

**POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FAHRUDDIN FAIZ
DI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PRGOGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FAHRUDDIN FAIZ
DI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

MUHAMMAD ZULFAN MU'ALLIM

NIM. 3420020

**PRGOGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zulfan Mu'allim

NIM : 3420020

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FAHRUDDIN FAIZ DI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 23 Februari 2024

Yang Menyatakan,



Muhammad Zulfan Mu'allim

NIM. 3420020

NOTA PEMBIMBING

Qomariyah, M.S.I.

Jl. Bukit Beringin Utara XIV Blok D307 Wonosari, Ngaliyan, Semarang

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Zulfan Mu'allim

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.q Ketua Program Studi 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 Zulfan Mu'allim**

NIM : **3420020**

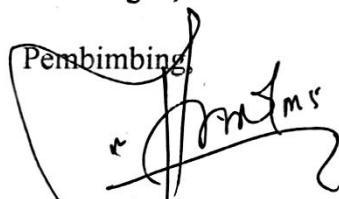
Program Studi: **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Judul : **"Pola Komunikasi Dakwah Ustads Fahrudin Faiz di Akun Youtube MJS Channel"**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 Oktober 2023

Pembimbing


Qomariyah, M.S.I.

NIP. 198407232019032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **MUHAMMAD ZULFAN MU'ALLIM**
NIM : **3420020**
Judul Skripsi : **POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ
FAHRUDDIN FAIZ DI AKUN YOUTUBE MJS
CHANNEL**

yang telah diujikan pada Hari Jumat, 15 Maret 2024 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


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


Kholid Noviyanto, MA, Hum
NIP. 198810012019031008

Pekalongan, 21 Maret 2024

Disahkan Oleh

Dekan



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

PEDOMAN TRANSLITERASI

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. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah 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	Sas	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)

ع	„ain	”	Koma terbalik
			(diatas)
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	Rangkap Panjang
ا = a	اِي = ai	آ = ā
إ = i	اُو = au	أِي = ī
أ = u		أُو = ū

3. Ta Marbutoh

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمت ditulis *fātimah*

4. Kata Sandang Artikel

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

Contoh:

القمر

ditulis *al-qamar*

البدیع

Ditulis *al-badi'*

الجالل

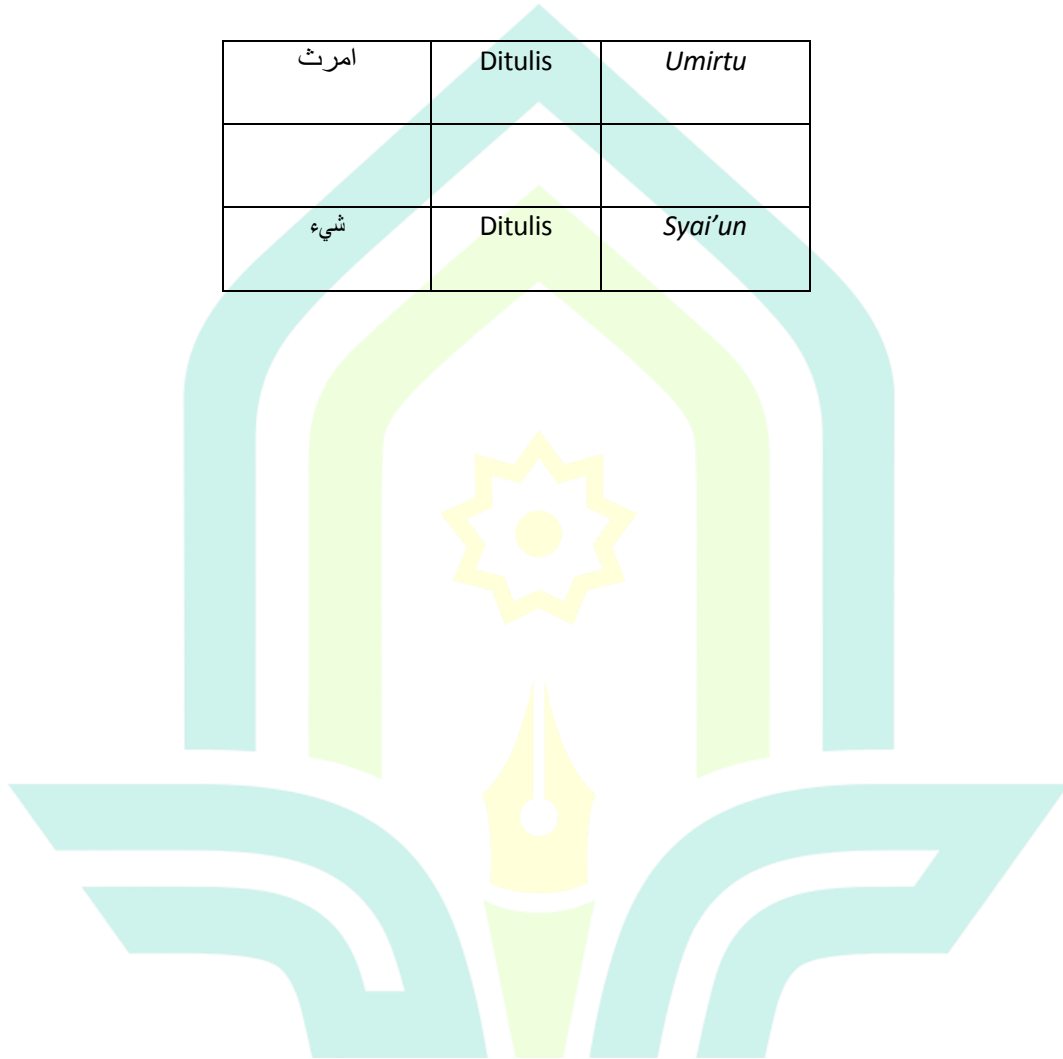
Ditulis *al-jalāl*

5. 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 apostrof /'/.

Contoh:

امرث	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, pertolongan dan anugerah-Nya melalui orang-orang yang membimbing dan mendukung dengan berbagai cara sehingga penulis dapat menulis dan menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan skripsi yang telah penulis susun ini kepada :

1. Diri saya sendiri, Muhammad Zulfan Mu'allim yang telah berhasil berjuang hingga sejauh ini.
2. Untuk kedua orang tua saya, yang paling saya hormati dan sayangi. Ibu Nadiyah dan Bapak Moch. Teguh Mujiono yang selalu memperjuangkan dan memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya. Skripsi ini sebagai tanda bahwa perjuangan orang tua saya tidak sia-sia. Semoga keduanya selalu diberikan kesehatan dan perlindungan oleh Allah SWT. Terima kasih sudah selalu mendoakan saya, Bu Pak.
3. Tak lupa untuk kakak saya satu-satunya yang saya sayangi dan saat ini sedang menempuh studi S3 di luar kota bersama suaminya, Ulfa Mina Azkiyah. Terima kasih sudah selalu membimbing dan memotivasi saya dalam proses perkuliahan terutama pengerjaan skripsi.
4. Terima kasih kepada pembimbing skripsi saya, Ibu Qomariyah M.S.I yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.

5. Terima kasih kepada ketua program studi KPI Ibu Vyki Mazaya, M.S.I yang telah membantu semua hal yang berkaitan dengan kelulusan penulis.
6. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Cintami Farmawati, M. Psi yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulis menempuh pendidikan strata satu ini.
7. Terima kasih kepada seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
8. Tak lupa untuk teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2020, terima kasih telah memberikan pengalaman dan wawasan yang mengesankan selama perkuliahan.
9. Yang terakhir, terimakasih untuk manusia cantik yang sudah menemani, membantu, dan menunggu saya hingga titik ini. Kedepan harapannya kita senantiasa bersama dalam suka dan duka di keluarga kecil kita.

MOTTO

“Selalu bersyukur untuk hari kemarin, ini, dan esok. Bangunlah diri agar menjadi lebih baik, terus berusaha ketika diberi kesempatan dan tidak pantang menyerah ketika mendapat cobaan dari sang Maha Kuasa.”



