

PESAN DAKWAH DAS'AD LATIF DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE



SKRIPSI

Oleh :

**A DIMAS RIZALDI
NIM 21102010008**

**Pembimbing:
Irawan Wibisono, M.I. Kom
NIP 198710302020121003**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-1400/Un.02/DD/PP.00.9/09/2025

Tugas Akhir dengan judul : PESAN DAKWAH DASAD LATIF DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : A. DIMAS RIZALDI
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010008
Telah diujikan pada : Rabu, 03 September 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Irawan Wibisono, M.I.Kom
SIGNED

Valid ID: 68c29bd1dfb0f



Penguji I

Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 68c12f0099c82



Penguji II

Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.
SIGNED

Valid ID: 68c23dc4c6a7



Yogyakarta, 03 September 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 68c773572b2a2

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : A Dimas Rizaldi
NIM : 21102010008
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Analisis Pesan Dakwah Das'ad Latif di Media Sosial YouTube

Selah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.


Wassalamu'alaikum wr.wb.

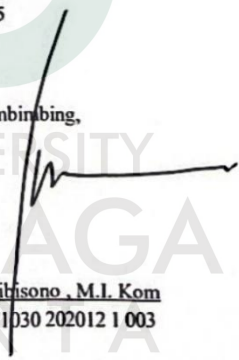
Yogyakarta, 25 Agustus 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,


Saptoni, M.A.
NIP. 19730221 199903 1 002


Irawan Wibisono, M.I. Kom
NIP. 19871030 202012 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A Dimas Rizaldi
NIM : 21102010008
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Pesan Dakwah Das’ad Latif di Media Sosial YouTube” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 25 Agustus 2025

Yang menyatakan,



A Dimas Rizaldi

21102010008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Melalui halaman persembahan ini, dengan izin Allah Swt serta Rasulullah Saw., penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orangtua, saudara, guru dan teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan doa, material serta moral yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini.

Selaku penulis skripsi, saya juga persembahkan skripsi ini untuk kepentingan akademik terutama pada bidang dakwah dan komunikasi Islam semoga bermanfaat dengan sebaik-baiknya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

يُحِبُّ اللَّهُ الْعَامِلَ إِذَا عَمِلَ أَنْ تَحْسِنَ

Allah SWT mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya
dengan baik (HR. Thabrani)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbi'l'alamin*. Puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan, rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Pesan Dakwah Das’ad Latif di Media Sosial Youtube” dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw, Rasulullah yang telah membawa umat manusia menuju peradaban yang lebih mulia. Terelesainya skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, doa, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Bapak Saptani, M.A.
4. Dosen Penasehat Akademik. Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos., yang telah membantu dalam proses pengajuan judul skripsi.
5. Dosen Pembimbing Skripsi. Bapak Irawan Wibisono, M.I.Kom. atas dedikasinya membimbing saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas ilmu dan

pengalaman yang luar biasa yang telah diberikan kepada saya selama proses perkuliahan berlangsung.

7. Seluruh pegawai dan Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang sangat informatif dalam membantu hal-hal administratif.
8. Segenap civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah bersedia membagi ilmu dan pengalaman yang dimiliki.
9. Kedua orangtua saya, Ibu Alm. Masdiana dan Jamaluddin, ucapan terima kasih yang tiada terhingga atas segala do'a, kasih sayang serta pengorbanan yang tidak pernah surut diberikan sepanjang hidup saya. Segala usaha, kerja keras, dan ketulusan yang telah dicurahkan menjadi sumber kekuatan, motivasi, dan inspirasi terbesar dalam menyelesaikan setiap tahapan pendidikan, termasuk dalam penulisan skripsi ini. Semoga segala amal, cinta, dan doa yang telah diberikan memperoleh balasan terbaik dari Allah SWT.
10. Kepada guru saya, Dra. Hj. Mardiah Lopa, saya sampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala ilmu, bimbingan, serta motivasi yang telah diberikan. Nasihat dan arahan beliau menjadi bekal berharga yang senantiasa menguatkan saya dalam menempuh perjalanan akademik hingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Teman-teman Ikatan Pelajar Mahasiswa Polewali Mandar Yogyakarta (IPMPY), terima kasih atas kebersamaan, dukungan moral, semangat, serta persaudaraan yang selalu diberikan di tanah rantau ini. Kehadiran dan kontribusi kalian menjadi sumber motivasi sekaligus penguat dalam

melewati berbagai tantangan, baik selama masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini.

12. Asrama Todilaling yang telah menjadi rumah kedua bagi saya selama menempuh pendidikan di Yogyakarta, saya ucapkan terima kasih yang mendalam atas segala bentuk dukungan, kebersamaan, pembelajaran, serta suasana kekeluargaan yang tercipta selama saya tinggal di asrama ini.
13. Teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021, terima kasih atas setiap kebersamaan, canda tawa, serta perjuangan yang kita lalui bersama selama masa perkuliahan. Kalian bukan hanya rekan belajar, tetapi juga sahabat seperjuangan yang selalu memberi dukungan dan semangat. Kehangatan persaudaraan ini menjadi salah satu kekuatan terbesar bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman KKN Desa Sukolilo, saya ucapkan terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, serta semangat gotong royong yang telah kita bangun bersama selama menjalankan pengabdian kepada masyarakat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

A Dimas Rizaldi (2110201008). Analisis Pesan Dakwah Das'ad Latif di Media Sosial Youtube: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2025.

Media sosial telah menjadi medium strategis dalam penyebaran dakwah di era digital. Salah satu pendakwah yang aktif memanfaatkan media sosial adalah Das'ad Latif melalui platform YouTube pribadinya @DasadLatif. Salah satu ceramahnya berjudul "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!*" menjadi menarik untuk dikaji karena memuat motivasi keagamaan, dan kritik yang ditujukan kepada anggota kepolisian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan dakwah dalam ceramah tersebut dengan menggunakan teori Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk melalui tiga level analisis yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur makro ceramah menekankan pembentukan anggota kepolisian yang berintegritas, bertanggung jawab, dan menjunjung akhlak mulia. Superstruktur penyampaian dakwah tersusun secara sistematis melalui pendahuluan komunikatif dengan humor dan interaksi audiens, bagian isi yang memuat pesan moral melalui kutipan ayat, hadis, dan narasi kontekstual, serta penutup yang reflektif dan persuasif. Dalam analisis struktur mikro, pengelolaan aspek semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik diwujudkan melalui bahasa yang lugas, penyisipan humor, serta pemanfaatan repetisi dan paralelisme.

Pesan dakwah Das'ad Latif dapat dikategorikan dalam tiga pilar utama ajaran Islam, yaitu akidah, syari'ah, dan akhlak. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah melalui platform YouTube mampu menjadi sarana efektif dalam mendorong transformasi moral, meningkatkan profesionalisme, dan memperkuat peran anggota kepolisian sebagai pelayan masyarakat berlandaskan nilai-nilai Islam.

Kata kunci: Dakwah digital, YouTube, Das'ad Latif, Analisis Wacana Kritis, Teun A. van Dijk

ABSTRACT

A Dimas Rizaldi (2110201008). Analysis of Das'ad Latif's Da'wah Messages on YouTube Social Media: Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta, 2025.

Social media has become a strategic medium for spreading religious teachings in the digital age. One preacher who actively utilizes social media is Das'ad Latif through his personal YouTube channel @DasadLatif. One of his lectures, entitled “Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!” (Ustad Das'ad Latif, Step on the Gas, Officer!!!), is interesting to study because it contains religious motivation and criticism directed at members of the police force. This study aims to analyze the religious messages in the sermon using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis theory through three levels of analysis: macro structure, superstructure, and micro structure.

The research method used was descriptive qualitative with data collection techniques through observation, documentation, and literature study. The results of the study show that the macro structure of the lecture emphasizes the formation of police officers who have integrity, are responsible, and uphold noble character. The superstructure of the preaching is systematically arranged through a communicative introduction with humor and audience interaction, a content section that contains moral messages through quotations from verses, hadiths, and contextual narratives, and a reflective and persuasive conclusion. In the micro-structure analysis, the management of semantic, syntactic, stylistic, and rhetorical aspects is realized through straightforward language, the insertion of humor, and the use of repetition and parallelism.

Das'ad Latif's da'wah message can be categorized into the three main pillars of Islamic teachings, namely aqidah, sharia, and akhlak. This finding confirms that da'wah through the YouTube platform can be an effective means of promoting moral transformation, enhancing professionalism, and strengthening the role of police officers as public servants based on Islamic values.

