

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Analisis Resepsi Netizen

##### 1. Pengertian Analisis Resepsi

Secara etimologi, resepsi berasal dari Bahasa Inggris *reception*, yang berarti suatu penerimaan atau penyambutan oleh pembaca.<sup>34</sup> Sedangkan secara terminologi, McQuails menjelaskan, teori resepsi mengacu pada proses *decoding* atau proses penerimaan melalui pemaknaan isi pesan yang dilakukan oleh khalayak setelah berinteraksi dengan isi pesan yang disampaikan oleh media.<sup>35</sup> Khalayak dalam proses ini menginterpretasikan dan menelaah makna teks-teks media dengan cara dan corak yang sangat dipengaruhi oleh preferensi budaya dan pengalamannya masing-masing.<sup>36</sup> Dan hal inilah yang menimbulkan keberagaman jenis khalayak dalam memaknai pesan yang diterimanya.

Analisis resepsi merupakan bagian dari studi khalayak yang digunakan untuk menganalisis penerimaan khalayak terhadap konten media. Analisis resepsi dicetuskan oleh Stuart Henry McPhail Hall, seorang aktivis politik, teoritis kebudayaan dan sosiolog marxis dari London, Inggris.

---

<sup>34</sup> Bimbi Naufal, "Pesan Dakwah Sufistik di Media Sosial (Analisis Resepsi Khalayak Tentang Fatwa Kehidupan Syekh Muhammad Zuhri Dalam Akun Instagram @sufi.indonesia)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2021), 176.

<sup>35</sup> McQuails Denis, *McQuails Reader in Mass Communication Theory*, (London: Sage Publication, 2004), 326.

<sup>36</sup> Irmawati, "Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latief di Youtube (Studi Dramatisme dan Resepsi Khalayak di Kota Pare-pare)", (Tesis, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Pare-pare, Pare-pare, 2021), 19.

Analisis ini pertama kali lahir melalui esai Hall yang berjudul *Encoding and Decoding in the Television Discourse* pada tahun 1973.<sup>27</sup>

Pemanfaatan teori resepsi sebagai pendukung dalam kajian terhadap khalayak sesungguhnya hendak memposisikan khalayak tidak semata sebagai subjek kajian yang pasif, namun dilihat sebagai agen kultural (*cultural agent*) yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media. Dalam hal ini, audiens diposisikan sebagai khalayak aktif, yakni sebagai konsumen sekaligus produsen makna.<sup>28</sup> Chris Barker mendefinisikan khalayak aktif sebagai *audiens* yang mampu untuk menjadi pencipta makna, bukan hanya sebagai penerima pasif dari apa yang ditawarkan oleh teks.<sup>29</sup>

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa, analisis resepsi merupakan sebuah pendekatan alternatif untuk mempelajari tentang khalayak dalam memaknai pesan yang diterima dari sebuah media. Analisis ini berangkat dari asumsi bahwa makna yang terdapat di dalam media massa bukan hanya ada pada teks. Teks pada media massa akan memperoleh makna pada saat audiens melakukan penerimaan atau *reception*. Analisis resepsi berfokus pada bagaimana khalayak yang heterogen memaknai isi media tersebut, hal ini karena pesan media selalu memiliki banyak makna yang dapat diinterpretasikan khalayak sesuai dengan preferensi budaya dan pengalaman pribadinya masing-masing.

---

<sup>27</sup> Irmawati, "Retorika Dakwah Ustadz" 17.

<sup>28</sup> Rajab, "Resepsi Mahasiswa Komunikasi", 11.

<sup>29</sup> Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik Rajab*, dalam Rajab, "Resepsi Mahasiswa Komunikasi", 11.

## 2. Metodologi Analisis Resepsi

Klaus Bruhn Jensen, seorang peneliti khalayak dari Denmark menjelaskan bahwa, ada tiga elemen pokok dalam metodologi resepsi, yakni *the collection, analysis, dan interpretation of reception data*.<sup>30</sup>

- a. *The collection*. Tahap ini merupakan proses pengumpulan data dari khalayak. Data tersebut dapat diperoleh melalui wawancara mendalam (*deep interview*), baik individual maupun kelompok atau biasa disebut *focus group discussions* (FGD).
- b. *Analysis*. Elemen ini merupakan tahapan mengkaji hasil dan temuan wawancara individual atau rekaman dari proses jalannya FGD.
- c. *Interpretation of reception data*. Di tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayak yang diwawancarai dan mengelaborasi pemahaman dan pemaknaannya dengan temuan riil di lapangan.

## 3. Posisi Hipotekal Khalayak

Setelah tahapan metodologis analisis resepsi khalayak diselesaikan, maka akan ditemukan posisi khalayak dalam penerimaannya terhadap pesan dari media. Keragaman inilah yang disebut dengan posisi hipotekal. Stuart Hall mengungkapkan bahwa, dalam proses *decoding* (menyandi balik), terdapat tiga posisi khalayak, yakni sebagai berikut:<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Klaus Bruhn Jensen, "Media Audiences. Reception Analysis: Mass Communication as The Social Production of Meaning", dalam Adi, "Mengkaji Khalayak Media", 27.

<sup>31</sup> Uswatun Nisa, "Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com," *Jurnal Komunikasi Global*, 6, 1 (2017): 78.

a. Hegemoni Dominan

Khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media dengan sejalan dan atau berpegang penuh terhadap kode-kode atau makna yang ditawarkan oleh media/komunikator (baik itu berupa nilai-nilai yang terkandung didalamnya, sikap, pola perilaku, asumsi dan keyakinan).

b. Negoisasi

Khalayak pada batas batas tertentu memaknai secara sejalan terhadap atau makna yang ditawarkan oleh pihak media/komunikator, namun menolak penerapan dalam kasus-kasus tertentu.

c. Oposisi

Khalayak memaknai dengan tidak sejalan dan dominan menolak makna yang ingin disampaikan oleh pihak media tersebut, lantas kemudian mencari dan menemukan serta menentukan sendiri pemaknaan dari apa yang mereka dapat dari pihak media sesuai kondisi sosio kultural dan pengetahuan masing-masing.

#### 4. Netizen

a. Pengertian dan Asal Usul Istilah Netizen

Netizen berasal dari Bahasa Inggris yang merupakan akronim dari *internet* (internet) dan *citizen* (warga). Secara sederhana, kata netizen dapat diartikan dengan “warga internet”, atau biasa disingkat dengan “warganet”. Lebih gamblang, Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa

Kemendikbudristek mendefinisikan warganet adalah: “orang yang aktif menggunakan internet”.<sup>32</sup> Jadi, yang biasanya disebut sebagai warganet atau netizen adalah orang-orang yang terlibat di komunitas online, atau internet secara umumnya secara aktif. Netizen adalah mereka para pengguna Facebook, Instagram, Twitter (*tweeps*), *blogger*, dan aktivis media sosial lainnya. Aktivitas netizen pun bisa bermacam-macam bentuknya, mulai dari komentar, saling berbagi postingan, berbagai *tagline*, hingga ngobrol dengan pengguna media sosial lainnya.

Istilah ‘netizen’ sendiri pertama kali ditemukan oleh seorang peneliti internet bernama Michael F. Hauben pada 1992 dalam artikel berjudul “The Net and Netizens: The Impact the Net Has on People’s Lives”. Tulisan ‘netizen’ tercantum dalam paragraf pertama yang kurang lebih bunyinya “Selamat datang di abad ke-21. Anda adalah seorang ‘netizen’ (seorang penduduk Net)...”.<sup>33</sup> Berawal dari tulisan yang dipublikasikan oleh IEEE Computer Society Press pada tahun 1997 inilah kemudian Hauben dijuluki sebagai pelopor istilah netizen.

#### b. Peran Netizen dalam Internet

Lebih dari sekedar istilah, netizen juga memiliki peran penting dalam berbagai bidang di internet. Mulai dari bidang sosial, ekonomi, pendidikan, *sport*, seni, *intertainment*, dan lain sebagainya. Komunikasi yang mereka lakukan dan pendapat serta ide yang mereka suarakan melalui internet dapat memberikan dampak positif yang sangat luas bagi

---

<sup>32</sup> Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbudristek, “war.ga.net”.

<sup>33</sup> Hauben, *Netizens: on The History*, 33.

masyarakat. Dengan catatan, komunikasi dan pendapat yang disampaikan harus bernilai positif dan bukan sekedar komentar pedas, cacian, dan ujaran kebencian yang hanya akan menimbulkan dampak buruk di dunia maya.