ABSTRAK

Mu'allim, Muhammad Zulfan, 2023. **Pola Komunikasi Dakwah Ustadz Fahrudin Faiz Di Akun Youtube MJS Channel**. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pembimbing: Qomariyah, M. S. I

Kata kunci : Pola Komunikasi, Dakwah, Youtube

Pola Komunikasi merupakan alur dari sebuah komunikasi yang dapat terjadi ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan baik secara verbal maupun non verbal. Salah satu bentuk pola komunikasi yakni dakwah Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun youtube MJS channel penulis memperoleh data tentang bagaimana pola dakwah beliau. Dimulai ketika beliau menyiapkan materi kajian Ngaji Filsafat, beliau lanjut dengan pengimplementasian kajian tersebut kedakwah islami dikarenakan tidak semua tema yang beliau ambil berbau islami.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pola komunikasi dakwah Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun youtube MJS Channel. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi melalui akun youtube MJS Channel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis teori persuasif yang mana penulis akan mengidentifikasi konten Ustadz Fahrudin Faiz berdasarkan empat aspek yakni akidah, akhlaq, syariah, dan filsafat. Kemudian hasil data-data tersebut dituangkan menggunakan analisis deskriptif kualitatif berdasarkan analisis AIDDA.

Kesimpulan penelitian ini yaitu bahwa Ustadz Fahrudin Faiz dalam berdakwah di Youtube MJS Channel menggunakan pola komunikasi sekunder dan menerapkan lima prinsip dasar teori persuasif menurut Joseph A. Ilardo, yang meliputi komunikasi, proses, perubahan, secara sadar atau tidak sadar, dan menggunakan kalimat verbal maupun non verbal. Ustadz Fahrudin Faiz juga menerapkan empat aspek penting dalam sebuah konten dakwah pada videonya di Youtube MJS Channel, yaitu aspek akidah (keyakinan), aspek akhlak (perilaku), aspek syariah (hukum), dan aspek filsafat (hikmah).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pola Komunikasi Dakwah Ustadz Fahrudin Faiz Di Akun Youtube MJS Channel”. Sholawat serta salam, senantiasa haturkan kepada manusia paling mulia, Baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sam'ani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Mukoyimah, M.Sos, selaku Sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ibu Cintami Farnawati, M.Psi, selaku dosen pembimbing akademik penulis.
7. Ibu Qomariyah, M.S.I, selaku dosen pembimbing skripsi penulis.
8. Orangtua, keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Teman yang selalu membantu dan memberikan arahan terkait tata cara dan proses dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Aamiin, Allahuma Sholi'ala Sayyidina Muhammad.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 23 Februari 2024

Penulis


Muhammad Zulfan Mu'allim
NIM. 3420020

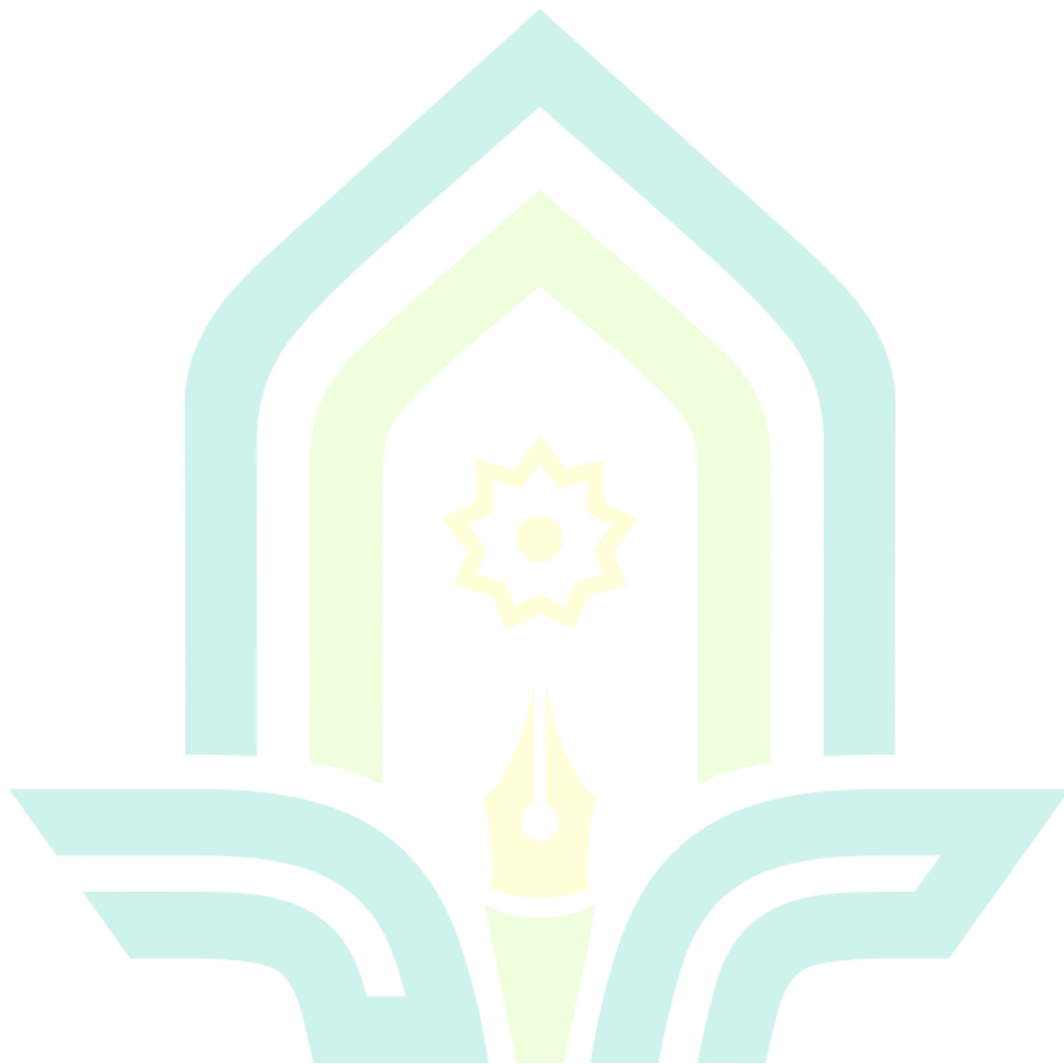
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	x
MOTTO	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Berpikir	20
G. Metode Penelitian.....	21
H. Sistematika Penulisan.....	25

BAB II KAJIAN TEORI.....	27
A. Pengertian Dakwah	27
B. Pengertian Komunikasi	29
C. Pola Komunikasi Dakwah.....	32
D. Youtube	34
BAB III POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FAHRUDDIN FAIZ DI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL.....	36
A. Profil Ustadz Fahrudin Faiz	36
B. Pola Komunikasi Kajian Ustadz Fahrudin Faiz Dalam Akun Youtube MJS Channel.....	44
BAB IV ANALISIS POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FAHRUDDIN FAIZ DI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL	49
BAB V PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Nama Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Karya-karya Ustadz Fahuuddin Faiz	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	21
------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bidang teknologi informasi dan komunikasi senantiasa mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat pesat. Dengan didukung oleh jaringan internet, hampir seluruh orang dapat mengakses media sosial tanpa batas. Tidak hanya sebagai sarana bermedia sosial diantara mereka juga ada yang memanfaatkan sosial media sebagai sarana bermedia untuk mengeksplor konten-konten dakwah di internet.¹ Mengikuti dengan adanya perkembangan zaman, media dalam melakukan proses dakwah pada kini tidak hanya dilakukan melalui ceramah di masjid, dan dari mimbar ke mimbar saja, melainkan fenomenanya kini telah banyak pendakwah yang membawakan nilai-nilai Islami, menggunakan akun-akun sosial media yang dapat didengarkan oleh semua orang dan mudah diakses melalui telepon genggam. Maraknya orang yang menggunakan smartphone sebagai sarana komunikasi, menyebabkan adanya modifikasi dari kegunaan telepon genggam yang mulanya hanya berfungsi untuk mengirim pesan singkat dan bercakap-cakap via telepon, yang kemudian ditambahkan banyak fitur lainnya salah satunya media sosial yang berbasiskan internet yang memudahkan pengguna dalam

¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2019), 272.

bermedia, dengan adanya media sosial hal ini dapat dimanfaatkan sebagai fasilitas untuk berdakwah.²

Sejak terjadinya pandemi *Covid-19*, Indonesia ditinjau memiliki pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan media sosial. Fakta tersebut membuat Indonesia menduduki peringkat 3 dalam pengguna internet terbanyak, peringkat ini menandakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia mengakses internet, peringkat ini tepat dibawah penggunaan internet di negara China. Adanya *lock down* dan *work from home* mengalihkan segala aktivitas masyarakat Indonesia ke dalam media sosial. Youtube merupakan salah satu situs media sosial yang menjadi favorit masyarakat Indonesia. Terbukti per tahun 2020, terhitung sebanyak 88% masyarakat Indonesia mengakses Youtube.³ Tingginya angka persentase pengguna dan penikmat media sosial Youtube, menunjukkan bahwa Youtube menjadi situs media sosial yang banyak digemari dan diakses oleh penggunanya. Selain aksesnya yang tanpa batas, Youtube juga menyajikan media audio visual dengan kualitas suara serta gambar yang bagus.⁴ Dengan demikian, menjadi peluang besar bagi para industri perkontenan, sebagaimana konten-konten dakwah. Dari berbagai konten

² Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital," *Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019): 7.

³ Hendra Junawan Nurdin Laugu, "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia," *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 4, no. 1 (2020): 2.

⁴ Husni Syahrudin Tutfi Dwi Febrianti, Witarsa, "Pemanfaatan Media Pembelajaran Video Youtube Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Statistik Inferensial Pendidikan Ekonomi," *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 11, no. 11 (2022): 8.

yang ada, dakwah dari Ustadz Fahrudin Faiz menjadi salah satu konten dakwah Islam yang sangat diminati.

Ustadz Fahrudin Faiz merupakan ilmuan dalam bidang filsafat dan juga dosen pengajar ilmu filsafat di kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Keilmuannya dalam bidang filsafat membawa orientasi dakwah yang dibawakannya menjadi kajian dalam bidang filsafat. Sejak tahun 2013 Ustadz Fahrudin Faiz sudah mengisi kajian rutin di salah satu masjid ternama di Yogyakarta, yakni Masjid Jendral Sudirman, yang terletak di Sleman.⁵ Sebagaimana isi kajiannya yang membahas tentang filsafat, maka kajian tersebut diberi nama sebagai ngaji filsafat. Dari kajian rutin tersebut, kemudian pengurus Masjid Jendral Sudirman menghimpun seluruh kajian Ustadz Fahrudin Faiz dalam channel Youtube khusus yakni MJS Channel. Terhitung pada awal tahun 2023 diketahui bahwa channel Youtube tersebut telah memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 270 ribu, dan telah mencapai 439 edisi kajian Ustadz Fahrudin Faiz.⁶ Meskipun menggunakan media Youtube yang mendukung audio visual, namun dalam kajian dakwah MJS Channel lebih memiliki karakteristiknya tersendiri, dimana pembawaan videonya berupa slide-slide materi kajian yang didukung oleh audio dan dibawakan Ustadz Fahrudin Faiz tanpa menampilkan wajah, namun dengan banyaknya angka *subscriber*

⁵ Siti Mudrikah, "Pesan Dakwah Dr. Fahrudin Faiz Dalam Video Yang Berjudul Ngaji Filsafat 221: Nizami Ganjavi-Layla Majnun Di Youtube" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022): 3

⁶ "Subscribers Youtube MJS Channel," accessed March 5, 2023, <https://www.youtube.com@mjschannel>.

serta *viewer* dalam akun Youtube tersebut, hal itu menunjukkan bahwa kajian Ustadz Fahrudin Faiz merupakan dakwah yang banyak diminati.

Di tengah deras nya arus media sosial, kajian Ustadz Fahrudin Faiz menjadi dakwah favorit, terutama bagi kalangan anak muda dan mahasiswa. Sebagai seorang pendakwah, Ustadz Fahrudin Faiz memiliki pola komunikasi yang khas pada aktivitas dakwahnya. Melalui teori komunikasi persuasif, penelitian ini mengungkap karakteristik pola komunikasi Ustadz Fahrudin Faiz yang dapat memberikan pengaruh bagi kalangan muda milenial.

Dalam aktivitas dakwahnya Ustadz Fahrudin Faiz sangat profesional dan dapat dikatakan berhasil menyampaikan kajian-kajian filsafat dalam nuansa rileks. Kepiawaiannya dalam merancang dan menggunakan struktur generik membuat dakwahnya menjadi sangat komunikatif. Pemilihan kata yang meliputi kiasan, perumpamaan, ironi, dan sebagainya terlihat sangat terimplementasi dengan baik. Selain itu, pola komunikasi yang digunakan dalam mengelaborasi problem kekinian menjadi sangat relevan dengan kehidupan mahasiswa yang merupakan komponen dari akademisi dan spiritual.⁷

Berbeda dengan mayoritas pendakwah yang mensyiarkan agama Islam melalui kajian-kajian Islam murni, seperti kajian aqidah, fiqih, maupun tafsir al-Qur'an, Ustadz Fahrudin Faiz memilih untuk mengisi

⁷ Dkk. Sugeng Purwanto, "Serat Siti Jenar: Retorika Dr. Fahrudin Faiz Dalam Ngaji Filsafat," *MUMTAZ: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Keislaman* 5, no. 1 (2021): 1.

kajian filsafat. Kajian filsafat tersebut menjadi sangat menarik karena selain dikemas dalam bahasa yang mudah difahami, dan disampaikan dengan karakter suara yang lembut, kajian tersebut juga dilengkapi dengan pemikiran para tokoh baik tokoh Islam maupun tokoh Barat yang bergerak dalam bidang filsafat, tasawwuf, pendidikan, agama, hingga tokoh ekonomi.

Di tengah maraknya pendakwah di media sosial yang mempunyai kanalnya masing-masing, Ustadz Fahrudin Faiz hadir sebagai figur disiplinier yang menyadari disiplin ilmu filsafat. Kajian filsafat kekinian yang termanivestasi dalam susunan bahasa yang sangat menarik, pembawaan yang lembut, mudah difahami, dan sangat ramah dengan bahasa-bahasa anak muda yang romantis namun penuh hikmah. Sehingga, siapapun dapat menikmati dakwah Ustadz Fahrudin Faiz tanpa menyadari bahwa kajian tersebut pada hakikatnya merupakan kajian filsafat.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menganalisis pola komunikasi Ustadz Fahrudin Faiz dalam kajian di Youtube dengan mengangkat judul **“POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FAHRUDDIN FAIZ DI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL”**

B. Perumusan Masalah

Bagaimana pola komunikasi dakwah Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun Youtube MJS Channel?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa pola komunikasi dakwah Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun Youtube MJS Channel.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan banyak hal-hal dan nilai positif, yang bermanfaat bagi penulis, dan juga para pembaca. Terdapat kegunaan secara teoritis dan juga praktis dalam penelitian ini. Adapun kegunaan secara teoritis adalah pengembangan dari pola pikir yang dilandaskan berdasarkan teori, secara praktis memberikan manfaat kepada para peneliti sebagai alternatif pemecahan masalah.

1. Kegunaan Teoritis

Dari segi teori penelitian ini dapat memberikan kajian-kajian yang baru tentang pola dalam berdakwah da'i ketika membawakan dakwahnya, serta cara berkomunikasi yang efektif sehingga dapat menggapai para subscribe dan viewer di kanal YouTube.

2. Kegunaan Praktis

Dilihat dari segi praktik penelitian ini berfaedah dalam meningkatkan pelaksanaan pola komunikasi yang efektif bagi para

pembaca terutama da'i yang menggeluti langsung dalam bidang dakwah, baik melalui kanal Youtube maupun tidak.

E. Tinjauan Pustaka

1. Kerangka Teori

Ada beberapa literatur riviw merupakan sarana pendukung bagi penulis mencari acuan dalam menyelesaikan penelitiannya, acuan tersebut kemudian disusunnya menjadi beberapa bagian. diantaranya ada media dakwah yang berubah Youtube sebagai medianya dilanjut dengan pola komunikasi sekunder.

a. Media Dakwah

Media dapat diartikan suatu sarana yang dimanfaatkan sebagai perantara, penghantar dan penerima pesan dan informasi dari komunikan (pengirim pesan) kepada komuniktor (penerima pesan).⁸ Sedangkan dakwah memiliki arti menyeru atau mengajak orang lain berbuat kebajikan dan juga petunjuk larangan ketika orang berbuat munkar, agar kembali kejalan Allah. SWT.⁹ Dari definisi diatas media dakwah dapat diartikan sebagai suatu sarana atau alat perantara yang digunakan sebagai kegiatan dakwah yang menunjang proses penyampaian pesan secara efektif dan juga efisien.¹⁰

⁸ Anwar Sidiq, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)," *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG*, 2017: 32.

⁹ Novri Hardian, "Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadits," 2018, 42–52.

¹⁰ Aminuddin, "Media Dakwah," *Jurnal Al-Munzir* 9, no. 2 (2016): 344–363.

Dakwah lebih tepat sasaran, cepat berkembang, dan mudah diterima dengan cara yang baik apabila media perantara yang digunakan dapat menyesuaikan keadaan dan mudah diakses oleh para *mad'u*, zaman sekarang teknologi informasi sudah berkembang pesat dan semakin maju, kemajuan teknologi ini menyebabkan ketergantungan pada masyarakat terhadap teknologi dan media berkomunikasi. Adanya ketergantungan pada media ini menyebabkan adanya banyak perubahan pada budaya dan perilaku sosial masyarakat, entah itu berubah kearah positif maupun negatif, semua hal itu tergantung cara pandang masing-masing individu dalam bermedia.

Hal ini tentunya menjadi perhatian serius bagi keberlangsungan dakwah ditengah masyarakat yang mengikuti arus media, memanfaatkan perkembangan media sebagai perantara dakwah merupakan hal yang sangat perlu dilaksanakan dan diatur secara bijak guna keberlangsungan kegiatan dakwah, agar kegiatan dalam dakwah dapat mengikuti arus media dan mengubah pola pikir masyarakat dalam bermedia.¹¹

b. Youtube

Youtube merupakan media situs web penyedia berbagai macam konten video, diantaranya ada klip film, video musik, klip televisi, video komunitas, vlog video, video orisinil, video pendek, dan

¹¹ Gyta Rastyka Dhela, "Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)" (UIN Raden Intan Lampung, 2020): 29.

video edukasi. Youtube ini memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi secara langsung dengan situs tersebut dengan cara mengunggah konten, menonton, mengomentari, memberi dukungan, dan juga berbagi video, hal tersebut membuat adanya keterkaitan antara pihak youtube dengan pengguna. Youtube pertama kali dipopulerkan oleh *Steve Chen, Chad Hurley*, dan *Jawed Karim* sebagai mantan karyawan Paypal pada Februari tahun 2005. Berikut adalah karakteristik youtube yang membuat sebagian pengguna setia menggunakan media youtube, diantaranya :

- 1.) Youtube tidak memiliki batasan durasi dalam pengunggahan video, beda hal dengan platform lain yang terkadang memiliki batasan durasi minimal atau maksimal pengunggahan video.
- 2.) Kebijakan yang semakin diperketat, pihak youtube mulai melakukan adanya beberapa pembersihan dan pengamanan konten yang dinilai mengandung nilai sara, ilegal, kekerasan, pornografi, dan juga konten-konten kontroversial.
- 3.) Memberikan cuan, keuntungan dari youtube ini berupa honor yang dihasilkan dari pengunggah video apabila videonya menyentuh jumlah penonton tertentu maka hasil keuntungannya akan sesuai dengan jumlah penonton tersebut, sesuai dengan kebijakan dari pihak situs youtube itu sendiri.

4.) Playback dan Kualitas yang bisa diatur, youtube menyediakan fitur playback untuk penonton agar dapat melihat kembali moment sebelumnya yang ingin dilihat kembali. Selain itu kualitas pada youtube juga dapat diatur sesuai dengan kebutuhan baik itu untuk penyesuaian perangkat maupun jaringan.

5.) Aksesibilitas, youtube memberikan kemudahan kepada pengguna dimana situs ini dapat digunakan hampir diberbagai perangkat elektronik, seperti tablet, telepon pintar, laptop, hingga PC dalam satu akun atau lebih. Hal ini memungkinkan dan mempermudah pengguna dalam mengakses video yang akan ditonton, sudah ditonton, ataupun sudah didownload dalam berbagai perangkat namun hanya terikat satu akun saja.

c. Pola Komunikasi

Pola adalah sistem, model, atau cara kinerja dalam suatu tatanan struktur yang stabil dan teratur. Sedangkan komunikasi merupakan proses pertukaran dan penyampaian gagasan atau pikiran dari satu atau beberapa orang dan disampaikan ke orang lain, baik menggunakan kata maupun simbol yang sama-sama dapat dimengerti, kemudian membentuk terbentuknya dialog dengan tujuan tertentu.¹² Pola komunikasi merupakan sebuah bentuk atau struktur yang menghubungkan antara satu komunikasi

¹² Sicillya E.Boham, "Pola Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Autis (Studi Pada Orang Tua Dari Anak Autis Di Sekolah Luar Biasa AGCA CenterPumorow Kelurahan Banjer Manado)," *E-Journal UNSRAT* 2 No.4 (2013): 12.

dengan komunikasi yang lain sehingga membuatnya menjadi pola komunikasi.¹³

Proses pola komunikasi terdiri dari pola komunikasi sekunder dan linear. Pola komunikasi sekunder meliputi proses penyampaian pesan dan informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media. Komunikasi sekunder ini bersifat dua arah dimana ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, maka komunikan dapat memberikan respon atas pesan yang disampaikan kepada komunikator. Sehingga terdapat adanya umpan balik antara komunikator dan juga komunikan. Sedangkan Pola komunikasi linear adalah bentuk pola komunikasi yang bersifat satu arah dengan arus pesan dilakukan secara langsung dari komunikan kepada komunikator tanpa melalui media. Dalam pola komunikasi linear tidak terdapat umpan balik maka komunikator pasif.¹⁴

Pola komunikasi menurut Djaramah (2004:1) merupakan sebuah pola yang menghubungkan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan juga penerimaan pesan yang dikirim agar dapat dipahami. Pola komunikasi menurut Effendy adalah proses yang dibuat untuk menyatakan keterkaitannya berbagai unsur-unsur yang ada beserta keberlangsungannya agar

¹³ Hendri Gunawan, "Jenis Pola Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Perokok Aktif Di Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara" 1, no. 3 (2013): 218–233.

¹⁴ Najwa Aulia Erwan Efendi, Muhammad Ayubi, "Model Model Komunikasi Linear," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5 (2023): 3901.

mempermudah pemikiran secara logis dan sistematis. Sedangkan menurut Soejanto pola komunikasi merupakan sebuah gambaran sederhana yang ada dalam proses komunikasi dan membentuk keterkaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen yang lain. Dari beberapa pengertian pola komunikasi berikut dapat disimpulkan bahwa, pola komunikasi merupakan suatu pola yang terhubung dari berbagai unsur yang saling berkaitan dan membentuk suatu proses komunikasi.¹⁵ Proses pada pola komunikasi terdapat komunikasi linear dan komunikasi sekunder.

Dapat disimpulkan bahwa pengertian pola komunikasi dakwah adalah suatu proses komunikasi yang terhubung dari beragam unsur yang ada dalam dakwah agar mempermudah pemikiran secara logis dan sistematis. Unsur-unsur ini terhubung dalam sebuah kegiatan dakwah sebagai sarana yang menunjang dalam keberhasilan kegiatan dakwah. Setiap da'i memiliki pola komunikasi dalam berdakwah yang berbeda-beda

d. Teori Persuasif

Kata persuasi berasal dari bahasa latin, yaitu *persuasio*. Berkata kerja *persuadere*, yang memiliki arti membujuk, mengajak, atau merayu. Sedangkan dalam kamus besar Bahasa Indonesia, persuasif diartikan sebagai ajakan kepada seorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang

¹⁵ Maya Damayati, "Ilmu Komunikasi," *Universitas Muhammadiyah Malang*, 2017, 7.

meyakinkan; bujukan halus. Dimana persuasif dapat diartikan sebagai ajakan yang bersifat membujuk secara halus supaya meyakinkan orang lain.

Secara umum persuasif diartikan sebagai bentuk komunikasi yang memiliki tujuan khusus dan terarah dalam mengubah pemikiran serta perilaku komunikan, baik secara verbal maupun non verbal dengan menggunakan data dan fakta sebagai landasan berpikir, agar bisa mengubah psikologis orang lain seperti emosi, identifikasi, sugesti, dan lain-lain. Sehingga orang yang menerima pesan dapat melakukan sesuatu yang memotivasinya tanpa adanya paksaan. Dalam berdakwah bahasa yang bersifat persuasif dapat membantu seorang da'i dalam mencapai tujuan dakwah. Dimana bahasa yang bersifat persuasif ini dapat membujuk mad'u atau komunikannya untuk ikut dan terpengaruh dalam kalimat yang disampaikan da'i. sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan penuh rasa sadar dan tanpa keraguan.¹⁶

Menurut Joseph A. Ilardo prinsip-prinsip pada persuasi terbagi menjadi berikut :¹⁷

1.) Komunikasi

Persuasi merupakan bentuk komunikasi, hal ini dikarenakan terdapat adanya pengirim dan penerima pesan,

¹⁶ Ahmad Macky, "Komunikasi Persuasif Dr. K.H. Khaitami M.Nuh, M.A Dalam Menarik Minat Para Donatur Melalui Darul Aitam Yayasan Aqshal Ghayat Jakarta Barat," *UIN Syarif Hidayatullah*, 2017, 24–31.

¹⁷ Asep Suryana, *Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif* (Tangerang Selatan, 2019): 40-41.

hubungan ini merupakan faktor yang sangat penting bagi semua proses persuasi. jika diantara pengirim dan penerima pesan tidak terjadi kontak, maka mustahil adanya pengaruh yang diterima.

2.) Proses

Persuasi merupakan sebuah proses. Persuasi dapat dirasakan apabila kita terlibat didalamnya, dikarenakan proses tersebut tidak bisa ditentukan oleh ruang, namun bisa berubah seiring berjalannya waktu. Suatu pesan yang dikirimkan akan melalui proses yang membuat seseorang secara perlahan mulai menerima suatu komunikasi terlebih dahulu sebelum dirinya terpengaruh oleh pesan tersebut.

3.) Perubahan

Persuasi berkaitan dengan perubahan, hal ini disebabkan karena adanya pesan yang dapat mempengaruhi orang lain, pesan tersebut secara cepat maupun lambat pasti akan membuat perubahan, baik itu perubahan sikap, pola pikir, maupun tindakan.

4.) Sadar atau tidak sadar

Persuasi dapat terjadi secara sadar maupun tidak sadar. Seorang *Persuader* mungkin secara sadar bermaksud mengubah sikap individu atau kelompok secara khusus. Akan tetapi orang yang menerima pesan tersebut dapat

terpengaruh oleh pesan tersebut baik secara sadar atau mungkin tidak sadar perlahan mengikuti maksud *persuader*.

5.) Pesan verbal dan pesan non verbal

Pesan pada persuasi tidak hanya terdapat pada pesan verbal yang disampaikan oleh *persuader*. Akan tetapi pesan non verbal juga dapat mempengaruhi sikap orang lain, terkadang sikap dan tindakan seseorang dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti hal yang sudah dilakukan.

e. Analisis AIDDA

Terdapat suatu metode yang sangat penting dalam memahami bagaimana komunikasi efektif terjadi, yang dikenal dengan analisis AIDDA. Analisis ini berfokus pada tahapan-tahapan penting yang harus dilewati dalam sebuah pola komunikasi yang berhasil, dari awal hingga akhir. Pertama adalah tahap Attention (Perhatian). Pada tahap ini, pesan atau informasi yang disampaikan harus mampu menarik perhatian target audiens. Hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan judul yang menarik, gambar yang menggugah, atau pertanyaan yang memicu rasa ingin tahu.

Setelah perhatian tercapai, langkah selanjutnya adalah tahap Interest (Minat). Di sini, pesan tersebut harus mampu mengubah perhatian menjadi minat yang lebih dalam. Ini dapat dicapai

dengan memberikan informasi yang relevan dan menarik, membangkitkan emosi, atau memberikan solusi atas masalah yang dihadapi audiens. Kemudian, tahap Desire (Keinginan) berfokus pada menciptakan keinginan atau motivasi dalam diri audiens untuk mengambil tindakan. Pesan yang disampaikan harus mampu membuat audiens merasa ingin memiliki atau mencapai sesuatu yang diinginkan, yang mungkin terwakili dalam bentuk manfaat atau keuntungan yang ditawarkan.

Setelah audiens memiliki keinginan, langkah berikutnya adalah tahap Decision (Keputusan). Di sini, audiens didorong untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang mereka terima. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat, mempertimbangkan keuntungan dan risiko, serta memberikan dorongan untuk mengambil tindakan. Terakhir adalah tahap Action (Tindakan). Tahap ini merupakan penegasan dari seluruh proses komunikasi yang telah terjadi. Audiens diharapkan untuk mengambil tindakan yang diinginkan, seperti membeli produk, mengikuti ajakan, atau melakukan langkah konkret lainnya sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Melalui analisis AIDDA pada pola komunikasi, kita dapat memahami bagaimana pesan-pesan tersebut harus disampaikan dan direspon oleh audiens pada setiap tahapannya. Hal ini membantu kita merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan

dengan tujuan yang ingin dicapai tanpa mengorbankan kreativitas dan inovasi dalam penyampaian pesan.

2. Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang dakwah bermedia sebelumnya sudah banyak yang mengkaji, diantaranya yaitu pertama, penelitian tesis berjudul Pola Komunikasi Dakwah Melalui Video Youtube dalam Pengembangan Kebun Al-Qur'an di Pesantren Al-Mawaddah Kudus oleh Muhammad Luthfi Syaf. Tujuan diadakan penelitian tersebut untuk memahami pola komunikasi dakwah yang digunakan dalam pengembangan Kebun Al-Qur'an serta mengetahui konsep produksi pengelola video dalam channel youtube Al-Mawaddah. Hasil penelitian menyatakan bahwa pola komunikasi dakwah yang digunakan dalam channel youtube Al-Mawaddah yakni pola komunikasi publik dan pola komunikasi massa.¹⁸ Adapun persamaan antara peneliti dengan Muhammad Luthfi yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggali tentang pola komunikasi dakwah yang terdapat pada youtube. Perbedaannya yaitu penulis berfokus pada channelnya sedangkan pada penelitian Muhammad Luthfi berfokus pada video youtubanya.

Kedua, penelitian jurnal karya Putri Oktavia yang berjudul Analisis Pola Komunikasi Pemuka Agama melalui Simbol Verbal Menggunakan Media Youtube yang rilis pada tahun 2021. Penelitian

¹⁸Muhammad Luthfi Syaf, "Pola Komunikasi Dakwah Melalui Video Youtube Dalam Pengembangan Kebun Al-Quran Di Pesantren Al-Mawaddah Kudus" (IIAN KUDUS, 2021): 1-94.

tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi dakwah yang tepat digunakan tokoh agama dalam berdakwah melalui media youtube. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa metode yang digunakan dalam menyampaikan dakwah melalui youtube antara lain metode Al-Hikmah, metode Al-Mauidzah al-Hasanah, serta metode Al-Mujadalah al-Hasan.¹⁹ Adapun persamaan jurnal diatas dengan peneliti yaitu subjek yang diteliti adalah pola komunikasi. Perbedaannya dari peneliti yaitu objek yang diteliti jurnal Putri Oktavia meneliti tentang simbol verbal media youtube, sedangkan peneliti ber-objek akun Youtube MJS Channel.

Ketiga, skripsi berjudul Pesan Dakwah Dr. Fahrudin Faiz dalam Video yang Berjudul Ngaji Filsafat 221 : Nizami Ganjavi – Layla Majnun di Youtube oleh Siti Mudrikah mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2021. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui struktur teks pesan dakwah serta kognisi sosial dan konteks sosial pesan dakwah dalam video Ngaji Filsafat 221 : Nizami Ganjavi – Layla Majnun. Hasil penelitian menyatakan bahwa pesan dakwah yang terkandung dalam video tersebut tidak lepas dari pesan aqidah yaitu perintah mencintai Allah swt, dengan bagaimana manusia bisa belajar mencintai Allah swt dan mampu memetik hikmah dari cerita Layla Majnun yang mengajarkan bagaimana cara menciptakan

¹⁹ Putri Oktavia, "Analisis Pola Komunikasi Pemuka Agama Melalui Simbol Verbal Menggunakan Media Youtube," *Jurnal At-Tazakki* 5 no. 2 (2021): 168-175.

hubungan dengan Allah swt atas nama cinta.²⁰ Adapun perbedaan yang mendasar pada penelitian karya Siti dengan penulis yaitu analisis yang digunakan, Siti menggunakan analisis wacana sedangkan penulis menggunakan analisis isi konten dakwah. Persamaan antara Skripsi Siti Murdikah dengan penulis yaitu objek material yang diteliti yakni Ustadz Fahrudin Faiz.

Keempat, jurnal penelitian berjudul Serat Siti Jenar : Retorika Dr. Fahrudin Faiz dalam Ngaji Filsafat karya Sugeng Purwanto dkk dalam Jurnal Mumtaz 2021. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui retorika Dr. Fahrudin Faiz dalam Ngaji Filsafat. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Dr. Fahrudin Faiz sangat profesional dan berhasil dalam menyampaikan ajaran filsafat meski dalam suasana perkuliahan dengan menerapkan strategi retorika kiasan, perumpamaan, ironi, dan alusio dapat diterapkan dengan baik.²¹ Adapun persamaan jurnal tersebut dan peneliti yaitu menggunakan objek material Ustadz Fahrudin Faiz. Perbedaannya yakni jurnal ini membahas retorika Dr. Fahrudin Faiz sedangkan penulis membahas tentang Pola Komunikasi Ustadz Fahrudin Faiz.

Berdasarkan keempat penelitian yang relevan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian terkait pola komunikasi suatu tokoh atau

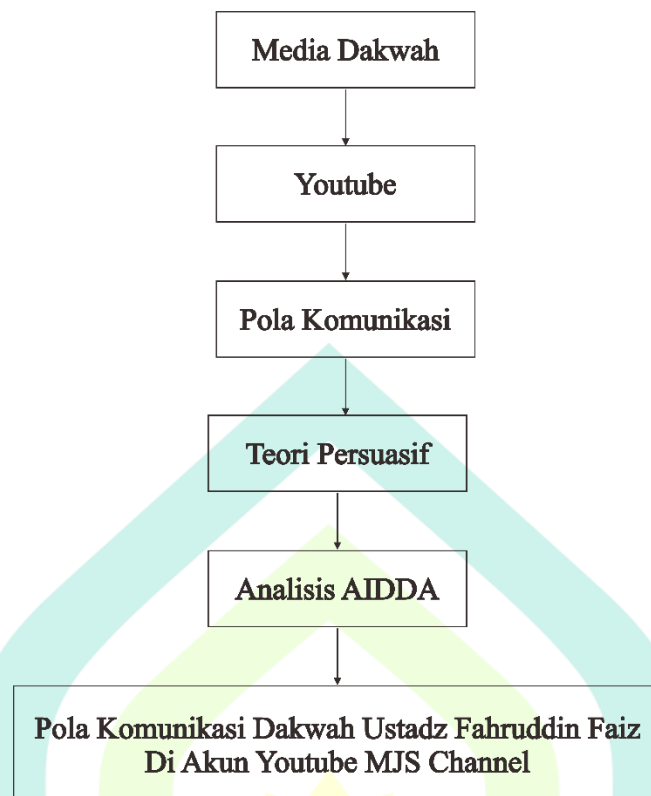
²⁰ Liliék Soepriatmadji Sugeng Purwanto, Teguh Kasprabowo, "Serat Siti Jenar : Retorika Dr. Fahrudin Faiz Dalam Ngaji Filsafat," *Jurnal Mumtaz (Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Keislaman)* 5 No. 01 (2021): 77-93.

²¹ Sugeng Purwanto, "Serat Siti Jenar: Retorika Dr. Fahrudin Faiz Dalam Ngaji Filsafat.": 77-93.

media masih sangat relevan untuk diteliti. Relevansi penelitian diatas dengan penulis yaitu meneliti pola komunikasi dakwah yang ditunjukkan untuk mengetahui pola komunikasi yang ada pada masing-masing objek materialnya. Perbedaannya terletak pada pola komunikasi yang digunakan oleh masing-masing objek penelitian.

F. Kerangka Berpikir

Media dakwah digunakan sebagai perantara da'i dalam melakukan proses dakwahnya. Media youtube menjadi media yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, dan terfokus pada salah satu channel yang membahas tentang dakwah Ustadz Fahrudin Faiz yaitu MJS channel. Penulis akan meneliti pola komunikasi dakwah Ustadz Fahrudin Faiz melalui pola komunikasi sekunder yaitu proses komunikasi dua arah dan melalui media. Setelah itu penulis melakukan analisis pola komunikasi Ustadz Fahrudin Faiz menggunakan analisis AIDDA yakni *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Aksi)..



Gambar 1.1 Kerangka berpikir

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif. Penulis melakukan penelitian kualitatif menggunakan metode deskriptif yang dilandasi dari kekuatan narasi, dimana pola dan juga teori digunakan sebagai bentuk dalam pemahaman dan juga landasan dalam menyimpulkan masalah²². Kajian yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan hasil dari situasi ilmiah yang ada saat ini, peneliti merupakan satu-satunya instrumen kunci dalam penelitian

²² Gumilar Rusliwa Somantri, "Memahami Metode Kualitatif," *Makara Human Behavior Studies in Asia* 9, no. 2 (2005): 57, <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>.

ini²³. Dengan mengidentifikasi pola komunikasi yang digunakan Ustadz Fahrudin Faiz penulis mencoba menganalisis pola komunikasi yang dapat menunjukkan ciri khas dari kajian Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun MJS Channel. Disini penulis juga menggunakan pendekatan analisis isi konten atau *content analysis* yang bersifat memahami secara mendalam terhadap sebuah konten, khususnya konten dakwah Ustadz Fahrudin Faiz. Analisis isi konten dilakukan dengan cara menonton konten dakwah milik Ustadz Fahrudin Faiz yang ada dalam channel Youtube MJS Channel disertai observasi dan dokumentasi.

2. Sumber Data

Ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Pada penelitian ini, sumber data primer berupa rekaman konten dakwah Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun Youtube MJS Channel. Penulis akan menganalisis bagaimana pola komunikasi dan isi konten dakwah Ustadz Fahrudin Faiz di akun Youtube MJS Channel, yang mana konten-konten dakwah Ustadz Fahrudin Faiz menggambarkan adanya dinamika kajian filsafat yang dikemas dalam dakwah Islam yang sangat menarik, dan menjadi favorit di kalangan mahasiswa maupun kalangan anak muda pada umumnya.

²³ Djoko Dwiyanto, "Metode Kualitatif: Penerapan Dalam Penelitian," *Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada* 0 (n.d.): 1–7.

Adapun sumber data primer tersebut akan didukung oleh sumber data sekunder, yakni berupa karya ilmiah cetak (buku-buku) maupun digital (skripsi, tesis, dan jurnal penelitian) yang berkaitan dengan tema penelitian yakni pola komunikasi. Sebagaimana penelitian-penelitian terdahulu yang membahas tentang pola komunikasi dari para Ustadz maupun aspek kognitif yang melatar belakangi adanya pemilihan pola komunikasi dalam berdakwah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penulis akan melakukan pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Pada teknik pengumpulan data ini penulis mengamati dan mencari data dari berbagai sumber, baik sumber tertulis berupa buku, jurnal atau pun majalah yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, dan juga mengumpulkan video-video berisi ceramah Ustadz Fahrudin Faiz. Data yang terkumpul tersebut kemudian akan diolah untuk mengungkap pola komunikasi dalam kajian Ustadz Fahrudin Faiz.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang dilakukan oleh penulis yakni menggunakan teori Miles dan Huberman yang terdiri dari :²⁴

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap awal dalam analisis data yang dilakukan oleh penulis meliputi proses pemilihan data,

²⁴ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah* 17 (2018): 91-94.

penyederhanaan data, dan meringkas data agar lebih mudah dalam proses penyajian data.

b. Penyajian Data

Pada tahap penyajian data, penulis melakukan penyusunan data yang telah disiapkan pada tahap reduksi data. Penggabungan informasi data dilakukan penulis pada tahap ini.

Peneliti akan meneliti dua konten dakwah Ustadz Fahrudin Faiz, yang pertama kajian yang bertema kan “Nur Muhammad” yang berisikan apa-apa saja makna dan yang berhubungan dengan Nur Muhammad atau cahayanya Nabi Muhammad SAW. dan yang kedua ada kajian tentang filsafat cinta yang ditafsirkan oleh seorang Filusuf Islam terkenal, yaitu Jalaluddin Rumi. Pada kajian yang kedua ini Ustadz Fahrudin Faiz memberikan tausiah tentang bagaimana sikap sesungguhnya seorang hamba mencintai Tuhannya sepenuh hati, dalam kajian ini Ustadz Fahrudin Faiz menggambarkan tentang cinta kepada Tuhan akan tetapi dikiaskan dengan bahasa romansa anak muda, agar mereka mudah memahami konsep cinta sesungguhnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Penulis membuat kesimpulan atas data yang telah dikumpulkan dan disusun secara rinci. Penulis menyimpulkan

data yang diverifikasi setiap ada perkembangan informasi atau data dalam penelitian.

Penulis juga melakukan analisis data menggunakan analisis AIDDA berlandaskan teori persuasif yang mana penulis akan mengidentifikasi konten Ustadz Fahrudin Faiz berdasarkan empat aspek yakni akidah, akhlaq, syariah, dan filsafat. Kemudian hasil data-data tersebut dituangkan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Pada penelitian ini penulis juga menggunakan analisis AIDDA dalam mengidentifikasi pola komunikasi dakwah Ustadz Fahrudin Faiz di akun youtube MJS Channel. AIDDA adalah singkatan yang mewakili lima tahap dalam proses pemasaran atau komunikasi yang efektif: *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Aksi). Tahapan ini dirancang untuk menarik perhatian target audiens, membangun minat, memicu keinginan, membantu pengambilan keputusan, dan mendorong tindakan nyata.

H. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan, berfokus pada pengulasan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, metodologi penelitian, kemudian ditutup dengan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Teori, yang terdiri dari pengertian dakwah,

pengertian komunikasi, pola komunikasi dakwah, dan youtube.

BAB III : Pola Komunikasi Dakwah Ustadz Fahrudin Faiz di Akun Youtube MJS Channel, yang meliputi; Profil Ustadz Fahrudin Faiz, Pola komunikasi kajian Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun Youtube MJS Channel, dan isi konten dakwah Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun Youtube MJS Channel.

BAB IV : Analisis Pola Komunikasi Dakwah Ustadz Fahrudin Faiz di Akun Youtube MJS Channel, yang meliputi; Analisis pola komunikasi kajian Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun Youtube MJS Channel Berdasarkan Teori Persuasif Joseph A. Ilardo, dan analisis isi konten dakwah Ustadz Fahrudin Faiz dalam akun Youtube MJS Channel Berdasarkan Teori Persuasif Joseph A. Ilardo.

BAB V : Kesimpulan dan saran, berisi ulasan akhir penelitian dan bukti hasil penelitian secara singkat. Selain itu juga berisi saran untuk diperbaiki dan dikembangkan dalam penelitian berikutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Ustadz Fahrudin Faiz dalam berdakwah di Youtube MJS Channel menggunakan pola komunikasi sekunder dan menerapkan lima prinsip dasar teori persuasif menurut Joseph A. Ilardo, yang meliputi komunikasi, proses, perubahan, secara sadar atau tidak sadar, dan menggunakan kalimat verbal maupun non verbal. Ustadz Fahrudin Faiz juga menerapkan empat aspek penting dalam sebuah konten dakwah pada videonya di Youtube MJS Channel, yaitu aspek akidah (keyakinan), aspek akhlak (perilaku), aspek syariah (hukum), dan aspek filsafat (hikmah).

Pola komunikasi Ustadz Fahrudin Faiz sesuai dengan aspek analisis AIDDA yakni *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Aksi). Ustadz Fahrudin Faiz berhasil menciptakan kajian ngaji filsafat yang menarik, mendalam, dan memberikan dampak positif dalam pengembangan pemikiran dan spiritualitas audiensnya baik secara langsung maupun tidak langsung.

B. Saran

Peneliti mengharapkan bagi para pembaca skripsi ini untuk mampu mengelola dan menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah maupun hal-hal yang bermanfaat lainnya. Jika dilihat dari pola komunikasi milik Ustadz Fahrudin Faiz ini semoga dapat memberikan inovasi dan

gambaran baru bagi para da'i yang mulai atau sudah menjalankan channel youtube untuk berdakwah agar terinspirasi dari konten-konten beliau.



DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. "Media Dakwah." *Jurnal Al-Munzir* 9, no. 2 (2016): 344–363.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Damayati, Maya. "Ilmu Komunikasi." *Universitas Muhammadiyah Malang*, 2017, 7.
- Dhela, Gyta Rastyka. "Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)." UIN Raden Intan Lampung, 2020.
- Djoko Dwiyanto. "Metode Kualitatif: Penerapan Dalam Penelitian." *Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada* 0 (n.d.): 1–7.
- Dr. Suriati, S.Ag., M.Sos.I. dkk. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, n.d.
- Erwan Efendi, Muhammad Ayubi, Najwa Aulia. "Model Model Komunikasi Linear." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5 (2023).
- Faiz, Ustadz Fahrudin. "Ngaji Filsafat 144 : Filsafat Cinta - Jalaluddin Rumi." Youtube MJS Channel, 2019. <https://youtu.be/Ekj9PJtCGEs?si=is67por>.
- . "Ngaji Filsafat 368 : Nur Muhammad." Youtube MJS Channel, 2022. <https://youtu.be/QgYtldAGzFU?si=11omXE32YskKNJ05>.
- Gunawan, Hendri. "Jenis Pola Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Perokok Aktif Di Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai

Kartanegara” 1, no. 3 (2013): 218–233.

Hardian, Novri. “Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadits,” 2018, 42–52.

Hidayati, Putri. “Pengaruh Konten Dakwah Akun @berkahijrah Di Instagram Terhadap Pemahaman Agama Followers.” *Skripsi UIN Sultan Syaaraif Kasim Riau*, 2021.

Inayah, Shoma Noor Firda. “Analisis Pesan Dakwah Akidah, Akhlak, Dan Syariah Dalam Novel Hati Suhita Karya Khilma Anis.” *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 8, no. No. 2 (2021): 240–41.

Jafar, Iftitah. “Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur’an.” *Jurnal Komunikasi Islam* 08, no. 01 (n.d.).

Macky, Ahmad. “Komunikasi Persuasif Dr. K.H. Khaitami M.Nuh, M.A Dalam Menarik Minat Para Donatur Melalui Darul Aitam Yayasan Aqshal Ghayat Jakarta Barat.” *UIN Syarif Hidayatullah*, 2017, 24–31.

Mudrikah, Siti. “Pesan Dakwah Dr. Fahrudin Faiz Dalam Video Yang Berjudul Ngaji Filsafat 221: Nizami Ganjavi-Layla Majnun Di Youtube.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

Muhammad Parhan, Dkk. “Analisis Metode Dan Konten Dakwah Yang Diminati Pada Remaja.” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 22 (2022).

Nurdin Laugu, Hendra Junawan. “Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia.” *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 4, no. 1

(2020).

Putri Oktavia. "Analisis Pola Komunikasi Pemuka Agama Melalui Simbol Verbal Menggunakan Media Youtube." *Jurnal At-Tazakki* 5 no. 2 (2021).

Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Alhadharah* 17 (2018).

Sicillya E.Boham. "Pola Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Autis (Studi Pada Orang Tua Dari Anak Autis Di Sekolah Luar Biasa AGCA CenterPumorow Kelurahan Banjer Manado)." *E-Journal UNSRAT* 2 No.4 (2013).

Sidiq, Anwar. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)." *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG*, 2017.

Somantri, Gumilar Rusliwa. "Memahami Metode Kualitatif." *Makara Human Behavior Studies in Asia* 9, no. 2 (2005): 57.
<https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>.

"Subscribers Youtube MJS Channel." Accessed March 5, 2023.
<https://www.youtube.com@mjschannel>.

Sugeng Purwanto, Teguh Kasrabowo, Liliek Soepriatmadji. "Serat Siti Jenar : Retorika Dr. Fahrudin Faiz Dalam Ngaji Filsafat." *Jurnal Mumtaz (Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Keislaman)* 5 No. 01 (2021).

Sugeng Purwanto, Dkk. "Serat Siti Jenar: Retorika Dr. Fahrudin Faiz Dalam Ngaji Filsafat." *MUMTAZ: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Keislaman* 5, no. 1 (2021).

Suryana, Asep. *Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan,

2019.

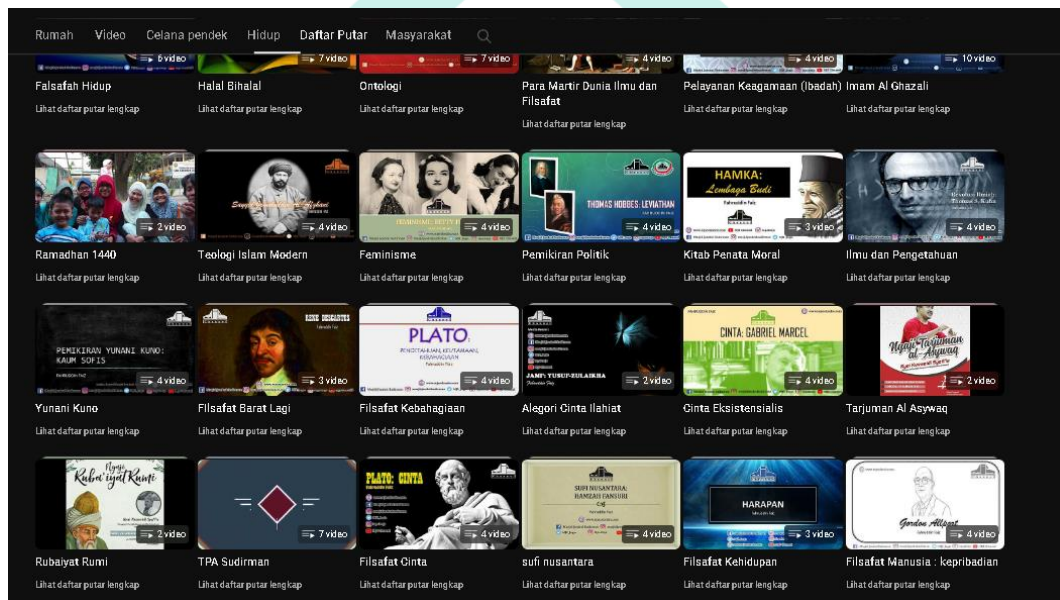
Syaf, Muhammad Luthfi. “Pola Komunikasi Dakwah Melalui Video Youtube Dalam Pengembangan Kebun Al-Quran Di Pesantren Al-Mawaddah Kudus.” IIAN KUDUS, 2021.

Tutfi Dwi Febrianti, Witarsa, Husni Syahrudin. “Pemanfaatan Media Pembelajaran Video Youtube Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Statistik Inferensial Pendidikan Ekonomi.” *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 11, no. 11 (2022).

Wibowo, Adi. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital.” *Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019).



LAMPIRAN



Channel Youtube MJS



LEMBAR PEMERIKSAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Drs. H. S. Kohar
NIP : 196607152003021001
Pangkat, Golongan, Ruang : Penata TK.I (III/d)
Jabatan : JFT PTP / Sub Koordinator Akma FUAD

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Zulfan Mu'allim
NIM : 3420020
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Telah selesai melaksanakan pemeriksaan Skripsi sesuai dengan aturan yang disahkan dan diterapkan di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Oleh karena itu, untuk selanjutnya skripsi saudara/i segera dijilid sesuai dengan warna fakultas dan kode warna yang ditetapkan oleh STATUTA UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Atas perhatian dan kerja sama saudara/i, kami ucapkan terima kasih.

Pekalongan, 22 Maret 2024

Mengetahui,

a.n. Dekan

Sub: Koordinator AKMA FUAD

Drs. H. S. Kohar

NIP. 196607152003021001



SURAT KETERANGAN *SIMILARITY CHECKING*

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan menerangkan bahwa naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Muhammad Zulfan Mu'allim

Nim : 3420020

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Pola Komunikasi Dakwah Ustadz Fahrudin Faiz di Akun Youtube MJS Channel

telah melalui tahap *plagiarism checking* menggunakan aplikasi Turnitin, dengan keterangan:

Waktu Submit : 23 Oktober 2023

Hasil (Similarity) : 23%

Oleh karenanya naskah tersebut dinyatakan **LOLOS** dari plagiarisme. Surat Keterangan ini berlaku selama (satu) semester sejak diterbitkan untuk dijadikan sebagai syarat pendaftaran ujian/munaqasyah skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 23 Oktober 2023

a.n Dekan,

Setua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Vyki Mazaya, M.S.I

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Identitas Diri

Nama : Muhammad Zulfan Mu'allim
Tempat/ Tanggal Lahir : Pekalongan, 03 Juli 2002
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : JL WR Supratman, Panjang Wetan Gg.IX
Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan
Agama : Islam
Pekerjaan : Wiraswasta
Hobi : Desainer Grafis
No.Hp : 0877-4466-3119

2. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Moch. Teguh Mujiono
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Nama Ibu : Nadiyah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

3. Riwayat Pendidikan

TK : TK Kutilang 02
SD : SDN Kandang Panjang 01
SMP : MTS Nurul Islam
SMA : SMK Syafi'i Akrom
S1 : UIN K.H. Abdurrahman Wahid



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUHAMMAD ZULFAN MU'ALLIM
NIM : 3420020
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : ipangaming76@gmail.com
No. Hp : 0877-4466-3119

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain
yang berjudul :

**POLA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FAHRUDDIN FAIZ DI AKUN
YOUTUBE MJS CHANNEL**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 12 Maret 2024



MUHAMMAD ZULFAN MU'ALLIM
NIM. 3420020