Keywords: *Digital preaching, YouTube, Das 'ad Latif, Critical Discourse Analysis, Teun A. van Dijk*

DAFTAR ISI

PESAN DAKWAH DAS'AD LATIF DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	16
1. Analisis Wacana	16
2. Pesan Dakwah	25
3. Konstruksi Pesan.....	30
G. Metode Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Subjek dan Objek Penelitian	35
3. Sumber Data.....	36
4. Teknik Pengumpulan Data	36
5. Teknik Analisis Data	38
H. Sistematika Pembahasan	39

BAB II	41
MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DAKWAH.....	41
A. Youtube sebagai media Dakwah	41
B. Biografi Singkat Das'ad Latif	45
1. Riwayat Dakwah dan Pendidikan	45
2. Model Penyampaian Pesan Dakwah	47
C. Deksripsi Video “Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi !!!”	48
BAB III.....	51
ANALISIS PESAN DAKWAH DAS’AD LATIF PADA PLATFORM	
YOUTUBE @Dasadlatif.....	51
A. Analisis Struktur Makro/Tematik pada video “ <i>Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!</i> ”	51
B. Analisis Superstruktur pada video “Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!”	56
1. Pendahuluan Video Ceramah “Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!”	57
2. Isi atau Pembahasan Video Ceramah “Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!”	58
3. Penutup Video Ceramah “Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!” ...	61
C. Analisis Mikro Video Ceramah “Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!”	64
1. Semantik.....	65
2. Sintaksis	71
3. Stilistik	75
4. Retoris	77
D. Analisis Pesan Dakwah Das’ad Latif pada Video Ceramah “ <i>Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!</i> ”	79
1. Akidah.....	80
2. Syari’ah	81
3. Akhlak.....	81
BAB IV	83
PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA.....	86
---------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Elemen Analisis Teun A. Van Dijk.....	24
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Visuak grafik data prngguna internet 2022-2023	2
Gambar2. 1 Profil Youtube Das'ad Latif	44
Gambar2. 2 Tampilan video gass poll pak polisi	49
Gambar 3. 1 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-2.28	1
Gambar 3. 2 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-19:30	54
Gambar 3. 3 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-2.28	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 4 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-10:09	59
Gambar 3. 5 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-52:17	62
Gambar 3. 6 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08	66
Gambar 3. 7 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08.....	67
Gambar 3. 8 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-9:28	70
Gambar 3. 8 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-9:28	70
Gambar 3. 9 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-9:28	71
Gambar 3. 9 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-9:28	71
Gambar 3. 10 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08.....	73
Gambar 3. 10 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08.....	73
Gambar 3. 11 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08.....	74
Gambar 3. 11 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08.....	74
Gambar 3. 12 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08.....	76
Gambar 3. 12 Tangkapan layar video ceramah Gaspol Pak Polisi pada menit ke-07:08.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Das'ad Latif merupakan salah satu pendakwah kontemporer yang populer di berbagai platform media sosial saat ini. Salah satu indikator popularitas Das'ad Latif dapat dilihat dari media sosial Youtube pribadinya yang berhasil mengumpulkan 3,79 juta pengikut dengan 1.500 video yang telah dipublikasikan.¹ Gaya penyampaian pesan dakwahnya yang dikenal komunikatif dan penuh humor menjadikan dakwahnya mudah diterima oleh berbagai kalangan. Kekuatan dakwahnya juga terletak pada kemampuannya dalam menyampaikan ajaran agama Islam yang relevan dengan realitas kehidupan sehari-hari.

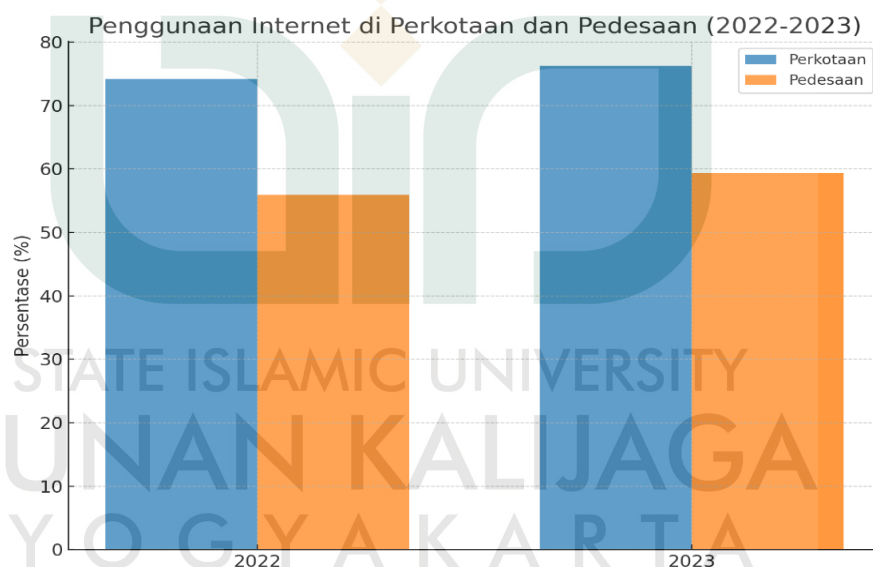
Eksistensi Das'ad Latif sebagai dai digital mencerminkan perubahan besar dalam lanskap komunikasi keagamaan. Aktivitas dakwah yang sebelumnya terbatas pada ruang-ruang fisik, kini mulai berpindah ke ruang virtual yang lebih luas dan inklusif. Perkembangan teknologi digital merevolusi cara masyarakat berinteraksi dan mengakses informasi. Media sosial, sebagai bagian dari era Web 2.0, menghadirkan ruang partisipatif yang memungkinkan pengguna menciptakan, membagikan, dan merespons konten secara bebas. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial merupakan sekumpulan aplikasi berbasis internet yang

¹ Das'ad Latif, Youtube: @Dasadlatif, <https://youtube.com/@dasadlatif?si=gVg15WtlhzpbVD9F>, diakses pada tanggal 12 Juni 2025.

memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah melalui konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*).²

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 sekitar 74,16 persen penduduk di daerah perkotaan menggunakan internet dan angka ini meningkat menjadi 76,30 persen pada tahun 2023. Sementara itu, di daerah pedesaan, penggunaan internet tercatat sekitar 55,92 persen pada tahun 2022 yang kemudian naik menjadi 59,33 persen pada tahun 2023. Data tersebut mengindikasikan bahwa penyebaran dakwah melalui media digital semakin inklusif dan dapat diakses oleh masyarakat di berbagai wilayah, baik perkotaan maupun pedesaan.

Gambar 1.1 Visual grafik data pengguna internet 2022-2023



Sumber : Badan Pusat Statistik 2024

<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html>

² Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia", *Jurnal Publiciana*, Vol. 9: 1 (2016), hlm. 142.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>.

³ Badan Pusat Statistik, *Statistik Telekomunikasi Indonesia* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2024).
<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html>, diakses tanggal 11 Juni 2025.

Youtube merupakan salah satu platform media sosial berbasis internet yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Platform ini memunculkan pola komunikasi baru dalam masyarakat yang lebih visual, interaktif, dan personal. Berdasarkan laporan We Are Social dan Kepios pada Januari 2024, Youtube tercatat sebagai salah satu platform media sosial paling banyak digunakan di Indonesia, yakni mencapai sekitar 139 juta pengguna.⁴ Hal ini menegaskan bahwa Youtube mempunyai jangkauan yang luas dalam membentuk opini khalayak, termasuk dalam konteks penyampaian pesan-pesan keagamaan.

Upaya menyampaikan dakwah melalui YouTube perlu dilakukan dengan pendekatan yang kreatif dan inklusif, sehingga pesan yang disampaikan terasa membimbing, ramah, dan relevan dengan kondisi masyarakat masa kini. Dakwah dituntut untuk mampu mengikuti laju perkembangan teknologi yang terus berubah dengan cepat.⁵ Pendekatan seperti ini diharapkan mampu memperkenalkan keindahan nilai-nilai Islam secara lebih luas dan menyentuh berbagai latar belakang sosial, budaya, dan usia. Dengan memanfaatkan potensi YouTube sebagai media dakwah, transformasi dakwah digital dapat berjalan seiring perkembangan zaman.

Dakwah sebagai sebuah aktivitas yang bertujuan merealisasikan nilai-nilai ajaran Islam memegang peran penting dalam memberikan arah serta merespons berbagai tantangan yang muncul akibat pesatnya

⁴ *We Are Social dan Kepios*, (Datareportal, 2024) <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>, diakses pada tanggal 11 Juni 2025.

⁵ Salma Laila Qodriyah, "Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Millennial (Channel Nusa Official)", *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyaan*, Vol. 1: 2 (September, 2021), hlm. 152.

perkembangan media sosial. Pengenalan, penghayatan, dan pengamalan Islam sangat bergantung pada bagaimana dakwah diposisikan dan dijalankan dalam konteks perkembangan informasi saat ini. Hal ini menjadi krusial karena pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi turut memengaruhi alat-alat komunikasi.⁶

Pentingnya penyebaran dakwah melalui media sosial ini sejalan dalam firman Allah yang termaktub dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran Ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ⁷
*Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.*⁸

Seruan dalam ayat diatas menjadi landasan penting bagi keberlanjutan dakwah di berbagai aspek kehidupan, termasuk di media sosial. Kehadiran para dai yang mampu memanfaatkan media sosial secara kreatif menjadi sangat penting di era saat ini. Salah satu di antaranya adalah Das'ad Latif yang berhasil memanfaatkan media sosial sebagai medium dakwah yang efektif dan menjangkau khalayak luas.

Di era digital saat ini, dakwah tidak lagi terbatas pada aspek spiritual semata, melainkan turut merespons berbagai problematika sosial yang berkembang di tengah masyarakat. Media sosial berperan sebagai ruang

⁶ Ainur Rofiq dan Aviatus Sholihah, "Strategi Penyampaian Pesan Dakwah pada Media Sosial (Studi Analisis Strategi Dakwah Husein Basyaiban di Akun TikTok @Kadamsidik00)" *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, Vol. 4: 1 (Januari, 2024), hlm. 20.

⁷ Al-Qur'an, 3: 104.

