

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan tinjauan pustaka, penulis menemukan referensi dari penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, menggunakan penelitian yang ada sebagai data pembanding dapat menjadi metode penulisan yang lebih baik dan akurat. Di bawah ini adalah ikhtisar literatur penelitian tim peneliti sebelumnya:

Yang pertama adalah karya Ahmad Ibrahim tentang pernikahan beda agama yang dapat dilihat di YouTube Noice.ID. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2023. Berdasarkan hasil penelitian, dilaporkan bahwa teori Teun A Van Dyke digunakan dalam penelitian ini. Analisis terhadap pidato dapat dilihat dalam khotbahnya tentang pernikahan beda agama yang dimuat di Berbeda tapi Bersama di Noice.id. Konten YouTube dibagi menjadi tiga dimensi: konteks tekstual, kognitif, sosial, dan social 3D digunakan untuk memperoleh hasil penelitian sesuai teori peneliti Teun A Van Dyke. Menanggapi tuntutan masyarakat, YouTube mengeluarkan peringatan pelarangan pernikahan beda agama dan hidup bersama, berdasarkan analisis Noice.id terhadap konteks sosial konten “perkawinan beda agama”. Keamanan mengikuti instruksi AI dan mempertimbangkan realitas sosial yang muncul dalam masyarakat modern. - Alquran dan

Hadits. Berbeda dengan penelitian ini, penelitian-penelitian sebelumnya telah membahas tentang analisis pesan-pesan Dakwah dari konten “Pernikahan Agama Lain” di YouTube Noice.ID, namun pada penelitian kali ini peneliti membahas analisis pesan-pesan Dakwah sebagai berikut. : pesan keinginan didiskusikan masalah social media *Podcast Login* Habib Jafar dan Onad.

Kedua, artikel Sultan Ramadhan “Analisis Isi Pesan Dakwah pada Konten Remaja Hilang Organisasi Hiburan Indonesia di YouTube” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2022. Menurut penelitian, sebenarnya ada 28 pesan Yes'wah Have Have Been. Diposting. Jangka waktunya adalah 10 hari. Berikut contoh konten YouTube salah satu episode Dewan Komedi Indonesia yang menjadi sumber data penelitian ini.

Bedanya adalah jika sebelumnya membandingkan dan menganalisis postingan-postingan Dakwah di antara konten-konten yang hilang di YouTube dengan tips-tips menarik dari Indonesia, maka pada penelitian ini peneliti menganalisis postingan-postingan Dakwah Untuk diskusi. Podcast media sosial yang menghubungkan Habib Jafar dan Onad.

Ketiga, Fatichatir Rizqiya, “TikTok @huseinjafar Analisis Postingan Dakwah Media Sosial (Edisi Ramadhan 1443) Habib Hussein Jafar Al-Hadar. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2023. Penelusuran menemukan 21 video berkonten religi. Dan Iman mengajarkan

hukum syariah. Pak Akita, mohon percaya kepada Tuhan dengan iman dan menaati keputusan Tuhan. Perilaku meliputi sikap seseorang terhadap Tuhan – sikapnya terhadap penghakiman dan perintah Tuhan, kesabaran dan rasa syukur. Selain itu, “Pesan Moral untuk Umat” membahas tentang tindakan, dan bentuk bahasa. Terakhir, pesan syariah berbicara tentang Islam dalam kaitannya dengan ibadah dan ibadah itu sendiri. Habib Hussain Jafar Al Haddar Versi TikTok Ramadhan 1443 Semua khotbah di media sosial didominasi oleh khotbah akhlak untuk jamaah, khususnya bagi muslimah yang shaleh. Bersikaplah bermoral. Saat peneliti berdiskusi, peneliti @huseinjafar (Ramadhan 1443) Jejaring sosial Habib Husain Jafar @huseinjafar, saat peneliti berdiskusi). Untuk podcast media sosial dan analisis khotbah Podcast Login Habib Jafar Dan Onad di YouTube.

