

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI  
DALAM CHANNEL YOUTUBE HANAN ATTAKI  
(STUDI KASUS BOOSTER PLAYLIST)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

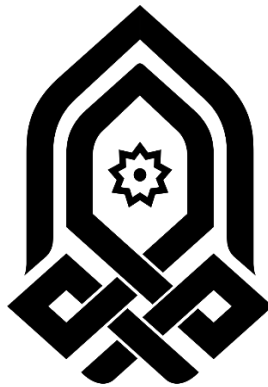
**MUHAMMAD RIFKI AL-GHIFARI**  
**NIM. 2042116023**

**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2021**

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI  
DALAM CHANNEL YOUTUBE HANAN ATTAKI  
STUDI KASUS BOOSTER PLAYLIST**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

**MUHAMMAD RIFKI AL-GHIFARI**  
**NIM. 2042116023**

**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2021**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD RIFKI AL-GHIFARI  
NIM : 2042116023  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul "ANALISIS ISI PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAHI DALAM CHANNEL YOUTUBE HANAN ATTAHI STUDI KASUS BOOSTER PLAYLIST" adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Apabila kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Pekalongan

Pekalongan, 24 November 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features a portrait of a man and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', 'METRAI TEMPEL', and 'C3368AJX581976521'. The signature is written in a cursive style.

MUHAMMAD RIFKI AL-GHIFARI  
NIM.2042116023

## NOTA PEMBIMBING

Teddy Dyatmika, M.I.Kom.  
Jalan Raya Karanganyar No 40 RT 01 RW 02 Tegal

Lamp : 3 (Tiga) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Rifki Al-Ghifari

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
c.q Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam  
di-

### PEKALONGAN

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Rifki Al-Ghifari

NIM : 2042116023

Judul : **ANALISIS ISI PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI  
DALAM CHANNEL YOUTUBE HANAN ATTAKI STUDI  
KASUS BOOSTER PLAYLIST**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 14 Oktober 2021

Pembimbing,



**Teddy Dyatmika, M. I. Kom**

NIP. 198702132019031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan Telp. (0285) 412575 / Fax. (0285) 423428  
Website: [fuad.iainpekalongan.ac.id](http://fuad.iainpekalongan.ac.id) email: [fuad@iainpekalongan.ac.id](mailto:fuad@iainpekalongan.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **MUHAMMAD RIFKI AL-GHIFARI**  
NIM : **2042116023**  
Judul Skripsi : **ANALISIS ISI PESAN DAKWAH HANAN ATTACKI  
DALAM CHANNEL YOUTUBE HANAN ATTACKI  
STUDI KASUS BOOSTER PLAYLIST**

Telah diujikan pada hari Jum'at, 26 November 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Dr. H. Muhandis Azzuhri., Lc., M.A  
NIP. 19780105 200312 1 002

Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom  
NIP. 198812312019031011

Pekalongan, 26 November 2021

Disahkan Oleh

Dekan,



Dr. H. Sam'ani, M.Ag  
NIP. 197305051999031002

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang didalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = A		أ = ā
إ = I	أ ي = Ai	إ ي = ī
أ = U	أ و = Au	أ و = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      Ditulis      *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة      Ditulis      *fātimah*

## 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا      Ditulis      *rabbānā*

البر      Ditulis      *al-bir*



## 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh huruf “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس      Ditulis      *asy-syamsu*

الرجل      Ditulis      *ar-rajulu*

السيدة      Ditulis      *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر      Ditulis      *al-qamar*

البديع      Ditulis      *al-badī'*

الجلال      Ditulis      *al-jalīl*

## 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apotrof /'/.

Contoh:

أمرت      Ditulis      *umirtu*

شيء      Ditulis      *syai'un*

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah wa syukurillah penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, kasih sayang dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa diucapkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta ummatnya, semoga kita mendapat syafaat dari beliau.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak-pihak yang sudah terlibat serta membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir, terkhusus kepada kedua orangtua tercinta dan keluarga tersayang yang selalu mendukung apa yang penulis jalani, kepada teman-teman KPI Angkatan 2016, kepada pengurus HMJ KPI 2018, kepada teman-teman tercinta Aliansi Mahasiswa Jabodetabek dari angkatan 2015 sampai 2021, serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

## MOTTO

*“Start now, whenever you are, wherever you are, whoever you are. Start with pain, start with fear, start with doubt, even with hand shaking, voice trembling, and cold sweating. Start now and don’t stop. Start where you are, with who you are, and with what you have. Just Start.”*

## ABSTRAK

Rifki Al-Ghifari, Muhammad. 2021. Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Channel Youtube Hanan Attaki Studi Kasus Booster Playlist. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing: Teddy Dyatmika, M.I.Kom

**Kata Kunci:** Analisis Isi Pesan Dakwah, Youtube, Ustadz Hanan Attaki

Dakwah merupakan kegiatan umat Islam dalam rangka mengajak, menyeru, memanggil, serta menyampaikan pesan-pesan kebaikan agama Islam dengan tujuan selalu mengingat kebesaran Allah SWT sebagai Sang Pencipta alam semesta serta menjadi manusia yang selalu taat pada perintah Allah SWT dan menjauhi segala larangan-Nya. Perkembangan zaman turut mempengaruhi proses dan cara umat Islam dalam menyampaikan dakwah serta mengamalkan pesan-pesannya di kehidupan sehari-hari. Baik itu dakwah dengan cara disampaikannya dalam setiap pengajian ataupun khotbah jum'at ataupun menggunakan cara-cara yang melalui media-media sosial yang ada di zaman ini. Kemajuan teknologi yang tersedia ikut mendukung proses menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat umum. Dengan menggunakan media sosial, yaitu memanfaatkan fitur yang tersedia, yakni *streaming* atau siaran langsung atau menyaksikan video yang di *upload* di media sosial membantu para da'i dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat tanpa perlu datang secara langsung setiap kegiatan pengajian. Penelitian ini dilaksanakan dengan bermaksud menggali informasi dalam proses kegiatan penyampaian pesan-pesan dakwah oleh *channel youtube* Hanan Attaki, adapun informasi yang akan dicari ialah pesan-pesan dakwah apakah yang ada dan pesan apakah yang paling dominan dalam *channel youtube* nya, terutama pada bagian *booster playlist*.

Rumusan masalah yang penulis angkat adalah apa saja isi pesan-pesan dakwah yang ada dalam *channel youtube* milik Ustadz Hanan Attaki, adapun dalam studi kasusnya ialah *booster playlist* dan bagaimana analisis isi dalam pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam video *booster playlist channel youtube* nya. Hal tersebut bertujuan untuk memahami pesan-pesan dakwah apa saja kah yang ada dalam *channel youtube* nya dan mengetahui bagaimana analisis isi dalam pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam video *booster playlist channel youtube* miliknya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang berisikan pesan-pesan dakwah, adapun kuesioner diberikan kepada tiga juri yang memiliki kompetensi dalam bidang dakwah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan mengacu pada metode R. Hostly yaitu analisis data dengan menghitung persamaan pada poin-poin yang ada pada masing kuesioner dari ketiga juri, selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus-rumus R. Hostly, kemudian dari hasil tersebut maka ditentukan reliabilitasnya dengan mengacu pada ketentuan rumus R. Hostly yaitu 0,7 atau 70%

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, analisa pada pesan-pesan dakwah di *channel youtube* Hanan Attaki dengan studi *booster playlist* menunjukkan pesan-pesan dakwah yang ada adalah aqidah, akhlak, dan syariah, adapun dari hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan rumus R. Hostly menunjukkan reliabilitas yang muncul ada pada angka 0,93 atau 93% adapun masing-masing dari hasil perhitungan pada pesan-pesan dakwah yang ada menunjukkan bahwa pesan aqidah memiliki angka sebesar 41,73%, pesan akhlak 53,95%, dan pesan syariah 4,32%. Dengan begitu menunjukkan bahwa pesan dakwah yang paling dominan dari ketiga kategori pesan dakwah ialah pesan akhlak, kemudian pesan aqidah dan yang terakhir pesan syariah.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: *“Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Channel Youtube Hanan Attaki (Studi Kasus Booster Playlist)”* untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Penghargaan dan terima kasih saya berikan kepada kedua orangtua dan keluarga yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada Serta ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Zaenal Mustakim, M. Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Bapak Dr. Sam’ani, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, IAIN Pekalongan.
3. Bapak Misbakhudin, Lc., M.Ag. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Pekalongan.
4. Ibu Vyki Mazaya M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Pekalongan.
5. Bapak Teddy Dyatmika M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing.