⁸ Al-Qur'an, 3:104. Semua terjemah ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari *Al-Qur'an dan Terjemahnya* versi digital Kementerian Agama RI, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=104&to=104>, diakses pada tanggal 11 Juni 2025.

wacana tempat pesan-pesan keagamaan dikonstruksi, disebarluaskan, dan dikomunikasikan secara luas kepada publik. Kehadiran berbagai platform media sosial salah satunya Youtube, memberikan kemudahan bagi para dai dalam menjalankan kewajiban menyampaikan pesan dakwah. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan mereka menyebarkan ide-ide Islam sebagai agama rahmatan lil ‘alamin secara lebih luas dan mudah diakses masyarakat.⁹

Pemanfaatan YouTube oleh Das’ad Latif menjadi representasi bahwa dakwah dapat disampaikan secara kreatif dan kontekstual. Melalui platform YouTube pribadinya, Das’ad Latif menyampaikan dakwah yang tidak hanya bersifat normatif-spiritual, tetapi juga menyentuh ranah sosial, budaya, bahkan kelembagaan. Salah satunya dapat ditemukan dalam video ceramah dengan judul “Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!” yang secara khusus ditujukan kepada aparat kepolisian. Relevansi ceramah ini semakin menguat seiring dengan dinamika kepercayaan publik terhadap kepolisian menunjukkan ketidakstabilan dan cenderung menurun. Berdasarkan survei *Civil Society for Police Watch* (2025), tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian hanya sekitar 48,1 %.¹⁰ Survei GoodStats (2024) juga menunjukkan bahwa 60,8 % responden tidak yakin

⁹ Agung Tirta Wibawa, “Fenomena Dakwah di Media Sosial Youtube”, *Jurnal Rasi*, Vol. 1: 1, (Januari, 2021), hlm. 3. <https://doi.org/10.52496/rasi.v1i1.23>, diakses pada tanggal 11 Juni 2025.

¹⁰ Civil Society for Police Watch, *Pandangan Publik Terhadap Wacana Reposisi Polri* (Jakarta: Civil Society for Police Watch, 2025), <https://www.liputan6.com/news/read/5914955/survei-kinerja-polri-tingkat-kepercayaan-publik-belum-sentuh-50-persen>, diakses pada tanggal 4 September 2025.

bahwa polisi dapat benar-benar bersih, profesional, dan mengayomi.¹¹ Menurunnya tingkat kepercayaan publik terhadap kepolisian tidak terlepas dari berbagai peristiwa yang mencederaikan reputasi institusi tersebut. Kondisi ini menggarisbawahi urgensi dakwah yang tidak semata berorientasi pada aspek spiritual, melainkan turut menyoroti nilai-nilai integritas, profesionalitas, dan akuntabilitas aparat.

Dalam ceramah tersebut terlihat jelas bagaimana pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya menekankan aspek spiritual semata, tetapi juga merespon isu-isu aktual seperti integritas dan tanggung jawab profesional dalam menjalankan tugas khususnya bagi aparat kepolisian. Melalui pendekatan yang komunikatif, ringan, dan kontekstual, ia mampu menyampaikan dakwah secara edukatif sekaligus menghibur, dengan menyuarakan nilai-nilai Islam yang relevan dengan dinamika sosial dan institusional.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara mendalam pesan dakwah yang disampaikan oleh Das'ad Latif melalui salah satu video ceramahnya berjudul "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!*" yang dipublikasikan di platform YouTube. Kajian ini menggunakan kerangka Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk yang berfokus pada tiga dimensi utama struktur teks, yaitu struktur makro yang mengidentifikasi tema utama, superstruktur yang memetakan kerangka

¹¹ GoodStats, Bagaimana Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Polisi? (Jakarta: GoodStats, 18 Juni 2024), <https://goodstats.id/infographic/bagaimana-tingkat-kepercayaan-publik-terhadap-polisi-PHImh>, diakses pada tanggal 4 September 2025.

penyajian pesan, serta struktur mikro yang menelaah aspek-aspek linguistik dalam membentuk makna dakwah.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pesan dakwah Das'ad Latif di media sosial Youtube?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana isi pesan Das'ad Latif di media sosial Youtube.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah di era digital, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial sebagai ruang konstruksi pesan keagamaan yang memadukan dimensi spiritual dengan dimensi sosial-institusional. Penelitian ini berupaya memperkaya literatur ilmiah terkait penyampaian pesan dakwah yang adaptif dan relevan terhadap isu-isu kelembagaan, termasuk yang berkaitan dengan lembaga kepolisian. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan teori komunikasi keagamaan yang menempatkan dakwah sebagai sarana pembinaan moral, penguatan integritas, serta peningkatan profesionalitas aparat kepolisian dalam rangka memperkuat kepercayaan publik.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pendakwah, lembaga dakwah, dan konten kreator keagamaan dalam mengoptimalkan media sosial sebagai saluran dakwah yang efektif dan berdampak luas, khususnya bagi lembaga kepolisian. Penelitian juga diharapkan dapat memberikan masukan strategis terkait pemanfaatan pesan dakwah sebagai media internalisasi nilai integritas, profesionalitas, akuntabilitas, dan pelayanan publik yang humanis. Pendekatan kreatif dan komunikatif yang digunakan Das'ad Latif dalam ceramah "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!*" dapat menjadi model penyampaian pesan moral yang lebih mudah diterima oleh anggota kepolisian, sehingga mendukung upaya reformasi citra institusi dan peningkatan kepercayaan publik.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan salah satu langkah penting sebelum melakukan penelitian karena dapat membantu peneliti untuk memahami dan merumuskan konteks penelitian secara lebih mendalam. Kajian pustaka juga membantu peneliti menghindari pengulangan atau duplikasi temuan penelitian sebelumnya. Hal ini penting karena memudahkan peneliti dalam menentukan aspek kebaruan dan pembeda dari penelitian sebelumnya serta diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan kepada pembaca.

Pertama, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Lismawati, mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan judul

“Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial TikTok”.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Agam Fachrul melalui akun TikTok miliknya (@hiyung_agam) serta bagaimana bentuk penyampaian pesan dakwah tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan kerangka teori analisis wacana model *Teun A. Van Dijk*, yang terdiri dari tiga dimensi analisis yaitu struktur makro (tema utama), superstruktur (kerangka wacana), dan struktur mikro (pilihan kata, gaya bahasa, dan retorika).¹²

Penelitian penulis dengan penelitian Lismawati memiliki persamaan yaitu membahas tentang analisis pesan dakwah melalui media sosial dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Keduanya juga menggunakan kerangka teori analisis wacana model Teun A. van Dijk yang mencakup struktur makro (tema utama), superstruktur (alur penyajian), dan struktur mikro (gaya bahasa, pilihan kata, dan aspek retorika), untuk mengkaji bagaimana pesan dakwah dikonstruksikan dalam konten digital.

Perbedaan dari penelitian yaitu terletak pada tokoh, media, dan fokus isi ceramah yang dianalisis. Penelitian Lismawati menganalisis dakwah Ustadz Agam Fachrul di TikTok yang ditujukan kepada generasi

¹² Lismawati, “*Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial TikTok*” (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2024), hlm. 34-36.

muda secara umum, sedangkan penelitian penulis berfokus pada dakwah Das'ad Latif di media sosial YouTube, khususnya dalam video *"Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!"* yang ditujukan kepada institusi kepolisian.

Kedua, penelitian tesis yang dilakukan oleh Nurunnisa Mutmainna, mahasiswi program pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dengan judul *"Media Sosial YouTube dalam Pengembangan Dakwah Online (Studi Generasi Milenial di Kota Makassar)"*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi para dai yang memanfaatkan media sosial YouTube dalam menyampaikan dakwah secara online kepada generasi milenial di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi konten dakwah di sosial media YouTube, serta dokumentasi dari aktivitas pengguna. Tesis ini menyoroti bagaimana media sosial, khususnya YouTube, menjadi medium yang efektif dalam menjangkau generasi muda yang lekat dengan dunia digital.¹³

Penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurunnisa Mutmainna mempunyai persamaan yaitu membahas dakwah melalui media sosial YouTube dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Keduanya juga menyoroti peran YouTube sebagai media yang efektif dalam menyampaikan dakwah kepada khalayak luas, khususnya generasi digital.

¹³ Nurunnisa Mutmainna, *"Media Sosial YouTube dalam Pengembangan Dakwah Online (Studi Generasi Milenial di Kota Makassar)"* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2024), hlm. 45.

Selain itu, kedua penelitian sama-sama melihat YouTube sebagai ruang baru dalam strategi komunikasi dakwah Islam di era digital.

Perbedaannya terletak pada objek dan fokus kajian. Penelitian Nurunnisa Mutmainna berfokus pada strategi para dai dalam berdakwah kepada generasi milenial di Kota Makassar secara umum, dengan menelusuri berbagai aktivitas dakwah online melalui observasi dan wawancara mendalam. Sementara itu, penelitian penulis berfokus secara khusus pada analisis wacana pesan dakwah Das'ad Latif dalam satu video ceramah berjudul *"Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!"* yang dipublikasikan di kanal YouTube.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Aini Nabillah dan Pipir Romadi, dosen dan mahasiswi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam artikelnya yang berjudul "Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agam Fachrul". Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana da'i muda Agam Fachrul memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah yang efektif bagi generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan netnografi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap akun TikTok @hiyung_agam dan interaksi para pengikutnya. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya strategi penyampaian dakwah di era digital, di mana retorika, pilihan topik, dan visualisasi konten sangat memengaruhi

efektivitas dakwah dalam menjangkau audiens muda.¹⁴

Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian Aini Nabillah dan Pipir Romadi yaitu sama-sama mengkaji fenomena dakwah digital melalui media sosial dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada platform yang digunakan, pendekatan metodologi, dan fokus objek penelitian. Penelitian Aini Nabillah dan Pipir Romadi menggunakan TikTok sebagai media dakwah dan menerapkan pendekatan netnografi untuk menggali interaksi antara dai (Ustadz Agam Fachrul) dan pengikutnya, dengan fokus pada generasi Z sebagai audiens utama. Sedangkan penelitian penulis menggunakan YouTube sebagai platform dan berfokus pada analisis pesan dakwah.