Keempat, Majalah Spektra Komunika, Volume 1 Nomor 2: 78-98 Agustus 2022. “Agama menyembunyikan kebohongan besar dalam Di Channel Youtube Puella ID diari Habib Hussain Jafar karya Lusi Yuliana Arisma dan Robi'ah Machtumah Malayati. Berdasarkan hasil penelitian, jenis isi khutbah digolongkan menjadi tiga jenis yaitu kitab agama yang memuat keyakinan dan keyakinan terhadap Tuhan dan kitab syariat. Seri dua bagian ini terus mengeksplorasi isu-isu bentuk, dengan fokus pada hubungan antara manusia dan hewan. Dalam konteks ini, kebohongan terbesar yang disembunyikan agama adalah kesalahpahaman. Berbeda

dengan penelitian ini, pada penelitian sebelumnya khotbah Habib Hussain Jafar dimuat Puella ID, dan dalam peneliti ini menggunakan media sosial Podcast Login Habib Ja'far Dan Onad.

Kelima, Arinda Nurfajriyanti hingga Muhammad Burhanuddin, Asriyanti Rosmalina, M.Ag Jurnal Kementerian Komunikasi dan Penyiaran Publik Islam, “Analisis Isi Pesan Dakwah di Podcast Deddy Corbusier Bersama Syekh Ali Jabir.” Hasil survei Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon tahun 2022 antara lain: 1) Rombongan Iman – Iman selalu dimiliki, bersyukur, memohon ampun dan pertolongan, serta bersandar pada Tuhan atas dukungan dan kemuliaan. 2) Pesan syariah antara lain anjuran untuk bersabar, beramal shaleh dan mengikuti prinsip dakwah. 3) Perkataan yang baik, pesan moral, termasuk nasehat tentang husnudzon dan tawadhu. Berbeda dengan penelitian ini, Si Ali Jabir Deddy Corbusier menganalisis isi pesan dakwah yang dimuat di podcast pada penelitian sebelumnya, sedangkan pada penelitian ini peneliti menganalisis isi pesan dakwah. Berbicara tentang media sosial. Dengarkan podcast bersama Habib Jafar dan Onad.

B. Kerangka Teori

1. Analisis isi

Analisis isi adalah suatu metode penelitian yang menyelidiki dan menganalisis komunikasi secara sistematis dan digunakan untuk mengevaluasi secara objektif isi komunikasi, terutama pesan-pesan yang muncul di surat kabar, berita, dan media lainnya. Analisis isi sebagian besar dibagi menjadi analisis kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Hasil analisis kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan permasalahan yang dapat digeneralisasikan atau untuk mengidentifikasi secara sistematis pesan (pernyataan) tertentu yang objektif, valid, andal, dan dapat diulang. Analisis isi kualitatif juga memerlukan definisi yang jelas tentang isi penelitian untuk mengamati fenomena komunikatif, dan semua kegiatan harus didasarkan pada tujuan yang digunakan untuk menggambarkan berbagai aspek¹.

Analisis isi kualitatif mengkaji makna, pembedaan, plot, dan banyak lagi. Ini termasuk penelitian. Termasuk. Ada beberapa kelompok lain, misalnya: Kunci teknologi analisis konten kualitatif adalah pertama-tama menemukan pesan-pesan tersembunyi di media

¹ Jumal Ahmad, "Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)", Jurnal UIN Syarif Hidayatullah, 24 Juni (2018): 1-20.

dari berbagai sudut. Berbeda dengan analisis isi kuantitatif, yaitu metode analisis yang hanya mengukur pesan-pesan tertentu. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh merupakan hasil perhitungan obyektif berdasarkan pemberitaan yang dimuat di media massa.

Analisis konten bergantung pada variabel yang digunakan dan memungkinkan orang yang berbeda untuk menafsirkan dan merangkum konten media. Namun, terdapat perbedaan dalam iklan dan merujuk pada model yang berbeda. Misalnya, dapat mempelajari tentang faktor pemilihan yang sering dibahas saat memilih rangkaian prioritas pertama atau kedua atau penyampaian pesan. Dalam analisis isi, proses menganalisis suatu pesan mencakup makna, suara, dan pembedaan. Direkomendasikan sebagai metode analisis alternatif.

2. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal Industrialisasi. Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk dalam bidang

komunikasi dan dakwah. Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat, dan hal ini telah berlangsung lebih dari seribu tahun lamanya.²

Strategi didefinisikan sebagai proses menentukan rencana manajemen puncak untuk tujuan jangka panjang organisasi dan mempersiapkan metode atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Pada saat yang sama, komunikasi itu sendiri adalah proses pertukaran atau pembentukan informasi antara dua orang atau lebih, yang pada gilirannya mengarah pada saling pengertian yang mendalam³

Menurut Gerald Michaelson strategi merupakan suatu rencana yang akan diterapkan dengan melakukan berbagai hal yang tetap. Pada dasarnya strategi merupakan faktor yang penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin dalam merumuskan strategi yang digunakan. Dengan adanya strategi maka sebuah organisasi atau instansi akan lebih mudah dalam

² Zaenal. Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan paradigma Baru*, (Bandung: Rosda Karya, 2011), h. 227

³ Retna Dwi Estuningtyas, *Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi*, Muttaqien, Vol. 2. No. 1 Januari 2021, 75 – 86

melaksanakan berbagai kegiatannya⁴

3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam mencapai tujuan tertentu.⁵ Dalam pencapaian suatu tujuan penghubungnya yaitu dengan menggunakan Bahasa sebagai media dalam proses komunikasi karena berhasil tidaknya sebuah komunikasi secara efektif pada umumnya ditentukan oleh strategi komunikasi itu sendiri. Dalam menyelesaikan setiap permasalahan proses komunikasi maka seorang komunikator perlu menguasai strategi dalam merancang sebuah pesan agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Tahapan menyusun strategi pada proses komunikasi merupakan tahapan yang penting karena akan menentukan dampak atau hasil dari proses komunikasi yang dilakukan tersebut. Kemudian akan menghasilkan suatu proses komunikasi efektif jika pemilihan strateginya tepat. Ada beberapa komponen utama komunikasi dalam strategi komunikasi, yakni: 1. Identifikasi Target

⁴ Rohmadani Dwi Mahardika, *Strategi Komunikasi antar perguruan pencak silat dalam membangun persahabatan: analisis deskriptif pada perguruan pencak silat SH Winongo do Kabupaten Madiun*, Skripsi, (Jawa Timur: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017), h. 26-27

⁵ Khairul Amal, *Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A. Fillah*, Vol 1, No 2, (2021), h. 114-126

Khalayak 2. Menetapkan komunikator 3. Memilih Media dan Saluran Komunikasi 4. Menyusun Pesan 5. Ukur Kebersihan Yang Dicapai

4. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

b. Dilihat dari etimologinya, kata dakwat berasal dari bahasa Arab da'a – yad'u – da'watan, artinya memanggil, mengajak⁶. Dari perspektif ini, Dakwah mendesak individu dan kelompok untuk menghindari kejahatan dan mengikuti jalan kebenaran⁷. Menurut Quraisi Shihab, Dakwah adalah seruan untuk mengubah keadaan menjadi lebih baik bagi diri sendiri dan masyarakat di luar. Dakwah ini tidak hanya sekedar upaya untuk meningkatkan pemahaman amalan shaleh, namun juga upaya mewujudkan harapan yang beragam dan luas yang timbul dari kemajuan teknologi⁸. Dakwah harus terdiri dari tiga unsur: pengirim pesan, pesan yang ingin disampaikan, dan penerima pesan. Hal ini dijelaskan dengan istilah Dakwah

⁶ Abdur Razzaq dan Zenda Rama, “Strategi Dakwah Lembaga Dakwah Ma’had Izzuddin (LDMI) Dalam Menyebarkan Ajaran Agama Islam Melalui Akun Facebook”, Wardah Jurnal Dakwah dan Kemasnyarakatan Vol. 22 No. 1, Juni 2021, 110.

⁷ M. Rasyid Ridho adn Afif Rifai dan Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017), 14.

