

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH
TERHADAP KAUM MUDA**

(Studi Terhadap Akun Youtube Ustadz Hanan Attaki)



TESIS

Oleh:

Alwanul Fikri

NIM: 21202011010

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyusunan Tesis

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alwanul Fikri, S.Sos.

NIM : 21202011010

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jenjang : Magister (S2)

Program studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Juli 2023

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN MUGILAGA
YOGYAKARTA



Alwanul Fikri, S.Sos.

NIM: 21202011010

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alwanul Fikri, S.Sos.

NIM : 21202011010

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah **tesis** ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Juli 2023

Saya yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Alwanul Fikri, S.Sos.
NIM: 21202011010

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr,wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP KAUM MUDA

Studi Terhadap Akun YouTube Ustadz Hanan Attaki

Oleh

Nama : Alwanul Fikri, S.Sos.
NIM : 21202011010
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Wassalamu 'alaikum wr,wb.

Yogyakarta, 12 Juli 2023

Pembimbing



Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
NIP. 197001251999031001.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1241/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : Pemanfaatan Media Sosial Youtube sebagai Media Dakwah terhadap Kaum Muda (Studi terhadap Akun Youtube Ustadz Hanan Attaki)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALWANUL FIKRI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21202011010
Telah diujikan pada : Kamis, 20 Juli 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 64d084c77af2



Penguji II

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64d06e7f91128



Penguji III

Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 64be0c21015d2



Yogyakarta, 20 Juli 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64d1c93d40d0d

ABSTRAK

Dakwah di era seperti sekarang, banyak platform media sosial yang dapat digunakan untuk berdakwah secara efisien dan efektif dengan tetap menjangkau sasaran dakwah (*mad'u*) secara lebih luas. YouTube adalah salah satu platform media dengan potensi terbesar. Beberapa waktu terakhir di media sosial sangat viral dan familiar seorang Ustadz yang sangat konsisten berdakwah kepada kaum muda dia adalah Ustadz Hanan Attaki. Ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya menggunakan retorika yang dapat menarik perhatian kaum muda dan lebih mudah untuk dipahami. Kemudian, pesan dakwahnya sering mengangkat topik-topik yang berkaitan dengan masalah sosial, masalah cinta, masalah hati dan hal-hal yang berhubungan dengan masalah kaum muda sekarang.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki kepada kaum muda, serta bagaimana retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki di channel YouTubenya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, data yang diperoleh berupa video dari hasil observasi dan dokumentasi. Kemudian setelah data terkumpul dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mendeskripsikan secara lengkap.

Hasil dalam penelitian ini bahwa channel YouTube Ustadz Hanan Attaki menjadikan dirinya sebagai tokoh utama dalam menyampaikan dakwahnya di lingkungan kaum muda. Channel YouTube Ustadz Hanan Attaki menjawab keresahan-keresahan yang dirasakan kaum muda sekarang, pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki mencirikhaskan bahwa Allah sebagai obat hati dan pedoman hidup kaum muda, maka dari itu konten dakwah ini sangat cocok bagi kaum muda yang sedang mengalami permasalahan pada kehidupannya.

Kata Kunci: Pesan, Retorika, Dakwah, Ustadz Hanan Attaki

ABSTRACT

Da'wah in this era, there are many social media platforms that can be used to preach efficiently and effectively while still reaching *mad'u* more broadly. YouTube is one of the media platforms with the greatest potential. Recently, social media has been very viral and familiar, Ustadz who is very consistent in preaching to young people is Ustadz Hanan Attaki. Ustadz Hanan Attaki in conveying his da'wah uses rhetoric that can attract the attention of young people and young people to understand. Then his da'wah messages often raise topics related to social problems, love problems, heart problems and matters related to the problems of today's youth.

The purpose of this research is to find out how Ustadz Hanan Attaki's da'wah message conveys to young people, as well as how Ustadz Hanan Attaki's da'wah rhetoric is on his YouTube channel. This type of research is a qualitative descriptive research, the data obtained is in the form of videos from observations and documentation. Then after the data collected was analyzed to answer research questions and describe in full.

The results of this study are that Ustadz Hanan Attaki's YouTube channel makes himself the main character in conveying his preaching among young people. Ustadz Hanan Attaki's YouTube channel Ustadz Hanan Attaki answers the concerns that young people feel today, the da'wah message conveyed by Ustadz Hanan Attaki characterizes that Allah is the medicine for the heart and a way of life for young people, therefore this da'wah content is very suitable for teenagers who are experiencing problems in his life.

Keywords: Message, Rhetoric, Da'wah, Ustadz Hanan Attaki

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Jangan pernah mendahului apa yang akan terjadi dengan berkata tidak mampu, tidak sanggup, dan tidak kuat. Sebelum ada usaha yang menjadikan dirimu menjadi mampu, sanggup, serta kuat”.



PERSEMBAHAN

Dengan rahmat dan ridho Allah SWT. serta sholawat dan salam kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW, karya tesis ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberi kasih sayangn-nya setiap saat, terlebih ketika peneliti merampungkan karya tulis ini
2. Kedua orang tua yang sudah sangat berjasa dalam kehidupan saya selama ini. Sampai di titik ini saya dapat menyelesaikan jenjang pendidikan magister (S2) seperti yang mereka harapkan. Bapak tercinta **Muaddin, S.Ag.** dan ibu tersayang **Sufaedah, S.Pd.** berkat do'a, bimbingan, dukungan baik secara moril maupun materil yang selama ini mereka berikan pada saya sampai bisa dapat menyelesaikan pendidikan jenjang magister (S2). Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna.
3. Untuk Adik saya tersayang **Syafika Luthfi Mazida** yang selalu memberikan semangat dan hiburan untuk peneliti selama ini.
4. Untuk **Astria Ulya Riskika** terimakasih telah menemani proses peneliti yang tidak mudah ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini yang penuh dengan lika-liku yang ada selama ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho serta kemudahannya bagi penulis untuk menyelesaikan karya tesis. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya serta seluruh umat manusia. *Aamiinyarabbal'alamin*

Tesis ini berjudul “ ***Pemanfaatan Media Sosial Youtube Sebagai Media Dakwah Terhadap Kaum Muda (Studi Terhadap Akun YouTube Ustadz Hanan Attaki)***”. Tesis ini merupakan bentuk karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis tesis ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang komunikasi. Secara teknis sesuai procedural lembaga, tesis ini diajukan kepada program magister komunikasi dan penyiaran Islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Magister Sosial.

Penulis dalam menyelesaikan tesis ini karena dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan Terima Kasih yang paling mendalam kepada:

1. Rektor UIN Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh Pendidikan lanjutan di program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Ibu Prof Dr. Hj Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjut dalam program study Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay., M.Si., M.A selaku Ketua Prodi dan Pak Dr Khadiq S.Ag.,M.Hum selaku Sekretaris Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SunanKalijaga.

4. Bapak Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum selaku Dosen Pembimbing Tesis (DPT) sekaligus Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan saran serta perbaikan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Para Dosen dan Civitas akademik Program Study Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan Limpahan ilmu Pengetahuan.
6. Keluarga besar mahasiswa angkatan 2021 Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menjadi teman berproses selama menempuh pendidikan disini, serta menjadi teman berbagi cerita dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Channel YouTube @HananAttaki yang sudah menjadikan bahan penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai tanda terima kasih, melainkan hanya doa yang tulus ikhlas. Semoga segala kebaikan yang diberikan semua pihak tercatat sebagai amaljariyah. Penulis menyadari, dalam penulisan tesis ini banyak sekali kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang substansi dan membangun sangat penulis butuhkan. Semoga karya ilmiah ini dapat dibaca secara keseluruhan dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca. *Aamiinyarabbalamin.*

Yogyakarta, 12 Juli 2023

Penulis



Alwanul Fikri, S.Sos.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kajian Pustaka	7
E. Landasan Teori.....	11
F. Kerangka Berfikir.....	37
G. Metode Penelitian	37
H. Sistematika Penelitian	46
BAB II	47
PROFIL DAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI DI YOUTUBE	47
A. Biografi Ustadz Hanan Attaki	47

B. Profil YouTube Ustadz Hanan Attaki.....	53
C. Konten Dakwah Youtube Ustadz Hanan Attaki	56
BAB III.....	62
PENERAPAN PESAN DAN RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI.....	62
A. Pesan-pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki	64
1. Masalah Aqidah	65
2. Masalah Syariah.....	72
3. Masalah Akhlak	77
B. Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di YouTube.....	86
1. Gaya Bahasa pada Pemilihan Kata	87
2. Gaya Bahasa pada Pemilihan Nada	98
3. Gaya Bahasa sesuai Struktur Kalimat.....	105
4. Gaya Penyampaian	116
BAB IV	140
PENUTUP.....	140
A. KESIMPULAN	140
B. SARAN.....	142
DAFTAR PUSTAKA	143
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	149

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Foto Ustadz Hanan Attaki, 47
- Gambar 2.2 Akun YouTube Ustadz Hanan Attaki, 47
- Gambar 3.1 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 1, 65
- Gambar 3.2 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 2, 67
- Gambar 3.3 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 7, 69
- Gambar 3.4 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 3, 72
- Gambar 3.5 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 8, 74
- Gambar 3.6 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 4, 76
- Gambar 3.7 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 5, 79
- Gambar 3.8 Analisis Pesan Dakwah Konten Video 6, 81
- Gambar 3.9 Duduk Santai dan Bersandar di Kursi, 116
- Gambar 3.10 Ustadz Hanan Attaki Duduk Dengan Tegap, 117
- Gambar 3.11 Duduk Santai dan Bersandar di Kursi, 118
- Gambar 3.12 Duduk Santai dan Bersandar di Kursi, 120
- Gambar 3.13 Mengenakan Kemeja Panjang Kotak-Kotak dan Kupluk, 122
- Gambar 3.14 Mengenakan Kemeja Lengan Pendek dan Kupluk, 123
- Gambar 3.15 Mengenakan Kaos Putih Bermotif dan Kopiah, 124
- Gambar 3.16 Mengenakan Kemeja Panjang dan Topi, 125
- Gambar 3.17 Mengenakan Kaos Berwarna Hitam dan Kupluk, 126
- Gambar 3.18 Gerak Tangan Isyarat Berdo'a, 128
- Gambar 3.19 Gerak Tangan Mengarah ke Atas, 129
- Gambar 3.20 Gerak Tangan Isyarat Menghitung, 130

Gambar 3.21 Gerak Tangan Menunjukkan Sebuah Hasil, 132

Gambar 3.22 Pandangan Mata Sedang Menjelaskan Dengan Serius, 134

Gambar 3.23 Pandangan Mata Mengarah ke Depan, 135

Gambar 3.24 Pandangan Mata Mengarah ke Bawah, 136

Gambar 3.25 Pandangan Mata Ustadz Hanan Attaki, 137



DAFTAR TABEL

- Tabel 2.1 Kumpulan *Playlist Video Booster & Lifehacks*, 56
- Tabel 3.1 Delapan Video pilihan dalam Channel YouTube @HananAttaki, 59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah adalah cara untuk mendorong perbuatan baik di dunia dan akhirat di antara masyarakat. Jika kita menggali lebih jauh tentang dakwah, kita akan memahami bahwa ini adalah tindakan yang sejauh pelatihan dirasakan begitu tua, mengingat latihan dakwah telah dilakukan sejak zaman Nabi Muhammad SAW.¹ Sejak Nabi mulai berdakwah diam-diam di Makkah hingga hijrah ke Madinah, beliau wafat, dan para pejuang Islam melanjutkan perjuangannya hingga saat ini.