6. Bapak Gugum Gumilar serta para staf Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Pekalongan, yang sudah membantu mengurus administrasi.
7. Seluruh Dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang diberikan.
8. Ibu Utami Puji Wahyuni tercinta yang selalu memberikan support, doa restu, curahan cinta dan segala yang terbaik untuk anak-anaknya.
9. Bapak Imam Ramdhani Abdul Rahman yang telah menjadi teman, ayah serta support sistem selama ini, pahlawan inspirasi yang tidak pernah mengenal lelah, Terimakasih untuk segalanya, Anakmu tetap semangat berjuang, seperti engkau memperjuangkan anak-anakmu pak.
10. Bapak Kakek, Mamah Nenek, Abi, Umi, Om Eka, Bi Nit, dan seluruh sepupu yang sudah ikut membantu dan memberikan semangat selama kuliah.
11. Pakde Joko, Pakde Jarot, Bude Tri, Bude Puji (Alm), Tante Widi, Om Dadan, Om Bayu, Tante Lusi dan seluruh sepupu yang ikut memberikan support dan doa yang terbaik.
12. Teman-teman PETRUS (Miftahul Hakim, Irvan Novani, Samsul Bahri, Royhan Muhammad Iqbal, dan Dimas Zidane Nabil), terimakasih untuk semangat, dorongan, serta bantuan materil dan moril selama ini.
13. Teman-teman KPI seperjuangan angkatan 2016, HMJ KPI 2018, khususnya divisi PR dan Lentera Kampus yang telah memberikan saya ruang untuk belajar dan berproses dalam mengembangkan potensi diri.

14. Teman-teman dari Aliansi Mahasiswa Jabodetabek (AMJ) dari tahun 2015 sampai tahun 2021, terimakasih atas semua kenangan, memori dan semuanya, berkat kalian masa-masa perkuliahan saya menjadi lebih bewarna dan lebih berarti.
15. Dan semua pihak-pihak yang telah terlibat dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dalam penelitian, terimakasih semoga bermanfaat bagi kita semua. Amiin

Pekalongan, 29 Oktober 2021



**Muhammad Rifki Al-Ghifari**

**NIM. 2042116023**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO .....	x
ABSTRAK .....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah. ....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka. ....	9
F. Metode Penelitian.....	24
G. Sistematika Pembahasan. ....	33

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Analisis Isi ( <i>Content Analysis</i> ). ....	34
B. Dakwah. ....	35
C. Pesan Dakwah.....	48
D. <i>Youtube</i> . ....	64

### BAB III METODE PENELITIAN DAN GAMBARAN UMUM DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI DI YOUTUBE

A. Metode Penelitian. ....	69
B. Populasi dan Sampel.....	70
C. Variabel Penelitian.....	73

D.	Teknik Pengolahan Data.....	73
E.	Instrumen Penelitian. ....	76
F.	Teknik Analisa Data. ....	79
G.	Profil dan Riwayat Hidup Ustadz Hanan Attaki.....	82
H.	Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Youtube.....	84

#### **BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A.	Pesan Dakwah Hanan Attaki Pada Channel YouTube Hanan Attaki (Studi Kasus Booster Playlist). ....	89
B.	Pembahasan Pesan Dakwah Hanan Attaki Pada Channel YouTube Hanan Attaki (Studi Kasus Booster Playlist).....	101

#### **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan .....	105
B.	Saran .....	106

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Bagan Dari Kerangka Berpikir .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 1.2 Grafik Presentase Pesan-pesan Dakwh Yang Ada Pada Channel Youtube Hanan Attaki Booster Playlist .....</b>	<b>100</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Pedoman Wawancara**

**Lampiran 2 Hasil Wawancara**

**Lampiran 3 Lembar Similarity Checking Turnitin**

**Lampiran 4 Lembar Pemeriksaan Skripsi**

**Lampiran 5 Lembar Penunjukkan Dosen Pembimbing**

**Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah.

Dewasa ini dunia sedang menghadapi kemajuan teknologi yang sangat cepat dan selalu berkembang. Berbagai macam pembaruan dan perubahan diciptakan semata-mata demi mempermudah kinerja manusia dan membuat hidup terasa lebih mudah, praktis dan simple. Alat- alat terbaru dan canggih diciptakan sedemikian rupa dan diproduksi massal dengan harapan semua manusia di muka bumi mampu merasakan kemudahan, kenyamanan dari alat-alat teknologi ini.

Alat-alat yang diciptakan tersebut saat ini sudah menyatu dengan kehidupan kita semua, dari yang berbentuk *hardware* sampai *software*. Masing-masing dari alat ini mempunyai kegunaan dan *utilitas* yang berbeda-beda, tergantung dari pemakaian dan jenis benda tersebut, adapula alat *hardware* dan *software* menjadi satu komponen utuh bersistematis sehingga dapat digunakan sesuai kehendak pengguna.

Tidak luput pula berbagai macam *software media platform* yang sudah menjamur di masyarakat, seperti *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube* dan lain sebagainya. Setiap *platform* media sosial memiliki keunikan tersendiri, baik itu dari sisi fitur maupun sisi penggunaannya. Dari keunikan-nya itulah mereka bisa bertahan ditengah ketatnya persaingan keras mereka dalam

menarik perhatian pengguna, agar tetap populer dan tidak ditinggalkan penggunanya.<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan berkembangnya media-media komunikasi menjadikan batas-batas jarak dan waktu tidak lagi menjadi halangan bagi manusia untuk mengakses informasi dan pengetahuan yang ada, tidak dapat diragukan lagi bahwa kemudahan ini membuka peluang manusia dalam hal apapun, termasuk dakwah. Dakwah dalam media sosial menjadi suatu perubahan metode yang cukup besar pengaruhnya, mengingat bahwa Islam merupakan agama yang paripurna dan tidak lekang oleh waktu dan zaman yang menjadikan dakwah tidak mengalami perubahan sedikit tetapi metodenya yang selalu berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman.

Dakwah melalui media sosial juga menuntut setiap para *da'i* mencoba menggabungkan perkembangan teknologi yang pesat, gaya hidup modern, pemikiran-pemikiran yang acak serta masif dengan dakwah yang berisikan pesan-pesan akidah, akhlak dan syariat Islam yang disampaikan supaya ada korelasi antara pesan dakwah dengan kehidupan yang berkembang di masyarakat. Dengan demikian, media dakwah yang meliputi segala sesuatu yang digunakan dalam hubungannya dengan pelaksanaan dakwah, sekalipun hanya alat penunjang, akan tetapi sangat besar pengaruhnya dalam pencapaian tujuan yang ingin dicapai oleh dakwah.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kutipan diambil dari website <https://bukugue.com/media-sosial-paling-banyak-digunakan/> pada tanggal 03 November 2020, jam 06.06

<sup>2</sup> Suarin Nurdin, *Media sebagai Sarana Komunikasi dalam Berdakwah*, Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial, Volume XVI No. 2, Juli-Desember 2018, hlm. 45.

Para *da'i* juga memiliki kebebasan dalam menyampaikan materi yang dipilihnya, dalam hal ini juga menyangkut durasi, gaya bicara, konsentrasi *mad'u* dan lain sebagainya, dengan begitu para *da'i* tetap bisa berhubung dengan para *mad'u* dan tetap bisa menyampaikan pesan-pesan dakwah tanpa perlu harus beranjak dari tempat. Seperti yang dikutip oleh laman web [www.nu.or.id](http://www.nu.or.id) dalam wawancaranya dengan Habib Ja'far Husein Al-Haidar, bahwa “dalam berdakwah jangan seperti orang yang sedang menggurui, jadikan pribadi menjadi *da'i* yang merangkul dan mendengarkan curhatan para *mad'u*, lalu dalam pembuatan konten dakwah perlu adanya provokasi yang baik, kolaborasi konten, mengangkat isu-isu terdekat, dan yang penting perlu menyisipkan konten intelektual didalam konten emosional yang sesuai dengan masyarakat Indonesia.”<sup>3</sup>

Namun dengan semua kemudahan yang ada terdapat kekurangan yang cukup besar dalam penyampaian dakwah melalui media sosial. Hal ini dapat dilihat dari waktu, poin-poin penting dalam penyampaian, pemahaman mendalam dalam poin-poin dakwah yang bisa menyebabkan penyimpangan nilai dan hilangnya pemahaman dasar dari dakwah yang disampaikan, maka dari itu diperlukan kiat-kiat yang mampu meminimalisir hal tersebut dengan disampaikannya materi dakwah yang padat, singkat, jelas dan mencakup pemahaman yang mendalam dengan efisiensi waktu yang tepat.