Keempat, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Dinya Rizki Nisya'ul Jannah, mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul “Strategi Dakwah Husain Basyaiban di Media TikTok dalam Membentuk Akhlak Mulia Generasi Milenial”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Husain Basyaiban dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui platform TikTok, dengan sasaran utama generasi milenial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori

¹⁴ Aini Nabillah dan Pipir Romadi, “Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agam Fachrul,” *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* Vol. 6, No. 1 (2024), hlm. 51–64, <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/idarotuna/index>.

strategi komunikasi dakwah milik Harold D. Lasswell, teori dakwah milik Moh. Ali Aziz, teori Tiktok milik Cangara, teori akhlak milik Abuddin Nata, dan teori generasi milik William Strauss dan Neil Howe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah yang digunakan Husain Basyaiban dalam media TikTok adalah strategi komunikasi dakwah.¹⁵

Penelitian penulis memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinya Rizki Nisya'ul Jannah yaitu sama-sama membahas kegiatan dakwah melalui media sosial dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada fokus analisis, teori yang digunakan, dan media sosial yang dianalisis.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Mastanah, dkk. dalam jurnal Edukasi Islami yang berjudul “Transformasi Dakwah Islami: Instagram sebagai Media Tausiah Generasi Milenial”. Penelitian ini mengkaji bagaimana platform media sosial Instagram digunakan sebagai media dakwah yang efektif dalam menyampaikan tausiah kepada generasi milenial dengan menggunakan teori analisis wacana Norman Fairclough. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif deksriptif dengan teknik analisis isi. Sumber data dalam penelitian berasal dari tiga akun Instagram, yaitu: @kajian.motivasi.hits, @dakwah_islami.i dan @dakwah_tauhid. Hasil dari analisis ditemukan bahwa dakwah yang mulanya dilakukan secara lisan, kemudian didekonstruksi menjadi lebih sederhana menjadi

¹⁵ Dinya Rizki Nisya'ul Jannah, “Strategi Dakwah Husain Basyaiban di Media TikTok dalam Membentuk Akhlak Mulia Generasi Milenial” (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024), hlm. 33.

teks yang singkat di Instagram.¹⁶

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Mastanah dkk adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji media sosial sebagai sarana dakwah digital. Keduanya juga menggunakan teori analisis wacana sebagai dasar untuk membaca isi pesan dakwah yang disampaikan. Perbedaan penelitian terletak pada platform media sosial, objek kajian, dan fokus pendekatan teoritis yang digunakan.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Taufikurrahman dan Setyowati dalam jurnal *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, dengan judul “Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital melalui Instagram, TikTok, YouTube”. Penelitian ini mengkaji bagaimana sistem komunikasi dakwah berkembang dalam era digital, khususnya melalui tiga platform media sosial yaitu Instagram, TikTok, dan YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif menggunakan teori sistem komunikasi dakwah yang menjelaskan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh struktur sistem komunikasi, yang mencakup komunikator (dai), pesan, media, komunikan (audiens), dan efek. Penelitian ini menunjukkan bahwa era digital dengan adanya platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, memberikan peluang bagi para dai untuk mengembangkan sistem komunikasi dakwah.¹⁷

¹⁶ Mastanah, M., dkk., “Transformasi Dakwah Islami: Instagram sebagai Media Tausiah Generasi Milenial,” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* Vol. 12, No. 4 (2024), hlm. 110.

¹⁷ Taufikurrahman dan Eni Setyowati, “Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital melalui Instagram, TikTok, YouTube,” *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* Vol. 7, No. 1 (2024), hlm. 105, <https://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/almada/article/view/xxxx>.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Taufikurrahman dan Setyowati terletak pada objek yang dikaji, yaitu dakwah Islam melalui media sosial, khususnya YouTube. Perbedaan penelitian terletak pada fokus pendekatan, metode, dan ruang lingkup kajian.

Ketujuh, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Bayu Aji Saputra dengan judul “*Pesan Dakwah Gus Miftah dalam Tayangan Video Berjudul Beginilah Gaya Ceramah Ulama yang Nyentrik yang Viral Pengajian di Klub Malam di Situs Youtube TV Amatir01 (Analisis Wacana Teun. A. van Dijk)*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana Teun A. van Dijk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gus Miftah menerapkan strategi dakwah *bi Al-Lisan* dan *bi Al-Hal*. Contoh penerapan *bi Al-lisan* yaitu siraman Rohani pada setiap bulan sedangkan *bi Al-hal* seperti pelaksanaan sholat maghrib berjamaah, pembacaan sholawat, serta pengajian dan doa bersama di Café Bhose Yogyakarta. Metode dakwah yang digunakan meliputi *bi al-hikmah*, *al-mau'idzah al-hasanah*, dan *al-mujādalah bi al-latī hiya ahsan*. Pesan dakwah yang disampaikan mencakup tiga aspek utama: akidah (mengajak shalat dan berdoa kepada Allah), syari'ah (memberi nasehat dan memuliakan sesama), dan akhlak (mengajak bersabar serta bersyukur atas nikmat Allah).¹⁸

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian pesan dakwah yang dianalisis menggunakan teori analisis

¹⁸ Bayu Aji Saputra, “Pesan Dakwah Gus Miftah dalam Tayangan Video Berjudul Beginilah Gaya Ceramah Ulama Nyentrik Yang Viral Pengajian Di Klub Malam Di Situs Youtube Tv Amatir01 (Analisis Wacana Teun A. van Dijk),” (Ponorogo: Institut Agama Negeri Ponorogo, 2020), hlm. 66.

wacana Teun A. van Dijk, serta penekanan pada tiga aspek pesan dakwah yaitu akidah, syari'ah, dan akhlak. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini menganalisis dakwah Gus Miftah di ruang hiburan malam yang terdapat dalam video "*Gaya Ceramah Ulama Nyentrik Yang Viral Pengajian Di Klub Malam Di Situs Youtube Tv Amatir01.*" Penelitian penulis menganalisis dakwah Das'ad Latif di instansi kepolisian dalam video "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!*"

F. Kerangka Teori

1. Analisis Wacana

a. Pengertian analisis Wacana

Wacana merupakan kata yang banyak dipakai dalam berbagai cabang ilmu pengetahuan termasuk dalam bidang ilmu komunikasi. Menurut Cook wacana mengacu pada penggunaan bahasa dalam konteks komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan, yang mencerminkan interaksi antara pengujar dan pendengar atau penulis dan pembaca.¹⁹

Dalam kajian Analisis Wacana istilah "wacana" dan "teks" sering digunakan secara berdampingan. Dalam bahasa Inggris terdapat perbedaan yang jelas antara *discourse* dan *text*. *Discourse* merujuk pada wacana lisan, sedangkan *text* mengacu pada wacana tulisan. Namun, dalam bahasa Indonesia kedua istilah tersebut masih

¹⁹ Aris Badara, *Analisis wacana: Teori, metode, dan penerapannya pada wacana media*. (Jakarta: Prenada Media, 2014), hlm. 16.

sering tumpang tindih dalam penggunaannya. Van Dijk menjelaskan bahwa wacana pada dasarnya merupakan konstruksi teoritis yang bersifat abstrak. Dengan demikian, wacana tidak secara langsung tampak sebagai bentuk fisik bahasa. bentuk konkret atau realisasi dari bahasa tersebut dikenal sebagai teks.²⁰

Menurut Sumarlam dkk. wacana dapat dipahami sebagai satuan bahasa yang paling lengkap, baik yang disampaikan secara lisan, seperti pidato, ceramah, khotbah, maupun dialog, maupun secara tertulis, seperti cerpen, novel, buku, surat, dan berbagai bentuk dokumen. Secara struktural, wacana memiliki dua sisi: struktur lahir yang ditandai dengan keterkaitan antarunsur (kohesivitas), serta struktur batin yang menunjukkan kesatuan makna secara utuh dan terpadu (koherensi)²¹

Analisis wacana (*discourse analysis*) merupakan suatu pendekatan atau metode untuk mengkaji wacana yang terkandung dalam pesan-pesan komunikasi, baik dari segi tekstual maupun kontekstual. Kajian ini sebagian berfokus pada isi pesan yang berbentuk teks.²² Akan tetapi analisis wacana memungkinkan untuk menelusuri berbagai strategi yang digunakan oleh komunikator dalam menyusun dan menyampaikan pesan untuk mencapai tujuan

²⁰ Ibid., hlm. 17.

²¹ Hera Wahdah Humaira, "Analisis Wacana Kritis (AWK) Model Teun A. Van Dijk pada Pemberitaan Surat Kabar Republika", *Jurnal penelitian bahasa dan sastra Indonesia serta pembelajarannya*, vol. 1: 2, (2018), hlm. 34.

²² Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LkiS, 2007), hlm. 170.

tertentu, serta memahami makna tersembunyi di balik struktur bahasa yang digunakan.