⁸ Syamsuddin AA, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Renadamedia Group, 2018), 9.

yang luas, yang berarti menyebarkan seluruh ajaran Islam, mengajak manusia kepada kebaikan, melarang kemunkaran, dan menyebarkan kabar baik. Dan peringatan untuk semua orang. Dakwah, sebagai wacana praktis, merupakan ekspresi ritual penolakan segala kekuasaan dan bahkan kekerasan dalam mencapai suatu tujuan.

Dalam QS. Dari surat Yunus ayat 25 Allah telah berfirman:

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya: “Allah mengundang (manusia) ke Darussalam (Surga) dan memberi petunjuk siapa yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam).”⁹.

Ayat ini menjelaskan tentang perintah Allah Yang Maha Tinggi tentang Islam, yang menjanjikan kepada umat manusia salah satu jalan yang benar, jalan menuju surga. Ketika para pendakwah memasuki dunia yang semakin digital, mereka harus mampu mengadaptasi model dakwah yang mereka gunakan. Era digital yang disebut juga dengan era multilayar mengacu pada era dimana perhatian semua orang tertuju pada

⁹ QS. Yunus ayat 25

media online¹⁰. Seorang *da'i* berdakwah menggunakan media tradisional dan digital untuk menjangkau audiens mereka.

Alasan para khatib menggunakan media digital dalam kegiatan dakwahnya adalah karena media digital saat ini banyak digunakan dan feedbacknya sangat cepat. Hal ini sangat relevan dengan masyarakat saat ini dan kebutuhan masyarakat pada umumnya dan generasi milenial pada khususnya. Media ini dapat diakses dan digunakan kapanpun dan dimanapun¹¹. Media digital memiliki fitur praktis yang membantu para pengkhotbah menyebarkan pesannya dengan sangat cepat.

Dakwah digital mampu menjelaskan beberapa fenomena menarik yang terjadi saat itu. Kita sekarang dapat memberitakan nilai-nilai dan konsep-konsep inklusif seperti pendidikan, ekonomi, globalisasi, kesetaraan gender dan pemahaman multikultural. Dakwah hendaknya tidak lagi disajikan dalam format teks, namun harus bersifat dinamis dan relevan dengan perubahan teknologi saat ini. Jika Islam terus

¹⁰ Wahyu Budiantoro, *Dakwah di Era Digital*, KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, No.2 (2018), 265.

¹¹ Athik Hidayatul Ummah, *Jurnal. Dakwah Digital dan Generasi Milenial*, Tasâmuh, No. 18 (2020), 75.

melanjutkan kemajuan teknologinya saat ini, maka ia berpotensi bersaing dengan dunia Barat yang selalu memberikan Islam ide dan wawasan. Umat Islam harus beradaptasi dan bertahan dengan kesabaran dan perilaku yang baik sesuai ajaran Nabi Muhammad SAW. Hingga saat ini istilah “teroris Islam” muncul dari munculnya Islam sebagai gerakan teroris di kancah dunia. Ketakutan dan diskriminasi terhadap umat Islam¹².

c. Pesan Dakwah

1) Memahami pesan Dakwah

Pesan-pesan disampaikan melalui jaringan bahasa dalam bentuk rangsangan verbal dan nonverbal seperti tindakan, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh¹³. . Pesan adalah sinyal bermakna yang dikirim dari satu pembawa pesan ke pembawa pesan lainnya. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan pesan sebagai langsung atau tidak langsung oleh seseorang atau perantara yang berupa perintah atau nasehat. Dalam Islam, memberi

¹² Wahyu Budiantoro., *Dakwah di Era Digital*, 227.”

¹³ Riinawati, *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*, (Banjarmasin: Pustaka Baru Press, 2019), 56.

nasehat kepada orang lain diartikan sebagai menyampaikan pesan sesuai kaidah perintah.

Dakwah adalah suatu proses berkesinambungan yang dilakukan atau dipandu oleh Dakwah, yang menuntun langkah-langkah kebenaran menuju jalan Allah Ta'ala. Disebut juga nasehat, nasehat, nasehat dan ajakan untuk membimbing umat manusia ke jalan yang benar menuju jalan kebenaran sebagaimana yang diperintahkan oleh Allah SWT. Saya percaya pada agama yang benar bernama Islam¹⁴.