---

<sup>3</sup> Kutipan diambil dari website <https://www.nu.or.id/post/read/122155/langkah-langkah-dakwah-di-media-sosial> pada tanggal 03 November 2020, pada jam 13.37

Perkembangan dakwah di media sosial menjadikan banyak *Da'i* ternama serta organisasi Islam baik besar maupun kecil yang ikut andil, dari sekian banyak media sosial dan akun-akun dakwah yang tersebar salah satunya merupakan channel *Youtube* Hanan Attaki. Ustadz Hanan Attaki merupakan *da'i* di Indonesia yang cukup terkenal dengan gaya pakaian dan bahasa yang kekinian, materi dakwah yang menyangkut kawula muda, serta pesan-pesan dakwah yang dibungkus dengan harmoni musik dan tampilan video-video *cinematic*. Ustadz Hanan Attaki, mempunyai nama lengkap Tengku Hanan Attaki, salah seorang *da'i* yang sangat terkenal di kalangan kawula muda karena pembawaannya sangat ramah dan materi ataupun pesan dakwah mudah diterima dengan baik. Beliau merupakan seorang *da'i* yang sangat lekat dengan kajian-kajian keilmuan yang kekinian dan menarik anak-anak muda, bergabung kedalam *youtube* pada tahun 2017 dan sampai saat ini perkembangan *channel* beliau selalu meningkat, dan salah satu yang membuat penulis tertarik meneliti ini adalah didalam *channel youtube official*-nya terdapat *playlist* yang bernama *Booster Playlist*<sup>4</sup>. *Playlist* ini berisikan 21 video pendek yang berkisar hanya 1-5 menit, beberapa contoh kajian yang di share dalam akun *youtube* Hanan Attaki di *booster playlist* berjudul “Ge’er”, “*No Judgement*”, “Balikan Lagi, Jangan”, “Biar Gak *Fragile*”, dan “*Di Reject*”.

Selain dari materi dan penyampaian yang sangat dinikmati anak muda, *channel youtube* Hanan Attaki juga mempunyai perkembangan yang bagus dan peminat yang sangat banyak. Penulis melakukan perbandingan antara *channel*

---

<sup>4</sup> <https://youtube.com/playlist?list=PLPVaZBOPYqfd5unBybO5A3zgz43H-Cr-t>



*youtube* Hanan Attaki dengan *channel youtube* Cak Nun yaitu CakNun.com dan NU Online yang keduanya masih bersifat media dakwah *online youtube*, alasan penulis memilih kedua *channel youtube* ini dikarenakan keduanya merupakan *channel youtube official* yang dipegang oleh organisasi Islam terbesar di Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama disingkat NU dan seorang kyai terkemuka di Indonesia yaitu Kyai Emha Ainun Nadjib, dan yang kedua bahwa *channel youtube* NU Online dengan CakNun.com sudah lebih dulu muncul di *youtube* daripada *channel youtube* Hanan Attaki. Berikut merupakan tabel dari perkembangan 3 *channel youtube*:<sup>5</sup>

Tabel 1 Perkembangan 3 *Channel Youtube*:

<b>Nama <i>Channel</i></b>	<b>Tanggal bergabung</b>	<b>Jumlah <i>Subscriber</i></b>	<b>Jumlah Video</b>
CakNun.com	22 Februari 2013	453 ribu	707 video
NU <i>Online</i>	10 Maret 2017	383 ribu	803 video
Hanan Attaki	11 Mei 2017	1,66 juta	172 video

Dari tabel perkembangan diatas bahwa diantara ketiganya memiliki jarak yang cukup jauh antara satu *channel* dengan yang lainnya baik dalam sisi jumlah *subscriber* maupun jumlah video yang sudah diupload, selanjutnya penulis membandingkan 3 *channel youtube* ini berdasarkan perkembangan *views* dan *subscribe* masing-masing akun dalam rentang 30 dan 90 hari

---

<sup>5</sup> Peneliti menggunakan <https://id.noxinfluencer.com> untuk mendapatkan data-data terkait perkembangan tiga channel youtube yang tertera. Peneliti mengakses laman web ini pada tanggal 23 Oktober 2020 pada jam 13.45

terakhir. Berikut merupakan tabel dari perkembangan penayangan harian, angka pertumbuhan rata-rata penonton dan angka pertumbuhan *subscribers* 3 *channel youtube*:

Tabel 2 Perkembangan 3 Channel Youtube

<b>Nama Channel</b>	<b>Angka penayangan harian selama 30 hari terakhir</b>	<b>Angka pertumbuhan rata-rata penonton selama 30 hari yang lalu</b>	<b>Angka pertumbuhan subscriber selama 90 hari yang lalu</b>
CakNun.com	2, 549, 644	2, 116, 084	377 ribu - 452 ribu (21 Agustus 2020 - 16 November 2020)
NU Online	2, 021, 217	2, 242, 809	1,353 ribu - 382 ribu (21 Agustus 2020 - 17 November 2020)
Hanan Attaki	2, 306, 684	4, 215, 767	1,48 juta - 1,66 juta (21

			Agustus 2020 - 15 November 2020)
--	--	--	--

Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa perkembangan *channel youtube* Hanan Attaki lebih bagus dan menarik ketimbang *channel youtube* NU Online dan CakNun.com, meskipun jumlah videonya terbilang sedikit dan baru muncul di *youtube* pada tahun 2017 tidak membuat *channel youtube* Hanan Attaki tenggelam dan menghilang dalam banyaknya *channel youtube* dakwah yang lebih bagus dan dikelola dengan organisasi maupun perorangan yang baik, tetapi materi yang disampaikan mengenai akidah, akhlak dan syariat tepat sasaran, serta penyampaian materi yang mampu menarik perhatian anak muda dalam skala yang cukup besar, lalu penerapan metode-metode dakwah yang baik sehingga membuat suasana baru dalam dakwah yang ada di Indonesia sampai saat ini menjadi lebih berwarna, lebih menarik, dan lebih mengena di hati para *mad'u*, maka dari itu penulis tertarik lebih jauh untuk meneliti analisis isi dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki dalam upaya dakwahnya di *youtube* dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Channel Youtube Hanan Attaki (Studi Kasus Booster Playlist)”

## **B. Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan penulis di atas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah:

1. Apa saja isi pesan dakwah yang ada di video *booster playlist channel youtube* Ustadz Hanan Attaki?
2. Bagaimana analisis isi dalam pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam video *booster playlist channel youtubanya*?

### **C. Tujuan Penelitian.**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui isi pesan dari *booster playlist channel youtube* milik Ustadz Hanan Attaki.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil analisis isi dari *booster playlist channel youtube* milik Ustadz Hanan Attaki.

### **D. Manfaat Penelitian.**

Adapun manfaat yang bisa didapat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis.
  - a. Penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai wacana dalam meneliti nilai-nilai dari pesan dakwah *da'i* yang berdakwah menggunakan media *youtube*.
  - b. Penelitian ini bisa dimanfaatkan oleh penulis untuk memahami lebih dalam mengenai isi dari pesan-pesan yang disampaikan para *da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.
  - c. Penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk berkontribusi dan menambah khazanah keislaman bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

(KPI) IAIN Pekalongan melalui kajian mengupas tuntas isi dari pesan-pesan dakwah *da'i* pada media sosial *youtube*.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberi masukan dan menambah pengetahuan bagi mahasiswa dan masyarakat luas, serta membantu para praktisi dakwah Islam (*Da'i*) sehingga dapat berperan aktif dalam mengembangkan dakwahnya melalui media sosial, *youtube* khususnya.
- b. Memberikan kontribusi mengenai perkembangan media dakwah melalui media sosial, dengan terus berdakwah kapanpun, dimanapun dan siapapun.
- c. Mendorong mahasiswa KPI sebagai juru dakwah yang berkualitas dengan cara membantu menyusun isi dari pesan-pesan dakwah yang akan disampaikan.
- d. Menjadikan bahan referensi maupun acuan bagi penelitian lainnya untuk melakukan riset tersebut.