Mengutip *Switch2Success.com*, Berikut ini beberapa peran netizen yang bisa membawa dampak positif di dunia maya:<sup>34</sup>

- 1) Menyebarkan informasi dan berita terbaru agar viral dan mudah diketahui oleh masyarakat
- 2) Menyuarakan ide, gagasan, dan pendapat secara bebas dan leluasa tanpa ada intervensi dan tekanan dari pihak-pihak tertentu
- 3) Menyebarkan informasi, tips, dan tutorial yang bermanfaat di media sosial maupun *website* agar dampaknya bisa dimanfaatkan secara luas
- 4) Membantu menyebarkan informasi tentang kegiatan sosial kerelawanan, penggalangan dana, dan kegiatan positif sejenisnya agar lebih banyak warganet yang turut andil membantu.

## **B. Toleransi**

### **1. Pengertian Toleransi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), toleransi atau toleran bermakna “sifat atau sikap menenggang dalam arti menghargai, membiarkan atau membolehkan pendirian (pendapat, pandangan, kepercayaan, kelakuan, dan sebagainya) yang lain atau berbeda dengan

---

<sup>34</sup> Ark, “Netizen Adalah Istilah yang Sering Muncul di Internet, Apa Artinya?”, *Switch2Success.com*, <http://switch2success.com/netizen-adalah/>, 2020, diakses tanggal 28 Juni 2023.



pendapatnya sendiri (agama, ras, ideologi, dan sebagainya) yang berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri”.<sup>35</sup> Secara umum, dalam konteks sosial, budaya, dan agama toleransi diartikan sebagai suatu sikap yang melarang tindakan diskriminatif terhadap kelompok dan golongan yang berbeda atau berseberangan dengan arus mayoritas dalam suatu masyarakat.<sup>36</sup> Contohnya dalam toleransi beragama, golongan umat beragama mayoritas menerima keberadaan umat minoritas yang hidup di lingkungannya.

## 2. Toleransi dalam Islam

Dalam bahasa Arab, toleransi disebut dengan *tasamuh* yang artinya, memberi ampun, maaf, dan lapang dada.<sup>37</sup> Dalam konteks Islam, asas hubungan antara Muslim dan non muslim bukanlah hubungan konflik dan perang (*hirabah*), melainkan hubungan saling memberi keselamatan dan hidup berdampingan secara damai, punya hak yang sama dalam perlindungan, jaminan keamanan, dan hubungan sosial. Islam melarang keras berbuat lalim, menyakiti, serta mencaci maki penganut agama lain.<sup>38</sup> Artinya, dalam Islam sangat menganjurkan pemeluk-pemeluknya untuk mengedepankan sikap toleransi kepada penganut agama lain.

---

<sup>35</sup> Ebta Setiawan, “Arti Kata Toleran - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” *KBBI Online*, <https://kbbi.web.id/toleran>, t.t., diakses tanggal 10 Desember 2022.

<sup>36</sup> Tim FKI Klasik, *Nafas Sang Nabi, Menghayati Kehidupan Rasulullah dalam Beragama dan Berbangsa* (Kediri: Lirboyo Press, 2022), 201.

<sup>37</sup> Ahmad Warson Munawir, *Kamus Arab-Indonesia al Munawir* (Yogyakarta: Balai Pustaka Progressif, t.t.), 1098.

<sup>38</sup> Ramadhan al-Buthi, *al-Jihad fi al-Islam*, dalam *Fikih Kebangsaan, Merajut Kebersamaan di Tengah Perbedaan*, ed. Tim Bahtsul Masa’il Himasal (Kediri: Lirboyo Press, 2018), 49.

Islam memandang perbedaan sebagai suatu *sunnatullah* (ketentuan Allah). Karena dalam al-Qur'an disebutkan:

وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً ۗ وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ إِلَّا مَن رَّحِمَ رَبُّكَ ۗ وَلِذَلِكَ خَلَقَهُمْ ۗ وَتَمَّتْ كَلِمَةُ رَبِّكَ لَأَمْلَأَنَّ جَهَنَّمَ مِنَ الْجِنَّةِ وَالنَّاسِ أَجْمَعِينَ [هود: 118-119]<sup>39</sup>

Terjemahnya: *Jika Tuhanmu menghendaki, tentu Dia akan menjadikan manusia umat yang satu. Namun mereka senantiasa berselisih (dalam urusan agama). Kecuali orang yang dirahmati oleh Tuhanmu. Menurut (kehendak-Nya) itulah Allah menciptakan mereka. Kalimat (keputusan) Tuhanmu telah tetap, 'Aku pasti akan memenuhi (neraka) Jahannam (dengan pendurhaka) dari kalangan jin dan manusia semuanya' (Q.S. Hud: 118-119)*

Mengenai ayat diatas, Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan, perbedaan tidak akan pernah sirna di muka bumi ini. Perbedaan merupakan keniscayaan yang tak terelakkan, termasuk perbedaan pendapat dan keyakinan beragama. Dengan demikian, setiap Muslim hendaknya menyadari betapa pentingnya persaudaraan sesama makhluk sosial dengan mengedepankan busi yang luhur.<sup>40</sup>

Patokan hukum toleransi dalam Islam tertuang dalam Q.S. al-Mumtahanah ayat 8-9, yang berbunyi:

لَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُم مِّن دِيَارِكُمْ أَن تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ ۗ إِنَّمَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ قَاتَلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَأَخْرَجُوكُم مِّن

<sup>39</sup>al-Qur'an, 11: 118-119.

<sup>40</sup> Tim FKI Klasik, *Nafas Sang Nabi*, 201.



دِيَارِكُمْ وَظَاهَرُوا عَلَىٰ إِخْرَاجِكُمْ أَن تَوَلَّوْهُمْ ۚ وَمَن يَتَوَلَّهُمْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ [الممتحنة:

41[9-8

Terjemahnya: *Allah tidak melarang kamu untuk berbuat baik dan berlaku adil terhadap orang-orang yang tiada memerangimu karena agama dan tidak (pula) mengusir kamu dari negerimu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berlaku adil. Sesungguhnya Allah hanya melarang kamu menjadikan sebagai kawanmu orang-orang yang memerangimu karena agama dan mengusir kamu dari negerimu, dan membantu (orang lain) untuk mengusirmu. Barangsiapa menjadikan mereka sebagai kawan, maka mereka itulah orang-orang yang zalim (Q.S. Al-Mumtahanah: 8-9)*

Ayat di atas menginformasikan kepada semua umat beragama, bahwa Islam tidak melarang untuk membantu dan berhubungan baik dengan pemeluk agama lain dalam bentuk apapun, selama tidak berkaitan dengan masalah aqidah dan ibadah wajib, seperti shalat, puasa, haji, dan sebagainya.<sup>42</sup> Selain itu, sikap menjunjung tinggi sikap toleransi, baik antar sesama Muslim, antar umat beragama, amupun antar suku, tertuang dalam Piagam Madinah, pasal ke-16 yang dicituskan oleh Nabi Muhammad: “Orang Yahudi yang menjadi pengikut kami [dalam persatuan negara

<sup>41</sup> al-Qur’an, 60: 8-9.

<sup>42</sup> Paramitha, “Konsep Toleransi”, 21.

Madinah], berhak mendapatkan pertolongan dan persamaan hak. Mereka tidak boleh dizalimi dan ditelantarkan”<sup>43</sup>

Namun demikian, ada rambu-rambu yang harus dipatuhi seorang Muslim dalam prinsip toleransi lintas agamanya. Rambu-rambu ini dijelaskan oleh cendekiawan Muslim, Ibnu Hajar al-Haitami, sebagai berikut:

- a. Tidak melampaui batas akidah sehingga terjerumus dalam kekufuran. Seperti toleransi yang sampai menimbulkan kerelaan terhadap agama selain Islam dan menganggap semua agama benar.<sup>44</sup>
- b. Tidak terjerumus dalam keharaman. Seperti melakukan hal-hal yang bisa menimbulkan rasa rela terhadap agama lain, atau seperti toleransi yang disertai sikap mengagungkan.<sup>45</sup>

## C. Dakwah Melalui Media Sosial Youtube

### 1. Pengertian dan Dasar Hukum Dakwah

Secara etimologi, kata Dakwah berasal dari bahasa Arab *ad-da'wat*, yang merupakan bentuk *masdar* (nomina) dari *fi'il* (kata kerja) *da'a yad'u* yang berarti “mengajak” atau “menyeru”.<sup>46</sup> Dengan demikian, kata dakwah bisa diartikan sebagai “ajakan”. Sedangkan secara terminologi, definisi dakwah telah dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut:

<sup>43</sup> Tim FKI Klasik, *Nafas Sang Nabi*, 202.

<sup>44</sup> Ahmad bin Muhammad bin Ali bin Hajar al-Haitami, *al-I'lam bi Qawathi al-Islam* (Suriah: Dar at-Taqwa, 2008), 164.

<sup>45</sup> Ahmad bin Muhammad bin Ali bin Hajar al-Haitami, *al-Fatawa al-Fiqhiyyah al-Kubra*, vol. IV (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2018), 215.

<sup>46</sup> Hakim, *Kamus at-Taufiq*, 186.

- 1) Toha Yahya Omar mendefinisikan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>47</sup>
- 2) Syaikh Ali Mahfudz, dalam kitabnya *Hidayat al-Mursyidin*, mengatakan dakwah adalah memotivasi orang untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, serta memerintah berbuat baik dan mencegah berbuat mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>48</sup>
- 3) Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>49</sup>

Dari sini, dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan upaya seorang Muslim yang memiliki pengetahuan agama dalam menyerukan ajaran-ajaran Islam kepada pribadi maupun kelompok lain, dengan tujuan dan cara-cara yang baik.

Pada dasarnya, dakwah merupakan bagian dari *amar ma'ruf nahi munkar*. Yakni mengajak pada kebaikan dan mencegah atas kemungkaran. *Amar ma'ruf nahi munkar* sendiri merupakan satu kewajiban bagi setiap

---

<sup>47</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 13.

<sup>48</sup> Syaikh Ali Mahfudz, *Hidayat al-Mursyidin* (Kairo: Dar al-Kutub al-Arabiyyah, t.t.), 27.

<sup>49</sup> M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Menajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), 20.

Muslim. Hukum tersebut berdasarkan, salah satunya pada firman Allah dalam surat Ali Imran ayat 110, yang berbunyi:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ [آل عمران:

<sup>50</sup>[110

Terjemahnya: *Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlul Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Diantara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik (Q.S. Ali Imran: 110)*

Ayat inilah yang menjadi pijakan para intelektual Muslim dalam menyepakati kewajiban melakukan dakwah bagi seluruh umat Muslim.

## 2. Unsur-unsur Dakwah

Yang dimaksud dengan unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah.<sup>51</sup> Unsur-unsur dakwah antara lain:

<sup>50</sup> al-Qur'an, 3: 110.

<sup>51</sup> Abdullah, "Analisis Pesan Dakwah", 14.

- a. *Da'i*, yakni subjek dakwah yang menyampaikan pesan atau ajaran Islam kepada masyarakat.<sup>52</sup> Dalam ilmu komunikasi, *da'i* disebut dengan komunikator.
- b. *Mad'u* atau objek dakwah, yakni masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. *Mad'u* inilah yang nantinya akan menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i*.<sup>53</sup> Dalam ilmu komunikasi, *mad'u* disebut dengan komunikan.
- c. *Maddah* atau materi dakwah, merupakan pesan yang dibawakan oleh subjek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada objek dakwah.<sup>54</sup> Materi dakwah ini meliputi bidang akidah, syari'ah dan akhlak.
- d. Metode Dakwah, cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan materi dakwahnya sebagian metode dakwah tersarikan dalam Q.S. an-Nahl ayat 125, yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
 أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ [النحل: 125]<sup>55</sup>

Terjemah: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah*

<sup>52</sup> Saputra Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Bogor: Titian Nusa Press, 2010), 9.

<sup>53</sup> Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 9.

<sup>54</sup> Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 9.

<sup>55</sup> al-Qur'an, 16: 125.

yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk (Q.S. an-Nahl: 125).

Dari ayat diatas, diketahui bahwa metode dakwah itu ada tiga, yakni dengan *hikmah* (lembut), *mauidzah* (nasehat), dan *mujadalah* (perdebatan dengan cara yan baik).

- e. Media Dakwah, yakni sarana yang digunakan dalam berdakwah, seperti dakwah melalui ucapan, tulisan, maupun dengan perbuatan.<sup>56</sup>
- f. Efek Dakwah atau yang biasa disebut efek komunikasi dakwah, yakni perubahan *mad'u* setelah menerima pesan dakwah. Meliputi efek kognitif, efek afektif, dan behavioral.<sup>57</sup>

### 3. Seluk Beluk Media Sosial dan Youtube

#### a. Sejarah dan Perkembangan Media Sosial

Media sosial adalah salah satu media massa yang berkembang secara cepat satu dekade belakangan ini. Mengutip dari *kompas.com*, Merriam Webster mengatakan bahwa “pengertian media sosial adalah bentuk komunikasi elektronik seperti situs web untuk jejaring sosial dan *microblogging* di mana pengguna membuat komunitas *online* untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya seperti video”.<sup>58</sup>

Komunitas *online* yang memiliki jangkauan luas itulah yang membuat para penggunanya bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi

<sup>56</sup> Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah* (Surabaya: Indah, 1993), 39.

<sup>57</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*, 138.

<sup>58</sup> Isna Rifka, “Sejarah, Evolusi, dan Pengertian Media Sosial”, *kompas.com* (blog), <https://money.kompas.com/read/2021/12/18/075450026/sejarah-evolusi-dan-pengertian-media-sosial?page=3>, 18 Desember 2021, diakses tanggal 28 Juni 2023.



melalui jejaring sosial, forum, dan dunia virtual. Melalui media sosial tersebut, para penggunanya mentransformasikan bermacam urusan sosial mereka dari dunia nyata ke dalam satu dimensi yang biasa disebut dengan dunia maya. Mulai dari urusan bisnis dan perdagangan, *entertainment*, hingga perilaku dakwah kini banyak bergerak melalui dunia digital media sosial.

Sejarah media sosial, sebagaimana dikutip dari *kompas.com*, dimulai pada 24 Mei 1844.<sup>59</sup> Pada saat itu, Samuel Morse mengirimkan pesan telegraf pertamanya kepada publik. Dari sanalah, kemudian muncul berbagai jaringan komunikasi digital era awal, seperti *Advanced Research Projects Agency Network* (Arpanet) pada 1969 yang dibuat oleh Departemen Pertahanan AS dan NSFNET yang diluncurkan oleh *National Science Foundation* pada tahun 1987. Baik Arpanet maupun NSFNET merupakan media sosial generasi awal yang masih digunakan dalam ruang lingkup nasional dan hanya digunakan untuk kepentingan-kepentingan pemerintahan saja.

Satu dekade kemudian, lebih tepatnya pada tahun 1997, muncul jaringan media sosial paling awal dengan nama Six Degrees.<sup>60</sup> Tidak berumur panjang, Six Degrees kemudian digantikan oleh kehadiran Friendster pada tahun 2001. Media sosial ini berhasil menarik jutaan pengguna dan memungkinkan pendaftaran alamat email dan jaringan online dasar. Bahkan, popularitas Friendster terasa hingga ke Indonesia

---

<sup>59</sup> Rifka, "Sejarah, Evolusi".

<sup>60</sup> Rifka, "Sejarah, Evolusi".

dan bertahan di tanah air dalam kurun waktu yang tidak sebentar. Mengutip tulisan Yudhistira Agato dalam *vice.com*, portal berita PR Newswire mengabarkan bahwa dalam sebuah survei di tahun 2008, Friendster menjadi situs sosial *online* terpopuler di tanah air dengan *unique visitors* mencapai 4 juta per bulan.<sup>61</sup>

Selanjutnya pada tahun 2002, LinkedIn didirikan sebagai media sosial untuk para profesional yang berhubungan dengan karir. Setahun kemudian sebuah situs web dengan fitur berbagi musik, Myspace diluncurkan dan berhasil mencapai puncak popularitas pada tahun 2006. Namun tidak lama setelah itu, tepatnya pada tahun 2008, Myspace dikalahkan Facebook.<sup>62</sup> Dan seiring dengan pesatnya kemajuan dunia digital, muncullah bermacam media sosial modern dengan beragam fitur dan klasifikasi menariknya masing-masing. Mulai dari Youtube, Instagram, Blackberry Massanger, Line, Google+, dan lain sebagainya.

#### b. Sejarah dan Perkembangan Youtube

Youtube merupakan salah satu media sosial populer yang memiliki layanan utama berupa konten video. Asdani Kinto dalam bukunya “Belajar Sendiri Youtube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)” menjelaskan, Youtube adalah salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunaannya untuk meng-*upload* video dan dapat diakses

---

<sup>61</sup> Yudhistira Agato, “Friendster Adalah Sosmed Terbaik Sepanjang Sejarah”, *vice.com*, <https://www.vice.com/id/article/d7a4jz/friendster-adalah-sosmed-terbaik-sepanjang-sejarah>, 15 Mei 2017, diakses tanggal 28 Juni 2023.

<sup>62</sup> Rifka, “Sejarah, Evolusi”.

oleh pengguna lain dari seluruh dunia secara gratis.<sup>63</sup> Youtube menjadi alat yang tepat untuk mempublikasikan ataupun mempromosikan hasil-hasil karya seni dalam bentuk video yang bisa dinikmati oleh setiap penggunanya. Video yang dapat di-*upload* pun memiliki jenis yang beragam, seperti konten video buatan pengguna (dibuat oleh pemilik akun tersebut), klip film, klip TV, video musik dan video blog atau yang biasa disingkat dengan vlog, tutorial, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Youtube didirikan pada tanggal 14 Februari 2005, oleh tiga orang mantan karyawan Paypal, yakni Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim (lihat gambar 2.1) dengan kantor pertama yang terletak di California.<sup>64</sup> Pada mulanya, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube karena mengalami kesulitan saat hendak berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen yang terletak di San Fransisco. Sementara itu, Jawed Karim merupakan orang yang pertama kali mengunggah videonya di Youtube dengan judul *Me at the zoo*. Seiring perkembangannya, Youtube dapat diakses oleh berbagai khalayak seluruh dunia. Berawal hanya dapat mengunggah video, kini Youtube memiliki fitur yang lebih lengkap, seperti live streaming, short video, dsb., hingga berkembang menjadi media yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti berdakwah, promosi, dan masih banyak lagi.

---

<sup>63</sup> Kindarto, *Belajar Sendiri Youtube*, 07.

<sup>64</sup> Abdullah, "Analisis Pesan Dakwah", 34.



**Gambar 2.1 Pendiri Youtube, Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim**

Dalam laman resminya, Youtube mengungkapkan bahwa misi dari Youtube sendiri adalah:

Misi kami adalah memberikan suara kepada semua orang dan menunjukkan dunia kepada mereka. Kami percaya bahwa setiap orang berhak untuk memiliki suara, dan bahwa dunia adalah tempat yang lebih baik ketika kita mendengarkan, berbagi, dan membangun komunitas melalui cerita kita.<sup>65</sup>

Dari misi tersebut memiliki nilai tersendiri bahwa setiap orang memiliki kebebasan mendapat informasi, kebebasan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, mengadakan dialog terbuka dan mendapat kebebasan memiliki tempat berkarya. Dengan misi, serta inovasi yang terus dikembangkan, terbukti Youtube masih terus diminati oleh banyak pengguna, baik di Indonesia maupun di dunia, hingga saat ini. *We Are Social*, sebuah lembaga survei yang meneliti perkembangan dunia digital nasional maupun internasional, mengungkapkan bahwa di tahun 2022,

---

<sup>65</sup> Youtube, "About YouTube - YouTube", *Youtube*, <https://about.youtube/>, t.t., diakses tanggal 28 Juni 2023.

Youtube berhasil menjadi laman media sosial yang paling sering dikunjungi nomor dua di Indonesia dengan total 241 juta pengunjung. Satu setrip dibawah laman Google dengan jumlah pengunjung mencapai 583 juta.<sup>66</sup>

### c. Fitur Youtube

Secara umum Youtube memiliki fitur *basic* meliputi, mencari, memutar, mengunggah, dan mengunduh video, serta berlangganan/*subscribe* dengan kanal yang diinginkan pengguna. Dan demi mempertahankan popularitas serta memuaskan para penggunanya, Youtube terus memperbarui layanannya dengan menambah dan menyegarkan fitur-fitur yang relevan dengan kemajuan zaman. Mengutip laman resmi Youtube, setidaknya ada 5 fitur utama yang dimiliki Youtube di tahun 2023 ini, yaitu:<sup>67</sup>

#### 1) Penelusuran Youtube

Untuk memberikan hasil penelusuran terbaik, Youtube memberikan tiga elemen utama yang diprioritaskan dalam fitur penelusurannya, yaitu: relevansi, interaksi, dan kualitas. Untuk memperkirakan relevansi, Youtube memeriksa banyak faktor, seperti kecocokan judul, *tagar*, deskripsi, dan konten video dengan permintaan penelusuran pengguna. Sementara itu, interaksi bekerja dalam menyertakan sinyal interaksi agregat dari pengguna untuk

---

<sup>66</sup> Riyanto, "Hootsuite (We are Social)" .

<sup>67</sup> Youtube, "Fitur Produk", *Youtube*, [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_id/howyoutube/works/product-features/](https://www.youtube.com/intl/ALL_id/howyoutube/works/product-features/), t.t., diakses tanggal 28 Juni 2023.



menentukan relevansi. Misalnya, Youtube dapat melihat waktu tonton video tertentu untuk permintaan pengguna tertentu guna menentukan relevan tidaknya video tersebut dengan permintaan pengguna lain. Terakhir, terkait kualitas, sistem Youtube dirancang untuk mengidentifikasi sinyal yang dapat membantu menentukan *channel* mana yang memperlihatkan keahlian, kredibilitas, dan kepercayaan dalam topik tertentu.

## 2) Rekomendasi Video

Melalui fitur ini, Youtube memberikan rekomendasi video, baik di halaman beranda, maupun di bagian "Berikutnya" untuk ditonton oleh penggunanya. Dalam memutakhirkan fitur ini, Youtube terus melakukan pengujian, pembelajaran, dan penyesuaian untuk merekomendasikan video yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Sebagaimana fitur penelusuran, Youtube mempertimbangkan banyak sinyal, termasuk histori penelusuran, tontonan (jika diaktifkan), *channel* yang sudah menjadi langganan/*subscribe*, dan juga konteks, seperti negara dan waktu setempat.

## 3) Berita dan Informasi

Terdapat beberapa pengguna yang mengunjungi Youtube untuk mengikuti berita terbaru atau sekadar mempelajari lebih lanjut topik yang diminatinya. Untuk konten yang mengutamakan akurasi dan kredibilitas, seperti berita, informasi politik, kedokteran, dan ilmiah seperti ini, Youtube menggunakan sistem *machine learning*



yang memprioritaskan informasi dari sumber-sumber kredibel dan menyediakan konteks untuk membantu pengguna mengambil keputusan yang matang. Ada banyak sinyal, seperti relevansi dan popularitas, yang biasanya berperan saat sistem Youtube menentukan video yang akan ditampilkan ketika pengguna menelusuri konten. Namun, untuk berita dan informasi, Youtube menyadari bahwa kredibilitas adalah kuncinya. Karena itulah Youtube berkomitmen untuk membantu pengguna ini menemukan sumber kredibel terkait berita dan informasi di *platform* Youtube.

#### 4) Monetisasi untuk Kreator

Kreator Youtube adalah pengguna yang membuat konten video untuk diunggah di Youtube. Fitur Monetisasi ini merupakan model unik yang meningkatkan kemampuan kreator video untuk menghasilkan keuntungan finansial langsung di platform Youtube dengan berbagai cara, termasuk melalui penempatan iklan, penjualan *merchandise*, dan langganan. Untuk dapat menggunakan layanan ini, dibutuhkan beberapa syarat ketentuan yang sudah diatur oleh pihak Youtube sendiri.

#### 5) *Live Streaming*/Siaran Langsung

Layanan *live streaming* Youtube ini memungkinkan kreator menyatukan penonton secara *real time* untuk belajar, berdiskusi, serta membentuk komunitas sosial baru melalui video siaran langsungnya. Fitur yang biasa disebut *Youtube Live* ini merupakan cara mudah bagi

kreator Youtube untuk menjangkau komunitasnya secara *real time*. Kreator dapat melakukan *live streaming* di Youtube melalui *webcam*, perangkat seluler, dan *streaming* dengan *encoder*.

#### 4. Dakwah Melalui Media Sosial

Media sosial yang merupakan bagian dari internet kini menjadi media yang banyak digunakan dalam berdakwah. Berbagai macam platform media sosial, seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter, dianggap mampu menyampaikan pesan-pesan dakwah secara lebih luas ketimbang melalui media-media lainnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan, jika dalam perkembangan selanjutnya media ini menempatkan posisi yang lebih kuat dibanding dengan media yang sudah ada sebelumnya. Internet memiliki beberapa kelebihan bila dibandingkan dengan media yang lain. Mengutip tulisan Bustanul Arifin dengan judul ‘Dakwah Cybermedia’, Pardianto merinci beberapa keistimewaan internet yang dapat memudahkan proses dakwah<sup>68</sup>, di antaranya:

##### a. Tidak Terhalang oleh Ruang dan Waktu

Dengan cakupan yang luas, dakwah melalui internet dapat diakses di mana saja, oleh siapa saja dan kapan saja. Namun demikian, sebelum berdakwah di dunia maya, setiap *da'i* hendaknya harus memastikan terlebih dahulu bahwa apa yang akan disampaikan sudah benar-benar sesuai dengan sumber-sumber hukum Islam. Hal ini karena,

---

<sup>68</sup> Pardianto, “Meneguhkan Dakwah Melalui New Media”, dalam Bustanul Arifin, “Dakwah Cybermedia”, *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 26, 1 (2015): 215-217.

penyampaian ajaran agama yang asal-asalan bisa jadi berbahaya dan menyesatkan *mad'u*, dalam hal ini pengguna internet.

b. Dakwah Menjadi Lebih Variatif

Dengan hadirnya Internet, kegiatan dakwah mengalami transformasi besar-besaran, utamanya dalam hal medianya. Dari yang awalnya hanya sebatas dakwah *bilqoul*, kini dakwah bisa disampaikan dalam bentuk videografi, film, konten audio visual di media sosial, *e-book*, dsb.

c. Jumlah Pengguna Internet Semakin Meningkat

Pertumbuhan pengguna internet yang terus mengalami peningkatan merupakan kabar baik bagi para *da'i* yang akan berdakwah di dunia maya, karena sasaran dakwah pun semakin meningkat tajam.

d. Hemat biaya dan energi.

Model penyampaian materi dakwah di internet lebih sederhana dibandingkan dengan dakwah konvensional. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan pun tak begitu banyak. Belum lagi, para *da'i* dapat melakukan kegiatan dakwah dimana pun mereka mau. Hal ini tentunya akan membuat para *da'i* sekaligus *mad'u* dalam menghemat biaya dan tenaga guna membagikan maupun memperoleh informasi *syar'i* yang mereka cari.

Dengan segala keistimewaan tersebut, alih-alih dikuasai dan digunakan oleh orang-orang materialis dan kapitalis, Internet atau dunia maya tentunya akan jauh lebih bermanfaat jika digunakan untuk

mendakwahkan ajaran-ajaran Islam.<sup>69</sup> Oleh karena itu, Bustanul menyimpulkan: “dakwah melalui multimedia berbasis teknologi informasi dan komunikasi menjadi kebutuhan mutlak. Sudah saatnya para pegiat dakwah mengejar ketertinggalannya dalam konteks pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk berdakwah dengan standar minimal menjadi pengguna (*user*)”.<sup>70</sup>

## 5. Dakwah Melalui Youtube

### a. Fenomena Dakwah Melalui Youtube

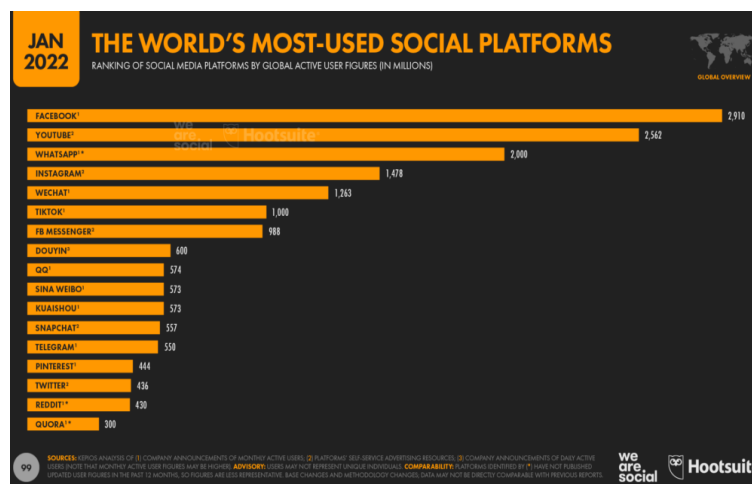
Youtube merupakan Salah satu media sosial yang banyak digemari di era sekarang ini. Terbukti, Sebuah riset bernama *We Are Social*, menemukan bahwa di tahun 2022, Youtube menjadi *platform* sosial terbanyak kedua yang digunakan di seluruh dunia setelah Facebook, dengan jumlah pengguna mencapai 2,562 Milyar dari total 4,62 Milyar pengguna aktif media sosial.<sup>71</sup> Hasil survei tersebut dapat dilihat sebagaimana tersaji dalam gambar 2.2, di bawah ini.

---

<sup>69</sup> Arifin, “Dakwah Cybermedia”, 217-218.

<sup>70</sup> Arifin, “Dakwah Cybermedia”, 218.

<sup>71</sup> We Are Social, “Digital 2022: Another Year of Bumper Growth”, *We Are Social*, <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>, 26 Januari 2022, diakses tanggal 28 Juni 2023.



Gambar 2.2 Platform Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Dunia Menurut We Are Social

Sementara itu di Indonesia, *Youtube.com* juga menempati peringkat kedua sebagai website yang paling banyak dikunjungi setelah *Google.com*. Dari 204,7 Juta populasi pengguna internet, total ada 241 Juta kunjungan terhadap platform berbasis video tersebut.<sup>72</sup> Hal ini menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat, terutama kalangan millennial, untuk eksis dan mengambil medan sosial di Youtube. Salah satu kegiatan sosial yang ramai ditemukan di Youtube adalah kegiatan dakwah. Menyadari besarnya khalayak yang ada di Youtube, para pendakwah kini ramai-ramai mentransformasikan kegiatan dakwahnya dari cara dan media konvensional menuju platform digital tersebut.

Dakwah melalui Youtube merupakan fenomena yang semakin populer di era digital saat ini. Youtube sebagai platform berbagi video secara online memberikan kesempatan kepada para *da'i* atau penceramah

<sup>72</sup> Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022," *Andi.Link*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, 2022, diakses tanggal 29 Juni 2023.

untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Dalam konteks ini, dakwah melalui Youtube mengacu pada kegiatan menyebarkan ajaran agama Islam melalui video yang diunggah di kanal Youtube. Penceramah dapat menggunakan media ini untuk menyampaikan ceramah, kajian, tanya jawab, dan materi-materi keagamaan lainnya kepada penonton.

b. Model-model Dakwah Melalui Youtube

Hamdan dan Mahmuddin mengungkapkan bahwa, beberapa model yang dapat ditemukan atau digunakan dalam berdakwah melalui Youtube adalah sebagai berikut:<sup>73</sup>

- 1) Video Ceramah Serial; yakni membuat suatu program ceramah serial dengan durasi yang cukup panjang (lebih dari 50 menit). Serial maksudnya tema dan judul yang diangkat tersusun sebagai suatu rangkaian. Misalnya, dimulai dari tema *thaharah* 10 seri, salat 10 seri, puasa 10 seri, dan seluruh yang terkait dengan ibadah.
- 2) Video Ceramah Singkat; yakni video yang berisikan ceramah berdurasi pendek (10-15 menit) dengan membahas persoalan tertentu. Tema dan judul yang diangkat tidak terikat, dan dapat pula disesuaikan dengan kondisi- kondisi aktual.
- 3) Video Potongan Ceramah; yakni potongan video singkat saat *da'i* melakukan ceramah di tempat tertentu dalam kegiatan tertentu. Video

---

<sup>73</sup> Hamdan dan Mahmuddin, "Youtube sebagai Media", 73-74.



rekaman ceramah yang panjang, dapat dipotong-potong menjadi suatu pesan pendek sehingga penonton tidak menunggu lama.

- 4) Video Musik/lagu; yakni pesan-pesan dakwah melalui musik atau lagu yang diunggah di kanal Youtube, baik dalam bentuk asli maupun cover.
- 5) Video Cerita Singkat; yakni membuat video singkat yang isinya memiliki “jalan cerita” layaknya film. Dalam hal ini juga bisa termasuk film pendek.
- 6) Siaran Langsung; yakni melakukan siaran langsung untuk setiap ceramah seorang *da'i* di suatu tempat. Misalnya, ceramah saat acara peringatan Isra' Mi'raj di Masjid Agung Kediri.
- 7) Video Komunitas; yakni video yang diproduksi oleh komunitas tertentu yang memiliki visi dakwah. Isi video yang diproduksi bergantung pada *scop* dan fokus komunitas tersebut.

Selain enam di atas, sesungguhnya model-model dakwah di media Youtube ini masih dapat dikembangkan dengan beberapa varian lagi, disesuaikan dengan segmentasi atau sasaran *mad'u*-nya. Misalnya, dengan menggunakan salah satu model di atas, tetapi lebih khusus atau fokus pada sasaran anak-anak, perempuan, remaja, ibu-ibu, dan lain sebagainya.

#### c. Tokoh yang Aktif Berdakwah Melalui Youtube

Ada beberapa ustadz kondang di Indonesia yang menggunakan Youtube untuk berdakwah. Masyarakat pun tertarik dan banyak yang

mengikutinya untuk mendapatkan ilmu agama. *Social Blade* memberi informasi, setidaknya ada beberapa tokoh *da'i* yang terkenal aktif berdakwah menggunakan media Youtube, yakni:<sup>74</sup>

1) Abdul Somad

Abdul Somad Batubara atau yang lebih dikenal dengan Ustadz Abdul Somad (UAS) merupakan salah satu penceramah yang digemari banyak orang. Ustadz Abdul Somad sangat populer di Instagram, dan Youtube. UAS berhasil meraih penghargaan *Gold Play Button* karena mendapatkan 1 juta *subscriber* lewat kanal Youtube Tafaqah Video.

2) Adi Hidayat

Ustadz Adi Hidayat (UAH) juga menjadi salah satu *da'i* kondang di Indonesia. Tausiah ustadz yang dijuluki ilmu Alquran ini juga banyak beredar di Instagram dan Youtube. Selain memiliki 2,4 juta pengikut di Instagram, UAH juga sudah memiliki 369 ribu berlangganan di kanal Youtube milinya, Adi Hidayat Official. Ada 172 video yang sudah diunggah di akun Youtube miliknya.

3) Hanan Attaki

Nama Ustadz Hanan Attaki tentu sudah tak asing lagi di telinga banyak orang, terutama para anak muda. Gaya ceramahnya yang mudah dicerna dan kerap membahas mengenai kehidupan para anak

---

<sup>74</sup> WE Online, "Dakwah Lewat Youtube, 4 Ustad Kondang Ini Dapat Penghasilan Sebesar.", *WE Online*.; <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita257504/dakwah-lewat-Youtube-4-ustad-kondang- ini-dapat- penghasilan-sebesar/2>, t.t., diakses tanggal 15 Juni 2023.

muda membuat Hanan Attaki semakin digemari banyak orang. Termasuk di Instagram, Ustadz lulusan Al-Azhar, Kairo ini sudah memiliki 7,8 juta pengikut. Bukan cuma di Instagram, dia juga terkenal di Youtube dan sudah memiliki 823 berlangganan.

Selain keempat *da'i* kondang tersebut, masih banyak lagi tokoh-tokoh penceramah yang ikut meramaikan jagat Youtube dengan konten-konten dakwah Islami. Dan salah satu pendakwah di Youtube yang banyak menarik perhatian netizen akhir-akhir ini adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar, yang terkenal dengan julukan “Habib Millenial”.

#### **D. Dakwah Habib Ja'far Melalui Kanal Youtube Jeda Nulis**

##### **1. Profil Habib Ja'far**

Memiliki nama lengkap Husein Ja'far al-Hadar, pria yang kerap disapa “Habib Ja'far” ini lahir di Bondowoso, Jawa Timur pada tanggal 21 Juni 1988.<sup>75</sup> Ia digelar habib karena merupakan salah satu keturunan Nabi Muhammad yang sah. Lahir dari latar belakang keluarga Habib yang sangat agamis mengharuskan Ia untuk menjaga nama baik keluarga dan menjaga agama Islam itu sendiri. Hal ini tercermin dari riwayat pendidikannya yang tak pernah lepas dari nuansa agama. Dimulai dari *nyantri* di salah satu pesantren di Bangil, Pasuruan, Jawa Timur, Habib Ja'far melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan memilih jurusan Aqidah dan Filsafat Islam. Setelah menyelesaikan S1, Habib Ja'far

---

<sup>75</sup> Husein Ja'far al-Hadar, *Menyegarkan Islam Kita* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), 5.

melanjutkan pendidikan magisternya di universitas yang sama dengan jurusan Ilmu al-Qur'an dan Tafsir.<sup>76</sup> Potret Habib Ja'far dapat disaksikan pada gambar 2.3 di bawah ini.



**Gambar 2.3 Habib Husein Ja'far Al-Hadar**

Habib Ja'far mengawali kegiatan dakwahnya melalui dunia tulis menulis.<sup>77</sup> Kegiatan itu telah ia lakukan sejak zaman SMA. Buku-buku dan karya tulisnya telah banyak diterbitkan dan tersebar di berbagai kolom media nasional. Melalui karya-karya tersebutlah, Habib Ja'far menyampaikan berbagai ajaran Islam guna mewarnai dunia dakwah di era sekarang ini. Kini, karena melihat perkembangan media sosial yang banyak berisi konten tidak mendidik dan cenderung bersifat negatif, Habib Ja'far pun akhirnya memutuskan untuk andil berdakwah melalui media sosial.<sup>78</sup> Habib Ja'far Al Hadar memanfaatkan media sosial seperti Twitter,

<sup>76</sup> al-Hadar, *Menyegarkan Islam Kita*, 5.

<sup>77</sup> Resa, "Retorika Dakwah Habib", 44.

<sup>78</sup> Resa, "Retorika Dakwah Habib", 44.

Facebook, Instagram, Tik Tok, dan Youtube sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada generasi milenial sebagai sasaran utamanya.

## 2. Genealogi Pemikiran Habib Ja'far

Genealogi adalah studi tentang keluarga dan penelusuran garis keturunan dan sejarah melalui metode dari mulut ke mulut, catatan sejarah, analisis genetik, dan catatan lain untuk mendapatkan informasi tentang keluarga dan menunjukkan kekerabatan dan silsilah anggotanya.<sup>79</sup> Dari studi tersebut, nantinya akan diketahui runtutan anggota keluarga serta informasi sejarah tentang keluarga yang menurunkan subyek yang dikaji. Dan dalam bahasan ini, peneliti meminjam istilah genealogi guna memaparkan informasi mengenai orang-orang yang menurunkan serta membentuk pemikiran Habib Ja'far sampai saat ini. Atau dengan kata lain, peneliti akan menjelaskan guru-guru yang mengajarkan Habib Husein Ja'far al-Hadar.

Melalui penelusuran terhadap beberapa sumber terkait, peneliti menemukan bahwa, genealogi pemikiran Habib Ja'far sendiri utamanya berasal dari sang Ayah, yaitu Ja'far Al-Hadar. Beliau pernah berkata pada kanal Youtube-nya saat bertukar pikiran dengan Boy William (*entertainer*) yang berjudul "Deep Talk with Boy William", bahwa beliau yang saat ini, terbentuk karena pengaruh didikan sang ayah.<sup>80</sup> Selain itu, seperti yang

---

<sup>79</sup> Yogie Pranowo, "Genealogi Moral Menurut Foucault Dan Nietzsche: Beberapa Catatan", *MELINTAS*, 33, 1 (2017), 56.

<sup>80</sup> Jeda Nulis, "Deep Talk with Boy William", *Youtube*, <https://youtu.be/AaO7NRRamk>, 25 Mei 2022, diakses tanggal 26 Juni 2023.

terdapat pada gambar 2.4, melalui cuitan di akun Twitter-nya, Habib Ja'far mengungkapkan tokoh-tokoh lain yang menjadi gurunya.



**Gambar 2.4 Tangkapan Layar Cuitan Habib Ja'far di Twitter**

Dari tangkapan layar pada gambar di atas, dapat diketahui bahwa diantara guru-guru yang menjadi panutannya adalah Quraish Shihab, Emha Ainun Najib, Gus Nadirsyah Hosen, Haidar Bagil, serta Habib Jindan.<sup>81</sup> Dari Tokoh-tokoh tersebut pulalah, pemikiran Habib Ja'far yang bernuansa moderat dan toleran saat ini terbentuk.

### 3. Profil Kanal Youtube Jeda Nulis

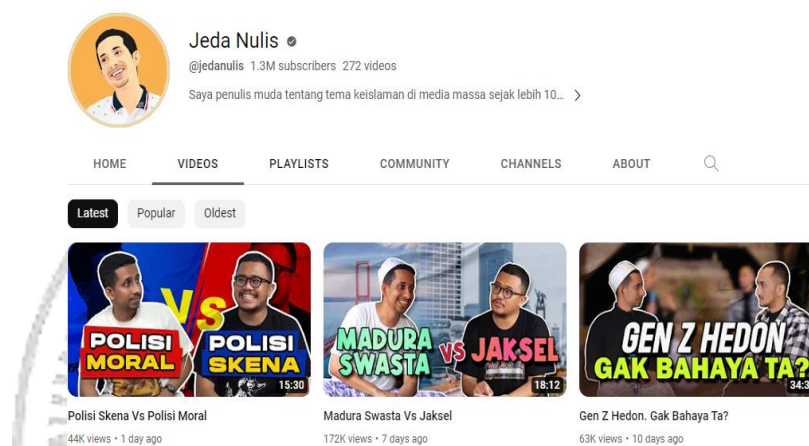
#### a. Menenal Kanal Youtube Jeda Nulis

Jeda Nulis adalah sebuah kanal Youtube yang berisi video- video ceramah Habib Husein Ja'far al-Hadar. Akun ini dinamakan Jeda Nulis, karena sebelumnya Habib Ja'far adalah seorang penulis ke-Islaman. Jeda nulis dibuat pada tanggal 03 Mei 2018, dengan video pertama yang

<sup>81</sup> Husein Ja'far Hadar (@Husen\_Jafar), "Tweet", [https://twitter.com/Husen\\_Jafar/status/1212035948420059138](https://twitter.com/Husen_Jafar/status/1212035948420059138), 31 Desember 2019, diakses tanggal 26 Juni 2023.



berjudul “Menjadi Muslim yang Moderat itu Bagaimana Sih?”.<sup>82</sup> Akun tersebut tujuannya untuk memberi dakwah kepada para remaja yang sering menggunakan media sosial. Beranda kanal Youtube Jeda Nulis dapat disaksikan pada gambar 2.5 di bawah ini.



**Gambar 2.5** Tangkapan Layar Beranda Kanal Youtube Jeda Nulis

Melalui kanal Youtube Jeda Nulis ini, beliau ingin menyebarkan video- video keislaman yang dikemas secara ringan dan mudah dipahami.

Hadirnya Jeda Nulis sebagai media dakwah ini berawal dari keresahan beliau atas fenomena dakwah Islam yang hanya bermuatan hukum. Jeda Nulis hadir berisi tentang kajian-kajian yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah yang disampaikan dengan gaya santai dan kekinian, sesuai dengan karakteristik generasi millennial yang menjadi sasaran dakwahnya. Hal ini tertuang sebagaimana dalam profil yang

<sup>82</sup> Jeda Nulis, “Beranda Akun Jeda Nulis @jedanulis”, *Youtube*, <https://www.youtube.com/@jedanulis/videos>, t.t., diakses tanggal 05 Juli 2023.

Habib Ja'far sematkan di kanal Youtube Jeda Nulis miliknya, yang berbunyi:

Saya penulis muda tentang tema keislaman di media massa sejak lebih 10 tahun lalu. Saat ini, sembari terus menulis, di saat jeda, saya bikin video tentang Islam yang adem. Karena saat ini, khususnya generasi millennial, penyampaian melalui video lebih diminati. Sekalian agar saya bisa mengekspresikan gagasan saya secara lebih luasa dengan media visual.<sup>83</sup>

Sebenarnya beliau tidak suka tampil di depan layar, beliau lebih suka di balik layar dengan hobinya menulis tentang ke-Islaman, namun keresahan beliau dalam melihat fenomena media sosial baik Youtube, Twitter, Facebook yang dipenuhi konten konten negatif baik yang bermuatan agama maupun tidak membuat beliau harus keluar dari zona nyamannya. Di media dakwah Jeda Nulis, Habib Ja'far juga berkolaborasi dengan sejumlah musisi dan komika di tanah air. Beliau berdialog dengan komika membahas tentang keislaman, dan tidak hanya itu saja beliau juga berdiskusi dengan *youtuber* lainnya yang juga ingin berdakwah dan membahas seputar ke-Islaman.

b. Pesan Dakwah dalam Kanal Youtube Jeda Nulis

Ridho Akbar dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Alhadar dalam Akun Youtube Jeda Nulis” mengungkapkan, ada tiga *maddah*/pesan dakwah yang tertuang dalam kanal Youtube Jeda Nulis milik Habib Ja'far, yakni akhlak, aqidah, dan syari'ah, yakni dari total 82 pesan dakwah didapatkan pesan

---

<sup>83</sup> Jeda Nulis, “Beranda Akun”.

aqidah sebesar 31,4%, pesan syariah sebesar 25,8% dan pesan akhlak sebesar 42,8%.<sup>84</sup> Dari hasil tersebut, dapat dipahami bahwa pesan dakwah yang dominan adalah pesan akhlak, termasuk pesan-pesan toleransi yang dibahas pada penelitian kali ini, dengan persentase sebesar 42,8%.

c. Video Dakwah Habib Ja'far dalam Kanal Youtube Jeda Nulis

Per tanggal 05 Juli 2023, kanal Youtube Jeda Nulis sudah mencapai 1,3 Juta *subscribe* (pelanggan), 94,9 Juta lebih penonton, dan 271 video.<sup>85</sup> Habib Ja'far telah sukses menyita perhatian penonton dengan berbagai macam video yang sudah di *upload* dalam akun Youtube-nya. Beberapa video dalam kanal Youtube Jeda Nulis, termasuk beberapa video yang termasuk ke dalam serial video “Indonesia Rumah Bersama” adalah sebagai berikut:

1) Menjadi Muslim Moderat Itu Seperti Gimana Sih?

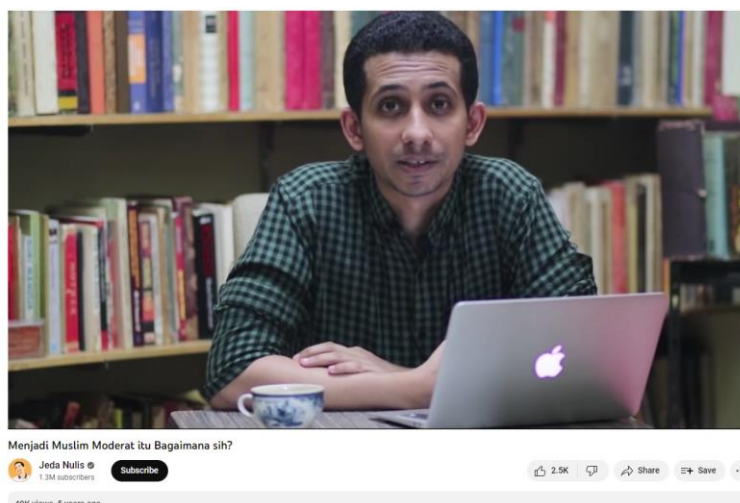
Video pertama yang diunggah Habib Ja'far ini berisi ceramah yang membahas tentang agama Islam yang moderat, agama Islam tidak perlu di moderatkan karena agama Islam sudah pasti moderat. Dan seharusnya yang di upayakan dalam moderat yaitu umat Islam itu sendiri. Sebelumnya beliau sudah menulis dibukunya tentang “Keberislaman yang Moderat” dan Habib Ja'far juga membuat video dengan tema serupa. Seperti yang tampak pada gambar 2.6, Habib

---

<sup>84</sup> Ridho Akbar, “Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Alhadar dalam Akun Youtube Jeda Nulis” (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim, Riau, 2022), i.

<sup>85</sup> Jeda Nulis, “Menjadi Muslim Moderat Itu Seperti Gimana Sih?”, *Youtube.id*, <https://www.youtube.com/watch?v=qAxXcuDoIyE>, 2018, diakses tanggal 28 Juni 2023.

Ja'far dalam video pertamanya ini sudah berhasil menarik perhatian publik.



**Gambar 2.6 Tangkapan Layar Video Ceramah “Menjadi Muslim Moderat Itu Seperti Gimana Sih?”**

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa video ini dibuat 5 tahun yang lalu, dengan jumlah penonton 49 ribu lebih.<sup>86</sup>

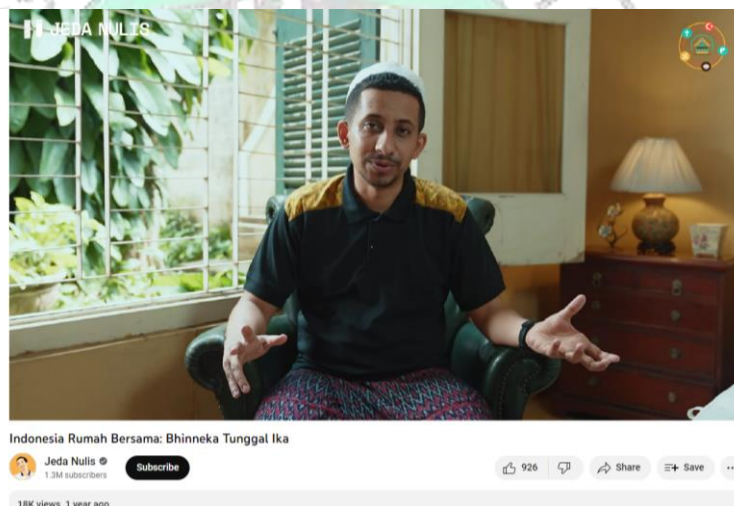
2) Indonesia Rumah Bersama: Bhinneka Tunggal Ika (Dalam Serial Video Indonesia Rumah Bersama)

Video Indonesia Rumah Bersama: Bhinneka Tunggal Ika merupakan video ke-1 dari serial video Habib Ja'far pada kanal Youtube Jeda Nulis bersama dengan enam tokoh agama dan kepercayaan lainnya yang didukung oleh Indihome. Serial video tersebut merupakan miniatur digital Indonesia dimana berbagai agama dan aliran kepercayaan ada di Indonesia, hidup bersama dalam kedamaian dan kegotong-royongan. Pada video ini, Habib Ja'far

<sup>86</sup> Jeda Nulis, “Menjadi Muslim Moderat”.

bermonolog ihwal kemajemukan bangsa Indonesia, khususnya kemajemukan agama dan kepercayaan yang secara utuh dilindungi dalam Undang-undang.

Di paruh akhir video yang potretnya terdapat pada gambar 2.7 ini, dia mengajak agar seluruh warga Indonesia untuk menjalin persaudaraan. Tak apa berbeda dalam kebenaran (keyakinan), tetapi tetap bersama dalam kebaikan seraya menciptakan imajinasi bahwa Indonesia adalah rumah bersama.



**Gambar 2.7 Tangkapan Layar Video “Indonesia Rumah Bersama: Bhinneka Tunggal Ika”**

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa video yang diunggah pada tahun 2022 ini telah ditonton sebanyak 18 Ribu kali di Youtube, dengan jumlah *like* mencapai 929 dan telah dikomentari sebanyak 51 kali.<sup>87</sup>

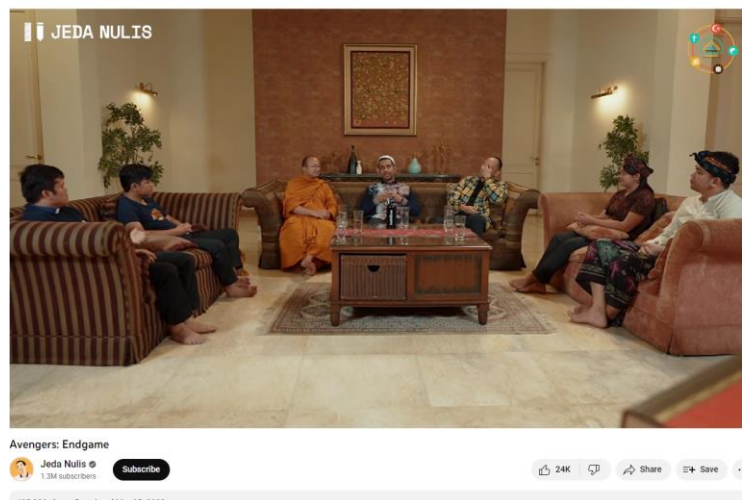
<sup>87</sup> Jeda Nulis, “Indonesia Rumah Bersama: Bhinneka Tunggal Ika”, *Youtube.id*, <https://www.youtube.com/watch?v=NrUDMFdWeA>, 2022, diakses tanggal 28 Juni 2023.

### 3) Avenger: Endgame

Video ini merupakan episode kedelapan dari serial video “Indonesia Rumah Bersama” yang berisi obrolan Habib Ja’far bersama enam tokoh agama dan kepercayaan tentang pemuda dan toleransi. Enam tokoh tersebut antara lain Pendeta Tommy Simanjuntak (tokoh agama Kristen Protestan), Ws Urip Saputra (tokoh agama Konghucu), Bhikku Dhirapunno (tokoh muda agama Buddha), Pastor Postius Gulo (tokoh agama Kristen Katolik), Yan Mitha Djaksana (tokoh muda agama Hindu), dan Jesika Putri Natasya (tokoh muda Penghayat Kepercayaan).

Berlatarkan ruang keluarga di malam hari, para tokoh agama dan kepercayaan duduk bersama sambil bersenda gurau, sebagaimana tampak pada gambar 2.8. Dalam pertemuan tersebut, para tokoh agama membahas mengenai pemuda dan toleransi. Secara bergantian mereka mengutarakan masing-masing pendapatnya tentang posisi pemuda dalam tiap agama, pemuda sebagai fokus utama dakwah dan pemuda yang dipersiapkan untuk menjadi tokoh agama pada generasi selanjutnya.





**Gambar 2.8 Tangkapan Layar Video “Avenger: Endgame”**

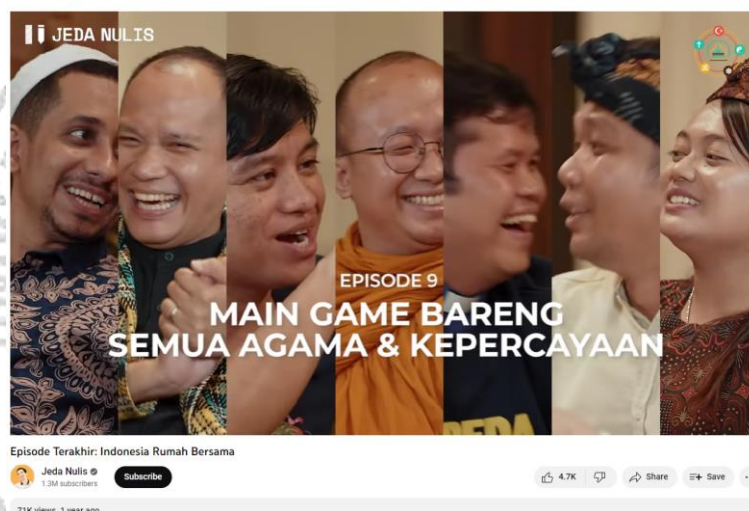
Dalam video berdurasi 1 jam 2 menit 6 detik itu, mereka saling menggaungkan nilai toleransi dan moderasi dalam hidup bernegara, karena nilai-nilai tersebut merupakan hal yang vital. Cinta kasih kepada sesama manusia dan lingkungan merupakan representasi cinta pada Tuhan. Video yang diunggah pada 25 Maret 2022 ini telah ditonton sebanyak 495.223 kali di Youtube, dengan jumlah *like* mencapai 24 Ribu dan telah dikomentari sebanyak 1.926 kali.<sup>88</sup>

#### 4) Episode Terakhir: Indonesia Rumah Bersama

“Episode Terakhir: Indonesia Rumah Bersama” adalah video terakhir dari serial 9 video Habib Ja’far dengan 6 tokoh agama dan kepercayaan yang didukung oleh Indihome. Di episode kesembilan ini seluruh tokoh agama dan kepercayaan, sebagaimana terlihat pada gambar 2.9, bermain *game* bersama. Permainan tersebut adalah mengambil kertas undian dan membacakan tulisan di dalamnya serta

<sup>88</sup> Jeda Nulis, “Avenger: Endgame”, *Youtube.id*, <https://www.youtube.com/watch?v=L6-WNauL23g>, 25 Maret 2022, diakses tanggal 28 Juni 2023.

melakukan perintah yang tertulis di sana. Perintah-perintah dalam kertas undian itupun sangat sarat akan pesan toleransi, misal perintah untuk menanyakan tradisi dalam agama lain, perintah untuk mengungkapkan tradisi agama lain yang paling disukai dan lain sebagainya. Melalui permainan tersebut, bincang lintas agama dan kepercayaan dalam serial “Indonesia Rumah Bersama” pun berhasil berakhir dengan cair dan semarak.



**Gambar 2.9 Tangkapan Layar Video “Episode Terakhir: Indonesia Rumah Bersama”**

Dari tangkapan layar pada gambar di atas, dapat diketahui bahwa video ini dibuat pada 1 tahun yang dan telah ditonton selama 77 Ribu kali, dengan *like* mencapai 4,7 Ribu.<sup>89</sup>

<sup>89</sup> Jeda Nulis, “Episode Terakhir: Indonesia Rumah Bersama”, *Youtube.id*, <https://www.youtube.com/watch?v=1H6Nh0jTp6Q>, 2022, diakses tanggal 28 Juni 2023.