Analisis wacana merupakan cabang ilmu yang relatif baru dan mulai berkembang dalam beberapa dekade terakhir. Sebelumnya, kajian tentang linguistik cenderung berfokus pada analisis tingkat kalimat, namun belakangan sejumlah ahli bahasa mulai mengalihkan perhatiannya pada kajian wacana sebagai satuan bahasa yang lebih luas dan kompleks dalam konteks sosial maupun komunikatif.²³ Menurut Badara analisis wacana merupakan suatu kajian mendalam yang bertujuan untuk mengungkap aktivitas, pandangan, dan identitas yang tercermin melalui penggunaan bahasa dalam sebuah wacana. Pendekatan ini tidak hanya mempelajari struktur bahasa semata, tetapi juga berupaya memahami secara lebih komprehensif maksud dan kepentingan yang tersembunyi di balik teks, ideologi serta posisi sosial penulis atau penutur.²⁴

Lebih lanjut Stubbs menjelaskan bahwa analisis wacana merupakan kajian yang berfokus pada penggunaan bahasa secara alami, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Penggunaan bahasa secara alami adalah bahasa yang digunakan dalam percakapan atau komunikasi sehari-hari, bukan bahasa yang telah direkayasa atau bersifat formal semata. Stubbs juga menekankan bahwa analisis

²³ Ibid., hlm 171.

²⁴ Rismala Muffida, "Analisis Wacana Kritis Dimensi Teks Model Teun A. Van Dijk Pada Teks Berita Siswa Kelas VIII SMPN 28 Kota Tangerang", *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, vol. 10: 1, (Januari, 2021), hlm. 36.

wacana mempelajari bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial, terutama dalam interaksi antara penutur.²⁵ Dengan demikian, analisis ini tidak hanya melihat struktur bahasa, tetapi juga mempertimbangkan situasi sosial, hubungan antara individu, dan makna yang dibentuk melalui proses komunikasi tersebut.

Beragam pendekatan dalam analisis wacana telah diperkenalkan dan dikembangkan oleh para pakar dalam bidang linguistik dan kajian sosial. Eriyanto dalam karyanya yang berjudul *Analisis Wacana*, menguraikan sejumlah model analisis wacana yang cukup berpengaruh, seperti yang dikembangkan oleh Roger Fowler dkk, Theo van Leeuwen, Sara Mills, Norman Fairclough, hingga Teun A. van Dijk. Di antara berbagai pendekatan tersebut, model analisis wacana milik Teun A. van Dijk menjadi salah satu yang paling sering digunakan, khususnya dalam penelitian yang ingin mengungkap keterkaitan antara struktur bahasa, konteks sosial, serta ideologi yang tersembunyi di balik suatu teks.²⁶

b. Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Analisis wacana merupakan pendekatan yang tidak hanya mempelajari bahasa sebagai sistem struktur, tetapi juga memperhatikan bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial. Salah satu tokoh penting dalam pengembangan teori analisis wacana

²⁵ Aris Badara, *Analisis wacana: Teori, metode, dan penerapannya pada wacana media*, hlm. 16.

²⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm 73.

adalah Teun A. van Dijk, seorang ahli linguistik asal Belanda yang dikenal luas dalam bidang analisis wacana kritis. Van Dijk mengembangkan pendekatan yang mengaitkan teks dengan konteks sosial, khususnya bagaimana wacana digunakan untuk mereproduksi, mempertahankan, atau bahkan menantang kekuasaan dan ideologi. Dalam pandangannya, bahasa bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga sarana pengaruh dan kekuasaan dalam masyarakat.²⁷

Model analisis yang dikembangkan oleh Van Dijk sering dikenal dengan istilah *kognisi sosial*. Istilah ini diadaptasi dari pendekatan dalam bidang psikologi sosial, yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana struktur dan proses mental individu maupun kelompok berperan dalam pembentukan dan pemaknaan suatu teks.²⁸

Menurut Van Dijk, wacana terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Ketiga dimensi ini tidak dapat dipisahkan, melainkan harus dianalisis sebagai satu kesatuan yang utuh untuk memahami wacana secara menyeluruh. Dimensi teks mencakup analisis struktur internal wacana, seperti organisasi kalimat, penggunaan kata, dan strategi retorik yang digunakan untuk menekankan tema tertentu. Selanjutnya, dimensi

²⁷ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. (Jakarta: LKiS, 2011), hlm 183.

²⁸ Ibid., hlm. 224.

kognisi sosial mengkaji bagaimana proses mental dan pengetahuan sosial penulis atau pembicara mempengaruhi produksi wacana tersebut. Sementara itu, dimensi konteks sosial berfokus pada kondisi sosial, budaya, dan politik yang melingkupi dan memengaruhi teks, termasuk bagaimana wacana mencerminkan atau membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu isu tertentu.²⁹

Penelitian ini difokuskan pada aspek dimensi teks dalam model analisis wacana Teun A. van Dijk. Fokus tersebut dipilih karena objek yang dikaji adalah pesan dakwah yang termuat dalam teks ceramah. Dalam pandangan Van Dijk, dimensi teks terbagi menjadi tiga bagian utama yang saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan analisis yang utuh. Ketiga bagian tersebut meliputi struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

1. Struktur makro merujuk pada makna umum atau ide pokok yang menjadi inti dari sebuah wacana. Makna ini dapat diidentifikasi melalui tema atau topik utama yang diangkat oleh penutur atau penulis dalam penggunaan bahasa, baik secara lisan maupun tulisan. Struktur ini berfungsi untuk menggambarkan gambaran besar dari isi wacana yang disampaikan.
2. Superstruktur merupakan kerangka dasar dari sebuah teks yang mencakup bagian pendahuluan, isi, penutup, hingga kesimpulan.

²⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*, hlm. 73.

Unsur ini berfokus pada pola atau struktur skematik dari suatu wacana, yakni bagaimana argumen atau gagasan dalam wacana tersebut diorganisasikan dan disusun secara runtut. Skematik ini berfungsi sebagai strategi komunikatif dari pembicara atau penulis untuk memperkuat makna utama yang ingin disampaikan, dengan cara menyusun sejumlah alasan atau argumen pendukung secara logis dan terstruktur. Dengan demikian, superstruktur membantu audiens memahami arah dan tujuan dari keseluruhan wacana.

3. Struktur mikro mengkaji secara mendalam aspek-aspek kebahasaan dalam sebuah wacana, yang meliputi semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik. Analisis pada level ini berfokus pada bagaimana elemen-elemen linguistik tersebut digunakan oleh komunikator untuk membentuk makna, mempengaruhi audiens, serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan dalam teks atau tuturan.

- a. Semantik

Dalam kerangka analisis wacana kritis model Van Dijk, semantik diklasifikasikan sebagai bagian dari makna lokal. Makna lokal merujuk pada penafsiran makna yang muncul dalam satuan teks yang lebih kecil, seperti kalimat atau paragraf yang berhubungan langsung dengan konteks spesifik dalam wacana. Pendekatan ini memungkinkan

peneliti untuk memahami bagaimana pesan-pesan tertentu dikonstruksi melalui pemilihan kata dan struktur kalimat yang mendukung tujuan ideologis dari teks tersebut.

b. Sintaksis

Sintaksis merupakan susunan dan struktur kalimat disusun oleh penutur dalam suatu wacana. Menurut Van Dijk, dalam aspek sintaksis yang menjadi fokus perhatian adalah bentuk dan susunan kalimat yang dipilih oleh penutur atau penulis. Pada struktur mikro wacana, elemen-elemen yang dianalisis dalam dimensi sintaksis mencakup penggunaan kalimat, keterpaduan atau koherensi antarbagian teks, serta penggunaan kata ganti yang berperan dalam membangun hubungan makna dan menjaga kesinambungan wacana.

c. Stilistik

Stilistik merupakan pemilihan kata yang digunakan oleh penutur atau penulis dalam menyampaikan pesan, gagasan, serta ideologi yang ingin disampaikan. Pilihan kata tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga mencerminkan sikap, tujuan, dan posisi ideologis dari pembicara dalam suatu wacana.

d. Retoris

Retoris menurut Van Dijk berfokus pada unsur-unsur

seperti tampilan grafis, penggunaan metafora, serta ekspresi bahasa yang digunakan. Elemen-elemen ini dianalisis untuk melihat bagaimana gaya penyampaian dalam memperkuat pesan, membangun emosi, dan memengaruhi pemahaman atau respons audiens terhadap isi wacana.³⁰

Adapun struktur wacana sebagaimana dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Rincian Elemen Analisis Teun A. Van Dijk

Struktur Wacana	Elemen	Hal yang diamati
Struktur Makro	Topik	Tematik pokok persoalan yang dibicarakan
Superstruktur	Skema	Skematik Bagaimana pendapat, urutan dan bagian- bagian dalam teks disusun
Struktur Mikro	Latar, Rincian, Maksud, Asumsi awal dan Normalisasi	Semantik Penekanan makna yang ingin disampaikan dalam

³⁰ I Nyoman Payuyasa, "Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk Dalam Program Mata Najwa di Metro TV", *SEGARA WIDYA Jurnal Hasil Penelitian*, vol. 5: 1, (November, 2017), hlm. 16-23.

		teks
	Bentuk Kalimat, Koherensi dan Kata Ganti	Sintaksis Bagaimana pendapat yang disampaikan
	Leksikon	Stilistik Apa pilihan kata yang digunakan
	Grafis, Metafora dan Ekspresi	Retoris Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan

Sumber: *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Eriyanto, 2009

Dalam konteks dakwah di media sosial, analisis wacana menjadi alat penting untuk membaca bagaimana pesan-pesan keagamaan dikonstruksi dan disampaikan. Ceramah-ceramah yang ditayangkan melalui platform seperti YouTube tidak sekadar berisi ajaran Islam, tetapi juga membawa ideologi, nilai-nilai sosial, serta posisi komunikator dalam masyarakat. Dengan demikian, analisis wacana membantu mengungkap struktur tersembunyi dalam teks dakwah yang mungkin tidak langsung terlihat dalam tataran permukaan.