Untuk mewujudkan masyarakat yang mencerminkan nilai-nilai Islam secara luas, dakwah harus dikemas dan dirumuskan secara cermat. Dakwah lebih dari sekedar mengajarkan manusia bagaimana beribadah kepada Allah (*mahdlah*), tetapi juga dakwah yang mengajarkan prinsip-prinsip fundamental Islam (*tauhid*), memotivasi manusia, dan menciptakan sistem atau struktur sosial yang memungkinkan manusia saling mengingatkan untuk hidup dengan nilai-nilai Islam tersebut.²

Bahkan di zaman sekarang ini, kegiatan dakwah tidak terbatas dilakukan dari mimbar ke mimbar. Namun, di era milenial, banyak platform

¹ Hasan Mohammad, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 11.

² Ropongi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madani, 2016), 184.

media sosial yang dapat digunakan untuk berdakwah secara lebih efisien dan efektif dengan tetap menjangkau *mad'u* secara lebih luas. YouTube adalah salah satu platform media dengan potensi terbesar.

Beberapa waktu terakhir di media sosial sangat viral dan familiar seorang Ustadz yang sangat konsisten berdakwah kepada anak muda dia adalah Ustadz Hanan Attaki. Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981 dengan nama lengkap Tengku Hanan Attaki. Hanan Attaki seorang Ustadz yang digandrungi di kalangan kaum muda di era milenial ini. Penampilannya yang sederhana, cara menyampaikan dakwah yang juga cukup santai dan mudah dipahami di kalangan kaum muda menjadi salah satu daya tarik yang dimiliki olehnya.

Orang tuanya memberinya pendidikan Al-Qur'an sejak ia masih kecil. Setelah beranjak dewasa, Hanan mengikuti beberapa lomba pengajian di daerahnya, Musabaqah Tilawatil Qur'an. Ustad Hanan Attaki lulus dari Pesantren Ruhul Islam di Banda Aceh pada tahun 2000. Ia dikenal sebagai santri yang berprestasi sehingga mendapat beasiswa untuk belajar di Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir. Di sana, ia belajar di Fakultas Ushuluddin, Jurusan Tafsir Al-Qur'an hingga memperoleh lisensi (Lc.) pada tahun 2004.³

³ Aldo Marantika, "Ustadz Hanan Attaki, Biografi, Profil Hingga Pengalaman Mengenal Al-Quran," KabarBanten.com, 2021, <https://kabarbanten.pikiran-rakyat.com/syiar/pr-593250737/ustadz-hanan-attaki-biografi-profil-hingga-pengalaman-mengenal-al-quran>.

Pengalamannya mengenal Al-Qur'an secara lebih dekat diawali pada usia kanak-kanak. Ustadz Hanan Attaki beberapa kali memenangkan Musabaqah Tilawatil Qur'an, dia juga pernah mendapat gelar qori' terbaik di Fajar TV, Kairo pada tahun 2005, dan mengisi acara tilawah Al-Qur'an "Min Ajmalis Soth" di dua channel Televisi (Fajar Tv dan Iqro' Tv). Dia juga pernah membuat buku berjudul Tadabbur Qur'an.⁴

Sewaktu menempuh pendidikan di Al-Azhar Kairo, Ustadz Hanan Attaki bergabung dalam kelompok studi Al-Qur'an dan ilmu-ilmu keislaman. Beliau juga pernah memimpin redaksi buletin "salsabila" yang dipimpin langsung oleh beberapa tokoh Ikhwanul Muslimin dari Mesir. Metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan cara masuk dan merangkul anak muda di sekitarnya. Gaya berbusananya yang casual, kekinian namun tetap syar'i membuat banyak remaja tertarik untuk belajar Islam melalui dakwahnya. Nama Ustadz Hanan Attaki semakin dikenal publik lantaran cara dakwahnya yang santai dan mampu merangkul semua kalangan, khususnya kalangan muda. Tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwah Ustadz Hanan Attaki.⁵

Ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya juga sering mengangkat topik-topik yang berkaitan dengan kepemudaan, terkait dengan

⁴ Nadiatan Al-Ma'rufah, "Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Berceramah Di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure)" (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), h. 39.

⁵ *Ibid*, h. 40

masalah sosial, masalah cinta, masalah hati dan hal-hal yang berhubungan dengan masalah anak muda secara keseluruhan. Dakwah Ustadz Hanan Attaki ditujukan untuk kalangan muda dari berbagai latar belakang, seperti mahasiswa dan anak sekolah, serta dari berbagai komunitas, seperti skateboard, sepeda, panahan, berkuda, dan kelompok lainnya. Tema-tema dakwah seringkali dikait-kaitkan dengan persoalan-persoalan yang dihadapi kaum muda, dan juga memiliki gaya yang khas fashion kaum muda.

Sasaran dakwah Ustadz Hanan Attaki memang menasar kalangan ketiga, atau kalangan terluar, yang terdiri dari kaum muda. Seperti yang diungkapkan oleh Haneen Akira, pengurus sekaligus istri dari Ustadz Hanan Attaki, Jika lingkaran pertama disebut orang-orang yang suka kajian. Kecintaan akan menuntut ilmu Islamnya tinggi, hadir di undangan kajian manapun dan sering ke masjid, Sudah banyak pendakwah yang menasar ke sana. Jika lingkaran kedua adalah orang-orang yang kadang hadir di kajian kalau dekat lokasinya, sesekali juga ke masjid untuk shalat berjamaah walau tidak tiap waktu shalat. Itu juga sudah banyak pendakwah yang menyentuh mereka. Lingkaran ketiga adalah orang-orang yang jarang ke masjid dan jarang ke kajian, lebih suka kumpul-kumpul dan nongkrong dengan teman-

temannya sambil mengisi waktu luang. Itulah orang-orang yang ingin kita sasar, untuk mengisi kekosongan dakwah di lingkaran terluar.⁶

Dalam penulisan ini penulis memilih meneliti bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah pada kaum muda oleh Ustadz Hanan Attaki ini, karena kaum muda adalah kelompok yang paling dekat dengan pendekatan dakwah Ustadz Hanan Attaki dan juga paling dekat dengan dunia internet, maka pada akhirnya hal ini yang mendorong penulis untuk memilih judul **“Pemanfaatan Media Sosial Youtube Sebagai Media Dakwah Terhadap Kaum Muda (Studi Terhadap Akun Youtube Ustadz Hanan Attaki)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka terdapat beberapa pertanyaan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apa pesan-pesan dakwah yang disampaikan untuk kaum muda?
2. Bagaimana retorika dakwah yang disampaikan untuk kaum muda?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana penampilan *da'i* tersebut dalam berdakwah, bagaimana pesan-pesan

⁶ Mahmuda Attar Hussein, “Ustadz Muda Hanan Attaki, Dakwah Gaul Untuk Rangkul Milenial,” n.d., <https://langit7.id/read/18239/1/Ustadz-muda-hanan-attaki-dakwah-gaul-untuk-rangkul-milenial-1656486367>.

dakwah yang disampaikan serta bagaimana retorika dakwah yang disampaikan terhadap kaum muda.

2. Kegunaan Penelitian

Dari sudut pandang teoritis dan praktis, diharapkan penelitian ini akan berkontribusi pada keberlanjutan sektor penelitian dan pendidikan. Berikut pembahasan dan penjelasan keduanya:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan terkait diskursus keilmuan komunikasi dan dakwah. Pengembangan kedua multi disiplin keilmuan ini diwujudkan dengan melakukan penelitian ini secara komprehensif dengan fenomena yang kontemporer terutama terkait dengan pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah oleh Ustadz Hanan Attaki. Kemudian penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan sumber referensi pada penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Dalam kegunaan praktisnya semoga penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dalam berdakwah di Indonesia, serta dapat membuat suatu perkembangan dalam mengimplementasikan pemanfaatan media sosial untuk berdakwah terhadap kaum muda.

D. Kajian Pustaka

Sebelum melakukan penelitian ini, penulis terlebih dahulu membaca kajian terdahulu yang telah diselesaikan oleh para analis terdahulu untuk dijadikan sebagai bahan korelasi baik mengenai kelebihan maupun kekurangan yang secara umum ada untuk melihat perbedaan objek yang menjadi pusat penelitian sehingga kajian yang penulis lakukan dapat diketahui dan layak untuk diteliti. Dari penelaahan yang penulis terapkan ada beberapa referensi sebagai rujukan tesis ini sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Salam, Muliaty Amin, Kamaluddin Tajibu yang berjudul *Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)*.⁷ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang Ustadz Hanan Pesan dakwah Attaki di channel Youtube Hanan Attaki. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui metode penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki di channel Youtube Hanan Attaki kepada mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Hasilnya menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki terkandung motivasi, saran, peringatan yang dikemas dengan menarik

Untuk menjadi bahan perbandingan mengenai kelebihan atau kekurangan yang ada penelitian ini membahas tentang pesan dakwahnya saja

⁷ Kamaluddin Tajibu Abdul Salam, Muliaty Amin, "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)," *Jurnal Washiyah* 1.3 (2020): 653–65, <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>.

yang ada dan objek dari penelitiannya yang hanya difokuskan pada mahasiswa Jurusan KPI saja. Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah pada fokus penelitian saya pada pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah dan objek penelitian yang akan di teliti.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Cut Sri Wahyuni yang berjudul *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah*.⁸ Penelitian ini mengkaji tentang aktivitas dakwah melalui media sosial yang menyedot perhatian semua pihak. Sehingga banyak bermunculan para *da'i* media sosial secara konvensional sudah populer di tengah-tengah masyarakat, salah satu *da'i* yang populer yaitu Ustadz Hanan Attaki melalui salah satu media sosialnya Instagram. Perbedaan dengan penelitian saya penelitian ini meneliti di media sosial instagram sedangkan saya di media sosial YouTube dan penelitian ini fokus pada pandangan islam sedangkan saya fokus pada kaum muda.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh S. Dinar Annisa Abdullah yang berjudul *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video "Kangen" Di Youtube)*.⁹ Tulisan ini mengkaji tentang konten dakwah Hanan Attaki di media sosial dalam upaya

⁸ Cut Sri Wahyuni, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah"6.3(2022):452228,[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035159&val=20674&title=Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035159&val=20674&title=Pemanfaatan+Media+Sosial+Dalam+Pandangan+Islam+Sebagai+Media+Dakwah).