## E. Tinjauan Pustaka.

### 1. Analisis Teori.

#### a. Dakwah.

Ditinjau dari segi etimologi, kata dakwah berarti mengajak, menyeru, memanggil. Orang yang berdakwah disebut *da'i* dan orang

yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut *mad'u*.<sup>6</sup> Warson Munawwir berpendapat bahwa dakwah adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).<sup>7</sup> Sedangkan secara terminologi, dakwah berarti suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran Islam tersebut dan menjalankannya dengan baik dalam kehidupan individual maupun bermasyarakat untuk mencapai kebahagiaan manusia, baik dunia maupun akhirat, dengan menggunakan media dan cara-cara tertentu.<sup>8</sup> Dakwah juga mempunyai arti suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam sehari-hari.<sup>9</sup>

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab "Da'wah" "دَعْوَةٌ" dari kata da'a "دع" yad'u "يدعو" yang berarti panggilan, ajakan, seruan. Dengan demikian dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), cet. pertama, hlm. 1.

<sup>7</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013), cet. kedua, hlm. 1.

<sup>8</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, hlm. 5.

<sup>9</sup> Faizah, dkk, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2015), h. 7

<sup>10</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila) hlm. 11

Dasar dari dakwah merujuk kepada Q.S An-Nahl :125 sebagai berikut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Kata-kata “ادْعُ” diartikan berarti menyampaikan, mengajak maupun menyeru dan kata “حِكْمَةٍ” dan “مَوْعِظَةٍ الْحَسَنَةِ” merupakan isi dari seruan maupun ajakan tersebut, yang dimana dalam “seruan menuju hikmah dan pelajaran yang baik” merupakan satu kesatuan dakwah yang tidak dapat dipisahkan. Maka dari itu dalam proses berdakwah dibutuhkan isi-isi dari pesan dakwah yang mampu membuat para *mad'u* tertarik dengan seruan yang disampaikan *da'i* bagaimanapun gaya penyampaian yang dilakukan.

Menurut H.M Arifin, dakwah adalah sesuatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok, supaya timbul dalam pribadinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur

paksaan.<sup>11</sup> . Sedangkan menurut istilah Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.<sup>12</sup>

Selain mengetahui inti dari kegiatan dakwah, pendakwah juga harus mengetahui dalam proses penyampaian dakwah dibutuhkan beberapa syarat agar berjalan dengan baik, hal ini meliputi partisipan inti dari kegiatan dakwah yaitu *da'i*, *mad'u* dan *maddah* (pesan dakwah). Partisipan ini yang mempengaruhi berjalannya atau tidaknya dakwah, terlepas dari dakwah tersebut menggunakan suara (Da'wah Bil Lisan) atau tulisan (Da'wah Bil Qalam). Jadi singkatnya dari penjelasan diatas bahwa pesan dakwah atau *maddah* (materi dakwah) adalah isi atau materi dari aktivitas yang disampaikan da'i (*communicator*) kepada *mad'u* (*communican*) dalam proses dakwah.<sup>13</sup>

Ulama sepakat bahwa hukum dakwah itu secara umum adalah wajib, yang menjadi perdebatan adalah apakah kewajiban itu dibebankan kepada keseluruhan individu muslim atau hanya dibebankan kepada kelompok orang saja dari secara keseluruhan, perbedaan pendapat mengenai hukum berdakwah disebabkan perbedaan cara pemahaman mereka terhadap dalil-dalil naqli dan

---

<sup>11</sup> H. M. Arifin, *Psikologi Dakwah, Suatu Pengantar Studi Cet. 6* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 6

<sup>12</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), h. 20

<sup>13</sup> Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008), h.19



kenyataan kondisi setiap muslim yang berbeda pengetahuan dan kemampuan. Ayat yang menjadi pokok pangkal pendapat itu adalah surat Ali-Imran ayat 104:

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

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. merekalah orang-orang yang beruntung”.

Penjelasan sebelumnya menjelaskan kegiatan dakwah memang bisa dilakukan oleh siapa saja, namun tentu dibutuhkan keilmuan yang mumpuni dan sifat-sifat yang mencerminkan seorang *da'i*, mengetahui kondisi yang *mad'u* hadapi sampai membuat pesan-pesan dakwah menjadi menarik menjadi salah satu keutamaan yang paling penting dalam keberhasilan dakwah, dalam Seminar ‘Dakwah dan Media Selama Pandemi Covid-19’ di UIKA Bogor, Prof. KH. Didin Hafidhuddin menjelaskan bahwa faktor seperti integritas dan akhlak *da'i*, mengetahui sasaran dakwah, materi dakwah yang cocok dengan kondisi masyarakat serta menggunakan metode dakwah yang bervariasi membuat keberhasilan dakwah meningkat.<sup>14</sup>

Faktor-faktor yang dijelaskan sebelumnya menjadi titik inti dari setiap syarat-syarat keberhasilan dakwah, dengan mengetahui secara rinci maka kegiatan dakwah akan terus mengalami kemajuan yang

---

<sup>14</sup> Pernyataan diambil oleh penulis di <https://m.republika.co.id> pada tanggal 01 April 2021 pada jam 03.07.

signifikan, berikut penulis memaparkan lebih lanjut faktor-faktor tersebut. Integritas dan akhlak menjadi cerminan dan wajah seorang *da'i* dalam berdakwah, menurut Moh. Ali Aziz sifat-sifat yang harus dimiliki pendakwah untuk menunjang integritas dan akhlak dijelaskan sebagai berikut:<sup>15</sup>

- a) Mendalami Al-Qur'an, Sunnah dan sejarah kehidupan Rasul serta Khulafaurrasyidin.
- b) Memahami masyarakat yang akan dihadapi.
- c) Berani dalam mengungkapkan kebenaran dimanapun dan kapanpun.
- d) Ihtlas dalam melaksanakan tugas dakwah tanpa tergiur oleh nikmat materi yang sementara.
- e) Terjauh dari hal-hal yang menjatuhkan harga diri.

Pendakwah sudah seharusnya mengetahui apa yang dibutuhkan dari para *mad'u*, dengan mengetahui latar belakang, pendidikan, umur, jenis kelamin maka *da'i* mampu memilih materi dakwah yang tepat sasaran dan langsung menuju inti permasalahan yang dihadapi serta mampu mendapatkan *interest*/ketertarikan dari para *mad'u*. Penggolongan *mad'u* terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:<sup>16</sup>

- a) Dari segi sosiologis. Masyarakat terasing, pedesaan, kota, kota kecil, kota besar, marjinal dan lain sebagainya.

---

<sup>15</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Perenda Media, 2004), Ed.1, h.81

<sup>16</sup> Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977) h.13-14.

- b) Dari struktur kelembagaan. Golongan priyai, abangan dan santri.
- c) Dari segi tingkatan usia. Golongan anak-anak, remaja, dewasa, dan lansia.
- d) Dari segi profesi. Golongan petani, pedagang, seniman, buruh, dan pegawai negeri.
- e) Dari segi tingkatan sosial dan ekonomis. Golongan miskin, menengah dan kaya.
- f) Dari segi jenis kelamin. Golongan pria dan wanita.
- g) Dari segi khusus. Golongan tunawisma, tunarungu, tunasusila, tunakarya, narapidana, dan lain sebagainya.

Pendakwah juga harus mengetahui berbagai macam pengajaran dalam dakwah agama Islam. Ajakan ataupun ajaran menuju hikmah dan pelajaran yang baik dalam ajaran Islam secara garis besarnya dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu Aqidah, Syariat, dan juga Akhlak,<sup>17</sup> menurut Wardi Bachtiar 3 bagian pesan dakwah itu meliputi Aqidah, Akhlak dan juga Syari'ah<sup>18</sup> sedangkan menurut Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi pesan dakwah terbagi menjadi 4 yaitu Aqidah, Syariah, Muamalah dan Masalah Akhlaq.<sup>19</sup> Dengan

---

<sup>17</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h.148

<sup>18</sup> Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos Wahan Ilmu, 1997), h.60

<sup>19</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (cet.1, Jakarta: Kencana, 2006), h.21

mengetahui macam-macam pesan dakwah maka pendakwah dapat memanfaatkan hal ini untuk kelancaran dan keberhasilan dakwah.

Setelah memenuhi syarat menjadi *da'i* dan memahami dakwah secara keseluruhan, maka dibutuhkan metode untuk penyampaian dakwah. Islam merupakan agama yang *rahmatan lil a'lamin*, tidak lekang oleh waktu dan tidak akan berubah sampai akhir zaman, maka dari itu metode yang digunakan dalam penyampaian dakwah harus sesuai dengan zaman namun dengan tetap mempertahankan pesan-pesan dakwahnya, disinilah diperlukan metode yang efektif dan efisien untuk diterapkan dalam tugas dakwah.<sup>20</sup> Internet merupakan jawaban dari metode yang diperlukan dalam berdakwah, seperti yang dilakukan Sunan Bonang yang menggunakan gamelan, wayang dan suluk dalam metode penyampaian dakwahnya, sekarang siapapun bisa menikmati dakwah yang ada di internet, tidak seperti dulu dimana dakwah hanya sebatas mimbar dan terhalang akses jarak yang terlampau jauh, berbeda dengan internet yang menghadirkan kelebihan seperti efektivitas, efisiensi, kemudahan akses, kecepatan, dan ketepatan kepada siapa saja, dimana saja, dan kapan saja dalam berdakwah. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima, yaitu lisan, tulisan, *visual*, *audio visual* dan akhlak.<sup>21</sup> *Audio visual* yang saat ini digemari oleh banyak pihak salah satunya merupakan

---

<sup>20</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013), cet. kedua, hlm. 95-96.

<sup>21</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), cet. kedua, hlm. 106.

*Youtube*, karenanya banyak yang mencoba menggunakan media tersebut untuk belajar, mencari informasi, mencari hiburan, dan bahkan untuk menonton siaran-siaran dakwah.

b. Analisis Isi.

Analisis isi menurut Smith adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dari tubuh materi (teks) (biasanya verbal) secara sistematis dan objektif dengan mengidentifikasi karakteristik tertentu dari suatu materi.<sup>22</sup>

Analisis isi (*content analysis*) adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks, maksud dari “isi” berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.<sup>23</sup>

Analisis isi juga merupakan sebuah metode penelitian yang tidak menggunakan manusia sebagai objek penelitian. Analisis isi menggunakan simbol atau teks yang ada dalam media tertentu, untuk kemudian simbol-simbol atau teks tersebut diolah dan dianalisis.<sup>24</sup>

Analisis isi merupakan hal yang sangat umum dalam hal ilmu komunikasi, dimana analisis isi ini sering digunakan untuk membedah, mengambil kesimpulan dan juga menentukan jenis-jenis pesan-pesan yang terkandung dalam suatu kegiatan komunikasi.

---

<sup>22</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi Cet. ke-3 (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), h. 86.

<sup>23</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi Cet. ke-3 (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), h. 86

<sup>24</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi Cet. ke-3 (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), h. 110.

Analisis isi juga berkonsentrasi kepada isi dari pesan-pesan yang disampaikan dari para *communican* kepada para *receiver* dalam hal ini termasuk *da'i*, *mad'u*, dan *maddah* didalam dakwah. Analisis isi dipakai dalam penelitian ini untuk mengetahui isi pesan-pesan dakwah yang ada di *booster playlist Youtube* Hanan Attaki, dengan mengetahui isi pesan-pesan dakwahnya maka penulis bisa mengetahui kecenderungan dari dakwah Hanan Attaki di *booster playlist Youtube*-nya.

## 2. Penelitian Terdahulu.

Dalam proses pembuatan skripsi ini diperlukan adanya tinjauan dari pustaka-pustaka yang terdahulu supaya tidak memiliki persamaan dalam segi fokus serta hasil penelitian antara satu dengan yang lain. Berikut tinjauan pustaka yang sejenis, seperti berikut:

**Pertama**, berdasarkan hasil penelitian dari skripsi “Pesan Dakwah Dalam Novel” (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Novel Haji Backpacker Karya Aguk Irawan MN) yang ditulis Puji Mulyono, mahasiswa IAIN Salatiga pada tahun 2017 menyimpulkan bahwa terdapat beberapa aspek-aspek dari pesan-pesan dakwah yang dianalisis dari buku tersebut mengenai Aqidah, Akhlak, dan Syariah. Adapun dari kecenderungan pesan-pesan dakwah lebih mengacu kepada pesan Aqidah 49% dan paling rendah merupakan Syariah sebanyak 9,4%.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Puji Mulyono, “Pesan Dakwah Dalam Novel” (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Novel Haji Backpacker Karya Aguk Irawan MN), Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, IAIN Salatiga, 2017

Penelitian terdahulu ini bersifat kuantitatif yaitu mengkalkulasikan dan memprosentase hasil-hasil pesan dari novel Haji *Backpacker* Karya Aguk Irawan MN, penulis lalu menggunakan metode penelitian analisis isi R. untuk menjabarkan dan menarik kesimpulan dari pesan-pesan yang tertera, penulis selanjutnya menggunakan 3 koder dalam menentukan variabel-variabel Aqidah, Akhlak, Syariah dari pesan-pesan dakwah di novel tersebut, adapun relevansi dengan skripsi ini keduanya menggunakan analisis isi kuantitatif dalam menyimpulkan isi pesan dakwah. Perbedaan dari penelitian ini adalah penulis meneliti pesan dakwah dalam novel sedangkan penelitian ini meneliti pesan dakwah dalam *playlist* video *youtube*.

**Kedua**, berdasarkan hasil penelitian dari skripsi “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram” yang ditulis Guesty Tania, mahasiswi (UIN) Raden Intan Lampung pada tahun 2019 menyimpulkan bahwa pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam video *Instagram* milik Ustadz Hanan Attaki terdapat Aqidah, Akhlak, dan Syariah. Adapun kecenderungan terdapat pada pesan-pesan Akhlak sebanyak 9 video dan diakhiri dengan pesan Syariah yang paling sedikit sebanyak 3 video.

Penelitian terdahulu ini bersifat kualitatif yaitu menjabarkan dan menjelaskan pesan-pesan yang terkandung dari berbagai macam video-video yang terdapat dalam Instagram Ustadz Hanan Attaki lalu membedah video tersebut menggunakan metode penelitian analisis isi deskriptif dan

menggolongkan menjadi 3 bagian yang sesuai dengan kategori-kategori yang telah ditentukan, yaitu Aqidah, Akhlak, dan Syariah.<sup>26</sup> Relevansi penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu menyimpulkan pesan dakwah, menggunakan media sosial sebagai tempat penelitiannya, dan meneliti subyek yang sama adapun perbedaannya terletak pada perbedaan *platform* media sosial dan perbedaan metode penelitian.

**Ketiga**, berdasarkan hasil skripsi “Pesan Dakwah Dalam *Web Series* Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di *Youtube*” yang ditulis Riza Ahmad Zaini, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2018 menyimpulkan bahwa dari penelitian ini mengemukakan pesan-pesan yang terkandung dalam *Web Series* Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di *Youtube*, seperti pada umumnya kategori dari pesan-pesan ini ada 3, yaitu Aqidah, Akhlak, dan Syariah. Presentase yang dihasilkan dari penelitian ini terdapat jumlah pesan sebanyak 9 butir, dimana yang paling banyak merupakan kategori Akhlak sebanyak 6 butir, Aqidah 2 butir, dan Syariah sebanyak 1 butir.

Penelitian terdahulu ini bersifat kuantitatif, yaitu mengkalkulasikan dan mempresentase hasil-hasil pesan dari *Web Series* Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di *Youtube*, lalu penulis mengkategorikan pesan-pesan yang nampak dari film itu menggunakan metode penelitian analisis isi deskriptif dan membaginya menjadi bagian Aqidah, Akhlak, Syariah.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Guesty Tania, *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2019.

<sup>27</sup> Riza Ahmad Zaini, *Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 Di Youtube*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.



Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis, bisa disimpulkan bahwa penelitian penulis dengan yang terdahulu keduanya membahas mengenai analisis isi dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kuantitatif, namun dalam perbedaannya terdapat objek dan subjek yang diteliti, penulis meneliti pesan dakwah dalam novel sedangkan penelitian ini meneliti pesan dakwah dalam *playlist* video *youtube*.

Berdasarkan penjelasan diatas, dari persamaan maupun perbedaan penelitian dengan penelitian yang terdahulu, penulis ingin melanjutkan penelitian ini secara mendalam.

### 3. Kerangka Berpikir

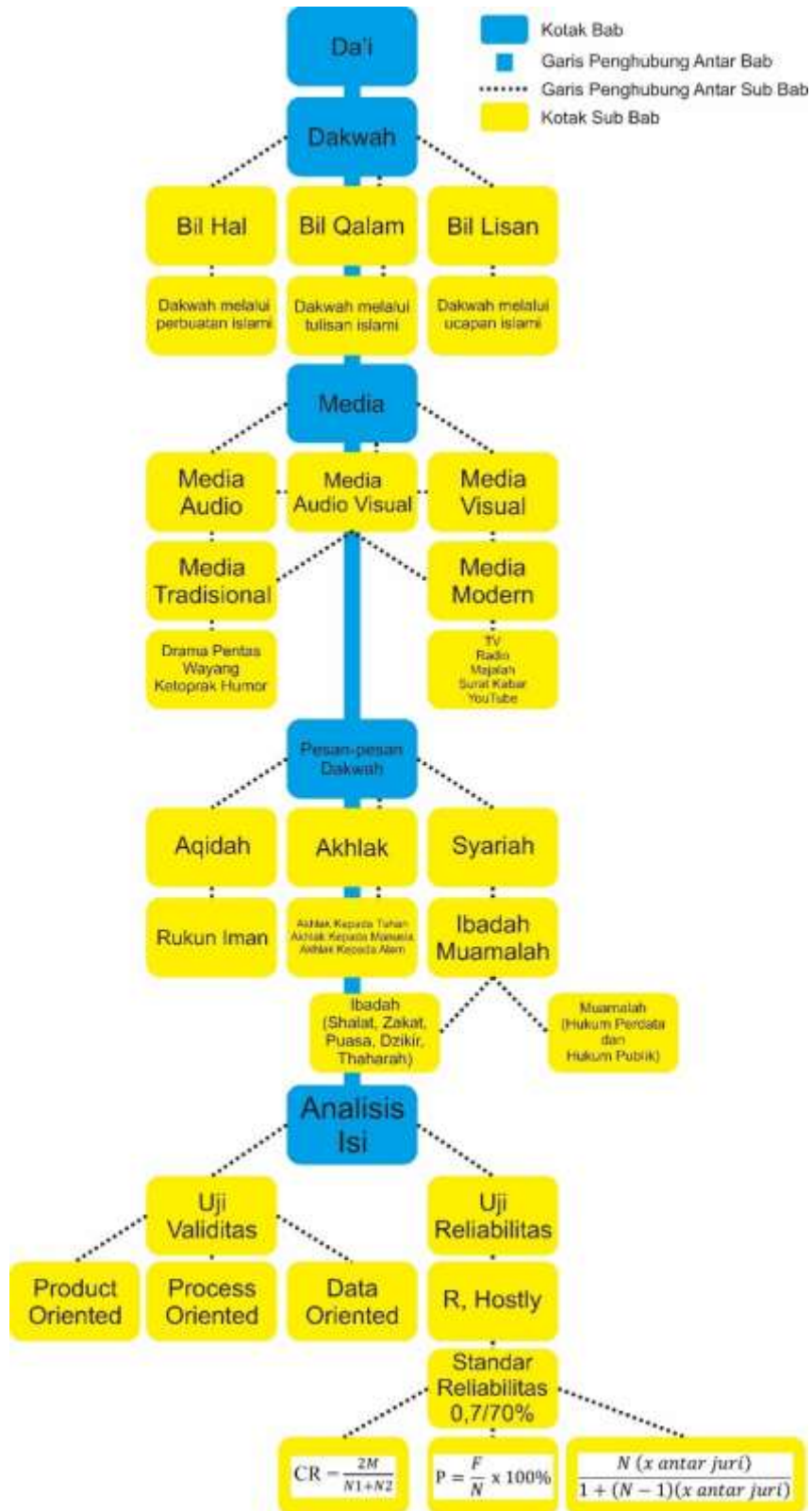
Di zaman yang serba *modern* saat ini, kegiatan dakwah sudah menjadi suatu kegiatan yang cukup mudah dan bisa menjangkau siapa saja dan dimana saja, *da'i* dan *mad'u* mampu terhubung melalui jaringan internet tanpa harus pergi atau beranjak dari rumah. Berbagai macam *platform* internet yang digunakan para *da'i*, *Youtube* menjadi salah satu opsi dari berbagai media dakwah yang digunakan para *da'i* selain mimbar dan pengeras suara masjid, dikarenakan media ini sudah digunakan dan diakses berjua-juta orang bahkan bermilyar-milyar orang dalam setiap harinya.

Selain dari kelebihanannya yang terletak pada luas jangkauan dan tanpa batas, berdakwah di *youtube* menjadikan kesempatan para *da'i* untuk semakin menyatu dengan perkembangan zaman yang dihadapi

masyarakat, dengan mengenal problematika kehidupan *modern* yang diikuti arus globalisasi yang kuat maka para *da'i* hadir sebagai pencerah dan pembimbing dalam era *modern* seperti saat ini. Namun diantara semua kelebihan yang dimiliki oleh *youtube*, hal yang terpenting dalam dakwah adalah bagaimana pesan-pesan yang disampaikan dari *da'i* kepada *mad'u* tersampaikan dengan baik, memastikan bahwa pesan-pesan tersebut cocok dengan *mad'u* baik dari segi umur, jenis kelamin, pengalaman hidup, problematika sosial, perkembangan budaya dan lain sebagainya yang sedang mereka hadapi.

Inilah peran penting dari penelitian analisis isi, yang dimana penelitian ini mencoba untuk mengetahui dari setiap masing-masing pesan yang disampaikan para *da'i* kepada *mad'u* yang nampak terutama melalui media *youtube* dan kecenderungan arah pesan-pesan dakwah *da'i* tersebut dalam menyampaikan dakwah. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disusun kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar Bagan 1.1 Kerangka Berpikir



## F. Metode Penelitian.

### 1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah kajian kepustakaan (*Library Research*), penulis akan melakukan penelitian dengan mencari data-data yang bersumber dari literatur yang berkaitan dengan masalah secara sistematis, kritis, dan analisis. Penelitian pustaka yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur, baik berupa buku, jurnal, catatan maupun laporan hasil penelitian dari peneliti terdahulu.

### 2. Pendekatan Penelitian.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang penulis ambil, jelasnya adalah penelitian yang ilmiah, karena memenuhi kaidah ilmiah yang empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian kuantitatif juga memiliki data penelitian berupa angka dan analisis yang menggunakan statistik.<sup>28</sup> Penelitian ini, penulis memilih menggunakan penelitian kuantitatif R. Hostly, analisis isi yakni teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan yang dilakukan secara objektif dan sistematis.<sup>29</sup> Arah dari penelitian kuantitatif yang penulis maksud dalam penelitian ini ialah penulis mencoba untuk mengambil kesimpulan dari apa saja dan bagaimana isi pesan-pesan yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (ALFABETA:2014), h.7

<sup>29</sup> Jumroni, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Press, 2006), h.73.

dalam *booster playlist youtubenanya*, yang nantinya hal ini dideskripsikan berdasarkan data yang valid yaitu angka dan hasil analisis statistik.

3. Subjek dan Objek Penelitian.

Subjek dari penelitian ini adalah Ustadz Hanan Attaki sendiri yang bernama lengkap Tengku Hanan Attaki sedangkan objek dari penelitian ini adalah isi pesan-pesan dakwah dari video yang ada di *channel youtube Hanan Attaki booster playlist* tersebut.

4. Sumber Data.

Dalam pencarian sumber informasi dan penggalian data, terdapat dua jenis data yang dibutuhkan, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini sumber data yang dibutuhkan disesuaikan dengan hasil atau tujuan penelitian ini.

a. Data Primer.

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.<sup>30</sup> Adapun data primer dari penelitian ini adalah *Booster Playlist* yang ada di *channel youtube Hanan Attaki*.

b. Data Sekunder.

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari bukti-bukti pendukung. Data ini bisa didapatkan dari berbagai macam

---

<sup>30</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta:CV Andi Offset, 2010), hlm.171.

literasi dakwah atau buku-buku dan sumber lain yang berhubungan serta memiliki relevansi dengan penelitian ini.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data.

- a. Observasi, yaitu mengamati dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.<sup>31</sup> Langkah observasi yang penulis lakukan adalah dengan cara menonton dan mengamati setiap pesan-pesan dakwah yang muncul pada video *booster playlist Youtube Hanan Attaki*, selanjutnya dengan seksama dan teliti peneliti mencoba mengambil poin-poin dari pesan-pesan dakwah yang ada di video tersebut dan mengelompokkannya.
- b. Dokumentasi, ialah dengan mengumpulkan variable berupa catatan, buku-buku penelitian dakwah, komunikasi, artikel, serta data lainnya tentang video *booster playlist Youtube Hanan Attaki*.
- c. Angket, dalam analisis isi yaitu berupa lembaran *coding sheet* yang akan dibagikan kepada tiga orang juri yang kompeten dan ahli dalam dakwah. Setiap juri akan mengelompokkan pesan-pesan dakwah ke dalam kategori yang tersedia, hasil dari ketiga juri akan dibandingkan berapa banyak persamaan dan perbedaan. Semakin banyak persamaan yang dimiliki maka akan semakin tinggi reliabilitasnya.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian di Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), cet. Ke -1, h.69.

<sup>32</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet I, h.298

- d. Populasi, ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>33</sup> Di penelitian ini yang dijadikan populasi adalah 21 video Hanan Attaki yang ada di *booster playlist Youtube Hanan Attaki*.
- e. Sampel, ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu cara untuk menentukan besar kecilnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil, maka bisa dilakukan dengan cara statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau representative (mewakili).<sup>34</sup> Dalam penelitian ini sampel yang dibutuhkan adalah 21 video *booster playlist Youtube Hanan Attaki*.

## 6. Metode Analisis Data.

Metode Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif. Pendekatan yang selanjutnya penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis deskriptif, format ini memiliki fungsi menjelaskan,

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B* (Bandung, Alfabeta 2016), Cet ke-13, h.80

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B* (Bandung, Alfabeta 2016), Cet ke-13, h.81

meringkas berbagai kondisi serta situasi atau variabel yang timbul di masyarakat dijadikan objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi.<sup>35</sup> Analisis deskriptif juga menggambarkan secara detail suatu pesan atau teks tertentu. Desain ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji keterkaitan hubungan antara variabel. Analisis ini semata-mata hanya untuk mendeskripsikan menggambarkan aspek dan karakteristik dari suatu pesan.<sup>36</sup>

Metode ini mempunyai beberapa tahap.

Berikut adalah tahapan-tahapan dalam menganalisa data:

- a. Penulis mengumpulkan semua data primer dan sekunder yang diperlukan, yaitu video *booster playlist* Hanan Attaki dan semua data pendukung.
- b. Penulis selanjutnya melakukan pencatatan pesan dakwah dalam bentuk kata atau kalimat yang diucapkan Hanan Attaki dalam *booster playlist youtube* Hanan Attaki.
- c. Penulis kemudian mengelompokkan pesan dakwah dalam video “*booster playlist youtube*” Hanan Attaki, menurut Wardi Bachtiar 3 bagian pesan dakwah itu meliputi Aqidah, Akhlak dan juga Syari’ah.<sup>37</sup> Berdasarkan ketiga kategori tersebut lalu dibuat definisi konseptual sebagai berikut:

---

<sup>35</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Mulia Group, 2005), cet ke dua, h.44

<sup>36</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Mulia Group, 2005), cet ke dua, h.7

<sup>37</sup> Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos Wahan Ilmu, 1997), h.60



- a) Pesan Aqidah: yang dimaksud dengan aqidah adalah hal-hal yang membahas tentang keyakinan yang termasuk dalam rukun iman.
- b) Pesan Syariah: yang dimaksud dengan syariah adalah hal-hal yang memuat tentang berbagai aturan dan ketentuan yang berasal dari Allah SWT yang diajarkan kepada utusannya yaitu Nabi Muhammad SAW dalam hal ibadah yang meliputi shalat, puasa, zakat, dan haji. Sedangkan muamalah berkenaan dengan pergaulan hidup antar sesama manusia seperti perkawinan, kewarisan, pidana, dan peradilan.
- c) Pesan akhlak: yang dimaksud dengan akhlak adalah hal-hal yang membahas tentang etika, moral, budi pekerti manusia dalam hubungan dengan tuhan, dengan sesama manusia dan dengan alam sekitar.
- d. Penulis selanjutnya memilih 3 *coder* untuk menyeleksi kategori pesan-pesan dakwah tersebut, selain untuk menghindari pandangan yang subyektif juga nilai yang didapatkan berdasarkan para ahli dan mampu dipertanggungjawabkan. *Coder* dipilih berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut:
  - a) Pernah mempelajari tentang unsur-unsur atau kaidah-kaidah dakwah.
  - b) Dapat memahami kategorisasi yang telah ditentukan oleh penulis.

- c) Bersedia menjadi koder.
- e. Selanjutnya penulis membagikan lembaran *coding* kepada ketiga *coder* yang berisi kalimat-kalimat yang mengandung unsur dakwah, lalu masing-masing *coder* memilih kalimat tersebut masuk kedalam kategori dakwah Akidah, Akhlak atau Syari'ah. Berikut contoh lembarannya:

Tabel 3 *Coding Sheet* Pembagian Kategorisasi Pesan Dakwah.

No.	Materi	Juri 1			Juri 2			Juri 3		
1	<i>Ge'er</i>	Aq	Sy	Akh	Aq	Sy	Akh	Aq	Sy	Akh

- f. Setelah masing-masing *coder* mengisi lembaran hasil *coding* yang diberikan, penulis selanjutnya melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Validitas dapat berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya yang tepat serta memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud penelitian tersebut dan mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur, sedangkan reliabilitas ialah melihat apakah alat ukur dapat dipercaya menghasilkan temuan yang sama, ketika dilakukan oleh orang yang berbeda.<sup>38</sup> Meskipun berbeda,

---

<sup>38</sup> Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Liberty: Yogyakarta, 1988. h.173

reliabilitas dan validitas berkaitan erat.<sup>39</sup> Dalam penelitian analisis isi, jenis validitas yang digunakan ada banyak, beberapa diantaranya adalah validitas yang berorientasi pada data, proses dan hasil (*data, process and product oriented*). Melihat dari tujuan penelitian ini maka validitas yang digunakan yaitu validitas berdasarkan data (*data oriented*), validitas ini menilai seberapa baik alat ukur yang merepresentasikan informasi yang melekat di dalam dan berasosiasi dengan data yang tersedia. Jenis validitas ini yang termasuk dalam kategori ini adalah validitas muka, yakni sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur apa yang benar-benar ingin diukur.<sup>40</sup> Validitas muka mempunyai dua cara, salah satu yang penulis gunakan yaitu dengan menguji alat ukur kepada para ahli/*expert* dibidangnya yaitu dakwah, dalam penelitian ini para ahli/*expert* sama saja dengan para coder. Sedangkan dalam reliabilitas, alat ukur yang digunakan yakni lembar *coding* (*coding sheet*), peneliti harus memastikan lembar *coding* yang akan digunakan alat ukur yang terpecaya (*reliable*).<sup>41</sup> Formula Holsty merupakan formula uji reliabilitas yang banyak dipakai, diperkenalkan oleh R. Holsty yang menguji reliabilitas melalui presentase persetujuan (berapa besar presentase

---

<sup>39</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet I, h.182

<sup>40</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet I, h.260

<sup>41</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet I, h.281

persamaan antar *coder* ketika menilai suatu isi). Dalam formula Holsty angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0.7 atau 70%. Jika angka hasil diatas 0.7 maka alat ukur ini reliabel, jika dibawah maka tidak reliabel.<sup>42</sup>

- g. Hasil dari kesepakatan tim juri/koder tersebut dijadikan sebagai koefisien reabilitas dihitung dengan rumus Hostly yaitu: koefisien

reabilitas:  $\frac{2M}{N1+N2}$  Keterangan:

2M = nomor keputusan yang sama antar juri

N1+N2 = jumlah item yang dibuat tim juri

- h. Setelah itu diperoleh rata-rata nilai keputusan antar juri/koder (komposit reabilitas), dengan menggunakan rumus:

Komposit Reabilitas:  $\frac{N (x \text{ antar juri})}{1+(N-1)(x \text{ antar juri})}$

Keterangan:

N = Jumlah juri

X = Rata-rata koefisien reabilitas antar juri

- i. Kemudian dilakukan penghitungan prosentase mengenai pesan dakwah yang dominan yang terdapat dalam *booster playlist youtube* ini, selanjutnya menganalisa data. Presentase pesan dakwah yang dominan dihitung dengan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

---

<sup>42</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet I, h.290

Keterangan: (P) = Prosentase (F) = Frekuensi (N) = Jumlah  
Populasi

#### **G. Sistematika Pembahasan.**

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami materi skripsi ini, penulis akan menguraikan isi pembahasan, diantaranya sistematika pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing tersusun atas sub bab sebagai berikut:

BAB I: Memaparkan tahapan perencanaan penelitian yang meliputi: Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II: Landasan teori yang akan diuraikan dalam penelitian ini yaitu: pengertian analisis isi, pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, pesan-pesan dakwah, dan pengertian *youtube*.

BAB III: Gambaran umum mengenai biografi Ustadz Hanan Attaki dan beberapa isi video ceramahnya di *booster playlist youtubanya*.

BAB IV: Analisis data tentang laporan hasil penelitian, mengenai data dan fakta objek penelitian serta jawaban dari rumusan masalah yang didasarkan pada hasil pengamatan, dokumentasi dan lain-lain.

BAB V: Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran dari penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Channel Youtube Hanan Attaki (Studi Kasus Booster Playlist)”, peneliti mengambil kesimpulan bahwa pesan dakwah ustad Hanan Attaki dalam akun Youtube Hanan Attaki mengandung tiga unsur pesan dakwah yaitu pesan aqidah, syariah, dan akhlak. Berdasarkan pengolahan data dari 48 pesan dakwah yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan adalah pesan akhlak, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Pesan aqidah berkaitan erat dengan masalah keyakinan agama dalam hati seseorang, sebuah keyakinan yang menjadi dasar dari keimanan kepada penciptanya. Pesan yang disampaikan Hanan Attaki dalam akun Youtube Hanan Attaki mengandung pesan aqidah dengan jumlah nilai komposit 0,58 dengan perolehan nilai persentase sebesar 41,73%.
2. Pesan akhlak berkaitan dengan perilaku seseorang yang telah melekat dalam diri seseorang. Pesan yang disampaikan Hanan Attaki dalam akun Youtube Hanan Attaki mengandung pesan akhlaq dengan jumlah nilai komposit sebesar 0,75 dengan perolehan persentase sebesar 53,95%.
3. Pesan syariah berkaitan dengan hukum atau aturan- aturan dalam agama Islam. Pesan yang disampaikan Hanan Attaki dalam akun Youtube Hanan Attaki mengandung pesan syariah dengan jumlah nilai komposit 0,06 dengan perolehan persentase 4,32%.

**B. Saran**

1. Kepada Ustadz Hanan Attaki, agar lebih berhati-hati dan cermat dalam menggunakan kalimat-kalimat yang tidak dapat dipahami oleh khalayak umum saat menyampaikan pesan dakwah, karena tidak semua orang dapat menerima dengan baik.
2. Kepada masyarakat yang berperan sebagai mad'u agar lebih selektif dan baik dalam menerima pesan, agar tidak mudah terprovokasi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, serta lebih bijak dalam menggunakan media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

A. Mustofa, 1999, *Akhlak Tasawuf*, Jakarta: Pustaka Setia.

Abuddin Nata, 1996, *Akhlak Tasawuf*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ali Aziz, Moh, 2004, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Perenda Media.

Al-Jibrin, Abdullah bin Abdul Aziz, 2007, *Cara Mudah Memahami Aqidah Sesuai Al-Qur'an, As-Sunnah dan Pemahaman Salafush Shalih*, Jakarta: Pustaka At-Tazkia.

Andi Bulaeng, *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*.

Anshari, Endang Syaifudin, 1993, *Wawasan Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Arifin, 1977, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*, Jakarta: Bulan Bintang.

Arifin, H.M, 2004, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi Cet. 6*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Azwar, Saifuddin, 1988, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Liberty: Yogyakarta.

Bachtiar, Wardi, 1997, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos Wahan Ilmu.

Bajari, Atwar, 2015, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, Burhan, 2005, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Mulia Group.

Dahlan, Abdul Aziz, 1996, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Ikhstiar Baru Van Hove Jakarta.



- Eriyanto, 2011, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Faizah, dkk, 2015, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Prenada Media.
- Hasan, Mohammad, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, Surabaya: Pena Salsabila.
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, 2013, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Machfoeld, Ki Moesa A, 2004, *Filsafat Ilmu Dakwah dan Penerapannya*, Jakarta: PT. Bulan Bintang.
- Mubarok, Achmad, 2008, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Munir Amin, Samsul, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah.
- Munir, Muhammad, dan Wahyu Ilaihi, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Nasution, Zulkarnaen, 1993, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Poejawijatna, 1984, *Etika Filsafat Tingkah Laku*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Rakhmat, Jalaludin, 2002, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung PT. Rosdakarya.
- Rofi'udin, S. Ag dan Dr. Maman Abdul Djaliel, 2001, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Saleh, Abdul Rosyad, 1986, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Saleh, E. Hasan, 2000, *Study Islam di Perguruan Tinggi Pembinaan IMTAQ dan Pengembangan Wawasan*, Jakarta: Penerbit ISTN.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2010, *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian* Yogyakarta:CV Andi Offset.

Sasono, Adi, 1997, *Solusi Islam Atas Probematika Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos Wahana Ilmu.

Soehartono, Irawan, 1995, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian di Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Soejono, dan Abdurrahman, 1999, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Rhineka Cipta.

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ALFABETA.

Suhendi, H. Dendi, 2002, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindi Persada.

Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas.

## **JURNAL**

Ahmad, Amar, 2013, *Dinamika Komunikasi di Media Online*, (Makassar, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin.

Hasanudddin, 2005, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: UIN Jakarta Press.

Ismah Salmah, Strategi Dakwah di Era Millenium, Dakwah Jurnal Komunikasi.

Jumroni, 2006, *Metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Press.

Jumroni, dan Suhaemi, 2006, *Metode-metode Penelitian Komunikasi* Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta dengan UIN Press.

Martono, Nanang, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Rajawali Pers.

Musyarafah, Umi, 2000, *Dakwah K.H. Hamam Dja'far dan Pondok Pesantren Pabean*, Jakarta: UIN Press.

Nurdin, Suarin, *Media sebagai Sarana Komunikasi dalam Berdakwah*, Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial, Volume XVI No. 2.

## **SKRIPSI**

Mulyono, Puji, 2017, PESAN DAKWAH DALAM NOVEL (ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM NOVEL HAJI BACKPACKER KARYA AGUK IRAWAN MN), Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Salatiga.

Tania, Guesty, 2019, ANALISIS ISI PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAHI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Raden Intan Lampung.

Zaini, Riza Ahmad, 2018, PESAN DAKWAH DALAM WEB SERIES PULANG-PULANG GANTENG EPISODE 3-5 DI YOUTUBE, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya.

## **INTENET**

<https://bukugue.com>

<https://id.noxinfluencer.com>

<https://m.republika.co.id>

<https://tekno.kompas.com>

<https://www.nu.or.id>

Wink, Biografiku.com.

[www.solopos.com](http://www.solopos.com)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)