2. Pesan Dakwah

Pesan merupakan keseluruhan informasi atau makna yang

disampaikan oleh komunikator kepada komunikan untuk mempengaruhi sikap, pemikiran atau tingkah laku komunikan. Menurut Joseph A. Dominick pesan sebagai *the actual physical product that the source encodes* (produk fisik nyata yang dihasilkan dari proses encoding sumber).³¹ Pesan adalah bentuk komunikasi encoding yang dapat ditangkap melalui pancaindra, baik dalam bentuk lisan, tulisan, suara, gambar atau symbol visual lainnya.

Pesan dakwah merujuk pada seluruh materi, nilai, dan ajaran yang wajib disampaikan oleh seorang dai (komunikator) kepada mad'u (komunikan). Pesan dakwah mencakup keseluruhan prinsip-prinsip Islam sebagaimana termuat dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah. Hal ini sejalan dengan pendapat Endang Saepudin Anshari yang menyatakan bahwa materi dakwah merupakan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah, yang membahas berbagai aspek kehidupan dan penghidupan manusia.³² Pada dasarnya pesan dakwah adalah anjuran kepada manusia untuk melaksanakan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.

Dalam literatur bahasa arab, pesan dakwah dikenal dengan sebutan *maudhu' al-da'wah*. Istilah ini dianggap lebih representatif untuk menggambarkan substansi dakwah yang dapat disampaikan melalui berbagai bentuk ekspresi, seperti ucapan, tulisan, tindakan,

³¹ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm. 19.

³² Fahrurrozi, Dkk., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2019), hlm. 92.

gambar, ilustrasi, maupun media visual lainnya. Semua bentuk penyampaian tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman, memengaruhi, hingga mengarahkan perubahan sikap dan perilaku audiens atau mad'u. Secara prinsipil, setiap bentuk pesan dapat dikategorikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan sunnah.³³

Pesan dakwah yang efektif adalah pesan yang disusun melalui perencanaan yang matang dan strategis. Menurut Wahyu Ilaihi, terdapat setidaknya empat aspek penting yang perlu diperhatikan dalam penyusunan pesan dakwah.

- a. Pesan dakwah harus dirancang dan disampaikan dengan cara yang menarik, sehingga mampu memikat perhatian audiens atau sasaran dakwah yang dituju.
- b. Pesan dakwah hendaknya menggunakan simbol, bahasa, atau tanda-tanda yang merujuk pada pengalaman dan konteks yang dipahami secara bersama oleh dai dan mad'u.
- c. Pesan dakwah harus mampu membangkitkan kesadaran akan kebutuhan personal atau emosional yang dirasakan oleh komunikan. Dengan menyentuh aspek kebutuhan tersebut, pesan dakwah menjadi lebih relevan dan menyentuh sisi psikologis audiens.
- d. Pesan dakwah sebaiknya tidak hanya menggugah kebutuhan,

³³ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hlm. 318.

tetapi juga memberikan arahan atau solusi konkret tentang bagaimana kebutuhan tersebut dapat dipenuhi melalui nilai-nilai ajaran Islam.³⁴

Pesan dakwah memiliki sejumlah karakteristik utama yang mencerminkan kesempurnaan ajaran Islam. Secara umum, terdapat tujuh karakter yang melekat pada pesan dakwah, yakni: bersumber langsung dari Allah Swt., mudah dipahami, bersifat menyeluruh, seimbang dalam berbagai aspek, universal atau berlaku untuk semua manusia, rasional dan dapat diterima akal, serta membawa kebaikan bagi kehidupan manusia.³⁵

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa inti dari pesan dakwah tidak lain adalah ajaran Islam itu sendiri. Dengan demikian, ketika membahas pesan dakwah, pada hakikatnya yang dibahas adalah seluruh dimensi ajaran Islam. Hal ini mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari akidah, ibadah, akhlak, hingga muamalah. Meskipun ajaran Islam sangat luas, dalam praktiknya pesan dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut:³⁶

1. Akidah (Keimanan)

Aspek akidah merupakan dasar utama dalam pembentukan akhlak dan moralitas manusia, sehingga menjadi prioritas utama dalam materi atau pesan dakwah

³⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 30.

³⁵ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 324.

³⁶ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 317.

Islam. Materi dakwah dalam bidang ini mencakup enam pokok keimanan, yaitu iman kepada Allah Swt., malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari kiamat, serta qadha dan qadar. Dakwah akidah tidak hanya menekankan pada kewajiban meyakini pokok-pokok tersebut, tetapi juga memberi peringatan terhadap keyakinan yang bertentangan dengannya, seperti syirik (menyekutukan Allah), atheisme (mengingkari adanya Tuhan), dan bentuk penyimpangan keimanan lainnya. Dengan demikian, dakwah akidah bertujuan untuk menanamkan keimanan yang lurus sekaligus menyucikan keyakinan umat dari segala bentuk kesesatan yang merusak nilai tauhid.³⁷

2. Syaria'ah

Syari'ah atau hukum Islam sering dipandang sebagai cermin peradaban, karena syari'ah mencerminkan tatanan masyarakat yang beradab dan bermoral. Dalam konteks dakwah, pesan dakwah syari'ah memiliki cakupan yang luas dan bersifat mengikat bagi seluruh umat Islam, mencakup aspek spiritual, sosial, dan moral. Materi ini tidak hanya bertujuan menanamkan pemahaman tentang kewajiban hukum Islam, tetapi juga memberikan pedoman yang jelas berdasarkan dalil syar'i agar umat tidak terjerumus dalam

³⁷ Samsul Munir Arnin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2019), hlm. 90

penyimpangan. Ruang lingkup materi dakwah dalam aspek syari'ah meliputi ibadah *mahdhah* (rukun Islam seperti syahadat, salat, zakat, puasa, dan haji), serta ibadah *ghairu mahdhah* seperti muamalah dalam berbagai bidang, termasuk hukum perdata (*al-qanun al-khas*) dan hukum publik (*al-qanun al-'am*).³⁸

3. Akhlak

Pesan dakwah yang berkaitan dengan akhlak bertujuan untuk memberikan pedoman dalam membedakan antara yang baik dan buruk, dengan melibatkan fungsi akal dan hati dalam menetapkan standar moral yang sering kali dipengaruhi oleh norma sosial. Dalam ajaran Islam, akhlak memiliki hubungan yang erat dengan ibadah, di mana pelaksanaan ibadah senantiasa dikaitkan dengan ketakwaan, yaitu menjalankan perintah Allah Swt. dan menjauhi larangan-Nya. Oleh karena itu, pembinaan akhlak menjadi bagian integral dari ajaran Islam. Menurut Ibnu Miskawaih, kebaikan dan kebahagiaan sejati terletak pada kemampuan manusia dalam mewujudkan nilai-nilai kebajikan secara utuh dan berkesinambungan dalam kehidupannya.³⁹

3. Konstruksi Pesan

a. Pengertian Konstruksi Pesan

³⁸ Ibid., hlm. 91.

³⁹ Ibid., hlm. 91.

Konstruksi pesan merupakan proses penyusunan makna yang disengaja oleh komunikator agar dapat dipahami sesuai dengan maksud dan tujuan yang ingin disampaikan kepada audiens. Pesan yang dikonstruksi tidak hanya sekadar informasi, melainkan membawa muatan makna yang membentuk persepsi, interpretasi, bahkan respons dari penerimanya. Menurut Peter L. Berger, proses konstruksi pesan dalam kehidupan sosial melibatkan tiga tahapan utama yang dialami oleh individu.

1. Eksternalisasi

Tahap eksternalisasi merujuk pada momen ketika individu mengungkapkan diri melalui penyampaian ide atau makna yang diperolehnya dari interaksi dengan lingkungan sosial. Proses ini mencerminkan bentuk aktualisasi diri, di mana seseorang mengomunikasikan pesan berdasarkan pengalaman, pemahaman, atau interpretasi pribadinya, baik melalui ucapan, tulisan, maupun tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari.

2. Objektivasi

Objektivasi merupakan tahap di mana pesan-pesan yang telah disampaikan mulai terbentuk sebagai entitas yang dapat diamati, ditanggapi, dan dievaluasi oleh orang lain. Pada fase ini, individu tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga menafsirkannya dalam kerangka realitas

sosial yang dialami. Ia mulai menilai sejauh mana pesan tersebut sesuai dengan fakta, bernilai benar, atau relevan dalam konteks sosial yang melingkupinya.

3. Internalisasi

Internalisasi merupakan proses di mana individu menyerap kembali makna dari suatu pesan, lalu membandingkannya dengan nilai-nilai, pengalaman hidup, serta realitas personal yang dimilikinya. Pada tahap ini, pesan yang diterima mulai terintegrasi ke dalam struktur kognitif dan sistem keyakinan individu. Jika pesan tersebut dirasa selaras dengan kenyataan sosial yang dialami, maka individu cenderung menerima pesan tersebut sebagai kebenaran, bahkan berpotensi mereproduksinya dalam bentuk sikap, tindakan, atau komunikasi di dalam lingkungan sosialnya.⁴⁰

b. Tahap Pembentukan Konstruksi Pesan

Pada tahap ini, informasi yang dikonsumsi oleh khalayak akan membentuk konstruksi makna melalui tiga proses utama. Pertama adalah konstruksi pesan pembenaran, yaitu ketika khalayak cenderung menerima dan membenarkan segala bentuk informasi yang disajikan melalui media sosial, terlepas dari validitasnya.

Kedua, ketersediaan khalayak dikonstruksi oleh media,

⁴⁰ Brend D Ruben, *Komunikasi Dan Perilaku Manusia* (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 16.

artinya keputusan untuk mengakses atau tidak mengakses suatu informasi sepenuhnya bergantung pada pilihan individu. Namun, ketika khalayak memutuskan untuk mengonsumsi informasi tersebut, secara tidak langsung mereka membuka ruang bagi pikirannya untuk dipengaruhi dan dikonstruksi oleh isi media.

Ketiga, muncul pilihan konsumtif yang bersifat ketergantungan, di mana media sosial telah menjadi bagian integral dari rutinitas sehari-hari masyarakat. Ketergantungan ini dapat dilihat dari reaksi psikologis individu yang merasa hampa atau terganggu produktivitasnya hanya karena tidak mengakses media sosial atau menggunakan telepon genggam dalam kurun waktu tertentu.⁴¹

c. Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi merupakan fase di mana khalayak mulai merespons informasi yang diterima dengan menyampaikan argumen, pendapat, atau penilaian pribadi terhadap pesan yang beredar. Melalui proses ini, terbentuklah konstruksi makna yang lebih spesifik sesuai dengan perspektif masing-masing individu. Bagi khalayak, tahap ini juga berfungsi sebagai mekanisme pembenaran atas keterlibatannya dalam proses pembentukan makna pesan, sekaligus menunjukkan alasan mengapa mereka secara aktif

⁴¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 212.

ikut serta dalam dinamika konstruksi informasi yang berlangsung.⁴²

Dalam konteks komunikasi dakwah, konstruksi pesan merujuk pada proses perencanaan, perumusan, dan penyampaian pesan secara terstruktur agar dapat dimaknai dengan baik oleh audiens. Tujuan utama dari konstruksi ini adalah menciptakan kesesuaian pemahaman antara da'i sebagai komunikator dan mad'u sebagai penerima pesan. Pentingnya peran pesan dalam komunikasi terletak pada fungsinya sebagai jembatan utama dalam mentransmisikan nilai-nilai keislaman, informasi, serta ajaran moral dan spiritual.⁴³ Oleh karena itu, seorang dai yang bergerak di ranah digital seperti Das'ad Latif tidak hanya perlu memperhatikan substansi pesan, tetapi juga strategi penyampaian dan segmentasi audiens yang dituju, agar pesan dakwah dapat relevan dan berdampak dalam kehidupan sosial masyarakat.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deksriptif dengan pendekatan analisis wacana. Metode ini bertujuan untuk menguraikan dan menggambarkan secara mendalam isi dari suatu pesan atau teks tertentu, sehingga makna yang terkandung di dalamnya

⁴² Ibid., hlm. 213.

⁴³ Asep Muhyidin, *Kajian Dakwah Multiperspektif Teori, Metodologi, Problem Dan Aplikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 219.

dapat diinterpretasikan secara komprehensif.⁴⁴ Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan atau menggambarkan suatu peristiwa, tanpa memberikan perlakuan atau intervensi terhadap objek yang dikaji. Penelitian kualitatif memungkinkan ekspolarasi mendalam tentang pesan dakwah yang disampaikan di media sosial. Bhandari menyatakan penelitian kualitatif digunakan dalam menganalisis teks, video dan audio dalam memahami ide, pandangan dan pengalaman.⁴⁵ Penelitian kualitatif memiliki tahapan yaitu identifikasi masalah, penelusuran kepustakaan, maksud dan tujuan penelitan, pengumpulan data, analisa data dan pelaporan.⁴⁶

Analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk digunakan dalam penelitian. Analisis wacana kritis digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana pesan dakwah yang disampaikan Das'ad Latif dikonstruksikan melalui media sosial Youtube. Pendekatan analisis menggunakan tiga elemen yaitu: struktur makro, superstruktur, dan stuktur mikro.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah video dakwah yang diunggah Das'ad Latif pada akun Youtube resminya @dasadlatif dengan judul “Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi”. Adapun objek penelitian ini mencakup konstruksi pesan dakwah yang disampaikan oleh Das'ad

⁴⁴ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2011), hlm. 47.

⁴⁵ Mulyana, Asep, et al. *Metode penelitian kualitatif* (Widina, 2024), hlm. 10.

⁴⁶ Semiawan, Conny R. *Metode penelitian kualitatif* (Grasindo, 2010), hlm. 19.

Latif dalam video tersebut dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis utama, data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber utama, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya.⁴⁷ Data primer penelitian ini adalah video dakwah Das'ad Latif yang dipublikasikan di akun Youtube resminya @dasadlatif. Data primer meliputi salah satu video dengan judul "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi*" yang diunggah pada tanggal 18 Oktober 2022. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah, buku, jurnal, dan catatan relevan terkait penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang menjadi objek kajian.⁴⁸ Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, dan dalam praktiknya memerlukan ketelitian serta penggunaan berbagai alat bantu, seperti daftar catatan, perangkat perekam elektronik, atau kamera,

⁴⁷ Kusumastuti, Adhi, and Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode penelitian kualitatif* (Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019), hlm. 37.

⁴⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 171.

tergantung pada kebutuhan penelitian.⁴⁹ Teknik observasi dalam penelitian dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisis video dakwah berjudul “*Ustad Das’ad Latif Gaspol Pak Polisi*” yang diunggah pada akun YouTube resmi @dasadlatif. Proses observasi difokuskan pada pengamatan teks lisan dan visual dalam video tersebut guna mengidentifikasi dan memahami konstruksi pesan dakwah menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Teun A. van Dijk, yang mencakup struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

b. Dokumentasi

Studi dokumen merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan mengamati dan mengkaji dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek penelitian sendiri maupun oleh orang lain tentang subjek.⁵⁰ Adapun pengumpulan data dokumen dari penelitian adalah konten video dakwah ustad Das’ad Latif yang diunggah di akun Youtube @dasadlatif.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan bagian yang tidak kalah penting dari hasil penelitian. Studi Pustaka memberikan gambaran awal mengapa penelitian harus dilakukan dan apa saja penelitian yang telah dilakukan.⁵¹ Melalui studi pustaka peneliti dapat

⁴⁹ Ibid., hlm. 152.

⁵⁰ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Harfa Creative, 2023), hlm. 64.

⁵¹ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Method* (Hidayatul Quran Kuningan, 2019), hlm. 19.

mengidentifikasi karya tulis ilmiah yang telah diteliti sebelumnya. Dalam penelitian ini studi pustaka mencakup kajian teori analisis wacana dan penelitian dakwah di media sosial.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya peneliti untuk memberikan makna pada data, baik berupa teks, video maupun gambar, melalui analisis yang menyeluruh.⁵² Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara berkesinambungan mulai dari pengumpulan data hingga penulisan laporan akhir. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk. Proses analisis data dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Kodifikasi Data

Data berupa video dakwah Ustad Das'ad Latif yang diunggah di akun YouTube resmi @dasadlatif dikumpulkan dan ditranskrip. Peneliti kemudian mengidentifikasi bagian-bagian tertentu dalam wacana video yang mengandung unsur pesan dakwah, lalu mengelompokkannya berdasarkan struktur analisis wacana Teun A. Van Dijk.

b. Penyajian Data

⁵² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hlm 247.

Data yang telah dikodifikasi disusun dan diklasifikasikan sesuai dengan fokus permasalahan penelitian, yaitu konstruksi pesan dakwah. Setiap bagian dianalisis dengan mengacu pada elemen-elemen wacana untuk melihat pesan dakwah yang ingin disampaikan Das'ad Latif di media sosialk Youtube.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Tahap ini merupakan proses interpretatif di mana peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Kesimpulan berupa temuan mengenai bagaimana pesan dakwah dikonstruksi dan disampaikan oleh Ustad Das'ad Latif melalui video tersebut.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun untuk memberikan gambaran alur penelitian yang logis dan memudahkan pembaca. Adapun sistematika pembahasan dari penelitian ini sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini, peneliti memberikan gambaran awal mengenai topik, latar belakang, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Bagian ini akan menjelaskan terkait relevansi dan

urgensi penelitian mengenai analisis pesan dakwah Das'ad latif di media sosial Youtube.

BAB II: Gambaran Umum Penelitian

Bab ini mencakup gambaran umum pada poin subjek dan objek penelitian. Pada bab ini akan dibagi menjadi tiga sub pembahasan. Pertama media sosial Youtube sebagai sarana dakwah. Kedua, biografi singkat tentang Das'ad Latif. Terakhir, deksripsi Video Das'ad Latif pada platform Youtube dengan judul ceramah "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi !!!*."

BAB III: Pembahasan

Bab ini akan membahas tentang konstruksi pesan dakwah Das'ad latif di media sosial menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk dengan tiga elemen yaitu, struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Kemudian menganalisis pesan dakwah Das'ad Latif pada video tersebut.