⁹ S. Dinar Annisa Abdullah, "Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Genaerasi Millennial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video 'Kangen' Di Youtube)," *Raushan Fikr* 7.1 (2018): 65–74, <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/raushanfikr/article/view/2206>.

menebar kebaikan dan pesan-pesan keagamaan, khususnya tentang ketuhanan dikalangan kaum muda. Dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis), penelitian ini berusaha menggambarkan secara mendalam isi informasi yang dikaji yaitu postingan youtube Hanan Attaki bertema “Allah Kangen Hamba-Nya”. Perbedaan dengan kajian saya terletak pada isi pesan dakwah yang di sampaikan, penelitian ini hanya berfokus pada kajian ketuhanan sedangkan penelitian saya berfokus pada isi pesan dakwah yang banyak berpengaruh untuk kalangan anak muda.

Keempat, Penelitian yang ditulis oleh Teguh Nurjaman, Rita Herlina yang berjudul *Personal Branding Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial*.

¹⁰Dalam kajian ini, Ustadz Hanan Attaki memiliki pribadi yang sangat unik dan daya yang berbeda. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini. Penelitian ini bertujuan mengetahui metode dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial dalam membentuk personal branding untuk mengetahui pendekatan dakwah kepada kaum muda, perbedaan dengan penelitian saya adalah terletak pada perspektif penelitian yang ditulis dalam penelitian diatas menggunakan personal branding dalam dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki sedangkan penulis fokus pada bagaimana retorika serta pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki.

¹⁰ Teguh Nurjaman Rita Herlina, “Personal Branding Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial,” *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 8.1 (2021): 22–29, <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/1471/964>.

Kelima, Penelitian yang ditulis oleh Azmi Fadhilah Mujahid, Muhammad Fauzi Arif yang berjudul *Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id.*¹¹ Hasil dari penelitian ini adalah di era perkembangan teknologi yang sangat pesat, hal ini tentunya mulai mempengaruhi cara penyampaian dakwah di era seperti ini. Dimana seorang *da'i* bisa menggunakan media sosial instagram untuk menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial, media sosial instagram bukan hanya untuk bisa eksis, tetapi lebih dari itu kita bisa memanfaatkannya sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah. Salah satu contoh akun Instagram yang memiliki kecenderungan menyampaikan pesan dakwah adalah akun @shiftmedia.id. Akun ini dipelopori oleh salah satu Ustadz ternama yaitu Ustadz Hannan Attaki yang juga menjadi awal terbentuknya komunitas pecinta hijrah. Bisa kita lihat dari berbagai unggahan dari akun ini yang terus melibatkan pesan pesan dakwah baik secara aqidah, syariah maupun akhlak. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan ialah penulis berfokus pada objek nya yaitu kaum muda, serta media sosial yang akan peneliti gunakan adalah media sosial YouTube sedangkan peneliti diatas menggunakan media sosial instagram.

¹¹ Azmi Fadhilah Mujahid Muhammad Fauzi Arif, "Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 2.2 (2022): 105–10, <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/1471/964>.

E. Landasan Teori

Menurut buku *Communication Theory* karya Jonathan H. Turner, teori adalah proses munculnya ide-ide yang membantu kita mencari tahu bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi. Menurut Kerlinger, hipotesis adalah gagasan atau pengembangan yang saling terkait satu sama lain, suatu tingkat yang mengandung perspektif metodis tentang kekhasan. Ketika seorang peneliti tidak berangkat dari (berdasarkan) jenis teori tertentu, teori berfungsi sebagai pisau analitis yang membantu memahami data.¹² Penafsiran peneliti didukung oleh teori sehingga dapat diterima kebenarannya oleh pihak lain.

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial pada dasarnya adalah hasil dari teknologi internet baru, yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berbagi, berkomunikasi, berpartisipasi, dan menyebarkan konten mereka sendiri melalui jaringan *virtual*.¹³ Jaringan sosial dapat berupa media sosial, merupakan teknologi yang secara *update* didapatkan dari hasil diinternet, Pengguna sosial media ini dapat secara mudah melakukan komunikasi, dan berperan, dalam mendirikan jejaring di dunia maya, dapat dikatakan bahwa pengguna jaringan tersebut dapat memberitahukan secara luas mengenai konten yang dibuat.¹⁴

¹² Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013).

¹³ Dan Zarella, *The Social Media Marketing Book* (Canada: O'Reilly Media, 2010), h. 2-3.

¹⁴ *Ibid*, h. 2-3.

Media sosial sebagai saingan kuat media arus utama atau bahkan telah melampaui kekuatannya memilikinya memediasi kehidupan masyarakat modern, khususnya masyarakat milenial. Proses mediasi lambat laun telah menjadi budaya yang kokoh di kalangan kehidupan generasi milenial, khususnya muslim, di Indonesia dan seluruh dunia. Mereka tampaknya tidak dapat hidup tanpa sarana teknologi media sosial sebagai sarana komunikasi sehari-hari.¹⁵

Konsumsi informasi terjadi dalam berbagai bentuk, baik dari sudut pandang media dan tujuan konsumen dan kondisi sekitar masyarakat yang terlibat dalam proses informasi. Dari perspektif media, platform media jenis ini memberikan pilihan dalam hal konten dan kapasitas teknologi, fitur, infografis, dan berbagai desain untuk memanfaatkan media teknologi baru.¹⁶ Dari perspektif konsumen, informasi dapat dilihat dari aspek perilaku pelaku, yang meliputi motivasi, kebutuhan, kebiasaan, dan persepsi dalam menggunakan informasi.¹⁷

Menurut Mandibergh media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai

¹⁵ Robby Habiba Abror, "Infotainment Sebagai Teks: Dekonstruksi Libido Pasar Berita Ideologis Dalam Ekonomi-Politik Media Hiburan," *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 15.2 (2014): 175–84.

¹⁶ Robby Habiba Abror, "Relasi Pendidikan Dan Moralitas Dalam Konsumsi Media: Perspektif Filsafat Pendidikan Islam," *Jurnal Pendidikan Islam* 2.2 (2013): 401–18.

¹⁷ Robby Habiba Abror, "Televisi Dan Khalayak: Mengkritisi Dialog Yang Deterministik Dan Monolog (Perspektif Filsafat Media)," *Jurnal Komunikata*, 2012, 109–26.

konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be share one-to-one*) dan media public untuk berbagi kepada saja tanpa ada kekhususan individu.¹⁸

Dari definisi di atas, dapat dipahami bahwa media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (*internet*) dimana para pengguna (*user*) media sosial bias saling berkomunikasi, berinteraksi, saling mengirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*) meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan lain sebagainya.

b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Hadi Purnama media sosial memiliki beberapa karakteristik, yaitu:¹⁹

- 1) Jangkauan (*reach*) adalah daya jangkauan sosial media mencakup skala kecil hingga besar.
- 2) Aksesibilitas (*accessibility*) adalah sosial media lebih mudah diakses oleh public dengan biaya terjangkau baik dimanapun dan kapanpun.
- 3) Penggunaan (*usability*) adalah sosial media relative mudah digunakan.
- 4) Aktualitas (*immediacy*) adalah sosial media dapat memancing respon khalayak lebih cepat.

¹⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 11.

¹⁹ Hadi Purnama, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication* (Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011), h. 116.

2. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti perintah, nasehat, amanat yang harus dilakukan atau disampaikan kepada orang lain, baik individu maupun kelompok.²⁰ Pesan disini merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang memiliki perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk atau organisasi pesan. Pesan disini merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang memiliki perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk atau organisasi pesan.²¹

Pesan umumnya disampaikan dalam bentuk simbol, yaitu berupa verbal (lisan) atau nonverbal (non-lisan). Simbol lisan berupa katakata, sedangkan simbol nonverbal disampaikan dalam bentuk nada suara atau gerak fisik (*gesture*) seperti gerak mata, ekspresi wajah, memainkan jari-jemari atau sikap badan dan penampilan, atau isyarat seperti membunyikan alat atau menunjukkan warna.²²

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang

²⁰ Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), h. 883.

²¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 97.

²² Z. Arifin, *Evaluasi Pembelajaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 249.

disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Istilah komunikasi pesan juga disebut dengan *message*, *content* atau informasi. Berdasarkan penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau menggunakan sarana media.²³

Syarat pertama yang diperhatikan dalam merencanakan dan menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi (*maddah*) dakwah yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Dalam ilmu komunikasi dijelaskan bahwa syarat utama sebuah pesan dalam mempengaruhi khalayak, ialah pesan itu mampu membangkitkan perhatian khalayak. Hal ini juga berkaitan dengan faktor siapa (*da'i* atau *mubaligh*) yang akan menyampaikan atau menyajikan pesan dakwah tersebut. Karena suatu pesan dakwah yang sama, tetapi disampaikan oleh dai yang berbeda kepada khalayak yang sama akan menimbulkan efek yang berbeda. Begitupun suatu pesan yang sama disampaikan oleh dai yang sama, tetapi kepada khalayak yang berbeda, juga akan menimbulkan efek yang berbeda pula.²⁴

Segala pesan yang amar ma'ruf nahi mungkar, yang bersumber dari Al- Qur'an dan Hadis dan tidak bertentangan dengan keduanya adalah pesan dakwah. Nilai-nilai ajaran Islam secara implisit maupun eksplisit tertuang dalam kedua sumber tersebut. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk

²³ Wahyu ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 98.