Menurut para ahli, arti penting sebagai berikut:

- a) Menurut Muhammad Abu al-Futuh, al-madhal berarti khotbah (al-tablig) dan menjelaskan (al-bayan) sabda Nabi Muhammad Saw. ajarkan.
- b) Makna khutbah Syekh Ali Mahfudz “Berbuat baiklah kepada manusia, ikutilah jalan Allah, ikutilah jalan Allah dan kehendak-Nya” dari kitab “Hidayut Mursidin” karya Syekh Ali Mahfudz, makna dakwah adalah berbuat baik kepada manusia, mengikuti petunjuk Allah

¹⁴ Moh Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 14–15.

Ta'ala, Yang baik, yang buruk, dan pada akhirnya menemukan kebahagiaan di dunia dan akhirat¹⁵.

Dakwah Berkualitas bertujuan untuk mendidik orang-orang yang mau tunduk pada kehendak Allah dan mengikuti jalan yang benar dan disiplin. Dakwah dapat dipahami sebagai proses menasihati manusia untuk mengubah keadaan dan menjauhi yang buruk dan najis dalam berbagai bidang kehidupan.¹⁶ Salah satu faktor terpenting dalam menciptakan dakwah adalah tujuannya. Dapat disimpulkan bahwa tujuan dakwah adalah menyatukan umat manusia dan agama dengan mempersiapkan umat untuk mengetahui dan menerima kebenaran Islam serta menerapkan ajarannya dalam kehidupan sehari-hari.

Ada dua jenis tujuan penginjilan: tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan masa depan saya adalah mengamalkan akhlak yang mulia dan baik

¹⁵ Abdur Razzaq dan Zenda Rama, “Strategi Dakwah Lembaga Dakwah Ma’had Izzuddin (LDMI) Dalam Menyebarkan Ajaran Agama Islam Melalui Akun Facebook”, Wardah Jurnal Dakwah dan Kemasnyarakatan Vol. 22 No. 1, Juni 2021, 110.

¹⁶ Muhammad Irfansyah, dkk, “Analisis Pesan-Pesan Dakwah Pada Thoha TV”, Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS) Vol. 3 No. 1 Maret 2023, 352.

dengan mengamalkan perintah Allah dan para nabi dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan Dakwah adalah membantu jamaah menjadi orang yang bertaqwa dan bertakwa dengan memahami kebenaran ajaran Islam dan menerapkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah mengacu pada ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Sumber ini harus digunakan sebagai panduan.

2) Sumber pesan dakwah

Pembicara hendaknya memperhatikan referensi sebelum berkhotbah. Khotbah ini mempunyai beberapa sumber. Menurut Lakum, sumber khatib adalah ¹⁷:

a) Ayat-ayat Al-Qur'an

Dalam Islam, agama adalah kitab Tuhan, yaitu ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Al-Quran merupakan wahyu atau firman Tuhan Yang Maha Esa. Sempurna atau sempurna. Islam adalah agama yang berpedoman pada Al-Qur'an yang menjadi landasan dan landasan umat Islam. Al-Qur'an merupakan sumber utama segala bahan dakwah.

¹⁷ Lakum, *Filsafat Dakwah*, 1st ed. (Medan: CV. Pusdikara Mitra Jaya, 2020), 38.

Orang kaya seharusnya benar-benar memahami, membaca dan mempelajari Al-Quran. Allah menurunkan kepada nabi-nabi sebelumnya semua wahyu yang tercatat dalam Al-Qur'an.

b) Hadist Nabi

Hadits merupakan sumber Islam kedua setelah Al-Quran. Setiap perbuatan, setiap perkataan, setiap pernyataan, keputusan, tindakan, bahkan setiap ciri fisik adalah tanda-tanda seorang nabi. Inilah yang disebut dengan hadis¹⁸. Dalam hadis ini Nabi menjelaskan bagaimana hidup menurut Al-Qur'an. Seorang khatib harus membaca hadis untuk menyampaikan pesannya. Hal ini dikarenakan Al-Qur'an memuat beberapa ajaran Islam yang dijelaskan dalam hadis dan sabda Nabi. Pesan Dakwah merupakan pesan kebenaran yang disampaikan melalui bukti, logika, dan fakta yang kuat dari berbagai sumber dan pendapat para ulama.

¹⁸ Lakum, *Filsafat Dakwah*, 1st ed, 38.

c) Pendapat para sahabat Nabi

Karena mereka memiliki kontak dekat dengan para sahabat Nabi (SAW), pendapat mereka sangat berharga. Ada juga yang lebih tua (Kibar dan Sigar al-Shahaba). Akhirnya para sahabat menjalin hubungan dekat dengan Nabi SAW dan belajar langsung darinya.

d) Pendapat para ulama

Pendapat para ulama ini terbagi menjadi dua macam, yaitu pendapat mufakat (*al-muttafaq 'alaih*) dan pendapat yang masih kontroversial (*al-mukhtalaf fi*h). Pendapat konsensus masih lebih berharga dibandingkan pendapat kontroversial¹⁹.

3) Materi Pesan Dakwah

Materi dakwah merupakan isi protokol dakwah atau materi yang disampaikan kepada Madhu. Materi khotbah bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits serta mencakup berbagai bidang keimanan, antara lain keimanan, syariah dan ilmu pengetahuan. Materi dakwah hendaknya fokus pada metode, kondisi dan tujuan dakwah, namun juga

¹⁹ Lakum, *Filsafat Dakwah*, 1st ed, 38.

harus memungkinkan para dakwah mengatasi tantangan dan mendapatkan pemahaman global²⁰.

Isi Dakwah sama pentingnya dan fatal dengan isi Dakwah. Materi tersebut antara lain hadis, kumpulan ajaran Islam, Al-Qur'an, dan khotbah. Secara umum muatan dakwah mencakup keimanan, akhlak, dan syariat (hukum) yang masing-masing merupakan disiplin ilmu yang berbeda. Dakwah didefinisikan oleh salah satu dari beberapa aspek, namun tidak saling eksklusif: isi dan bentuk, isi dan bentuk, dan cara penyampaiannya. Dakwah merupakan aspek dan makna dakwah yang paling penting²¹.

Beberapa materi dakwah yang perlu diketahui diantaranya meliputi:

- a) Aqidah Menurut Muhammad Asroruddin Al Jumhuri, Aqidah berasal dari bahasa Arab. Lebih spesifiknya, “Adqu” berarti solidaritas, “at-tausiqu” berarti keimanan atau keyakinan yang kuat, “al

²⁰ Awang Darmawan, *Praktik Dakwah Teori Dan Aplikasi*, ed. Zainuddin T, 1st ed. (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2020), 8.

²¹ Abdullah, *Peta Dakwah Dinamika Dakwah Dan Implikasinya Terhadap Keberagaman Masyarakat Muslim Sumatera Utara*, 1st ed. (Medan: CV Merdeka Kreasi Grup, 2021), 87–88.

ihkamu” berarti menguatkan, dan “ar rabtu bikuwa” berarti solidaritas yang berarti kekuatan. Iman begitu kuat sehingga orang-orang beriman tidak dapat membedakannya.

- b) Syariah, Menurut Muhammad Asroruddin Al Jumhuri, Syariah mengatur kehidupan seseorang sebagai individu. Artinya sebagai hamba Tuhan, kita dipanggil untuk taat, taat dan tunduk kepadanya. Hal ini dibuktikan dengan jenis-jenis ibadah yang ditentukan dalam syariat Islam. Syariah juga mengatur hubungan antarmanusia dan memajukan keyakinan moral. Syariah meliputi ibadah, muamalah, munahakat, warisan, politik dan pembunuhan.
- c) Akhlak, Menurut Mukh Khairy, moralitas berasal dari bahasa Arab yang berarti penilaian terhadap jiwa manusia. Ini menunjukkan sisi baik dan buruk seseorang dan menjelaskan tindakannya²².

²² Ela Rohmawati, “Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja’far Tentang Toleransi Beragama Dalam Podcast Channel Youtube “Jeda Nulis” Dan Relevansinya Dengan Materi Akidah Akhlak Kelas Xii Madrasah Aliyah” (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023), 22.

5. Jaringan sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah terlibat, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Media sosial adalah lingkungan yang terbuka dan serba cepat, sehingga sulit untuk meninggalkan jejak. Namun, karena media sosial merupakan media terbuka, maka mudah untuk melihat dampak penggunaan media sosial²³.

Dengan kata lain, jaringan sosial adalah lingkungan jaringan yang mendukung interaksi sosial. Jejaring sosial menggunakan teknologi web untuk mengubah komunikasi menjadi percakapan interaktif. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang sebelumnya tidak tersedia untuk umum dan tidak digunakan untuk berkomunikasi. Sederhananya, media sosial memungkinkan orang berkomunikasi satu sama lain

²³ Muhamad Afdoli Ramadoni dan Abdur Razzaq, “Peran Media Sosial Sebagai Media Promosi Bayt Al-Qur’an Al-Akbar Sebagai Objek Wisata Religi Di Sumatera Selatan”, *International Journal Sadida Islamic Communications Media Studies*, Vol. 2, No. 1, Juni 2022, 54.

dalam berbagai cara, termasuk berbagi berita dan informasi dalam format tertulis atau audio-video²⁴.

b. Jenis jejaring sosial

Jejaring sosial diklasifikasikan ke dalam setidaknya enam kategori jejaring sosial:

- 1) Media sosial merupakan alat yang dapat digunakan untuk berinteraksi di dunia maya, termasuk hasil interaksinya. Fitur utama situs jejaring sosial adalah penggunaannya membangun jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru didasari oleh ketertarikan pada hal yang sama, misalnya kesamaan hobi. Contoh jejaring sosial antara lain Facebook dan Instagram. Hobi serupa misalnya. Contoh jejaring sosial antara lain Facebook dan Instagram.
- 2) Jurnal online. Menyediakan tautan web, informasi, dll kepada pengguna. majalah. Ini adalah jejaring sosial tempat Anda dapat mengunggah, mengomentari, dan berbagi aktivitas harian dengan pengguna lain.

²⁴ Tongkotow Liedfray, dkk, *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*, Jurnal Ilmiah Society, Vol.2 No. 1 (2022), 1-13.

- 3) Penjurnalan online sederhana atau mikroblog adalah suatu bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna mencatat dan mengunggah aktivitas dan komentar mereka. Secara historis, bentuk media sosial ini menyebabkan munculnya Twitter, yang menawarkan ruang khusus hingga 140 karakter.
- 4) Berbagai Media Jejaring sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dokumen, video, audio, gambar, dll.. Media dapat dibagikan dan disimpan secara online menggunakan: Contoh jejaring sosial: YouTube, Flickr, Photobucket atau Snapfish.
- 5) Social Bookmarking: Social bookmarking adalah jaringan sosial yang berfungsi untuk mengatur, menyimpan, mengelola dan mengambil informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking populer: Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, LintasMe (Indonesia sendiri).
- 6) Media konten bersama atau WikiWiki - situs tempat konten dibuat sebagai hasil kolaborasi antar pengguna.

Setiap pengguna internet dapat mengubah atau mengedit konten yang dipublikasikan²⁵.

c. Karakteristik Media Sosial

Jejaring sosial mempunyai ciri khas tersendiri. Fitur Media Sosial yaitu:

- 1) Jaringan, jaringan sosial mempunyai karakteristik yang sama dengan jaringan, yaitu suatu infrastruktur yang menghubungkan komputer dan perangkat keras lainnya. Koneksi jaringan ini diperlukan karena komunikasi terjadi ketika komputer terhubung satu sama lain.
- 2) Informasi, informasi media sosial sangatlah penting. Hal ini karena pengguna berkomunikasi satu sama lain, membuat konten, dan membuat identitas sendiri berdasarkan informasi.
- 3) Arsip Arsip media sosial membuat informasi yang tersimpan tersedia kapan saja dan di perangkat apa saja.
- 4) Media sosial harus memberikan komunikasi dan interaksi yang lebih baik antara pengguna media sosial, meningkatkan jumlah interaksi, teman dan pengikut.

²⁵ Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*, 71-80.

- 5) Nilai media sosial sebagai media pemodelan sosial, khususnya bagi masyarakat di dunia maya. Salah satunya adalah banyak situasi di media sosial yang tidak sering terjadi di kehidupan nyata.
- 6) Konten buatan pengguna, khususnya konten dari akun media sosial pengguna. Konten pengguna hidup berdampingan dengan budaya media baru dan mendorong partisipasi pengguna. Hal ini berbeda dengan media tradis.

d. Fitur dan Kegunaan Media Sosial

Fitur dan kegunaan media sosial antara lain:

- 1) Media sosial digunakan sebagai tempat ngobrol, ngobrol, dan bersosialisasi secara online tanpa harus bertemu langsung melalui berbagai chat room online dan jejaring sosial lainnya.
- 2) Digunakan sebagai alat periklanan di jejaring sosial seperti ekonomi, pendidikan, dll.
- 3) Media sosial digunakan untuk mencari berita atau informasi terkini dan dapat digunakan untuk berbagi informasi kepada masyarakat.

- 4) Media sosial tidak hanya dapat digunakan sebagai alat jual beli online saja, namun juga dapat dijadikan sebagai alat utama dalam kegiatan jual beli online melalui media sosial²⁶.

6. Saluran Podcast YouTube

a. Pengertian Podcast Channel Youtube

Saluran ialah saluran yang dapat memposting, menyukai, dan mengomentari video yang diunggah ke YouTube juga bisa melakukan hal lain seperti YouTube, situs video populer yang bisa dijadikan tempat berkumpulnya para penggemar video online. Dari perusahaan rintisan, pengusaha, hingga politik, semua orang dapat menemukan video dari semua lapisan masyarakat di YouTube²⁷.

Selain itu, YouTube adalah jejaring sosial yang praktis, nyaman, dan mudah diakses yang menawarkan layanan berbagi video di mana pengguna dapat mengunduh, menonton, dan berbagi video secara gratis. YouTuber tersebar di seluruh dunia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

²⁶ Radia, *Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangannya Perpustakaan*, (Yogyakarta: Pustaka Taman Ilmu, 2021), 5.

²⁷ Yo Ceng Giap, *Belajar Dari Covid-19 "Prespektif Teknologi Dan Pertanian."* Edited by Alex Rikki. 1st ed. (Medan: Yaysan Kita Menulis, 2020), 79.

b. Keuntungan saluran YouTube

Keuntungan terbesar YouTube adalah Anda dapat dengan mudah mengunduh dan menonton berbagai video. Itu sebabnya YouTube dapat menarik pengunjung dari segala usia, ras, dan negara. YouTube telah menjadi fenomena dan model bagi jutaan pengguna yang bekerja setiap hari di platform Web 2.0.

Menurut Watriantos, YouTube memiliki keunggulan sebagai berikut:

- 1) Penyediaan informasi: YouTube dapat memberikan informasi dan perkembangan ilmiah kepada pengguna.
- 2) Ekonomis: Gratis untuk pengguna.
- 3) Praktis dan mudah: YouTube sangat praktis dan mudah digunakan untuk semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.
- 4) Potensi: YouTube dapat memberikan nilai yang tinggi atau tinggi kepada penggunanya.
- 5) Berbagi: Pengguna dapat membagikan tautan video YouTube orang lain kepada siapa pun
- 6) Interaktif: YouTube menyediakan forum tempat pengguna dapat berdiskusi dan bertanya.
- 7) Meningkatkan pendapatan atau keuntungan pengguna²⁸.

²⁸ Yo Ceng Giap, *Belajar Dari Covid-19 “Prespektif Teknologi Dan Pertanian.”*, 79.