BAB IV: Penutup

Bab ini akan menegaskan ulang jawaban atas rumusan masalah yang telah dijawab pada Bab 2 dan Bab 3 dalam penelitian ini. Bagian ini merumuskan kesimpulan atas rangkuman dari penjelasan yang telah dibahas dalam bab sebelumnya. Peneliti juga membuka ruang bagi pembaca untuk memberi saran dan kritik atas limitasi penelitian ini serta memberikan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh Das'ad Latif dengan judul ceramah "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!*" yang dipublikasikan pada platform YouTube dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Struktur Makro menunjukkan bahwa tema utama ceramah adalah pembentukan anggota kepolisian yang berintegritas, bertanggung jawab, dan berakhlak mulia. Superstruktur memperlihatkan bahwa penyampaian dakwah tersusun secara sistematis melalui tiga bagian, yaitu: pendahuluan yang interaktif dan penuh humor, isi yang berisi pesan moral dan keagamaan yang kontekstual, serta penutup yang reflektif dan persuasif dengan penekanan pada perubahan diri dan kesadaran spiritual. Struktur Mikro mengungkapkan bahwa penggunaan aspek semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik dilakukan secara terpadu dengan memadukan bahasa formal dan informal, humor, repetisi, serta paralelisme. Hal ini menjadikan pesan dakwah lebih kontekstual, persuasif, dan transformatif bagi anggota kepolisian.
2. Pesan dakwah dalam video "*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!*" menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan memadukan tiga pilar utama ajaran Islam, yakni penguatan akidah sebagai fondasi moral, penerapan syari'ah dalam ranah profesional, serta pembentukan akhlak

mulia yang relevan dengan konteks tugas anggota kepolisian. Pendekatan ini menjadikan pesan dakwah bersifat komprehensif, aplikatif, dan kontekstual. Das'ad Latif mampu mendorong transformasi moral, meningkatkan profesionalisme, dan memperkuat peran aparat kepolisian sebagai pelayan masyarakat berlandaskan nilai-nilai Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis wacana terhadap video ceramah “*Ustad Das'ad Latif Gaspol Pak Polisi!!!*” di platform YouTube, peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam lingkup kajian ini. Oleh karena itu, beberapa saran dapat diajukan sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya maupun bagi para praktisi dakwah di era digital. Penelitian ini hanya memfokuskan analisis pada satu video ceramah dengan pendekatan wacana kritis Teun A. van Dijk. Dengan demikian, penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas objek kajian dengan menganalisis lebih banyak konten dakwah oleh Das'ad Latif maupun pendakwah-pendakwah lainnya, sehingga memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pesan dakwah di media sosial.

Selain itu, penelitian mendatang juga dapat mengombinasikan analisis wacana dengan metode yang lain, seperti etnografi digital atau analisis resepsi audiens, guna melihat bagaimana pesan dakwah tidak hanya diproduksi tetapi juga diterima dan dimaknai oleh masyarakat. Bagi para praktisi dakwah digital, hasil penelitian ini memberikan catatan penting bahwa penyampaian pesan harus tetap komunikatif, kontekstual, dan

berlandaskan Al-Qur'an serta Hadis, sehingga mampu menghadirkan nilai-nilai Islam yang aplikatif dan memberi dampak positif bagi masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abida, Fithriyah Inda Nur dan Diana Budi Darma, *Techniques of Humor in Das'ad Latif Preaching*, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.
- Agung Tirta Wibawa, "Fenomena Dakwah di Media Sosial Youtube", *Jurnal Rasi*, vol. 1:1, Januari 2021.
- Aini Nabillah dan Pipir Romadi. "Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agama Fachrul." *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* Vol. 6, No. 1 (2024): 51–64. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/idarotuna/index>.
- Ainur Rofiq dan Aviatus Sholihah, "Strategi Penyampaian Pesan Dakwah pada Media Sosial (Studi Analisis Strategi Dakwah Husein Basyaiban di Akun TikTok @Kadamsidik00)", *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, vol. 4:1, Januari 2024.
- Al-Qur'an, 3:104. Semua terjemah ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari *Al-Qur'an dan Terjemahnya versi digital Kementerian Agama RI*, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=104&to=104>, diakses 11 Juni 2025.
- Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia", *Jurnal Publiciana*, vol. 9:1, 2016.
- Anugrah dan Fatwafahreza, "Strategi Dakwah Ustadz Das'ad Latif di Media Sosial", *Jurnal Manajemen Dakwah dan Filantropi Islam (Mushawwir)*, vol. 2:1, Maret 2024.
- Aris Badara. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Prenada Media, 2014.
- Arnin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2019.
- Aziz, Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Badan Pusat Statistik, *Statistik Telekomunikasi Indonesia*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2024.
- Badara, Aris, *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*, Jakarta: Kencana, tt.
- Bayu Aji Saputra. *Pesan Dakwah Gus Miftah dalam Tayangan Video Berjudul Beginilah Gaya Ceramah Ulama Nyentrik yang Viral Pengajian di Klub*

Malam di Situs YouTube Tv Amatir01 (Analisis Wacana Teun A. van Dijk).
Ponorogo: Institut Agama Negeri Ponorogo, 2020.

Brandy Reece, *Putting the Ha! In Aha: Humor as a Tool for Effective Communication*, Pennsylvania: University of Pennsylvania, 2014.

Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.

Cahyono, Guntur dan Nibros Hassani, "Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran", *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, vol. 13:1, 2019.

Damayanti, Al Hamidah, Kusnadi, dan Hidayat, "Analisis Komunikasi Dakwah Ustadz Das'ad Latif dalam Media YouTube", *Al-Iman: Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan*, vol. 8:1, Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2024.

Das'ad Latif, *YouTube: @Dasadlatif*,
<https://youtube.com/@dasadlatif?si=gVg15WtlhzpbVD9F>, diakses 12 Juni 2025.

Dinya Rizki Nisya'ul Jannah. *Strategi Dakwah Husain Basyaiban di Media TikTok dalam Membentuk Akhlak Mulia Generasi Milenial*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024.

Darmawati, Syahril, dan Inda Harianti. "Integritas Moral dalam Konteks Pengambilan Keputusan di Desa Bontobaru Kabupaten Kepulauan Selayar." *Jurnal Ilmiah Administrasita*, vol. 14:1, Juni 2023.

Drajat, Mutia, *Dakwah Kreatif: Studi tentang Gaya Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif*, Tesis, Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021.

Erianto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKIS Laskar Pelangi, 2011.

Fahrurrozi, dkk., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenamedia Group, 2019.

Hadis, HR. Ahmad, *Musnad Ahmad*, no. 8952. Semua terjemah hadis di skripsi ini diambil dari Maktabah Syamilah versi digital, <https://shamela.ws/book/11006/8952>, diakses pada tanggal 11 Agustus 2025.

Hamdan dan Mahmuddin, "Youtube sebagai Media Dakwah", *Journal of Social Religion Research*, vol. 6:1, April 2021.

Hermawan, Iwan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan*

Mixed Method, Kuningan: Hidayatul Quran, 2019.

Humaira, Hera Wahdah, “Analisis Wacana Kritis (AWK) Model Teun A. Van Dijk pada Pemberitaan Surat Kabar Republika”, *Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, vol. 1:2, 2018.

Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.

Kusumastuti, Adhi dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.

Lismawati. *Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial TikTok*. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2024.

Mastanah, M., dkk. “Transformasi Dakwah Islami: Instagram sebagai Media Tausiah Generasi Milenial.” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* Vol. 12, No. 4 (2024): 110.

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.

Morissan, *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.

Muffida, Rismala, “Analisis Wacana Kritis Dimensi Teks Model Teun A. Van Dijk pada Teks Berita Siswa Kelas VIII SMPN 28 Kota Tangerang”, *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, vol. 10:1, Januari 2021.

Muhyidin, Asep, *Kajian Dakwah Multiperspektif: Teori, Metodologi, Problem dan Aplikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Mulyana, Asep, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif*, Widina, 2024.

Nasution, Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif*, Tangerang: Harfa Creative, 2023.

Nurunnisa Mutmainna. *Media Sosial YouTube dalam Pengembangan Dakwah Online (Studi Generasi Milenial di Kota Makassar)*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2024.

Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKiS, 2007.

Payuyasa, I Nyoman, “Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk dalam Program Mata Najwa di Metro TV”, *SEGARA WIDYA Jurnal Hasil Penelitian*, vol. 5:1, November 2017.

- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2010 tentang Hak-hak Anggota Kepolisian Negara Republik Indonesia, Pasal 18, Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM, 2010. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/5058>, diakses pada tanggal 18 Juni 2025.
- Ridwan Aang, “Humor Dalam Tablig Sisipan Yang Sarat Estetika”, Bandung: *Jurnal Ilmu Dakwah*, 2010.
- Rachmat Prihartono dan Suharyo, “Analisis Wacana Kritis Model Teun A. van Dijk dalam ‘Debat Keren Papua – Budiman Sudjatmiko VS Dandhy Laksono’ (Kajian Analisis Wacana Kritis)”, *Jurnal Wicara*, vol. 1:2, Oktober 2022.
- Ramadhan, Randy dan Henny Destiana, “Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Dakwah Islam dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM)”, *Jurnal Penelitian Teknik Informatika*, vol. 1:3, Oktober 2018.
- Romli, Asep Syamsul M., *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Ruben, Brend D., *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Salma Laila Qodriyah, “YouTube Sebagai Media Dakwah di Era Millenial (Channel Nusa Official)”, *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyaan*, vol. 1:2, September 2021.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Semiawan, Conny R., *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Grasindo, 2010.
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Syamsuddin, AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Syintia, Nurfitria dan Arzam, “Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Beribadah Melalui Dakwah Media Di Era Modern”, *Jurnal An-Nida’*, vol. 46:1, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2022.
- Taufik, Ahmad, *Retorika Dakwah Modern*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.

Taufikurrahman dan Eni Setyowati. "Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital melalui Instagram, TikTok, YouTube." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* Vol. 7, No. 1 (2024): 105. <https://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/almada/article/view/xxxx>.

We Are Social dan Kepios, *Digital 2024: Indonesia*, Datareportal, 2024.

Zalfa, Fika Fauziyah dan Wafiq Nuraini Cumana, "Analisis Penggunaan Majas Pada Puisi *Nocturno Fragment* Karya Chairil Anwar: Kajian Stalistika", *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, vol. 1:2, 2023.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA