasar ajaran Islam yaitu aqidah, syariah, dan akhlak.

---

<sup>10</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 37.

<sup>11</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah.*, 3-4.

<sup>12</sup> *Ibid.*, 11.

- d. Syeikh Ali Mahfudz. Dakwah ialah kegiatan mengajak manusia untuk melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya supaya mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.<sup>13</sup>

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah adalah hal yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dalam aktivitas dakwah yang berupa ajaran Islam sebagai pedoman hidupnya agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Dakwah bertujuan mengajak manusia yang awalnya tidak patuh menjadi patuh dan mau menjalankan perintah Allah SWT. serta menjauhi larangan-Nya

Pesan dakwah berbeda dengan pesan-pesan lain. Pesan dakwah memiliki karakteristik sendiri yaitu sebagai berikut:

- a. Mengandung Kebenaran

Pesan dakwah yang disampaikan haruslah berdasarkan pada kebenaran yang bersumber dari Allah SWT. Kebenaran tersebut termuat dalam ayat-ayat al-Quran. Oleh karena itu al-Quran merupakan pedoman mutlak bagi umat Islam.

- b. Berisi Pesan Perdamaian

Radikalisme, peperangan, terorisme, pertikaian, dan bentuk kekerasan lainnya merupakan hal yang harus dihindari dalam aktivitas dakwah. Salam perdamaian umat Islam yaitu "*Assalamualaikum*" yang artinya kedamaian untuk kalian. Pesan tersebut bertujuan untuk menyebarkan pesan-pesan perdamaian antar makhluk.

---

<sup>13</sup> Rafi'udin & Maman Abd. Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Badung: CV Pustaka Setia, 2001), 24.

c. Sesuai dengan Nilai-Nilai Universal

Penyampaian pesan dakwah harus disesuaikan dengan kondisi *mad'u*. Dari segi nilai, norma, adat istiadat, budaya, dan konteks lokal lainnya. Hal ini supaya pesan dakwah dapat diterima dengan mudah oleh *mad'u* tanpa melanggar aturan di masyarakat dan juga tidak bertolak belakang dengan al-Quran dan Hadist.

d. Memudahkan bagi *Mad'u*

Memudahkan maksudnya *mad'u* tidak kesulitan dalam mengamalkan ajaran Islam. *Da'i* dituntut kreatif dan inovatif dalam mengemas materi dakwah serta memanfaatkan media dengan baik supaya *mad'u* tertarik dan mudah mempelajari Islam lebih dalam.

e. Menghargai Perbedaan (Toleransi)

Allah SWT. menciptakan manusia berbeda-beda. Perbedaan itu bisa berupa perbedaan latar belakang sosial, budaya, wilayah, politik, keyakinan, *mazhab*, dan sebagainya. Sikap toleransi harus ditanamkan dalam kehidupan sosial masyarakat, supaya manusia bisa hidup berdampingan dan saling melengkapi meskipun mereka berbeda-beda.<sup>14</sup>

## 2. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah memang wajib dilakukan oleh umat Islam. Namun Allah SWT. tidak lantas membebankan tugas dakwah kepada semua orang. Ada

---

<sup>14</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 142-147.

dua pendapat mengenai hukum dakwah perihal siapa saja yang diberi tanggung jawab untuk menyampaikan ajaran Islam, yaitu:

a. *Fardlu Kifayah*

Hukum dakwah adalah *fardlu kifayah* artinya tidak semua umat Islam memiliki tanggung jawab untuk berdakwah, namun hanya sebagian orang saja. Seperti para ulama dan orang-orang yang memiliki pemahaman lebih akan ilmu agama Islam.

Pernyataan tersebut sesuai dengan yang tercantum dalam Q.S Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang-orang yang beruntung”<sup>15</sup>

b. *Fardlu'ain*

Hukum dakwah adalah *fardlu'ain* artinya tugas dakwah wajib dilakukan oleh semua umat Islam sesuai dengan kemampuan dan pengetahuannya masing-masing. Jadi berdakwah merupakan tanggung jawab bersama.

---

<sup>15</sup> QS. Ali Imran (3): 104.

Pernyataan tersebut sesuai dengan yang tercantum dalam Q.S At

Taubah ayat 71 yang berbunyi:

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ  
اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٧١﴾

Artinya:

“Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.”<sup>16</sup>

### 3. Materi Dakwah

*Maddah* dakwah adalah isi atau materi yang termuat dalam pesan dakwah. Yang dimaksud *maddah* dakwah tentu saja ajaran Islam.<sup>17</sup> Semua materi dakwah berasal dari al-Quran dan Hadist, karena keduanya merupakan pedoman bagi umat Islam.<sup>18</sup> Jika materi dakwah tidak bersumber dari al-Quran dan Hadist maka aktivitas dakwah menjadi sia-sia dan dilarang oleh syariat Islam. Selain sumber utama tersebut, materi dakwah bisa juga berasal dari *ijtihad* ulama. *Ijtihad* merupakan hasil penafsiran serta *ta'wil* al-Quran dan Hadist yang dilakukan oleh para ulama.<sup>19</sup>

<sup>16</sup> QS. At Taubah (9): 71.

<sup>17</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 94.

<sup>18</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah.*, 127.

<sup>19</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, t.t.), 63-64.

a. Prinsip Ajaran Islam

Materi dakwah haruslah berprinsip pada ajaran Islam. Prinsip-prinsip ajaran Islam tersebut antara lain:

1) *Theokratis*

Manusia diciptakan oleh Allah SWT. sebagai *khalifah* di bumi, sebagai subjek dari kehidupan di dunia, bukan sebagai sumber kehidupan. Sumber kehidupan adalah Allah SWT. yang berkuasa atas alam semesta beserta isinya. Konsep *theokratis* dalam Islam meliputi:

a) *Spiritualis*

Allah SWT. sebagai sentral, manusia sebagai sub-sentral atau wakil Allah SWT. di bumi sehingga ia memiliki tugas mengelola seluruh isi bumi. Dalam melaksanakan tugasnya, manusia harus senantiasa mengingat Allah SWT. karena segala aktivitasnya merupakan ketentuan Allah SWT. Jika manusia senantiasa menghadirkan Allah SWT. dalam setiap aktivitasnya, maka tugas-tugas yang ia emban akan terkontrol dan dapat terlaksana dengan baik tanpa ada pengingkaran.

b) *Humanis*

Prinsip *theokratis* dalam Islam sangatlah menjunjung tinggi nilai kemanusiaan. Ajaran Islam oleh Allah SWT. telah diatur sedemikian rupa supaya sesuai dengan kepentingan dasar manusia. Tidak ada ajaran Islam yang bertentangan dan

menyulitkan manusia. Semua bertujuan untuk mempermudah dan sebagai petunjuk bagi manusia.

c) Demokratis

Islam sangat menghargai hak-hak individu, sehingga dalam dakwahpun tidak dianjurkan adanya paksaan. Masalah keyakinan adalah hak pribadi. Tugas kita adalah mengajak (dakwah), bukan dengan memaksa. Ketika pesan dakwah sudah disampaikan, maka *mad'u* memiliki hak untuk menerima atau menolaknya. Inilah bentuk demokrasi dari Islam.

2) Rasional

Islam merupakan agama yang bersifat rasional. Semua ajaran Islam argumennya bisa digali. Perintah dan larangan Allah SWT. adalah berdasarkan manfaat dan kerugian bagi manusia. Hal ini menjadikan Islam sesuai diterapkan di segala zaman dan sesuai dengan kepentingan manusia. Maka dari itu Islam menjadi pedoman hidup umat Islam, karena Islam selalu mampu menjawab segala pertanyaan dan problematika hidup yang manusia hadapi.

3) Universal

Islam bersifat universal berarti ajaran Islam tidak hanya ditujukan kepada umat Islam saja, tetapi juga kepada umat non-Islam dan alam semesta.

#### 4) Futuristik

Ajaran Islam berorientasi pada masa depan atau berlaku jangka panjang. Kehidupan yang kekal adalah kehidupan di akhirat, maka manusia sebaiknya mengerjakan amal baik di dunia untuk kebahagiaan di akhirat kelak. Orang yang hidupnya senantiasa berorientasi pada masa depan (akhirat), maka ia merupakan orang yang beruntung dan tergolong orang mukmin.<sup>20</sup>

#### b. Kategori Pesan Dakwah

Ada banyak versi dikalangan para ulama dalam mengkategorikan materi dakwah. Penelitian ini menggunakan pendapat dari Ropingi el Ishaq yang membagi pokok ajaran Islam menjadi empat yaitu:

##### 1) Aqidah

Aqidah merupakan sistem keimanan kepada Allah SWT. yang berprinsip pada rukun iman yang meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat, iman kepada kitab, iman kepada Rasul, iman kepada hari akhir, iman kepada *qadha* dan *qadhar*.<sup>21</sup> Aspek tentang ketuhanan dan kepercayaan berarti keyakinan terhadap ke-Esaan Allah SWT (tauhid) dan kepercayaan akan adanya hari akhir.<sup>22</sup> Sedangkan rukun iman yang lain akan menyempurnakan kedua poin aqidah tersebut.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Ishaq, *Pengantar.*, 80-102.

<sup>21</sup> *Ibid.*, 77.

<sup>22</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah.*, 109.

<sup>23</sup> *Ibid.*, 112.



## 2) Syariah

Syariah merupakan tuntunan tata cara beribadah yang berkaitan dengan pola hidup sehari-hari yang meliputi hal-hal yang dianjurkan dan yang dilarang sebagai seorang muslim. Syariah Islam merupakan sistem ibadah sebagai cerminan keimanan seseorang.<sup>24</sup> Ibadah mencakup rukun Islam yaitu syahadat, sholat, zakat, puasa, dan haji.<sup>25</sup>

## 3) Muamalah

Muamalah merupakan sistem interaksi antar manusia sebagai individu maupun dalam masyarakat. Islam tidak hanya menuntut umatnya untuk beribadah saja, namun juga dituntut mampu berinteraksi dan berhubungan dengan sesamanya sesuai dengan prinsip ajaran Islam.<sup>26</sup> Prinsip utamanya adalah menebarkan keadilan, berhubungan baik antara individu dan sosial, serta mendidik diri supaya patuh dan taat terhadap hukum dan undang-undang yang ada.<sup>27</sup>

Muamalah dibagi menjadi dua kategori yakni hukum perdata dan hukum publik.<sup>28</sup> Hukum perdata merupakan hukum yang mengatur hak dan kewajiban individu dalam hubungannya dengan masyarakat.<sup>29</sup> Hukum perdata meliputi hukum niaga (*muamalah*),

---

<sup>24</sup> Ishaq, *Pengantar.*, 78.

<sup>25</sup> *Ibid.*, 95.

<sup>26</sup> *Ibid.*, 78.

<sup>27</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah.*, 113.

<sup>28</sup> *Ibid.*, 95.

<sup>29</sup> Universitas Muhammadiyah Kendari, *Hukum Perdata* (Kendari: Fakultas Hukum, 2021).

hukum nikah (*munakahat*), hukum waris (*waratsah*), dsb.<sup>30</sup>

Sementara hukum publik merupakan hukum yang mengatur hubungan antara warga negara dan negaranya yang menyangkut kepentingan umum. Hukum publik meliputi hukum pidana, hukum tata negara, hukum administrasi negara, dan hukum internasional.<sup>31</sup>

#### 4) Akhlak

Akhlak dapat diartikan sebagai budi pekerti, tingkah laku, perangai, dan tabiat.<sup>32</sup> Akhlak mencakup tentang norma, etika, dan tata cara yang harus direalisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Akhlak dalam Islam meliputi perbuatan manusia yang merupakan cerminan dari kondisi kejiwaan individu.

Didalam diri manusia terdapat akhlak mulia (*al-akhlaaq al-karimah*) dan akhlak tercela (*al-akhlaaq al-madzmumah*). *Akhlaaqul karimah* mencakup perbuatan terpuji yang mendatangkan manfaat bagi dirinya maupun orang lain dan lingkungannya. Sedangkan *akhlaaqul madzmumah* mencakup perbuatan tercela yang didorong oleh nafsu yang dapat mendatangkan kerugian bagi dirinya maupun orang lain dan lingkungannya.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah.*, 95.

<sup>31</sup> Nurhuda Asrori, "Sebutkan Macam-Macam Hukum Publik!", *Geograpik*, <https://geograpik.blogspot.com/2020/06/sebutkan-macam-macam-hukum-publik.html> , 20 Juni 2020, diakses tanggal 27 Februari 2021.

<sup>32</sup> Ishaq, *Pengantar.*, 80.

<sup>33</sup> Dedi Wahyudi, *Pengantar Akidah Akhlak dan Pembelajarannya* (Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara, 2017), 2-3.

Akhlak meliputi beberapa aspek yaitu:

- a) Akhlak kepada Allah SWT. akhlak ini merupakan pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah SWT.
- b) Akhlak terhadap manusia. Akhlak ini meliputi hubungan terhadap sesama manusia, baik terhadap diri sendiri, tetangga, teman, masyarakat, dsb.
- c) Akhlak terhadap lingkungan. Akhlak ini merupakan bagaimana perlakuan kita terhadap lingkungan sekitar kita, baik alam, binatang, tumbuh-tumbuhan, maupun benda-benda lainnya.<sup>34</sup>

#### 4. Metode Dakwah

Metode berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos* yang berarti jalan, sedangkan dalam bahasa Arab disebut *thariq*. Metode adalah suatu cara yang telah melalui proses pemikiran guna mencapai maksud atau tujuan yang telah ditetapkan. Jadi metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh *da'i* kepada *mad'u* guna mencapai maksud atau tujuan dakwah yang dibawanya.<sup>35</sup> Tujuan metode dakwah yaitu untuk mempermudah penyampaian dakwah sehingga *mad'u* dapat dengan mudah menerima, memahami, dan meyakini materi dakwah yang disampaikan oleh *da'i*.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*, 119.

<sup>35</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 242-243.

<sup>36</sup> Alwizral Imam Zaidallah & Khaidir Khatib Bandaro, *Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'i dan Khatib Profesional* (Jakarta: Kalam Mulia, 2002), 71.

Metode dakwah dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu:

a. Metode *Bil-Hikmah*

Bentuk masdar dari *hikmah* yaitu “*hukman*” yang berarti mencegah. Dalam kaitannya dengan dakwah, *hikmah* berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam aktivitas dakwah.<sup>37</sup> *Bil hikmah* merupakan kemampuan *da'i* dalam memilih dan menyesuaikan metode dakwah dengan kondisi *mad'u* yang beragam. Kondisi seperti latar belakang pendidikan, strata sosial, dan budaya. Metode *hikmah* dapat menentukan sukses tidaknya kegiatan dakwah.<sup>38</sup>

Konsep *bil hikmah* dapat direalisasikan bila memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Memahami kondisi dan latar belakang *mad'u* yang meliputi seperti latar belakang pendidikan, budaya, usia, tingkat keimanan, dan sebagainya. Sebab penyampaian dakwah tidak bisa dilakukan dengan cara yang sama kepada *mad'u* satu dengan yang lain.<sup>39</sup>
- 2) Menegur *mad'u* dengan cara yang lembut supaya tidak menyinggung perasaannya.
- 3) Dakwah harus dilakukan dengan cara bijaksana yaitu menyesuaikan kondisi *mad'u*, tidak dengan cara yang kaku dan keras supaya mereka tidak lari menjauhi dakwah dari *da'i*.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> M. Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 8.

<sup>38</sup> *Ibid.*, 11.

<sup>39</sup> Ishaq, *Pengantar.*, 112.

<sup>40</sup> *Ibid.*, 113.

4) Dakwah dengan metode *hikmah* tidak selalu dengan cara yang lembut. Cara keras dan tak kenal kompromi diperbolehkan dengan ketentuan pihak lawan tidak dapat diajak berdamai.<sup>41</sup>

b. Metode *Al-Mau'idzatil Hasanah*

*Al-mau'idzah hasanah* terdiri dari dua kata yaitu *mau'idzah* dan *hasanah*. *Mau'idzah* berarti bimbingan, nasehat, peringatan, dan pendidikan. Sedangkan *hasanah* berarti kebaikan.<sup>42</sup> Metode *mau'idzah hasanah* sering diartikan dengan pelajaran yang baik. Inti dari metode ini adalah nasehat tentang kebaikan. Penyampaian *mau'idzah hasanah* sering dilakukan dengan cara ceramah keagamaan. Selanjutnya dapat dikembangkan lagi dalam bentuk kegiatan lain yang dapat mendorong orang untuk memahami materi dakwah supaya dapat melakukan kebaikan-kebaikan.<sup>43</sup>

c. Metode *Bil-Mujadalah*

*Mujadalah* berarti debat, membantah, gugatan, dan bertanya jawab. Menurut M. Natsir, *mujadalah* merupakan diskusi yang disertai dengan alasan dan bukti yang kuat sehingga dapat mematahkan alasan bagi yang menolaknya.<sup>44</sup> Dakwah metode *bi al-mujadalah* dapat dilakukan dengan cara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung yaitu dengan beradu argumen atau debat, mengemukakan dalil serta bukti yang kuat untuk mengalahkan argumen lawan.

---

<sup>41</sup> Ishaq, *Pengantar.*, 114.

<sup>42</sup> Munir, *Metode Dakwah.*, 15.

<sup>43</sup> Ishaq, *Pengantar.*, 119.

<sup>44</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah.*, 142.

Sedangkan secara tidak langsung, dengan cara menyebarkan gagasan untuk membangun paradigma tertentu, misalnya menyampaikan gagasan melalui media massa.<sup>45</sup>

## 5. Media Dakwah

Secara etimologi, media berasal dari bahasa Latin yaitu *median* yang artinya perantara. Media dakwah merupakan alat atau perantara untuk melaksanakan aktivitas dakwah guna mencapai tujuan dakwah. Media akan menentukan efektivitas dan efisiensi dakwah.<sup>46</sup>

Adapun jenis-jenis yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan-pesan dakwah diantaranya:

### a. Media Audio

Media audio merupakan media yang berbentuk bunyi dan hanya dapat ditangkap oleh telinga. Misalnya radio. Radio biasanya menyuguhkan program musik dan hiburan lainnya, maka dari itu program bernuansa religi sangat direkomendasikan supaya dapat menjadi sarana pencerahan bagi khalayak sekaligus sarana dakwah bagi *da'i*.<sup>47</sup>

### b. Media Cetak

Barang yang berupa cetakan atau *print out* dapat disebut media cetak, baik itu berupa gambar maupun tulisan. Media cetak dapat dijadikan sebagai media dakwah jika isi atau kontennya mengandung

---

<sup>45</sup> Ishaq, *Pengantar.*, 122.

<sup>46</sup> *Ibid.*, 131.

<sup>47</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah.*, 156.

pesan *amar ma'ruf nahi munkar*. Jenis media cetak seperti brosur, buletin, surat kabar, majalah, spanduk, banner, buku, dsb.<sup>48</sup>

c. Media Audio Visual

Media audio visual memiliki dua dimensi yaitu suara dan gambar sehingga memiliki daya tarik yang lebih dibandingkan media audio dan media cetak. Jenis media audio visual seperti TV, video, film, dsb.<sup>49</sup> Media audio visual dapat menjelaskan hal yang abstrak sehingga dapat menghindarkan dari kesalahpahaman pesan yang ditangkap oleh khalayak termasuk pesan dakwah.

d. Dakwah melalui Internet

Dulu dakwah dilakukan di masjid, kini dengan jaringan internet, dakwah bisa dilakukan melalui media maya. Masyarakat modern seperti sekarang ini sudah sangat akrab dengan internet. Dengan internet, segala informasi bisa diakses hanya dengan *gadget* di genggam tanpa terhalang ruang dan waktu. Dengan kemudahan-kemudahan tersebut, *da'i* diharapkan bisa menggunakan media sosial secara efektif sebagai media dakwah. Mengingat berdakwah melalui dunia nyata sudah sangat biasa dan memiliki lebih banyak hambatan seperti terhambat ruang dan waktu.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah.*, 154.

<sup>49</sup> *Ibid.*, 157.

<sup>50</sup> *Ibid.*, 160.

## 6. Vlog

Kata vlog terdiri dari dua kata yaitu video dan blog. Menurut KBBI, vlog adalah blog yang berupa video.<sup>51</sup> Vlog adalah video singkat mengenai catatan harian atau jurnal pribadi dari seseorang yang biasanya berisi pengalaman, cerita, kegiatan sehari-hari, nasehat, opini, dan apapun yang menurutnya perlu dibagikan. Vlog merupakan sarana mengekspresikan diri dan ruang opini bagi seseorang untuk dibagikan kepada orang lain.<sup>52</sup>

Membuat vlog juga tidak susah. Cukup merekam menggunakan kamera *handphone* atau kamera digital disertai dengan *microphone* supaya gambar dan suara yang dihasilkan semakin jelas. Orang yang aktif membuat vlog disebut vlogger, sementara aktivitas membuat vlog disebut vlogging.<sup>53</sup> Konten vlog tidak dibatasi. Vlogger bebas mengangkat tema apapun sesuai dengan *passion* dan konsep dari vlog miliknya, asalkan bernilai manfaat dan tidak melanggar hukum serta norma yang berlaku.

## 7. Vlog sebagai Media Dakwah

Dalam menyampaikan pesan dakwah, tentu membutuhkan sarana atau media. Untuk menghadapi masyarakat yang beragam, peranan media sosial bagi aktivitas dakwah sangatlah penting. Dakwah tidak cukup jika hanya disampaikan melalui lisan, berdiri di atas mimbar, dan menghadap jamaah dalam waktu dan tempat yang sama. Dakwah di zaman modern perlu media yang lebih luas lagi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi

---

<sup>51</sup> “Arti Kata Vlog”, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/vlog>, t.t. diakses tanggal 13 Februari 2021.

<sup>52</sup> Triputra, “Implementasi Media.” 20.

<sup>53</sup> David.et.al, “Pengaruh Konten Vlog.” t.h.



dakwah. Dakwah perlu dilakukan di media sosial. Jangkauan media sosial lebih luas karena tidak terbatas oleh ruang dan waktu.<sup>54</sup> Dengan kemampuan akses yang cepat, praktis, tidak terbatas ruang dan waktu, media sosial memiliki peluang besar untuk *da'i* sebagai media menyebarkan ajaran Islam.

Ada banyak media sosial yang bisa dijadikan sebagai media dakwah, salah satunya adalah vlog yang dapat diakses melalui Youtube. Meski kebanyakan vlog berkonten hiburan, justru disinilah kreativitas seorang *da'i* dibutuhkan. Konten dakwah haruslah dibuat semenarik mungkin, dengan pengambilan gambar dan visualisasi yang menarik, audio yang jelas, menggunakan bahasa yang komunikatif, dan sesuai dengan realitas masyarakat serta situasi saat itu, diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk mempelajari Islam dengan cara yang mudah dan menyenangkan serta supaya konten-konten dakwah semakin digemari masyarakat.

Sekarang ini *da'i-da'i* milenial banyak yang menggunakan Youtube sebagai media berdakwah. Tentu saja karena alasan efisiensi, akses cepat, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Berikut beberapa kelebihan dakwah melalui internet terutama dalam bentuk vlog, diantaranya:

---

<sup>54</sup> Abdul Munir Mulkam, *Ideologi Gerakan Dakwah* (Yogyakarta: Sipers, 1966), 58.

a. Tidak Terbatas Ruang dan Waktu.

Sifatnya yang global, menjadikan internet dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun.<sup>55</sup> Ketika vlog yang berkonten dakwah diunggah ke internet, maka siapapun, kapanpun, dan dimanapun ia bisa mengaksesnya dengan mudah dan cepat.

b. Penyampaian Dakwah yang Variatif

Dakwah biasanya dilakukan di suatu majelis, *da'i* berdiri diatas mimbar, dan menyampaikan materi dakwah dengan menghadap ke jamaah. Dengan jaringan internet, konten dakwah banyak mengalami modifikasi ke dalam berbagai bentuk seperti gambar, *e-book*, audio, video, dan sebagainya, bahkan baru-baru ini dalam bentuk vlog. Bentuk-bentuk dakwah yang semakin variatif ini tak lepas dari peran *da'i* yang terus berinovasi membuat konten-konten kreatif sebagai upaya agar masyarakat tertarik untuk mempelajari Islam lebih dalam.

c. Masyarakat Semakin Akrab dengan Internet

Meningkatnya pengguna internet otomatis juga semakin mempermudah *da'i* untuk menjangkau dan mendapatkan lebih banyak audiens virtual. Sehingga pesan dakwah akan semakin mudah dan cepat menyebar ke seluruh lapisan masyarakat.

d. Hemat Tenaga dan Biaya

Melalui *gadget*, *mad'u* bisa mengakses konten dakwah sesuai dengan yang ia inginkan tanpa perlu datang ke majelis. *Da'i* juga tidak

---

<sup>55</sup> Pardianto, "Meneguhkan Dakwah melalui New Media", *Jurnal Komunikasi Islam*, 01 (Juni 2013), 33.

perlu membuat majelis untuk mengumpulkan massa jika ingin menyampaikan pesan dakwah.<sup>56</sup> Hal ini tentu menghemat waktu, tenaga, dan biaya.

Dengan berbagai kemudahan tersebut, menjadi peluang besar bagi *da'i* untuk terus berkarya dan menggunakan internet sebagai media alternatif untuk menyebarkan agama Islam.<sup>57</sup> Tidak hanya *da'i*, bahkan semua umat Islam pun bisa, minimal saling mengingatkan dalam hal kebaikan kepada para saudaranya. Dengan banyaknya konten yang bernilai edukasi, diharapkan dapat mengurangi kejahatan dunia maya yang belakangan ini semakin marak dan meresahkan masyarakat.

## **8. Regulasi Media Sosial**

Digitalisasi berdampak pada perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat sehingga manusia didorong untuk mampu mengikutinya. Di era digital seperti sekarang ini, khalayak menggunakan media sosial untuk berbagi serta bertukar informasi. Namun sayang, dengan kemudahan tersebut malah disalahgunakan untuk menyebarkan kebencian, membuli, berita *hoax*, dan banyak lagi.<sup>58</sup> Supaya perilaku media sesuai dengan kepentingan umum, maka dibutuhkan regulasi untuk mengatur profesionalisme media.

---

<sup>56</sup> Pardianto, "Meneguhkan Dakwah.," 33.

<sup>57</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah.*, 160.

<sup>58</sup> Taufik Hidayat, "Hukum Regulasi Media Sosial terhadap Pengaruh Sosial Berita Hoax", t.p. t.t.

Regulasi media adalah peraturan dan kebijakan untuk mengatur peran dan fungsi media di masyarakat.<sup>59</sup> Regulasi media memiliki fungsi penting bagi keteraturan dan keseimbangan hubungan antara media massa dengan pemerintah, masyarakat, media lain, dan media global. Sasaran regulasi media antara lain pers, TV, radio, musik rekaman, film, telegram, disk, kaset, ponsel, satelit, internet, dan sebagainya.

Regulasi media di Indonesia diatur dalam UUD 1945 yang mana setiap UU-nya diawasi oleh badan yang berwenang dibidangnya. Berikut regulasi-regulasi media yang diatur dalam UUD 1945:

- a. UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. UU ini mengatur tentang informasi publik.
- b. UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. UU ini mengatur tentang pers di Indonesia seperti perusahaan pers, dewan pers, organisasi pers, pers nasional, pers asing, kantor berita, wartawan, penyensoran, hak jawab, hak tolak, hak dan kewajiban koreksi, serta kode etik jurnalistik.
- c. UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. UU ini mengatur tentang penyiaran di Indonesia yang meliputi TV, radio, siaran iklan, sistem penyiaran nasional, izin penyelenggaraan penyiaran, lembaga penyiaran, serta spektrum frekuensi radio.
- d. UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. UU ini mengatur tentang agen elektronik, tanda tangan elektronik,

---

<sup>59</sup> Muhamad Anshar Akil, "Regulasi Media Di Indonesia", *Jurnal Dakwah Tabligh*, 2 (Desember 2014), 137-139.

dokumen elektronik, penyelenggaraan sistem elektronik, jaringan sistem elektronik, transaksi elektronik, serta informasi elektronik.

- e. UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. UU ini mengatur tentang segala yang berkaitan dengan usaha di bidang media dan komunikasi.<sup>60</sup>

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) yang masuk dalam pembahasan UU Penyiaran. P3 merupakan panduan mengenai batasan-batasan apa yang boleh dan tidak boleh dalam pembuatan program siaran. Pedoman ini bertujuan untuk menyelenggarakan dan mengawasi sistem penyiaran di Indonesia.

Prinsip dari Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) yaitu:

- a. Penghormatan terhadap suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA)
- b. Penghormatan terhadap norma kesopanan dan kesusilaan
- c. Perlindungan terhadap anak-anak dan perempuan
- d. Pelanggaran dan pembatasan program adegan seksual, kekerasan, dan sadisme.

Sementara pedoman SPS merupakan panduan mengenai batasan-batasan dalam penayangan program siaran. Pedoman ini bertujuan supaya lembaga penyiaran dapat menghasilkan program siaran yang berkualitas serta sesuai dengan peraturan yang berlaku. Standar Program Siaran (SPS) memiliki prinsip sebagai berikut:

---

<sup>60</sup> t.n. "Regulasi Media", *Wikipedia*, [https://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Regulasi_media), t.t. diakses tanggal 27 Mei 2021.

- a. Penghormatan terhadap suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA)
- b. Kesopanan dan kesusilaan
- c. Pelanggaran dan pembatasan program siaran seks
- d. Pelanggaran dan pembatasan program siaran dan kejahatan<sup>61</sup>

## 9. Analisis Wacana

- a. Menurut Tarigan, analisis wacana adalah analisis mengenai fungsi bahasa (pragmatis) dalam komunikasi. Didalam wacana jika tidak ada hubungan atau kesinambungan antar kalimat maka pesan dalam komunikasi tidak bisa diterima dengan baik oleh pelaku komunikasi.
- b. Sedangkan menurut Littlejohn, analisis wacana tidak hanya sebatas penggunaan kalimat dan fungsi kalimat saja, namun mencakup menggunakan struktur kalimat yang kompleks.<sup>62</sup>

Jadi analisis wacana adalah metode penulisan untuk mengkaji wacana yang termuat dalam pesan-pesan komunikasi baik berupa tulis maupun lisan berdasarkan struktur kalimat.

Menurut Eriyanto, penggunaan analisis wacana tidak hanya untuk mengetahui isi teks, namun juga bagaimana pesan dalam teks tersebut disampaikan. Dengan menggunakan struktur bahasa, analisis wacana dapat melihat makna dibalik sebuah teks.<sup>63</sup> Tidak hanya pada aspek kebahasaannya saja, analisis wacana menganalisis teks lebih jauh lagi

---

<sup>61</sup> Akil, "Regulasi," 143-144.

<sup>62</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 48.

<sup>63</sup> *Ibid.*, 68.

yakni bagaimana dan dengan cara apa pesan diproduksi, disampaikan, dan mencakup ideologi dibaliknya.<sup>64</sup>

## 10. Analisis Wacana Teun A. van Dijk

Analisis wacana Teun A. van Dijk sering disebut analisis kognisi sosial. Van Dijk berpendapat bahwa penelitian atas wacana tidak cukup bila hanya menganalisis teks saja, namun produksi atas teks juga perlu diamati.<sup>65</sup> Analisis wacana van Dijk memiliki tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Ketiga dimensi tersebut menghubungkan analisis terhadap teks dengan kondisi individu komunikan dan kondisi masyarakat.<sup>66</sup>

Model analisis wacana Teun A. van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Model Analisis Wacana Teun A. van Dijk**



<sup>64</sup> Sobur, *Analisis Teks Media.*, 72.

<sup>65</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana* (Yogyakarta: Lkis, 2001), 221.

<sup>66</sup> *Ibid.*, 224.

**Tabel 1.1**  
**Skema Analisis Wacana Teun A. van Dijk**

<b>Struktur</b>	<b>Hal yang Dianalisis</b>	<b>Metode</b>
Teks	Bagaimana startegi tekstual yang digunakan untuk menggambarkan seseorang atau suatu peristiwa yang digunakan untuk menghilangkan atau menonjolkan suatu gagasan, peristiwa, maupun kelompok.	<i>Critical linguistics</i>
Kognisi Sosial	Bagaimana individu komunikator dalam memahami seseorang atau suatu peristiwa yang akan disampaikan.	Wawancara mendalam
Konteks Sosial	Bagaimana wacana yang berkembang di masyarakat, proses produksi dan reproduksi seseorang atau peristiwa.	Studi pustaka, penelusuran sejarah <sup>67</sup>

a. Teks

Pada dimensi teks yang diteliti adalah struktur teksnya dan strategi wacana yang digunakan untuk menekankan tema yang sedang dibahas.<sup>68</sup> Teks tidak hanya sebagai alat untuk menggambarkan gagasan, namun dibalik itu teks memiliki maksud untuk mempengaruhi khalayak, mencari dukungan, memeperkuat gagasan, dan sebagainya.<sup>69</sup> Oleh van Dijk, teks diuraikan menjadi tiga struktur yang saling berkaitan yaitu:

---

<sup>67</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana.*, 275.

<sup>68</sup> *Ibid.*, 275.

<sup>69</sup> *Ibid.*, 227.



### 1) Struktur Makro

Struktur makro adalah makna umum yang merupakan bagian tema atau topik dari suatu teks.<sup>70</sup> Hal yang diamati pada struktur makro adalah elemen tematik (topik) yakni gambaran umum, tema, atau yang menyangkut apa yang dibahas dalam suatu bacaan. Topik menjadi bagian yang sangat penting dari sebuah bacaan, sebab topik merupakan inti dari bacaan tersebut.<sup>71</sup>

### 2) Superstruktur

Superstruktur merupakan kerangka teks yang menyusun suatu teks menjadi bacaan yang utuh. Kerangka teks seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan. Hal yang diamati dari superstruktur adalah elemen skematik (skema) yang membahas mengenai skema atau alur penulisan dari bagian awal hingga akhir sehingga teks memiliki suatu pengertian.<sup>72</sup> Skematik merupakan strategi komunikator untuk memunculkan atau menyembunyikan suatu teks dengan menempatkan teks pada urutan tertentu.<sup>73</sup>

### 3) Struktur Mikro

Struktur mikro yaitu mengamati makna lokal yang bisa diamati dari pilihan kata, kalimat, dan gaya dari suatu teks.<sup>74</sup> Hal yang diamati pada struktur mikro adalah kata, kalimat, anak

---

<sup>70</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana*, 226.

<sup>71</sup> *Ibid.*, 229.

<sup>72</sup> *Ibid.*, 231-232.

<sup>73</sup> *Ibid.*, 234.

<sup>74</sup> *Ibid.*, 227.

kalimat, parafrase, proposisi, gambar, dan sebagainya. Elemen yang termasuk dalam struktur mikro yaitu:

a) Semantik

Semantik merupakan hal yang ingin ditekankan dalam suatu wacana.<sup>75</sup> Semantik tidak hanya mendefinisikan penekanan dari teks yang penting saja, namun juga menggiring opini ke arah tertentu. Semantik memiliki elemen-elemen sebagai berikut:

– Latar

Latar dapat mempengaruhi makna teks yang ingin ditampilkan. Oleh karena itu latar dapat mengarahkan kemana makna teks dibawa sehingga pandangan khalayak dapat diarahkan pula. Dalam mengarahkan pandangan khalayak, latar mengarahkannya dengan memberikan latar belakang. Latar dapat dijadikan alasan pembenaran dari sebuah gagasan.<sup>76</sup>

– Detail

Detail mencakup detail atau tidaknya sebuah informasi dijelaskan. Jika sebuah informasi menguntungkan bagi komunikator maka informasi tersebut akan dibahas panjang dan detail. Sebaliknya, jika sebuah informasi cenderung merugikan komunikator, maka informasi

---

<sup>75</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana.*, 228.

<sup>76</sup> *Ibid.*, 235.

tersebut akan dibahas sedikit atau sangat singkat. Informasi yang dijelaskan secara detail merupakan strategi komunikator dalam melakukan penonjolan.<sup>77</sup>

– Maksud

Maksud mencakup sebuah informasi dijelaskan secara eksplisit atau implisit. Jika informasi dianggap menguntungkan bagi komunikator, maka akan dijelaskan secara eksplisit atau terang-terangan. Sebaliknya, jika informasi dianggap merugikan komunikator maka akan dijelaskan secara implisit atau tersembunyi.<sup>78</sup>

– Praanggapan

Pranggapan hampir sama dengan latar yaitu sama-sama untuk mengarahkan makna yang ditampilkan untuk mempengaruhi khalayak. Praanggapan mengarahkannya dengan cara memberikan pernyataan yang dapat dipercaya kebenarannya.<sup>79</sup> Praanggapan merupakan fakta yang belum terjadi atau belum terbukti kebenarannya namun karena sifatnya logis atau masuk akal sehingga bisa diterima dan dijadikan dasar untuk mendukung suatu gagasan.<sup>80</sup>

---

<sup>77</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana.*, 238.

<sup>78</sup> Ibid., 240.

<sup>79</sup> Ibid., 256.

<sup>80</sup> Ibid., 257.

## b) Sintaksis

Sintaksis mencakup bagaimana bentuk serta susunan kalimat yang dipilih.<sup>81</sup> Sintaksis memiliki elemen-elemen sebagai berikut:

### – Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat merupakan susunan kalimat yang berprinsip pada cara berfikir kausalitas (sebab-akibat) yang meliputi subjek dan predikat, kalimat aktif dan pasif, serta kalimat induktif dan deduktif.<sup>82</sup> Kalimat deduktif yaitu inti kalimat ditempatkan dibagian awal sementara keterangan tambahan ditempatkan diakhir. Sedangkan kalimat induktif yaitu inti kalimat ditempatkan diakhir setelah kalimat penjelasan, biasanya ditandai dengan adanya kesimpulan.<sup>83</sup> Tidak hanya berupa susunan kalimat, bentuk kalimat juga bisa menjelaskan makna yang terkandung dalam teks tersebut.<sup>84</sup>

### – Koherensi

Koherensi adalah hubungan antar kata atau kalimat sehingga dapat memunculkan fakta yang koheren atau terhubung meskipun ada dua fakta yang berbeda. Kata

---

<sup>81</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana.*, 229

<sup>82</sup> *Ibid.*, 251.

<sup>83</sup> *Ibid.*, 253.

<sup>84</sup> Sobur, *Analisis Teks Media.*, 81.

hubung meliputi dan, lalu, meskipun, karena, tetapi, akibat, dan sebagainya.<sup>85</sup>

– Kata Ganti

Kata ganti meliputi saya, kita, kami, dsb. Komunikator menggunakan kata ganti sebagai alat untuk menunjukkan posisi seseorang dalam wacana.<sup>86</sup>

c) Stilistik

Stilistik mencakup bagaimana pilihan kata yang digunakan dalam wacana.<sup>87</sup> Elemen stilistik yaitu leksikon. Leksikon bisa diartikan sebagai gaya bahasa. Kata yang digunakan menunjukkan sikap dan ideologi sang komunikator. Dengan pilihan leksikal, peristiwa yang sama dapat digambarkan dengan kata yang berbeda.<sup>88</sup>

d) Retoris

Retoris mencakup bagaimana dan dengan cara apa pendapat disampaikan oleh komunikator.<sup>89</sup> Retoris merupakan gaya yang ditampilkan komunikator ketika sedang berbicara atau menulis. Fungsi retorik adalah persuasif dan bagaimana suatu pesan ingin disampaikan kepada khalayak dengan gaya-gaya tertentu untuk menarik perhatian khalayak. Elemen retorik adalah grafis yaitu mencakup gaya tulisan yang berbeda dengan

---

<sup>85</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana.*, 242.

<sup>86</sup> *Ibid.*, 253.

<sup>87</sup> *Ibid.*, 229.

<sup>88</sup> Sobur, *Analisis Teks Media.*, 83.

<sup>89</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana.*, 229.

tulisan yang lain. Jika dalam wacana yang berbentuk pembicaraan maka ekspresi yang diamati berupa gaya si pembicara dalam menampilkan kesan dirinya ditengah khalayak. Apakah menggunakan gaya formal, informal, santai, dan sebagainya.<sup>90</sup>

b. Kognisi Sosial

Kognisi sosial adalah dimensi kedua dari analisis wacana Teun A. van Dijk. Pada dimensi kognisi sosial, diteliti proses produksi teks yang berkaitan dengan kondisi individu dari komunikator yang meliputi kondisi mental, ideologi, pendidikan, nilai, kepercayaan yang dianut, dan sebagainya. Beda latar belakang komunikator akan menghasilkan sudut pandang yang berbeda pula.<sup>91</sup>

c. Konteks Sosial

Dimensi analisis wacana Teun A. van Dijk yang ketiga adalah konteks sosial. Pada dimensi ini yang diteliti yaitu bagaimana produksi dan reproduksi wacana yang berkembang di masyarakat mengenai suatu masalah yang mana komunikator ikut hidup didalam masyarakat tersebut.<sup>92</sup> Masalah atau isu yang diangkat dapat mencakup kapan dan dimana wacana dibuat atau isu tersebut terjadi.

---

<sup>90</sup> Sobur, *Analisis Teks Media.*, 84.

<sup>91</sup> Ayu Prawitasari & Titis Srimuda Pitana, "Gelandangan dalam Pemberitaan di Solopos.com: Analisis Wacana Kritis", t.p. t.t. 644.

<sup>92</sup> *Ibid.*,271.

## F. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Bogdan Taylor, kualitatif merupakan penelitian yang hasil datanya adalah data deskriptif yakni berupa kata-kata atau kalimat baik tertulis maupun lisan dari orang dan perilaku yang diamati.<sup>93</sup> Deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada.<sup>94</sup>

Metode yang digunakan yaitu metode analisis wacana Teun A. van Dijk. Van Dijk berpendapat bahwa penelitian atas wacana tidak cukup bila hanya menganalisis teks saja, namun produksi atas teks tersebut juga perlu untuk diamati.<sup>95</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis akan menganalisis vlog di *channel* Youtube Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini” yang bermuatan pesan dakwah dengan menggunakan teknik analisis wacana Teun A. van Dijk.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dapat didefinisikan sebagai orang, benda, atau hal yang menjadi tempat dimana variabel penelitian melekat.<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 61.

<sup>94</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 3.

<sup>95</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana.*, 221.

<sup>96</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Kalimantan Selatan: Antasari Press, 2011), 61.

Yang menjadi subjek penelitian pada penelitian ini adalah vlog-vlog di *channel* Youtube Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan variabel atau hal yang menjadi sasaran penelitian.<sup>97</sup> Objek penelitian pada penelitian ini adalah pesan-pesan dakwah pada vlog Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”.

### 3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian.<sup>98</sup> Data primer pada penelitian ini bersumber dari *channel* Youtube Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Biasanya berupa artikel, buku-buku, dan laporan-laporan penulisan terdahulu. Data sekunder pada penulisan ini yaitu bersumber dari buku, artikel, jurnal, dan skripsi dari media *offline* maupun *online*.

### 4. Unit Analisis

Menurut Krippendorff, unit analisis adalah apa yang diamati, dicatat, dan yang dianggap sebagai data, memisahkan sesuai dengan batasan-batasannya, serta mengidentifikasi untuk digunakan pada analisis selanjutnya. Sederhananya, unit analisis adalah bagian apa dari isi yang

---

<sup>97</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 29.

<sup>98</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 19.



akan diteliti. Yang dimaksud “isi” bisa berupa kata, kalimat, paragraf, *scene* (potongan adegan), foto, dsb.<sup>99</sup>

Yang menjadi unit analisis pada penelitian ini adalah ungkapan, kutipan, dan kalimat yang bermuatan pesan dakwah pada 10 vlog di *channel* Youtube Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini”.

## 5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data penelitian.<sup>100</sup> Penelitian ini menggunakan metode observasi non-partisipan dan dokumentasi.

### a. Metode Observasi Non-Partisipan

Metode observasi non-partisipan merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat fenomena-fenomena yang diamati secara sistematis dimana peneliti hanya berperan sebagai penonton atau pengamat yang berada di luar objek pengamatan.<sup>101</sup>

### b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen bisa berupa buku, catatan, transkrip, surat, dan sebagainya.<sup>102</sup>

---

<sup>99</sup> Eriyanto, *Analisis Isi* (Jakarta: Kencana, 2011), 59.

<sup>100</sup> Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 24.

<sup>101</sup> Fathor Rasyid, *Metodologi Penelitian Sosial* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2015), 305.

<sup>102</sup> *Ibid.*, 318.

## 6. Instrumen Penelitian

### a. Pedoman Observasi Non-Partisipan

Pedoman observasi non-partisipan digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan objek penelitian yang diperoleh dari *channel* Youtube Gita Savitri Devi.

### b. Pedoman Dokumentasi

Pedoman dokumentasi yaitu mencari data dari catatan, buku, artikel, jurnal, dan skripsi terdahulu baik dari media *online* maupun *offline* yang berkaitan dengan topik pada penelitian ini. Alat ini digunakan sebagai referensi penulis dalam hal kepastakaan untuk mencari materi yang dibutuhkan terkait dengan data penelitian.

## 7. Teknik Analisis Data

### a. Proses Penafsiran Data

Penulis terlebih dahulu menonton sekaligus menyimak vlog-vlog di *channel* Youtube Gita Savitri Devi di *playlist* “Beropini” episode 1-70 kemudian mencatat ungkapan-ungkapan, kutipan-kutipan, atau kalimat-kalimat yang bermuatan pesan dakwah. Berdasarkan subjektivitas penulis, penulis kemudian mengambil 10 vlog yang memiliki muatan pesan dakwah paling banyak. Data yang telah diperoleh selanjutnya akan ditafsirkan menggunakan teknik analisis wacana Teun A. van Dijk dan mengkategorikannya ke dalam kategori-kategori pesan dakwah yang telah ditetapkan.

**Tabel 1.2**  
**Struktur Analisis Wacana Teun A. van Dijk**

<b>Dimensi</b>	<b>Struktur</b>	<b>Elemen</b>
Teks	Makro Superstruktur Mikro	Tematik Skematik Semantik Sintaksis Stilistik Retoris
Kognisi Sosial Konteks Sosial		

**Tabel 1.3**  
**Kategori Pesan Dakwah**

<b>Kategori Pesan Dakwah</b>	<b>Elemen Kategori Pesan Dakwah</b>
Aqidah	Mencakup rukun iman, yaitu: (1) Iman kepada Allah SWT., (2) Iman kepada malaikat, (3) Iman kepada kitab, (4) Iman kepada Rasul, (5) Iman kepada hari akhir, (6) Iman kepada <i>qadha</i> dan <i>qadhar</i> <sup>103</sup>
Syariah	Mencakup rukun Islam, yaitu: (1) syahadat, (2) sholat, (3) zakat, (4) puasa, (5) haji. <sup>104</sup>
Muamalah	- Hukum perdata merupakan hukum yang mengatur hak dan kewajiban seseorang dalam berhubungan dengan masyarakat <sup>105</sup> , yang meliputi: (1) hukum niaga ( <i>muamalah</i> ), (2) hukum nikah ( <i>munakahat</i> ), (3) hukum waris ( <i>waratsah</i> ), dan sebagainya. <sup>106</sup> - Hukum publik adalah hukum yang mengatur hubungan warga negaranya dengan negaranya yang menyangkut kepentingan umum <sup>107</sup> , yang meliputi: (1) hukum pidana, (2) hukum tata negara, (3) hukum administrasi negara, (4) hukum internasional, dan sebagainya. <sup>108</sup>
Akhhlak	Meliputi: (1) akhlak terhadap Allah SWT., (2) akhlak terhadap manusia, (3) akhlak terhadap lingkungan. <sup>109</sup>

<sup>103</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah.*, 94.

<sup>104</sup> Ibid., 95.

<sup>105</sup> Universitas Muhammadiyah Kendari, *Hukum Perdata.*

<sup>106</sup> Ibid., 95.

<sup>107</sup> Asrori, "Sebutkan Macam-Macam."

<sup>108</sup> Ibid.

<sup>109</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah.*, 119.

b. Penyimpulan Hasil Penelitian

Setelah menganalisis pesan-pesan dakwah pada 10 vlog terpilih, selanjutnya akan disimpulkan oleh penulis. Simpulan yang diperoleh merupakan jawaban dari fokus masalah pada penelitian ini.