²⁴ Arifin, *Evaluasi Pembelajaran*, h. 249.

menerima dan mengamalkannya.²⁵

Pesan dakwah harus menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan dan kepentingan khalayak sebagai manusia atau sebagai makhluk sosial, maka pesan harus direncanakan. Perencanaan disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik khalayak. Khalayak harus diajak dan harus dimohon atau dibujuk dengan pesan dakwah persuasif dan metode *persuasive*.²⁶

Pesan yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber Al-Qur'an dan Hadits disebut juga materi dakwah. Oleh karena itu membahas pesan dakwah adalah membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas, bisa dijadikan sebagai maddah dakwah Islam.²⁷

Materi dakwah, tidak lain adalah al-Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utama yang meliputi akidah, syari'ah dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya.²⁸

Maddah atau materi dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam tiga masalah pokok, yaitu sebagai berikut:²⁹

²⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h. 88.

²⁶ Arifin, *Evaluasi Pembelajaran*, h. 246.

²⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 319.

²⁸ Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos, 1997), h. 33.

²⁹ Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 332-333.

1) Masalah Akidah

Aqidah artinya ketetapan yang tidak ada keraguan pada orang yang mengambil keputusan. Pengertian aqidah dalam agama maksudnya berkaitan dengan keyakinan, bukan perbuatan, seperti percaya dengan kekuasaan Allah dan diutusnya para Rasul.³⁰ Pesan aqidah merupakan pesan yang berkaitan dengan kepercayaan atau keyakinan seseorang terhadap Keesaan dan Kemahakuasaan Allah SWT dan Rasulnya yang meliputi rukun iman dan rukun Islam, atau segala sesuatu yang harus diyakini menurut ajaran Al-Qur'an atau al-Sunnah. Aqidah merupakan pondasi yang utama yang disampaikan oleh para Nabi dan Rasul.

Di bidang aqidah ini pembahasannya tidak hanya tertuju pada masalah masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah masalah yang dilarang sebagai lawannya. Misalnya syirik yaitu menyekutukan adanya Tuhan, ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

Aqidah mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, yaitu:³¹

- 1) Aqidah Islam telah memuaskan akal dan memberikan ketenangan pada jiwa manusia, sebab, Aqidah Islam telah menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan jawaban yang memuaskan dan shahih.

³⁰ Abdullah bin Abdul Hamid Al-Atsari, *Intisari Aqidah Ahlussunnah Waljama'ah* (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2006), h. 33.

³¹ Harum Nasution, *Teologi Islam: Aliran-Aliran Sejarah Teori Perbandingan* (Jakarta: UI Press, 1987), h. 37.

2) Aqidah Islam telah menciptakan keteguhan dan keberanian pada diri muslim.

3) Aqidah Islam akan membentuk ketakwaan pada diri seorang muslim, setelah muslim menyadari hubungannya dengan Allah dan bahwa Allah Swt akan menghisab semua perbuatannya pada hari kiamat, maka ia akan menghindarkan diri dari perbuatan yang diharamkan serta melakukan perbuatan yang baik dan yang dihalalkan. Sebab ia telah meyakini bahwa hari perhitungan pasti datang.

4) Aqidah Islam dibangun berdasarkan akal, selama kita beriman kepada Allah, Al-Qur'an, dan kepada nabi Muhammad Saw dengan jalan akal, maka wajib bagi kita mengimani segala hal yang diberitakan dalam Al-Qur'an kepada kita. Sama saja apakah yang diberitakan itu dapat dijangkau oleh akal dan panca indra manusia, atau berupa perkara-perkara ghaib yang sama sekali tidak dapat dijangkau oleh panca indra manusia seperti hari akhir, malaikat, dan perkara ghaib lainnya

5) Aqidah Islam sesuai dengan fitrah manusia. Beragama (altadayun) merupakan hal yang suci bagi manusia. Perwujudan dari naluri beragama ini adalah kenyataan bahwa dirinya penuh kelemahan, kekurangan dan serta membutuhkan terhadap sesuatu yang lain. Kemudian aqidah Islam hadir untuk memberikan pemenuhan terhadap

naluri beragama dalam diri manusia, dan membimbing manusia untuk mendapat kebenaran akan adanya pencipta Yang Maha Kuasa. Dimana, semua makhluk yang ada, dan keberadaannya sendiri tidak bergantung pada siapapun.

6) Aqidah Islam komprehensif (menyeluruh). Aqidah Islam telah menjawab seluruh pertanyaan manusia tentang alam semesta, manusia, kehidupan dan menetapkan bahwa semuanya itu adalah makhluk. Aqidah Islam juga menetapkan bahwa sebelum kehidupan didunia ada Allah Swt, sedangkan setelah kehidupan dunia akan ada hari kiamat. Aqidah Islam juga menetapkan bahwa hubungan antara kehidupan dunia dengan apa yang ada sebelum kehidupan dunia adalah keterikatan manusia dengan perintah-perintah dan larangan-larangan Allah Swt. sedangkan hubungan antara kehidupan dunia dengan kehidupan sesudahnya adalah perhitungan, surga, dan neraka.

2) Masalah Syariah

Berdasarkan istilah Syariah berasal dari kata Syar'i yang berarti jalan yang harus ditempuh setiap muslim. Syariah dibagi menjadi dua bidang yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia untuk berhubungan dengan Allah, sedangkan muamalah adalah ketentuan Allah yang

berhubungan dengan kehidupan manusia.³² Pesan syariah mencakup segala ibadah manusia yaitu sebagai hamba Allah yaitu melaksanakan shalat, puasa, zakat, dan ibadah lainnya. Selain mengenai ibadah manusia terhadap Allah, syariah juga mengatur hubungan manusia dengan saudara seagama, hubungan alam dan seluruh aspek kehidupan.

Masalah masalah yang berhubungan dengan syariah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah SWT, akan tetapi masalah masalah yang berkenaan pada pergaulan hidup antara sesama manusia juga di perlukan. Seperti hukum jual beli, berumah tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan dan lain lainnya. Demikian juga larangan Allah seperti minum, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula masalah masalah yang menjadi materi dakwah Islam.

Materi syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih sehingga umat Islam tidak terperosok kedalam keburukan dan kejelekan, sementara yang diinginkan oleh dakwah adalah kebaikan.

³² Yantos, "Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opic," *Jurnal Risalah* 24.2 (2013): 22.

Ali Ahmad al-Jurjawi menjelaskan bahwa terdapat 4 (empat) tujuan utama diwajibkannya Syariat Islam untuk diterapkan, keempat tujuan utama yang dimaksud yaitu untuk:³³

1. Mengenal Allah, mengesakan-Nya, mengagungkan dan mensifati-Nya dengan sifat-sifat kesempurnaan, sifat-sifat yang wajib, mustahil, dan boleh;
2. Mengatur tata cara ibadah dan penghambaan sebagai pernyataan pengagungan dan rasa syukur atas segala nikmat-Nya yang tiada terhingga;
3. Menyuruh melakukan amar ma'ruf nahi mungkar, menghiasi diri dengan akhlak mulia, dan sifat-sifat yang dapat mengangkat kita ketingkat kemuliaan, seperti menolong orang-orang yang membutuhkan bantuan, memuliakan tetangga, menjaga amanah, sabar, dan sifat-sifat terpuji lainnya;
4. Mendatangkan hukum dan sanksi-sanksi terkait dengan muamalah (yang cenderung diabaikan di era sekarang), untuk menghentikan berbagai pelanggaran dan penyelewengan, sehingga tercipta rasa aman di tengah-tengah masyarakat.

3) Masalah Akhlak

Secara *etimologis* akhlak berarti budi pekerti, tingkah laku, atau tabiat. Pesan akhlak meliputi akhlak terhadap Allah, Akhlak terhadap makhluk yaitu akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat, binatang dan lain

³³ Ali Ahmad Al-Jurjawi, *Indahnya Syariat Islam: Mengungkap Rahasia Dan Hikmah Di Balik Perintah Dan Larangan Dalam Al-Qur'an Dan Sunnah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013), h. 1.

lainnya.³⁴ Akhlak merupakan suatu ilmu yang menjelaskan baik dan buruk perbuatan seseorang, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada yang lainnya. Akhlak yang baik menjadi hal yang sangat penting dalam tata hubungan nilai antar sesama manusia. Nabi Muhammad SAW diutus ke dunia ini dalam rangka memperbaiki akhlak manusia dan sebagai contoh suri tauladan.

Pesan akhlak juga sangat luas sekali tidak hanya bersifat lahiriyah saja, tetapi juga melibatkan akal pikiran. Akhlak dunia (agama) mencakup berbagai aspek, dimulai dari akhlak kepada Allah Swt, pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah Swt. Akhlak kepada sesama manusia. Akhlak terhadap lingkungan, lingkungan disini adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia, baik binatang, tumbuh tumbuhan, maupun benda benda lainnya. Akhlak atau perbuatan tanpa dilandasi dengan iman maka perbuatan itu tidak bermakna, sebaliknya iman tanpa diikuti dengan akhlak yang baik diibaratkan pohon yang tumbuh tetapi tidak berbuah.

Berikut beberapa karakteristik akhlak, yaitu:³⁵

a. Akhlak mengajarkan dan menuntut semua manusia kepada tingkah laku yang baik dan benar. Kebaikan dan kebenarannya sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah.

³⁴ Wahyu ilahi, *Komunikasi Dakwah*, h. 107.

³⁵ Nasharuddin, *Akhlak: Ciri Manusia Paripura* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 211-212.

- b. Akhlak menetapkan bahwa yang menjadi sumber tingkah laku, ukuran baik dan buruk didasarkan pada Al-Qur'an dan As- Sunnah. Jika moral dan etika memandang bahwa sesuatu itu baik, belum tentu dipandang baik menurut wahyu.
- c. Akhlak bersifat universal dan komprehensif, dapat diterima semua manusia.
- d. Akhlak memiliki rumus yang praktis dan tepat menurut fitrah dan akal pikiran manusia. Ajarannya dapat diterima dan dijadikan pedoman oleh seluruh umat manusia.
- e. Akhlak mengatur dan mengarahkan fitrah manusia ke tingkat akhlak yang tinggi dan luhur.

b. Unsur-Unsur Dakwah

1) Pelaku Dakwah (*Da'i*)

Da'i adalah orang yang menyampaikan dakwah secara lisan atau tertulis sebagai petunjuk atau perbuatan baik secara sendiri-sendiri, dalam perkumpulan, lembaga atau perkumpulan. Karena Islam hanyalah sebuah ideologi yang tidak mewujud dalam kehidupan masyarakat tanpa *da'i*, maka komponen dakwah yang paling signifikan disebut *da'i*.³⁶

Allah SWT telah mewajibkan kepada Rasulnya dan orang-orang *mu'min* untuk berdakwah kepada Allah, akan tetapi Allah mengikat

³⁶ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana,2009), h. 81

perintahnya tersebut dengan syarat harus dikerjakan atas dasar ilmu pengetahuan yang mendalam (*bashirah*) dan kebijaksanaan (*al-hikmah*).³⁷

2) Penerima Dakwah (*Mad'u*)

Orang yang menjadi penonton dan diajak masuk Islam secara *kaffah* disebut *mad'u*. Objek dakwah adalah individu yang menjadi tujuan dakwah. Sejalan dengan itu, objek dakwah senantiasa berubah karena perubahan sudut sosial-sosial, dengan tujuan agar objek dakwah senantiasa mendapat pertimbangan dan reaksi yang luar biasa bagi orang-orang yang melakukan dakwah.³⁸

3) Materi Dakwah (*Maddah*)

Mubaligh harus selalu mengingat bahwa materi dakwah merupakan bagian terpenting dalam dakwah karena penyampaian yang baik dan antusias membuat pesan atau materi dakwah menjadi menarik. Juru dakwah harus mampu menyampaikan materi dakwah dengan cara yang sesuai dengan kebutuhan khalayak pada saat itu. Pesan atau materi dakwah dapat berupa lisan, tulisan atau perbuatan baik.³⁹

4) Media Dakwah (*Wasilah*)

Dakwah mutlak membutuhkan media agar *mad'u* dapat mempelajarinya dan menerimanya. Media dakwah tetap menjadi salah satu

³⁷ Syaikh Abdurrahman Abdul Khaliq, *Metode Dan Strategi Da'wah Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996), h.113.

³⁸ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Konteporer*, (Yogyakarta, Mitra Pustaka, 2000), h. 32.

³⁹ Endang Saepuddin Anshori, *Wawasan Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 1991), h 192.

bagian penting untuk mencapai tujuan dakwah.⁴⁰ Da'i berkomunikasi satu sama lain melalui media dakwah. Wasilah atau wasail yang artinya alat atau perantara dalam bahasa arab sama dengan media. Media yang digunakan mitra dakwah untuk menerima pesan dakwah adalah media dakwah. Ada banyak instrumen yang dapat digunakan sebagai media dakwah, asalkan media tersebut digunakan sebagai alasan untuk mengajar.⁴¹

5) Metode Dakwah (*Approach*)

Metode dakwah adalah teknik yang digunakan oleh seorang da'i atau komunikator untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan kecerdikan dan empati. Dengan kata lain, metode dakwah harus didasarkan pada pemahaman tentang bagaimana menumbuhkan rasa hormat yang luhur terhadap orang lain.

⁴²

6) Efek Dakwah (*Atsar*)

Efek dakwah adalah suatu pengaruh atau tindakan dan sikap setelah mitra dakwah menerima pesan tersebut.⁴³

Dengan demikian unsur-unsur dakwah adalah bagian terpenting dari dakwah. Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur

⁴⁰ Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respon Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Cerimai*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 13

⁴¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, ssh. 403-404

⁴² Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h.43.

⁴³ Aziz Ali Moh, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 456.

yang terkandung dalam dakwah atau bahasa lainnya adalah komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah.

3. Retorika

a. Pengertian Retorika

Retorika berasal dari kata bahasa Inggris *rethoric*, yang aslinya berarti "ilmu berbicara". Seiring waktu, retorika telah meluas hingga mencakup "seni berbicara di depan umum" atau "penjangkauan untuk menciptakan kesan yang diinginkan".⁴⁴

Sebuah metode menggunakan bahasa sebagai seni yang didasarkan pada pengetahuan yang terorganisir dengan baik secara tradisional disebut sebagai retorika. Dengan demikian, ada dua sudut pandang yang harus diketahui dalam cara berbicara, yaitu informasi tentang bahasa dan penggunaan bahasa secara tepat, dan selanjutnya informasi tentang artikel tertentu yang akan disampaikan dengan bahasa.⁴⁵

Dalam bahasa Indonesia, istilah cara berbicara dicirikan sebagai seni berbicara.⁴⁶ Retorika dapat dianggap sebagai bidang studi yang mempelajari kemampuan berbicara di depan umum.⁴⁷ Menurut Jalaluddin Rakhmad dalam buku *Retorika Modern, Reasonable Methodology*, cara berbicara berasal dari

⁴⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 4.

⁴⁵ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1996), h. 1.

⁴⁶ Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Yogyakarta: Liberty, 1989), 132.

⁴⁷ IGusti Ngurah Oka, *Retorika* (Malang: Yayasan Asih Asah Usuh, 1990), 27.

bahasa Yunani, retor, speaker, edukator. Retorika secara umum didefinisikan sebagai seni atau metode persuasi melalui komunikasi tertulis atau lisan.⁴⁸

Retorika menurut Gorys Keraf mengatakan, retorika ialah pengistilahan tradisional yang diberi untuk metode penggunaan bahasa sebagai seni dan berdasarkan pengetahuan suara. Mulanya, ilmu berikut berhubungan dengan persuasif/ajakan jadi retorika diartikan sebagai seni merumuskan argumentasi serta membuat teks pidato.⁴⁹

b. Aspek-Aspek Retorika

Terdapat beberapa bagiannya yang perlu diperhatikan dalam retorika, yakni:

1) *Style* (Gaya)

Penggunaan bahasa kiasan atau ucapan dalam tulisan dan ucapan harus diperhatikan. Gaya bahasa merupakan bagian penting dari perangkat retorika, meskipun bukan yang paling penting (primer). Menurut Aristoteles, siapa diri Anda, argumen Anda, dan memainkan emosi penonton adalah semua faktor yang dapat membantu Anda menjadi persuasif. Isi pidato, struktur, dan cara penyampaiannya adalah komponen yang memengaruhi pengaruh ajakan dalam komunikasi publik. Istilah "gaya" berasal dari istilah "*style*" atau "gaya" sebelumnya.⁵⁰ Adapun jenis-jenis gaya bahasa, seperti:⁵¹

⁴⁸ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 59.

⁴⁹ Stephen W. Littlejohn A. Foss, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), h. 73.

⁵⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009).

⁵¹ Nengah Martha, "Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang" 6.12 (2012).

- a. Gaya bahasa sesuai pilihan kata dalam bahasa baku (*standard language*) terbagi dua, yaitu:
- 1) Gaya bahasa formal adalah berbentuknya lengkap, memakai bahasa baku serta EYD lengkap, maupun nada bicara kecenderungan datar. Indikatornya seperti: menggunakan bahasa baku, memakai EYD lengkap, serta nada bicara kecenderungan datar.
 - 2) Gaya bahasa informal digunakan dalam bahasa standart, menggunakan bahasa tidak baku, tidak menggunakan EYD dengan lengkap, dan kalimatnya cenderung singkat, tidak menggunakan kata penghubung dan lebih bersifat umum. Penggunaan bahasa informal juga penting diperhatikan dalam retorika. Bahasa informal bisa digunakan untuk obrolan sehari-hari merupakan gaya bahasa yang biasa dipergunakan pada bahasa sehari-hari.
- b. Gaya bahasa menurut nada berdasarkan kepada indikasi kalimat yang dipergunakan melalui kata yang ada dalam wacana. Seringkali, indikasi berikut akan lebih nyata bila dibarengi indikasi suara serta pembicaraan apabila sajiannya berbentuk lisan.
- 1) Gaya sederhana, umumnya sangat sesuai serta efektif dipergunakan dalam memberi perintah, intruksi, pelajaran, perkuliahan, serta lainnya.

- 2) Gaya mulia serta bertenaga sesuai dengan namanya, dipenuhi dengan vitalitas maupun energi. Nada agung serta mulia ini umumnya digunakan dalam menyampaikan khotbah, pidato keagamaan, kesusilaan dan ketuhanan.⁵²
 - 3) Gaya menengah adalah gaya yang bertujuan menyebabkan keadaan bahagian serta damai. Menerapkan nada yang sifatnya lemah lembut, penuh kasih sayang, serta memiliki kandungan humor yang sehat.
- c. Gaya bahasa sesuai struktur kalimat yang dikemukakan tersebut, sehingga bisa didapat gaya berupa:⁵³
- 1) Gaya bahasa klimaks adalah gaya bahasa yang digunakan untuk menyampaikan suatu hal yang mengalami proses secara berangsur-angsur, penyampaian urutan dimulai dari awal sampai akhir.
 - 2) Gaya bahasa antiklimaks adalah gaya bahasa yang menyampaikan suatu hal atau proses dari yang tertinggi ke terendah.
 - 3) Paralelisme merupakan gaya bahasa yang bertujuan untuk mewujudkan keseimbangan dalam kata ataupun frasa yang posisi fungsinya sama berbentuk grametikal yang serupa.

⁵² Masrun, "Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah (Keluarga Yang Dirindukan Rasulullah SAW)" (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).

⁵³ Ahmad Fauzi, "Gaya Retorika Ustad Abdul Somad" (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018).

- 4) Antitesis merupakan gaya bahasa yang memiliki kandungan pembahasan-pembahasan yang bertentangan. Menggunakan kata ataupun kalimat yang berlawanan.

2) *Delivery* (Penyampaian)

Terdapat kajian mengenai gaya gerak tubuh. Pada kondisi berikut gerak fisik dipergunakan pada tiga hal, yakni: mengutarakan makna, menarik perhatian dan menanamkan kepercayaan diri, semangat maupun bisa dipergunakan mendeskripsikan ukuran serta bentuk suatu hal. Adapun macam-macam gerak tubuh seseorang dalam berkomunikasi ialah:⁵⁴

- a) Sikap badan saat berbicara.
- b) Penampilan maupun pakaian.
- c) Ekspresi wajah serta gerak tangan.
- d) Pandangan mata.

Retorika dakwah menyampaikan pelajaran Islam secara lisan melalui ceramah melalui hiburan virtual atau tatap muka, yang berarti menyebarkan pelajaran Islam secara luas dan untuk menyambut orang lain pada kebaikan. Retorika dakwah, yang diterjemahkan menjadi "ilmu berbicara", telah berkembang menjadi "seni berbicara di depan audiens untuk membuat kesan yang diinginkan." Dengan ini logika praktek dakwah adalah benar-benar fokus pada bagian pembuatan pesan atau gambar. Penggunaan simbol-simbol

⁵⁴ Ahmad Fauzi, "Gaya Retorika Ustad Abdul Somad."

yang tepat untuk menyampaikan pesan agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak merupakan prinsip utama retorika dakwah.

Retorika dakwah berkembang seiring dengan kemajuan dakwah Islam. Kegiatan dakwah telah berlangsung sejak Islam dimulai karena Islam adalah agama dakwah menyuruh manusia untuk membenarkan dan meyakini apa yang dikatakan Allah SWT, serta membenarkan dan mengikuti perintahnya.⁵⁵

4. Kaum Muda

a. Pengertian Kaum Muda

Kaum adalah individu yang bila dilihat secara fisik sedang mengalami perkembangan dan secara psikis sedang mengalami perkembangan emosional, sehingga pemuda merupakan sumber daya manusia Pembangunan baik saat ini maupun nanti yang akan menggantikan generasi sebelumnya. Kaum muda adalah individu dengan karakter yang dinamis, bahkan bergejolak dan optimis namun belum memiliki pengendalian emosi yang stabil. Kaum muda menghadapi masa perubahan sosial maupun kultural.

Terdapat banyak definisi tentang kaum muda, baik definisi secara fisik ataupun psikis tentang siapa figure yang pantas disebut pemuda serta apakah pemuda selalu diasosiasikan dengan semangat dan usia. Menurut Taufik Abdulah kaum muda adalah individu dengan karakter yang dinamis, bahkan bergejolak dan optimis namun belum memiliki pengendalian emosi yang

⁵⁵ Abdullah, "Retorika Dan Dakwah Islam," *Jurnal Dakwah* : Vol 10, No.1 (2009): 107.

stabil. Kaum muda menghadapi masa perubahan sosial maupun cultural.⁵⁶

Dalam penelitian ini kaum muda diartikan sebagai kaum muda yang masuk dalam rentang usia 18-40 tahun. Pada buku “Psikologi Perkembangan” rentang usia tersebut dinamakan Masa Dewasa Dini.⁵⁷ Pada masa ini bentuk kreatifitas akan terlihat tergantung pada minat dan kemampuan individual, kesempatan untuk mewujudkan keinginan dan kegiatan-kegiatan sosial yang di lakukan. Ada yang menyalurkan lewat hobi ada juga lewat pekerjaan yang memungkinkan menyalurkan kreatifitas.

b. Ciri-Ciri dan Karakteristik Kaum Muda

Perubahan fisik dan psikologis terjadi selama masa dewasa yang panjang ini pada waktu yang dapat diprediksi, seperti masa kanak-kanak dan masa remaja, yang juga mencakup periode yang cukup lama saat perubahan fisik dan psikologis tertentu terjadi. Masa dewasa biasanya dibagi berdasarkan periode yang menunjukkan perubahan-perubahan tersebut, serta masalah penyesuaian diri, tekanan-tekanan berdaya, dan harapan-harapan.

Kaum muda memiliki ciri yang ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media sosial, dan teknologi digital. Kaum muda mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi.

⁵⁶ Taufik Abdullah, *Pemuda Dan Perubahan Sosial* (Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 1974), h. 6.

⁵⁷ Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*, ed. Drs. Ridwan Max Sijabat, Edisi Keli (Jakarta: Erlangga, 1980), H. 246.

Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya.⁵⁸

Salah satu ciri utama kaum muda ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, kaum muda memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif. Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar.

Dengan menggunakan perangkat tersebut para kaum muda dapat menjadi individu yang lebih produktif dan efisien. Dari perangkat tersebut mereka mampu melakukan apapun dari sekadar berkirim pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis *online*, hingga memesan jasa transportasi *online*. Oleh karena itu, mereka mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang kian mutakhir. Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan

⁵⁸ Indah Budiati dkk, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), H. 18.

ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya.⁵⁹

Ciri dan karakter kaum muda juga sudah dipengaruhi pola pikir pada kehidupannya sehari-hari. Ada tiga ciri utama yang dimiliki, yaitu:⁶⁰

- 1) *Confidence* mereka ini adalah orang yang sangat percaya diri, berani mengemukakan pendapat, dan tidak sungkan-sungkan berdebat di depan publik.
- 2) *Creative* mereka adalah orang yang biasa berpikir *out of the box*, kaya akan ide dan gagasan, serta mampu mengomunikasikan ide dan gagasan itu dengan cemerlang.
- 3) *Connected* yaitu pribadi-pribadi yang pandai bersosialisasi terutama dalam komunitas yang mereka ikuti, mereka juga aktif berselancar di media sosial dan internet.

Dalam Makmun mengatakan bahwa karakteristik perilaku dan pribadi pada masa meliputi aspek:⁶¹

- a. Sosial Keinginan menyendiri dan bergaul dengan banyak teman tetapi bersifat temporer, serta adanya kebergantungan yang kuat kepada kelompok sebaya disertai semangat konformitas yang tinggi.
- b. Perilaku kognitif terjadi perubahan:

⁵⁹ Indah Budiati et al., *Profil Generasi Millenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), h. 17.

⁶⁰ Budiati et al., h. 22.

⁶¹ Abin Syamsuddin Makmun, *Psikologi Kependidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004).

1) Proses berfikir sudah mampu mengoperasikan kaidah-kaidah logika formal (asosiasi, diferensiasi, komparasi, kausalitas) yang bersifat abstrak, meskipun relatif terbatas.

2) Kecakapan dasar intelektual menjalani laju perkembangan yang terpesat.

3) Kecakapan dasar khusus (bakat) mulai menunjukkan kecenderungan-kecenderungan yang lebih jelas.

c. Moralitas

1) Adanya ambivalensi antara keinginan bebas dari dominasi pengaruh orang tua dengan kebutuhan dan bantuan dari orang tua.

2) Sikapnya dan cara berfikirnya yang kritis mulai menguji kaidah atau sistem nilai etis dengan kenyataannya dalam perilaku sehari-hari oleh para pendukungnya.

3) Mengidentifikasi dengan tokoh moralitas yang dipandang tepat dengan tipe idolanya.

d. Perilaku Keagamaan

1) Mengenai eksistensi dan sifat kemurahan dan keadilan Tuhan mulai dipertanyakan secara kritis dan skeptis.

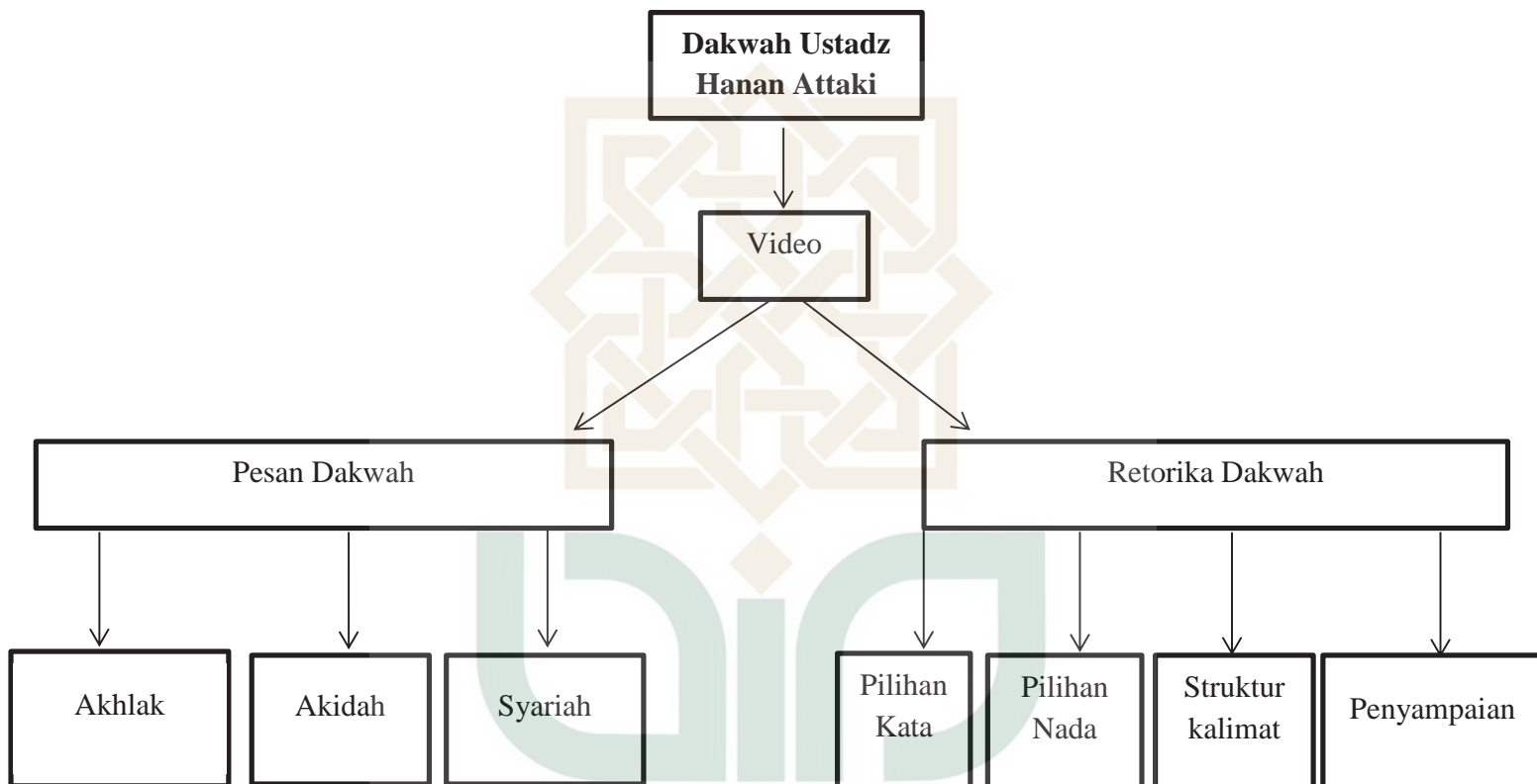
2) Masih mencari dan mencoba menemukan pegangan hidup.

3) Penghayatan kehidupan keagamaan sehari-hari dilakukan atas pertimbangan adanya semacam tuntutan yang memaksa dari luar dirinya.

e. Kepribadian meliputi

- 1) Lima kebutuhan dasar (fisiologis, rasa aman, kasih sayang, harga diri, dan aktualisasi diri) menunjukkan arah kecenderungannya.
- 2) Reaksi-reaksi dan ekspresi emosionalnya masih labil dan belum terkendali seperti pernyataan marah, gembira atau kesedihannya masih dapat berubah-ubah dan silih berganti.
- 3) Merupakan masa kritis dalam rangka menghadapi krisis identitasnya yang sangat dipengaruhi oleh kondisi psikososialnya, yang akan membentuk kepribadiannya.
- 4) Kecenderungan arah sikap nilai mulai tampak (teoritis, ekonomis, estetis, sosial, politis, dan religius), meskipun masih dalam taraf eksplorasi dan mencoba-coba. Karakter dan perilaku yang dilakukan remaja tidak terlepas dari peran pengetahuan yang akan membentuk sifat perilaku tersebut.

F. Kerangka Berfikir



G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis untuk menemukan data yang terkait dengan masalah tertentu, mengolahnya, menganalisisnya, menarik kesimpulan, dan kemudian menemukan solusinya dikenal sebagai metode penelitian. Menurut

buku Muhammad Nazir “Metode Penelitian”, penelitian adalah penyelidikan yang cermat, teratur, dan berkelanjutan untuk menyelesaikan suatu masalah.⁶²

Dengan kata lain, peneliti dapat menggunakan metodologi ini sebagai pisau bedah untuk mengeksplorasi penelitian dan menghasilkan hasil yang akurat. Secara khusus, dengan memanfaatkan data tertentu dengan berpikir, melihat sesuatu, dan membaca informasi tertulis. Oleh karena itu, peneliti tanpa henti menggambarkan secara mendalam dan lengkap untuk menciptakan jenis informasi yang menyeluruh.⁶³

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis analisis isi deskriptif kualitatif. Dimaksudkan guna mendeskripsikan secara detail suatu pesan ataupun teks tertentu. Bentuk analisis isinya tersebut tak ditujukan guna melaksanakan pengujian hipotesis tertentu ataupun korelasi di antara variabelnya. Analisisnya ini semata guna mendeskripsikan aspek serta kriteria pesan tertentu.⁶⁴

Metode penelitian ini menghasilkan temuan data deskriptif berupa kata-kata, bukan angka.⁶⁵ Menurut I Made Winartha metode analisis deskriptif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai

⁶² Nazir, *Metode Penelitian*, h. 15.

⁶³ Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 48.

⁶⁴ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 11.

⁶⁵ Sudarmawan Denim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, cet 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 51.

kondisi dan situasi dari data yang dikumpulkan berupa pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan.⁶⁶ Metode ini mengkaji pesan-pesan dalam media yang akan menghasilkan suatu kesimpulan tentang kecenderungan isi, tema, dan lain sebagainya.

Peneliti menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) bertujuan mengetahui isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Dalam hal ini mendeskripsikan dan menganalisa bagaimana pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki dan mengetahui penggunaan gaya bahasa, cara penyampaian pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki di channel YouTube @HananAttaki.

a. Subjek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati.⁶⁷ Adapun subjek dalam penelitian ini adalah informan kunci, yaitu konten video dakwah Ustadz Hanan Attaki.

⁶⁶ I Made Winartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Tesis* (Andi Publisher, 2006), h. 155.

⁶⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 26.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu sifat dari objek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian memperoleh kesimpulan.⁶⁸

Objek penelitian merupakan titik fokus perhatian dari penelitian.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang meliputi masalah akidah, syariah, dan akhlak kemudian retorika dakwah meliputi retorika dalam pemilihan berdasarkan kata, nada, dan struktur kalimat.

2. Sumber Data

Sumber data sangat penting dalam melakukan penelitian, karena data baik berupa pustaka maupun lapangan harus lengkap dan disusun secara sistematis yang dimana dalam penelitian peneliti memiliki kemampuan dalam mengolah data dengan baik dan menempatkan teori dari A sampai Z dengan baik serta laporan yang disusun secara sistematis akan menghasilkan nilai tersendiri bagi peneliti.⁶⁹

a. Sumber Data Primer

Yakni data utama yang didapat melalui subjek penelitian secara langsung.⁷⁰ Fungsinya ialah memperkuat ataupun

⁶⁸ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2013), h. 36.

⁶⁹ Nursapiah, *Penelitian Kualitatif* (Sumatra Utara: Wal Ashri Publishing, 2022).

⁷⁰ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), h. 9.

menerangkan data sekunder yang didapat, terutama yang berkaitan dengan interpretasi (penafsiran).⁷¹

Sumber data primer dalam penelitian berikut meliputi data konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube yang dibuat sesuai dengan kondisi kaum muda zaman sekarang, yakni konten yang diambil dari *Playlist* YouTube @HananAttaki “*Booster & Lifehacks*” konten ini dapat menarik minat dan para viewersnya. Video yang dipilih pada penelitian ini dilihat dari viewers minimal 100 ribu penayangan, 100 like, dan 100 komentar. Konten dakwah ini menjadi data yang sesuai dengan kriteria konten yang dibutuhkan peneliti dalam menganalisa isi konten tersebut.

b. Sumber Data Sekunder

Yakni data pendukung yang didapat dari pihak lainnya, tak secara langsung dari subjek penelitian. Data tersebut sangatlah mendukung.⁷² Lewat data tersebut dapat menguatkan data utamanya peneliti. Melalui data ini akan memperkuat data utama peneliti. Peneliti akan mendapatkan pemahaman yang lebih luas khususnya mengenai pesan dan retorika dakwah dalam akun @HananAttaki di media sosial YouTube.

⁷¹ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Solo: CV Ramadhani, 1991), h. 67.

⁷² *Ibid*, h. 67.

Data tersebut akan dipergunakan peneliti menjadi pelengkap serta penguat data utamanya. Terdapat berbagai data sekunder yang dipergunakan yakni, dokumen, buku, jurnal, hasil riset, berita, majalah, serta berbagai referensi karya ilmiah lainnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai tahap strategis guna memperoleh penelitian sebab lewat teknik berikut bisa mengumpulkan data yang sejalan standar data yang ditentukan.⁷³ Pengumpulan data adalah suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian berupa prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini termasuk penelitian literature atau kajian pustaka (*library research*), yaitu membaca dan meneliti menggunakan buku-buku yang kaitannya dengan permasalahan judul penelitian.

Untuk mencari data-data teks atau tulisan tentang kaum muda pada akun YouTube @HananAttaki, dilakukan dengan penelusuran internet. Peneliti membuka media sosial YouTube kemudian ketik @Hanan_Attaki pada kolom pencarian, kemudian masuk ke *Playlist Booster & Lifehacks* maka ditemukan video sebanyak 23 video. Peneliti memilih 8 video yang didalamnya mengandung karakteristik yang ditujukan kepada kaum muda. Kegiatan ini sangat menentukan

⁷³ Nazir, *Metode Penelitian*, h. 179.

keberhasilan penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data.

Adapun tekniknya yang dipergunakan peneliti untuk mencari data, yakni menggunakan metode:

a. Observasi

Dilaksanakan untuk memperoleh penggambaran nyata dari kejadian ataupun peristiwa. Observasi bertujuan mengamati perilaku manusia sebagai objek kajian, menyajikan gambaran kehidupan sosial, dan mengeksplorasi peristiwa.⁷⁴ Adapun observasinya yang diterapkan ialah observasi non-partisipan peneliti selaku *observer* dari luar. Dipenelitian berikut, peneliti menentukan sebagai pengamat dari luar terkait isi pesan dan retorika dakwah dalam akun @HananAttaki melalui media sosial YouTube.

b. Dokumentasi

Dilaksanakan peneliti guna menemukan data variabel yang sejalan kajian penelitian, yaitu peneliti mengumpulkan artikel jurnal, buku, penelitian terdahulu ataupun video yang berhubungan pembahasan penelitiannya.⁷⁵ Dalam hal ini buku Psikologi remaja menjadi buku pendukung dalam penelitian ini serta foto-foto dan video dalam akun YouTube @HananAttaki.

⁷⁴ Surahman Moch Rachmat, Sudibyo Supardi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), h. 153.

⁷⁵ Azwar, *Metodologi Penelitian*, h. 61.

4. Teknik Analisis Data

Proses memecah masalah dalam data penelitian menjadi bagian-bagian komponennya disebut analisis. Moleong mengungkapkan bahwa pemeriksaan informasi subyektif adalah pekerjaan yang dilakukan oleh spesialis dengan menyusun informasi, menyusun informasi menjadi satuan-satuan yang dapat dipertanggung jawabkan, mencari dan menelusuri contoh-contoh, dan menemukan hal-hal penting yang dapat dipelajari dan memperkenalkan informasi untuk disampaikan kepada orang lain.⁷⁶ Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Hurbeman (1984), yaitu:⁷⁷

a. Reduksi Data

Pada proses pengumpulan data mereduksi data berarti mengurangi data mengacu pada meringkas, memilih hal yang paling penting, berkonsentrasi pada hal yang paling penting, dan membuang data yang tidak diperlukan. Akibatnya, ketika data direduksi akan menjadi lebih jelas dan tentunya akan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data tambahan, serta lebih mudah untuk mencari data kembali jika diperlukan.

⁷⁶ Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 120.

⁷⁷ Suprpto, *Metode Penelitian Ilmu Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Pengetahuan Sosial* (Jakarta: PT. Buku Seru, n.d.), h. 75.

b. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman, penyajian data adalah informasi yang terstruktur sehingga dapat ditarik kesimpulan darinya. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan data tanpa mengurangi isinya, seperti yang biasanya terjadi dalam penelitian kualitatif naratif. Dengan memperkenalkan informasi, diyakini bahwa para peneliti dapat dengan mudah mengetahui informasi yang ada dan dapat merancang pekerjaan lebih lanjut.

c. Penarikan Kesimpulan

Akhiri atau periksa adalah tindakan menyelesaikan setiap informasi yang dikumpulkan oleh peneliti, untuk melacak kepentingan dari informasi ini dengan mencari koneksi, kesamaan, dan kontras. Tahap akhir dari kegiatan analisis data adalah penarikan kesimpulan. Miles dan Huberman menyatakan bahwa ujung yang mendasari mungkin berubah jika ada area kekuatan utama untuk tidak mendukung pengumpulan informasi lebih lanjut. Namun, tujuan yang mendasarinya mungkin tidak berubah jika digabungkan dengan bukti yang kuat dan dapat diandalkan ketika analisis mengumpulkan informasi lebih lanjut, sehingga tujuan ini dapat dianggap sebagai tujuan yang valid.⁷⁸

⁷⁸ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Alfabeta, 2014), h 91-99.

H. Sistematika Penelitian

Dalam Penelitian berikut, peneliti membagikan sistematika pembahasan menjadi empat bab. Seluruh babnya tersebut saling berkaitan serta saling mendukung. Penggambaran terhadap tiap babnya tersebut, yakni:

BAB I Pendahuluan. Di bagian berikut dipaparkan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, serta sistematika penelitian.

BAB II Gambaran umum penelitian.

BAB III Hasil Penelitian. Bagian berikut dipaparkan terkait data yang sudah didapatkan serta dianalisa sesuai dengan teori yang dipergunakan.

BAB IV Kesimpulan dan Saran. Bagian beriktu bertujuan untuk menyimpulkan seluruh data yang didapat dan telah diselaraskan terhadap teori mulai dari bab satu hingga bab 3 dan memberi saran terhadap penelitian berikutnya.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Hasil analisis yang telah peneliti lakukan, maka ditemukan jawaban sesuai rumusan, yaitu bagaimana pesan dan retorika dakwah ustadz Hanan Attaki pada kaum muda melalui youtube, dapat diambil kesimpulan:

1. Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki terhadap kaum muda

Fenomena kaum muda sekarang seperti stress, terlalu khawatir, berkeluh kesah, putus asa, dan seks bebas menjadikan sebuah persoalan serius di era sekarang. Kanal youtube *Hanan Attaki* telah banyak memposting video yang dilandasi dengan keresahan yang serius, persoalan yang ditimbulkan pada ranah kaum muda telah menggiring konten Hanan Attaki untuk ikut meresponnya. Channel youtube *Hanan Attaki* sebagai media massa dengan model kompetitif tentu akan bersifat netral dengan permasalahan-permasalahan kaum muda zaman sekarang, seperti akhlak, akidah, dan syari'ah.

Secara *representatife* dari keseluruhan 8 video yang telah peneliti analisis pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki menjawab keresahan-keresahan yang dirasakan kaum muda sekarang, pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki mencirikhaskan bahwa allah sebagai obat hati dan pedoman hidup kaum muda, maka dari itu konten dakwah ini

sangat cocok bagi kaum muda yang sedang mengalami permasalahan pada kehidupannya.

Terlihat dalam isi dakwahnya membahas tentang permasalahan kaum muda mulai dari sakit hati, menjaga hubungan yang baik kepada teman, mengobati hati yang lelah dan terluka, mengatasi sifat yang berkeluh kesah, kebaikan dibalik sabar, dan menghilangkan keraguan.

2. Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki terhadap kaum muda
 - a. Gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki kepada kaum muda yaitu gaya bahasa informal, sehingga dapat mempermudah daya tarik kaum muda dalam memahami penyampaian dakwahnya.
 - b. Gaya bahasa berdasarkan nada, Ustadz Hanan Attaki menggunakan gaya bahasa percakapan, yang mana mayoritas *mad'u* Ustadz Hanan Attaki adalah kaum muda, bahasa percakapan sangat mampu memikat dalam berceramah, dengan bahasa populer dan hits.
 - c. Gaya suara yang digunakan Ustadz Hanan Attaki dalam dakwahnya adalah *pitch* yang mana terdapat banyak penekanan suara dengan tujuan *mad'u* dapat lebih paham dengan dakwah yang disampaikan, *pause* (jeda) Ustadz Hanan Attaki menggunakan penjedaan untuk memberi ruang kepada komunikan memberikan umpan balik. Selain gaya bahasa dan gaya suara Ustadz Hanan Attaki menggunakan gaya gerak tubuh dengan sikap badan beliau saat menyampaikan dakwahnya duduk tegap, menandakan berwibawa, penampilan dan pakaian yang sesuai dengan kaum muda yaitu mengenakan kaos, kemeja,

dan kupluk yang menciri khasan kaum muda. Memberikan pengertian bahwa berdakwah tidak selalu berpakaian formal, ekspresi dan gerakan tangan digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki untuk menunjang dakwah, dan sesekali Ustadz Hanan Attaki menggunakan kontak mata untuk melihat *mad'u* yaitu kaum muda.

B. SARAN

Saran yang diberikan oleh peneliti terhadap penelitian ini adalah agar kedepannya lebih banyak lagi literature yang dikemas secara lengkap terutama dalam segi media baru semacam youtube, karena nantinya media-media lama akan tertinggal dengan media baru. Maka dari itu perlu adanya aktifis terutama dari dakwah untuk menjadikan media baru menjadi ladang dakwah kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam, Muliaty Amin, Kamaluddin Tajibu. “Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki).” *Jurnal Washiyah* 1.3 (2020): 653–65. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>.
- Abdullah. “Retorika Dan Dakwah Islam.” *Jurnal Dakwah* Volume X N (2009): 107.
- Abdullah, S. Dinar Annisa. “Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Genaerasi Millennial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video ‘Kangen’ Di Youtube.” *Raushan Fikr* 7.1 (2018): 65–74. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/raushanfikr/article/view/2206>.
- Abdullah, Taufik. *Pemuda Dan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 1974.
- Abror, Robby Habiba. “Infotainment Sebagai Teks: Dekonstruksi Libido Pasar Berita Ideologis Dalam Ekonomi-Politik Media Hiburan.” *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 15.2 (2014): 175–84.
- . “Relasi Pendidikan Dan Moralitas Dalam Konsumsi Media: Perspektif Filsafat Pendidikan Islam.” *Jurnal Pendidikan Islam* 2.2 (2013): 401–18.
- . “Televisi Dan Khalayak: Mengkritisi Dialog Yang Deterministik Dan Monolog (Perpsektif Filsafat Media).” *Jurnal Komunikata*, 2012, 109–26.
- Ahmad Fauzi. “Gaya Retorika Ustad Abdul Somad.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Al-Atsari, Abdullah bin Abdul Hamid. *Intisari Aqidah Ahlussunnah Waljama’ah*.

- Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2006.
- Al-Jurjawi, Ali Ahmad. *Indahnya Syariat Islam: Mengungkap Rahasia Dan Hikmah Di Balik Perintah Dan Larangan Dalam Al-Qur'an Dan Sunnah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013.
- Al-Ma'rufah, Nadiatan. "Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Berceramah Di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure)." Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2009.
- Arifin, Z. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Azwar, Saifuddin. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004.
- Bachtiar, Wardi. *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos, 1997.
- Budiati, Indah, Yuni Susianto, Windhiarso Ponco Adi P, Sofaria Ayuni, Henri Asri Reagan, Putri Larasaty, Nia Setiyawati, Aprilia Ira Pratiwi, and Valent Gigih Saputri. *Profil Generasi Millenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018.
- Denim, Sudarmawan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Cet 1. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Dewi, Fitriana Utami. *Public Speaking*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra

- Aditya Bakti, 2003.
- Eriyanto. *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Foss, Stephen W. Littlejohn A. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Gorys Keraf. *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1996.
- Hurlock, Elizabeth B. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*. Edited by Drs. Ridwan Max Sijabat. Edisi Keli. Jakarta: Erlangga, 1980.
- Hussein, Mahmuda Attar. "Ustadz Muda Hanan Attaki, Dakwah Gaul Untuk Rangkul Milenial," n.d. <https://langit7.id/read/18239/1/ustadz-muda-hanan-attaki-dakwah-gaul-untuk-rangkul-milenial-1656486367>.
- Indah Budiati dkk. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018.
- Ishaq, Ropingi el. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: Madani, 2016.
- Makmun, Abin Syamsuddin. *Psikologi Kependidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Marantika, Aldo. "Ustadz Hanan Attaki, Biografi, Profil Hingga Pengalaman Mengenal Al-Quran." *KabarBanten.com*, 2021. <https://kabarbanten.pikiran-rakyat.com/syiar/pr-593250737/ustadz-hanan-attaki-biografi-profil-hingga-pengalaman-mengenal-al-quran>.
- Martha, Nengah. "Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang" 6.12 (2012).

- Masrun. "Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah (Keluarga Yang Dirindukan Rasulullah SAW)." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.
- Moch Rachmat, Sudibyo Supardi, Surahman. *Metodologi Penelitian*. Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016.
- Moeleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mohammad, Hasan. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Muhammad Fauzi Arif, Azmi Fadhilah Mujahid. "Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 2.2 (2022): 105–10.
<https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/1471/964>.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- . *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Nasharuddin. *Akhlak: Ciri Manusia Paripura*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nasution, Harum. *Teologi Islam: Aliran-Aliran Sejarah Teori Perbandingan*. Jakarta: UI Press, 1987.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.

- Nursapiah. *Penelitian Kualitatif*. Sumatra Utara: Wal Ashri Publishing, 2022.
- Oka, IGusti Ngurah. *Retorika*. Malang: Yayasan Asih Asah Usuh, 1990.
- Olii, Helena. *Public Speaking*. Jakarta: Indeks, 2011.
- Poerwadarminta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2006.
- Purnama, Hadi. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011.
- Purwadarminta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Liberty, 1989.
- Rahmawati, Noviana. "Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Sosial Youtube Video Tentang 'Iman' Pada Channel One Minute Booster." Iain Purwokerto, 2020.
- Rita Herlina, Teguh Nurjaman. "Personal Branding Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial." *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 8.1 (2021): 22–29. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/1471/964>.
- Siska, Andi. "Pesan-Pesan Dakwah Hanan Attaki Di Instagram." Iain Bone, 2020.
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2013.
- Suprpto. *Metode Penelitian Ilmu Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: PT. Buku Seru, n.d.
- Syam, Nur. *Metodologi Penelitian Dakwah*. Solo: CV Ramadhani, 1991.

Wahyu ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

Wahyuni, Cut Sri. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah" 6.3 (2022): 4522–28.

[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035159&val=20674&title=Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035159&val=20674&title=Pemanfaatan%20Media%20Sosial%20Dalam%20Pandangan%20Islam%20Sebagai%20Media%20Dakwah).

Winartha, I Made. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Tesis*. Andi Publisher, 2006.

Yantos. "Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opic." *Jurnal Risalah* 24.2 (2013): 22.

Zarella, Dan. *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media, 2010.

F. Karya Ilmiah

1. Artikel

- a. Aktivitas Dakwah Gerakan Pemuda (GP) Ansor Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Di Kecamatan Purbolinggo, Jurnal Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah, 2022
- b. Pesan Dakwah Dalam Lagu “Ya Asyiqol Musthofa” Cover Versi Nissa Sabyan (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure), Jurnal Komunika, 2022
- c. Menguatkan Kembali Penanggulangan Bencana Berbasis Masyarakat: Belajar dari Kearifan Lokal di Indonesia, International Journal Of Demos, 2022
- d. Modern Era Da’wah Problems Perspective Surat Taha: 44, Islhlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah, 2023

3. Penelitian

- a. Pemanfaatan Media Sosial YouTube Sebagai Media Dakwah Terhadap Kaum Muda (Studi Terhadap Akun YouTube Ustadz Hanan Attaki)

Yogyakarta, 13 Juli 2023



Alwanul Fikri

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA