

SKRIPSI

**ANALISIS WACANA KRITIS BAHASA DAKWAH
PERSUASIF PADA VIDEO “UDAH PUTUSIN AJA”
DALAM YOUTUBE CHANNEL FELIX SIAUW**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
TAHUN AJARAN 2023**

SKRIPSI

ANALISIS WACANA KRITIS BAHASA DAKWAH PERSUASIF PADA VIDEO “UDAH PUTUSIN AJA” DALAM YOUTUBE CHANNEL FELIX SIAUW



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Menjadi Sarjana Sosial
Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Mataram

Oleh:

BAIQ ISNA FEBRIANA
2019G1C008

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
TAHUN AJARAN 2023**

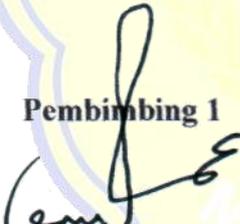
LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Di Ajukan Oleh

Nama : Baiq Isna Febriana
NIM : 2019G1C008
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasif Pada Video
“Udah Putusin Aja” Dalam Youtube Channel Felix Siauw

Telah disetujui untuk disidangkan dan di pertahankan dihadapan dewan penguji sebagai bagian persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Pembimbing 1


Suwandi, S.Ag., M.Pd.I
NIDN.0814067001

Pembimbing 11


Sukarta, M.Pd.I
NIDN.0817088404

Mengetahui


Dekan Fakultas Agama Islam

Suwandi, S.Ag., M.Pd.I
NIDN.0814067001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasif Pada
Video “Udah Putusin Aja” Dalam Youtube Channel Felix
Siauw

Nama Mahasiswa : Baiq Isna Febriana

NIM : 2019G1C008

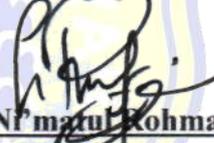
Telah diajukan di hadapan Tim penguji Skripsi Program Studi Komunikasi Dan
Penyiaran Islam pada tanggal 14 Juni 2023

Penguji 1



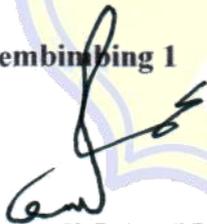
Endang Rahmawati, M.Kom.I
NIDN.0802018802

Penguji II



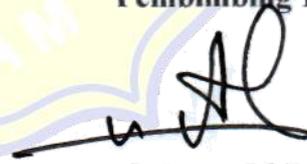
Nurliya Nirmatul Kohmah, M.Kom.I
NIDN.0808098606

Pembimbing I



Suwandi, S.Ag., M.Pd.I
NIDN.0814067001

Pembimbing II



Sukarta, M.Pd.I
NIDN.08117088404

Mengetahui
Dekan Fakultas Agama Islam



Suwandi, S.Ag., M.Pd
NIDN.0814067001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirohmanirrohim

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baiq Isna Febriana

Nim : 2019G1C008

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : **ANALISIS WACANA KRITIS BAHASA DAKWAH
PERSUASIF PADA VIDEO “UDAH PUTUSIN AJA”
DALAM YOUTUBE CHANNEL FELIX SIAUW**

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).
2. Semua sumber dana data yang saya gunakan dalam penelitian karya ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).
3. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan karya asli saya atau merupakan jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan undang-undang yang berlaku di lingkungan Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).

Mataram, 10 Juli 2023



Baiq Isna Febriana

NIM. 2019G1C008



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baiq Isna Febriana
NIM : 2019G1C008
Tempat/Tgl Lahir : Labangka 10 Februari 2023
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Agama Islam
No. Hp : 083862928157
Email : baiqisnafebriana1@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasif Pada Video
"Udah Putusin Aja" Dalam Youtube Channel Felix Siawu

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 50%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, Selasa 18 Juli 2023

Penulis



Baiq Isna Febriana
NIM. 2019G1C008

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baia Isna Febrina
 NIM : 201961008
 Tempat/Tgl Lahir : Labangka 10 Februari 2023
 Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
 Fakultas : Agama Islam
 No. Hp/Email : BaiaIsnaFebrina@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasif Pada Video "Udah Putusin Aja" Dalam Youtube Channel Felix Siyuh

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, Selasa 18 Juli 2023
 Penulis



Baia Isna Febrina
 NIM. 201961008

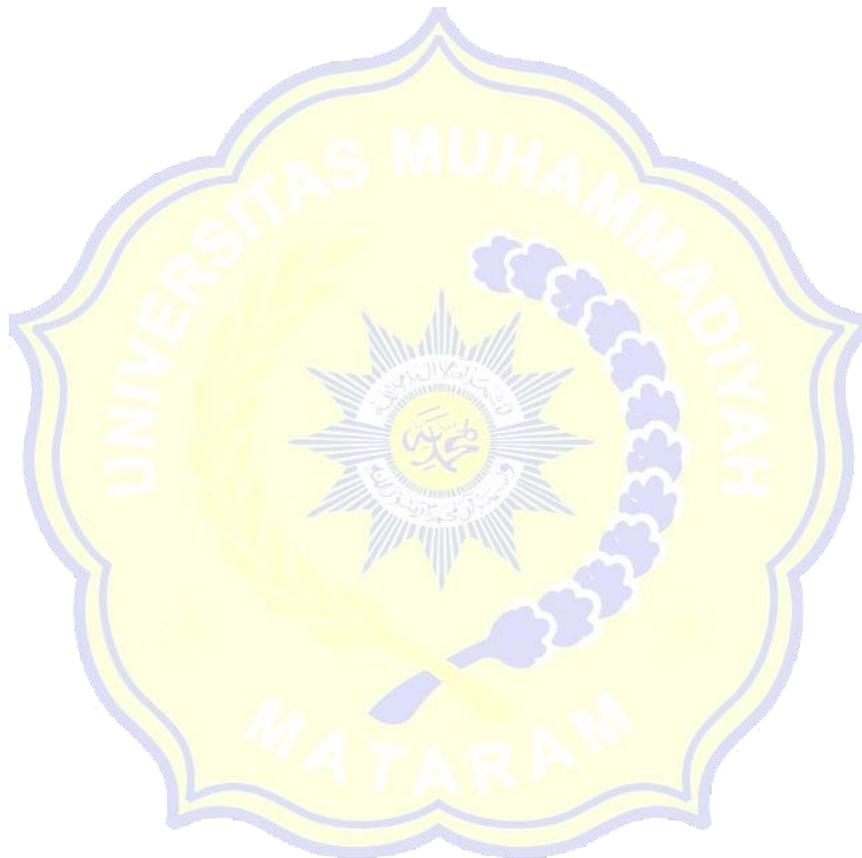
Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

LEMBAR MOTTO

Jangan Dengar Apa Kata Orang Selagi Yang Kamu Lakukan Tidak Merugikan



LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas izin Allah akhirnya skripsi ini telah berhasil di selesaikan dan terimakasih untuk orang-orang yang ku cintai yang telah membantu dengan doa dan memberikan dukungan serta semangat yang luar biasa

1. Teruntuk ibundaku tercinta melwati malaikat tanpa sayap yang ku cintai dan yang ku sayangi karena Allah terimakasih telah melahirkan dan membesarkanku di dunia ini dengan mempertaruhkan nyawa hingga bisa hidup dan lahir hingga bertumbuh menjadi manusia yang dewasa terimakasih sudah mendoakanku selama ini bunda
2. Teruntuk ayahku tercinta lalu Zulkarnaen ayah yang ku cintai dan yang ku sayangi karena Allah terimakasih telah memberikan support dengan doa dan selalu memberikan semangat yang luar biasa dan yang telah bersabar dalam membimbing serta mendidikku dengan penuh rasa cinta dan ketulusan yang tiada batasnya terimakasih ayah telah berjuang keras dalam membiayai semua pendidikanku dengan penuh keikhlasan hingga bisa seperti sekarang ini
3. Teruntuk kakak tersayang Baiq familia hendrawati kakak satu-satunya yang paling aku cinta dan sayangi karena Allah terimakasih sudah mendidikku dengan penuh rasa sayang serta menasehati ku dengan penuh kesabaran
4. Teruntuk bibikku Baiq Rita Bibik yang ku cintai dan yang ku sayangi karena Allah yang selalu memberikanku semangat yang luar biasa yang selalu mensupport dengan doa yang selalu memberikan perhatian yang luar biasa terimakasih bibik yang selalu menasehatiku dengan penuh rasa sabar membimbingku dengan penuh keikhlasan dan yang selalu ada di saat di butuhkan terimakasih bibikku
5. Teruntuk keluarga besarku ku terimakasih sudah mendoakanku telah memberikanku semangat yang luar biasa bibikku pamanku adikku kakakku terimakasih atas semua didikan nasehat dan doa yang luar biasa selama ini
6. Teruntuk sahabatku yang ku cintai dan yang ku sayangi karena Allah fajria kimala dan wulandari atas dukungan dan bantuannya selama ini yang telah ikhlas mengorbankan waktu dalam mengerjakan skripsi ini dan serta motivasi yang luar biasa yang selalu sabar dalam membimbingku dan mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi ini dan yang selalu ada di saat ku membutuhkan kalian sahabatku yang paling baik terimakasih atas bantuan selama ini dan teman-teman kontrakan pagesangan indah kalian luar biasa terimakasih telah banyak memberikan bantuan serta motivasi selama ini
7. Teruntuk dosen pembimbingku pak suwandi S.Ag..M.Pd dan Sukarta M.Pd.I yang ku cintai dan ku sayangi karena Allah Terimakasih telah meluangkan waktunya, perhatian dan kesabaran dalam memberikan bimbingan bantuan dan arahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Selanjutnya untuk dosen-dosen KPI yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama saya mengikuti pendidikan di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.
9. Dan almamaterku Universitas Muhammadiyah Mataram.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil aalaamin puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat, karunia dan kuasanya penulis dapat menyelesaikan tugas dan penyusunan skripsi ini dengan judul : “ **ANALISIS WACANA KRITIS BAHASA DAKWAH PERSUASIF PADA VIDEO “UDAH PUTUSIN AJA” DALAM YOUTUBE CHANNEL FELIX SIAUW**”

Sebagai manusia yang penuh dengan keterbatasan, banyak kendala yang penulis hadapi dan rasakan selama menyusun skripsi ini, akan tetapi bantuan Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak skripsi ini dapat terselsaikan walaupun tidak luput dari berbagai kekurangan . oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. Abdul wahab, M.A. Rektor Universirtas Muhammadiyah Mataram yang telah menyediakan fasilitas belajar sehingga penelitian dapat mengikuti kuliah dengan baik.
2. Bapak suwandi M.Pd. I selaku dekan FAI Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Ibu Endang Rahmawati M.Kom.I selaku kaprodi KPI Universitas Mataram.
4. Bapak Suwandi, S.Ag., M.Pd.I selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, motivasi, saran yang sifatnya membangun
5. Bapak Sukarta, M.Pd.I selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, motivasi, saran yang sifatnya membangun
6. Bapak/ ibu dosen program studi komunikasi penyiaran islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama mengenyam Pendidikan sarjana (S-1)

Mataram, 15 Juni 2023

Baiq Isna Febriana
NIM. 2019G1C008

ABSTRAK

ANALISIS WACANA KRITIS BAHASA DAKWAH PERSUASIF PADA VIDEO UDAH PUTUSIN AJA DALAM YOUTUBE CHANNEL FELIX SIAUW

Oleh:

BAIQ ISNA FEBRIANA

NIM: 2019G1C008

Video ceramah merupakan media untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan yaitu melalui audio visual. Salah satu pesan yang disampaikan melalui video ceramah ini adalah pesan-pesan yang bersifat religi atau ajaran agama. Ustadz Felix Y Siauw adalah tokoh yang disukai oleh banyak kalangan masyarakat karena retorikanya dalam berdakwah yang sangat mudah untuk di fahami oleh banyak kalangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasif Pada Video Uдах Putusin Aja Dalam Youtube Channel Felix Y Siauw. Adapun landasan teori penelitian ini adalah dakwah, pesan dakwah, channel youtube, Analisis Teun A Van Dijk. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis wacana kritis Teun A Van Dijk. Sasaran penelitian ini ada video ceramah Uдах Putusin Aja. Teknik Pengumpulan Data dengan menonton video dan mengklasifikasikan wacana dan menganalisis data-data yang ada. Adapun hasilnya adalah: Di dalam Video uдах putusin aja dalam channel youtube felix y siauw yakni berdakwah dengan menggunakan bahasa dakwah persuasif yang di mana dakwah persuasif itu adalah metode dakwah dengan cara lemah lembut. Dan tanpa ada paksaan yang terdapat di dalamnya. Analisis wacana kritis bahasa dakwah persuasif pada video uдах putusin aja dalam youtube channel felix y siauw mengemas pesannya di antaranya yakni Superstruktur/skematik Pada video dakwah ustadz felix y siauw yang berjudul uдах putusin aja mengemas pesannya dalam lima tahap yakni: Opening, opening shoot, Conflict scan (klimaks), Anti klimaks (solusi), ending (penutup). Struktur mikro Semantic, Sintaksis, Retoris, Kognisi sosial, Struktur makro yakni makna global suatu teks yang dapat di mengerti dengan melihat topik dari suatu teks.

Kata Kunci: Analisis, Wacana, Bahasa, Dakwah, Persuasif, YouTube

ABSTRACT

NAME : BAIQ ISNA FEBRIANA
NIM : 2019GIC008
THESIS TITLE : ANALYSIS OF CRITICAL DISCOURSE OF PERSUASIVE PREACHING LANGUAGE IN THE YOUTUBE CHANNEL "FELIX SIAUW'S UDAH PUTUSIN AJA" VIDEO

Video lectures serve as a medium for communicators to convey messages to recipients through audiovisual means. One type of message conveyed through these video lectures is religious or doctrinal in nature. Ustadz Felix Y Siauw is a figure admired by various segments of society due to his persuasive rhetoric in preaching that is easily understood by a wide range of audiences. This research aims to explore the analysis of critical discourse of persuasive preaching language in the "Udah Putusin Aja" video on Felix Y Siauw's YouTube channel. The theoretical foundation for this research includes preaching, the message of preaching, YouTube channels, and Teun A Van Djik's discourse analysis. This study adopts a qualitative approach using Teun A Van Djik's critical discourse analysis method. The focus of this research is the "Udah Putusin Aja" lecture video. Data collection techniques involve watching the video, classifying the discourse, and analyzing the available data. The findings reveal that the "Udah Putusin Aja" video on Felix Y Siauw's YouTube channel employs persuasive preaching language, characterized by a gentle and non-coercive approach. The critical discourse analysis of the persuasive preaching language in this video identifies the following aspects: Superstructure Schematics - the video organizes its message into five stages: Opening, Opening Shoot, Conflict Scan (climax), Anti-climax (solution), and Ending (closure). Micro-structure includes semantics, syntax, rhetoric, social cognition, while macro-structure refers to the overall meaning of a text, which can be understood by examining its topic.

Keywords: *Analysis, Discourse, Language, Preaching, Persuasive, YouTube.*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

KEPALA
UPT P3B

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM



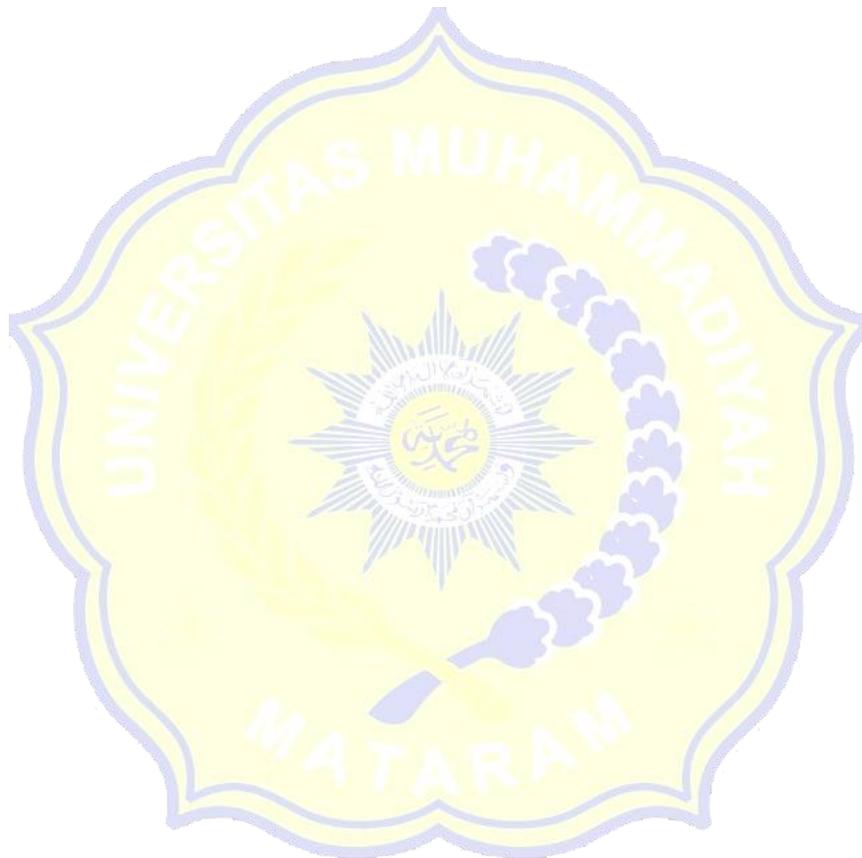
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR BEBAS PLAGIASI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vi
LEMBAR MOTTO	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.2 Pengertian Dakwah	11

2.2.1	Pengertian Pesan Dakwah	12
2.2.2	Tujuan Dakwah	14
2.2.3	Metode Dakwah	15
2.2.4	Media Sosial.....	18
2.2.5	YouTube Sebagai Media Dakwah	28
2.2.6	Pengertian Analisis Wacana Kritis	33
2.3	Kerangka Berfikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
1.1	Jenis Penelitian.....	37
1.2	Metode Penelitian.....	37
1.3	Pendekatan Penelitian	37
1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.5	Teknik Analisis Data.....	39
1.6	Subjek dan Objek Penelitian	39
1.7	Penyajian Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Channel YouTube Ustadz Ustadz Felix Y Siauw	41
4.1.1	Biografi Ustadz Felix Y Siauw	41
4.2	Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasif Pada Video “Udah Putusin Aja” Dalam YouTube Channel Ustadz Felix Y Siauw.....	46
4.3	Analisis Wacana Kritis struktur makro/tematik.....	56

BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara etimologis, kata dakwah merupakan bentuk masdar dari kata *yad'u (fi'il mudhari')* dan *da'a (fi'il madi)* yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*). Selain kata “dakwah”, al-qur'an juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian yang hampir sama dengan “dakwah”, yakni kata “*tabligh*” yang berarti penyampaian, dan “*bayan*” yang berarti penjelasan.¹ Dakwah dalam pengertian tersebut, dapat dijumpai dalam ayat-ayat al-qur'an antara lain: Surah Yunus: 25

Artinya : “Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam).”²

Dakwah yaitu mengajak manusia ke jalan Allah agar mereka bahagia di dunia dan di akhirat. Kata *da'i* berasal dari bahasa arab bentuk mudzakar (laki-laki) yang berarti orang yang mengajak, kalau muannas (perempuan) di sebut *da'iyah*.” sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia, ”*da'i* adalah orang yang berdakwah, pendakwah. ”Melalui kegiatan dakwah para *da'i* menyebar luaskan ajaran Islam³ Islam mengajarkan bahwa dakwah berlangsung

¹ Pimay, Awaluddin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof KH Syaifudin Zuhri*. Semarang: Rasail

² *Al-qur'an Hafalan mudah Al-Hufadz, Cordoba juz 10 hlm. 211*

³ Bisri Mustofa. *Dakwah persuasif pada masyarakat marginal di ujung bom kelurahan kangkung kecamatan teluk betung selatan kota bandar lampung*. fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi Universitas Raden Intan Lampung 2018. Hlm.

sepanjang zaman, mulai dari Nabi Muhammad sallallahu alaihi wasallam, hingga akhir zaman. tujuan dakwah adalah memerintahkan yang ma'ruf dan melarang yang mungkar untuk mencari ridha Allah subhanahu wataala dengan cara yang baik. Islam adalah agama yang baik dan harus di sebar luaskan dengan baik pula.⁴

Dakwah bil lisan merupakan dakwah yang dapat mengatasi kelemahan dakwah lisan. Metode ini juga memberikan peluang pesan dakwah sesuai dengan kemampuan dan minatnya sehingga tujuan komunikasi dakwah efektif dan efisien. Dakwah bil lisan yang mempunyai kekurangan pada jangkauan dan waktu, dapat dipenuhi melalui dakwah bil lisan. Dakwah bil lisan tidak boleh ditinggalkan, namun sebaliknya kita tinggal selangkah lagi menyampaikan konsep dakwah yang ingin kita sampaikan secara lisan sebagai ajakan agar dakwah yang kita lakukan lebih efektif. Metode dakwah Bill-lisan adalah menyampaikan dakwah secara lisan, ajakan beribadah dan seruan tauhid.⁵

Jenis dakwah yang digunakan oleh Ustadz Felix Siauw yaitu menggunakan metode dakwah bil lisan. yang biasa di sampaikan melalui media sosial yakni berupa YouTube dan dengan cara dakwah persuasif

Dakwah persuasif adalah proses mempengaruhi mad'u dengan pendekatan psikologis, sehingga mad'u mengikuti ajakan da'i tetapi merasa

⁴ *Ibid.* hlm. 17

⁵ Desti purlianti. *Dakwah bil lisan dalam komunikasi intrabudaya (studi kasus di majelis pengajian desa pulau Baru kecamatan ipuh kabupaten mukomuko provinsi Bengkulu. Jurusan Dakwah fakultas ushuluddin adab dan Dakwah institut agama Islam negeri Bengkulu.* 2021. Hlm. 2

sedang melakukan sesuatu atas kehendak sendiri (tidak di paksakan). Proses komunikasi dakwah persuasif bertujuan untuk merubah sikap, pendapat dan perilaku. Menurut ilahi, persuasi adalah kegiatan psikologis untuk mempengaruhi pendapat, tindakan dan sikap melalui manipulasi psikologis sedemikian rupa sehingga individu bertindak secara sukarela.⁶ metode komunikasi persuasif yang dapat digunakan sebagai cara untuk berinteraksi atau mengirim pesan antara media dan media. Metode komunikasi persuasif juga berkaitan dengan kegiatan dakwah, sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi dan dakwah memiliki hubungan yang erat untuk mewujudkan interaksi dalam kehidupan. dalam pelaksanaan komunikasi dakwah yang persuasif, Menurut Suwito Kusumowidagdo, T.A. Lathief Rousydy mengembangkan formula yang dapat digunakan sebagai alat psikologis untuk mengidentifikasi dakwah persuasif.

Alat-alat psikologis tersebut adalah DPCFS3P, singkatan dari (*docere, permovere, conciliare, frapper toujours*, simbolis, sensasi, sugesti, dan prestise) di sinilah terbuka peluang pengembangan aktivitas dakwah, Saat ini kita mengetahui bahwa kegiatan dakwah dilakukan dengan menggunakan media tradisional dan baru. Media tradisional seperti pengajian, Jum'atan, selamatan dan lain-lain terbatas dalam ruang dan waktu. Berbeda dengan kegiatan dakwah tersebut, penggunaan media baru (media sosial) dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dakwah yang lebih modern. Selain itu, dapat menawarkan kesempatan seluas-luasnya kepada siapa saja yang ingin terlibat dalam kegiatan

⁶ Misri Mstofa. *Op.Chit*.hlm 16.

dakwahnya. Hal ini tentu saja menjadikan peluang untuk menyebarkan ajaran agama, bisa dilakukan kapan saja, khalayaknya tidak terbatas, dan bisa digunakan kapan saja, di mana saja.

Jadi, aktivitas komunikasi dakwah melalui media sosial untuk merubah sosial budaya masyarakat. Sebelumnya, untuk menerima ceramah agama, seseorang harus datang langsung ke majelis taklim dan berkomunikasi. Saat ini, melalui media online di Internet, setiap orang dapat mengakses ceramah agama kapanpun dan dimanapun sesuai dengan kebutuhannya. Kegiatan komunikasi dakwah melalui media sosial memiliki efek yang terbagi menjadi tiga kelompok yaitu simpati pasif aktif dan antipasti. Pengaruh dakwah tentunya sejalan dengan tujuan dakwah tersebut. Dalam komunikasi dakwah terjadi proses persuasif. Keyakinan ini adalah proses mempengaruhi pendapat dan tindakan seseorang melalui kehendaknya sendiri.

Fenomena Industri global teknologi menjadikan manusia sebagai masyarakat informasi. Menurut *World Summit on the Information Society (WSIS)* (2003) menyatakan bahwa masyarakat informasi adalah masyarakat yang inklusif dan berorientasi pada pembangunan, di mana setiap orang dapat membuat, menggunakan, memanfaatkan dan berbagi pengetahuan dan informasi, memungkinkan setiap individu, komunitas dan masyarakat menyadari potensi mereka untuk pengembangan pembangunan berkelanjutan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas hidupnya. Dari sini dapat disimpulkan bahwa masyarakat informasi adalah masyarakat yang bergantung pada informasi, dimana informasi dapat mempengaruhi berbagai aspek

kehidupan masyarakat. Dimana setiap komunitas dapat mengakses, menggunakan dan berbagi informasi.⁷

Dakwah persuasif ustadz felix siauw di youtube yang berjudul udah putusin aja yang di tonton 408 rb kali dan 867 komentar. Yang menyatakan bahwa sebagian mereka memutuskan pacarnya setelah mendengarkan dakwahnya Ustadz Felix Y Siauw karena merasa pacaran tidak ada manfaatnya dan di haramkan oleh syariat Islam.

Karena viralnya video tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti penelitian ini dengan judul **Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasif Pada Video “Udah Putusin Aja” Dalam YouTube Channel Ustadz Felix Y Siauw.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang di angkat peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana isi dakwah Uдах Putusin Aja Di Channel YouTube Ustadz Felix Siauw?
2. Bagaimana Analisis Wacana Kritis bahasa dakwah persuasif pada video Uдах Putusin Aja dalam YouTube Channel Ustadz Felix Y Siauw berdasarkan teori Van Dijk ?

⁷ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 25.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Isi dakwah Udah Putusin Aja Di Channel YouTube Ustadz Felix Y Siau
2. Untuk mengetahui Analisis Wacana Kritis bahasa dakwah persuasif pada video Udah Putusin Aja Dalam YouTube Channel Ustadz Felix Y Siau berdasarkan teori Van Dijk

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini berharap dapat memberikan manfaat teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritisnya yakni memperluas khazanah keilmuan tentang media baru dalam bidang komunikasi, khususnya berkenaan dengan komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis nya adalah untuk mengetahui strategi pengembangan media sebagai penyebaran ide-ide, terutama pada media baru.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun penelitian dalam Skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing tersusun atas sub bab sebagai berikut:

BAB I pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah. Tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II kajian pustaka, dalam bab ini dapat di jabarkan beberapa poin di antaranya kajian penelitian terdahulu dengan kajian peneliti sekarang, dan dalam bab ini membahas kajian teori yang terdiri dari pengertian dakwah, wacana dalam media sosial, pengertian media sosial YouTube sebagai media dakwah, Analisis wacana kritis, pengertian analisis wacana kritis.

BAB III metode penelitian dalam bab ini membahas terkait jenis penelitian, lokasi penelitian, pendekatan penelitian, sumber data dan tehnik pengumpulan data.

BAB IV Hasil dan pembahasan

BAB V Kesimpulan dan Saran.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

Untuk menghindari kesamaan maka penulis penelitian menentukan beberapa hasil penelitian yang ada kaitanya dengan penelitian terdahulu.

Pertama, skripsi Saidatul Ula I Wayan Simpen Ni Putu Evi W. Citrawati Yang berjudul: Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasi Postingan Instagram Ustadz Felix Siauw (@Ustadz Felixsiauw) Universitas Udayana 2021⁸ persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah pada objek penelitian yaitu analisis wacana kritis Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah terletak di subjeknya penelitian terdahulu meneliti postingan instagram Ustadz Felix sedangkan penelitian yang sekarang meneliti video Ustadz Felix.

Kedua: skripsi: Maulida Juliza yang berjudul: Analisis Wacana Kritis Normanfairclough Cerpen Jangan Panggil Aku Katua Karya Yulhasni Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan 2018⁹. Persamaan penelitian terdahulu adalah keduanya menggunakan teori analisis wacana kritis sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada topik penelitian terdahulu meneliti cerpen

⁸ Saidatul Ula I Wayan Simpen Ni Putu Evi W. Citrawati *Analisis Wacana Kritis Bahasa Dakwah Persuasi Postingan Instagram Ustadz Felix Siauw (@felixsiauw)* Skripsi universitas udayana 2021 hlm. 118

⁹ Maulida Juliza *Analisis Wacana Kritis Normanfairclough Cerpen Jangan Panggil Aku Katua Karya Yulhasni Skripsi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* Medan 2018 hlm.1

sedangkan penelitian yang sekarang meneliti video YouTube Ustadz Felix Siau

Ketiga: skripsi: Agustina Setiyawati yang berjudul: Analisis Wacana Kritis Komunikasi Persuasif Dalam Channel YouTube Sherly Annavita Rahmi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2023¹⁰ Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang yakni sama-sama meneliti di YouTube sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang di objeknya penelitian terdahulu meneliti komunikasi persuasif sedangkan yang sekarang meneliti bahasa dakwah persuasif.

No	Nama dan Judul Penelitian	Tahun	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1	Saidatul Ula I Wayan Simpen Ni Putu Evi W. Citrawati analisis wacana kritis bahasa dakwah persuasi postingan instagram Ustadz Ustadz Felix	2021	Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah pada objek penelitian yaitu analisis wacana kritis	Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah terletak di subjeknya penelitian

¹⁰ Agustina Setiyawati, *Analisis Wacana Kritis Komunikasi Persuasif Dalam Channel Youtube Sherly Annavita Rahmi Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2023* hlm. 3

	Siauw (@Ustadz Felixsiauw)			terdahulu meneliti postingan instagram Ustadz Felix sedangkan penelitian yang sekarang meneliti video Ustadz Ustadz Felix.
2.	Maulida Juliza Analisis Wacana Kritis Normanfairclough Cerpen Jangan Panggil Aku Katua Karya Yulhasni	2018	Persamaan dari penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan teori teori analisis wacana kritis	Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang terletak pada subjeknya penelitian terdahulu meneliti cerpen sedangkan penelitian yang sekarang meneliti video YouTube

				Ustadz Felix Siauw
3	Agustina Setiyawati Analisis Wacana Kritis Komunikasi Persuasif Dalam Channel YouTube Sherly Annavita Rahmi	2023	persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang di subjeknya yang sama	Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang di objeknya yang berbeda.

2.2 Pengertian Dakwah

a. Secara Etimologi

Secara bahasa ditetapkan bahwa kata dakwah berasal dari bahasa arab yaitu memanggil, mengajak dan seruan, asal kata da'a bermakna ganda tergantung pemakaian.¹¹

b. Secara Terminologi

Banyak sekali perbedaan pendapat tentang dakwah di kalangan ulama. Syekh Muhammad Abduh mendefinisikan dakwah sebagai al-hikma, yang berarti mendorong kemauan untuk berbuat kebaikan, apapun

¹¹ Kementrian Agama RI, *Al-qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: Widya Cahaya, 2011). Hal. 297.

yang bermanfaat bagi orang-orang di sekitarnya. Memiliki sesuatu yang berkaitan dengan dakwah menjadikan sesuatu yang bermanfaat dan efektif.¹²

Menurut Amrullah Ahmad. ed, Dakwah Islam adalah suatu bentuk keyakinan yang diwujudkan melalui tindakan manusia dalam lingkup sosial, yang sengaja dilakukan dengan tujuan khusus untuk mempengaruhi cara orang merasa, berpikir, berperilaku dan bertindak sebagai individu dan makhluk sosial. untuk menciptakan ajaran Islam yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.¹³

Adapun pendapat lain dari Syeikh Ali Mahfudz di tulis dalam kitabnya “Hidayatul Mursyidin” mengatakan, Dakwah mendorong manusia untuk melakukan perbuatan baik dan mengikuti pedoman agama, memerintahkan kebaikan dan melarang kejahatan untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹⁴

2.2.1 Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah ide atau gagasan yang disampaikan oleh pembawa pesan kepada media untuk tujuan tertentu. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyampaian pesan, yaitu isi pesan, struktur pesan, bentuk pesan, sifat media agar dapat diadaptasi, dan tujuan pesan. Yang terpenting adalah isi pesan karena itu adalah pemikiran yang disampaikan

¹²Bambang S Ma' arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), Hal.22.

¹³Ma'mun Effendy Nur, “*Dakwah Sosial Ekonomi Dalam Pandangan Dawam Rahardjo*” *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 37 No. 1 (2017) Hal. 5.

¹⁴Muhammad Qadarudin A, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Purworejo: CV. Penerbit Qiara Media, 2019,) Hal. 3.

kepada media. Pesan dakwah adalah perangkat lunak yang disampaikan oleh media dakwah melalui ceramah, khutbah, atau media dakwah lainnya. Pesan dakwah berupa nilai-nilai agama bersumber dari ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Alangkah baiknya jika pesan-pesan dakwah dapat memotivasi para pembawa pesan seperti yang diharapkan karena pasti ada yang hanya mendengarkan, tidak mau melaksanakan pesan atau bahkan menolaknya atau bersikap apatis. Dalam Al-qur'an terdapat dua jenis pesan:¹⁵

- 1) Pesan maknanya memanggil akal dalam al qur'an mempunyai istilah "Penggunaan akal seperti ungkapan afala ta'qilun, yang berarti tidak berpikir. Kecenderungan manusia untuk menggunakan panca indera, yang kemudian diolah oleh akal.
- 2) Pesan yang mempunyai makna menghimbau rasa dan hati. Dalam istilah al-qur'an di sebut "Penggunaan rasa sebagai ungkapan afalla tasy'urun artinya (tidakkah kamu tahu) Rasa adalah dasar dari pesan-pesan media dakwah (mad'u).¹⁶

Pesan dakwah pada dasarnya adalah informasi yang dapat memberikan masukan motivasi kepada komunikator atau khalayak dengan penjelasan yang sesuai dengan ajaran agama. Pesan dakwah memiliki 3 (tiga) ciri diantaranya: 1) Islam sebagai agama fitrah 2) Islam sebagai agama

¹⁵ *Pengertian Dakwah Menurut Bahasa dan Istilah (detik.com)*

¹⁶ Bambang S Ma'arif. *Komunikasi Dakwah Paradikma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Meddia, 2018,) H.43.

rasional dan argumentatif 3) Islam sebagai agama hati. Kehadiran tokoh-tokoh tersebut bisa menjadi dasar penyadapan pesan-pesan dakwah.¹⁷

Deddy Mulyana mengatakan bahwa pesan adalah seperangkat simbol verbal atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau konsep.¹⁸

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pesan adalah pesan yang disampaikan oleh orang lain berupa petunjuk atau nasihat dan tidak disampaikan secara langsung melalui perantara.¹⁹

2.2.2 Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah merupakan salah satu unsur terpenting dalam kegiatan dakwah Islam, begitu pula dalam kegiatan lainnya. Tanpa tujuan yang tepat dan jelas, sulit untuk melanjutkan aktivitas dengan lancar. Tujuan khotbah diibaratkan sebagai mimpi atau cita-cita yang ingin dicapai oleh Da'i. Tujuan Dakwah dapat dirinci menjadi dua tujuan, yaitu:

1. Tujuan umum sebagai berikut:
 - a. Menjadikan dan mengajak semua orang untuk beribadah dalam arti perintah-perintah Allah *Subhanahu wa taala*. Dan Rasulnya dan menjauhi segala larangannya

¹⁷Bambang S Ma' arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), Hal. 44-45.

¹⁸Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), Hal.63.

¹⁹*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Gita Media Press, Hal. 606.

- b. Menciptakan rahmat atau kebaikan untuk kehidupan yang baik di dunia, dan dalam kehidupan ummat itu sendiri dan umat Islam secara keseluruhan.
 - c. Agar manusia dapat mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.
2. Tujuan khusus, sebagai berikut:²⁰
- a. Membangun mental dan keimanan para muallaf yang baru masuk Islam atau yang masih lemah imannya agar tidak meninggalkan Islam.
 - b. Perkuat keimanan dan ketakwaan masyarakat muslim yang keimanannya cukup kuat.
 - c. Dengan beriman dan mendidik anak, mereka dapat mengembangkan potensi dirinya di jalan Allah Subhanahu wa Taala atau menunaikan tugasnya sebagai hamba dan khalifah Allah Subhanahu wa Taala di muka bumi.
 - d. Mengajak orang yang belum beriman kepada ajaran Islam untuk mengimani dan mengamalkan ajaran Islam.

2.2.3 Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara penyampaian dakwah baik secara individu maupun kelompok dan masyarakat yang lebih luas agar pesan dakwah bisa diterima. Metode dakwah harus menggunakan metode yang

²⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2019), hal.62

tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima pesan dakwah.

Berbagai pendekatan dakwah yang dilakukan seorang dai, yaitu: al-lisan, bi al-qalam (media dakwah tertulis, media cetak).²¹

Setelah membahas pengertian dakwah, tujuan dakwah dan metode dakwah diatas, adapun beberapa ayat-ayat Al-Quran yang menyebutkan tentang kewajiban dalam berdakwah antara lain:

QS. An-Nahl Ayat 125

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.*

QS. Ali Imran Ayat 104

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

²¹Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2019), hal.11

Artinya: *Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.*

QS. Al-Maidah Ayat 78-79

لُعِنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاوُدَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ
كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ

Artinya: *Orang-orang yang kufur dari Bani Israil telah dilaknat (oleh Allah) melalui lisan (ucapan) Daud dan Isa putra Maryam. Hal itu karena mereka durhaka dan selalu melampaui batas.*

Mereka tidak saling mencegah perbuatan mungkar yang mereka lakukan. Sungguh, itulah seburuk-buruk apa yang selalu mereka lakukan.

Dalam buku Ilmu Dakwah, disebutkan tentang ahli fiqih yang berpendapat mengenai ayat-ayat di atas bahwa "pada dasarnya, perintah itu menunjukkan kewajiban, dengan demikian sangat jelas bahwa perintah berdakwah dalam ayat tersebut adalah wajib." Bassam juga berpendapat bahwa setiap muslim pasti memiliki kemampuan (sekecil apapun) untuk andil dalam kemajuan Islam. Sehingga muslim harus menyampaikan dakwah. Kalangan umat Islam sendiri harus memiliki kelompok yang menekuni ilmu agama untuk mempertahankan pemikiran-pemikiran Islam yang ada.²²

²² <https://tafsirweb.com/1962-surat-al-maidah-ayat-78.html> Diakses tanggal 20 Juli 2023 Pukul 09.30 Wita

Selanjutnya, mengutip buku Tafsir Maudhui Sosial terbitan Program Studi Ilmu Al-Quran, dalam Islam tidak diwajibkan untuk memaksa orang agar beriman kepada Allah. Umat Islam hanya diwajibkan untuk berdakwah seperti yang disebutkan oleh ayat-ayat di atas. Perihal dakwah itu nantinya diterima atau tidak oleh orang yang diajak berdakwah, itu adalah urusan Allah SWT.

Berdasarkan buku tersebut, hal ini dipraktikkan oleh sahabat Umar bin Khattab ketika mengajak salah seorang wanita Nasrani tua untuk masuk Islam. Umar berkata "Masuklah ke dalam Islam, maka engkau akan selamat" Kemudian wanita tersebut enggan. Umar kemudian membaca ayat laa ikraha fi ad-din (tidak ada paksaan masuk agama Islam).²³

2.2.4 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berinteraksi. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media berarti anak komunikasi, sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Jadi media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media adalah alat, media, perantara atau contact person. Seorang aktor sosial berhubungan

²³ <https://www.detik.com/hikmah/dakwah/d-6364850/ini-hadits-yang-jelaskan-umat-islam-wajib-berdakwah/amp>. Diakses pada tanggal 15 Juli 2023, pukul 20:21.

dengan masyarakat atau ingin melayani kebaikan bersama (suka membantu, menyumbang, dll). Secara bahasa, media sosial diartikan sebagai sarana komunikasi dan berbagi. Media sosial adalah media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog dan jejaring sosial, dan merupakan bentuk media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang di seluruh dunia. Media sosial adalah fitur berbasis web yang dapat membuat jaringan dan memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam suatu komunitas. Di media sosial kita bisa menerapkan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling mengenal dalam bentuk tulisan visual dan audio visual. Contohnya termasuk Twitter, Facebook, Blog, Forsquare dan lain-lain.²⁴

Di bawah ini adalah beberapa definisi media sosial yang menurut beberapa ahli Mandibergh adalah media yang memfasilitasi kolaborasi pengguna yang menghasilkan konten. Pada saat yang sama, menurut Shirky, media sosial adalah alat yang meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berkolaborasi di antara pengguna, dan mengambil tindakan kolektif, semuanya di luar konteks kelembagaan atau organisasi. Selain itu, menurut Boyd, media sosial dijelaskan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam beberapa kasus berkolaborasi atau bermain satu sama lain. Kemudian menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang

²⁴ *KBBI Daring: Pencarian dalam <http://kbbi.kemdikbud.go.id>*, Diakses pada tgl 11 Juli 2023

berfokus pada keberadaan pengguna dan memudahkan mereka untuk bertindak dan berkolaborasi.

Oleh karena itu media sosial mis. Mediator) bersifat online, yang memperkuat hubungan antara pengguna dan koneksi sosial. Mike dan Young juga mendefinisikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi tatap muka, berbagi antar individu, dan media publik, berbagi dengan siapa saja tanpa karakteristik individu. Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial adalah alat yang memungkinkan penggunaannya untuk saling berkomunikasi dan terlibat dalam aktivitas sosial melalui internet tanpa batasan jarak, ruang dan waktu.²⁵

Banyak alasan seseorang membuat akun media sosial, misalnya untuk tetap berhubungan dengan keluarga dan teman, untuk menerima informasi dan berita melalui media sosial atau untuk menunjukkan eksistensinya. Sebuah studi menemukan bahwa media sosial dikaitkan dengan kepribadian introvert. Semakin introvert seseorang, semakin aktif mereka di jejaring sosial.

Maraknya pengguna media sosial dan maraknya di kalangan mahasiswa akhir-akhir ini ditandai dengan anggapan bahwa semakin aktif seseorang di media sosial, maka dianggap semakin asik dan cerewet. Namun, siswa yang tidak memiliki media sosial umumnya dianggap ketinggalan zaman, ketinggalan jaman dan kurang bersosialisasi. Pada akhirnya, anggapan ini menimbulkan kesan adanya krisis eksistensi diri. Siswa yang menggunakan

²⁵ Setyastuti, Yuanita. 2012. *Aprehensi Komunikasi Berdasarkan Konteks Komunikasi dan Tipe Kepribadian Ekstrovert- Introvert. Jurnal Komunikator*. Volume 4. Diakses pada tgl 11 2023

media sosial seringkali menjadi dramatis dan terus menciptakan citra diri mereka sendiri.

1. Karakteristik Media Sosial

Ada kekhasan yang hanya dimiliki media sosial dibandingkan dengan media lainnya. Salah satunya adalah media sosial mencoba mencari cara untuk melakukan itu ²⁶ Media massa digunakan sebagai alat sosial di dunia maya. Fitur media sosial, yaitu:

a. Jaringan (*Network*)

Antar pengguna Media sosial mempunyai karakter jaringan sosial. Media sosial muncul dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau jaringan yang terbentuk antar pengguna adalah jaringan yang dimediasi oleh perangkat rekayasa teknologi seperti komputer, ponsel, atau tablet. Sifat media sosial adalah menciptakan jaringan di antara para penggunanya. Tidak peduli apakah pengguna saling mengenal di dunia nyata (*offline*) atau tidak, namun kehadiran media sosial menawarkan kesempatan kepada pengguna untuk terhubung melalui mekanisme teknis.

b. Informasi

Informasi menjadi bagian penting dari media sosial. Karena tidak seperti media lain di internet, media sosial membuat representasi identitas mereka, menghasilkan konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi. Bahkan pengetahuan menjadi semacam komoditas. Di

²⁶ *Ibid.* hlm 34

media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh penggunanya. Barang-barang tersebut pada dasarnya adalah barang-barang yang diproduksi dan didistribusikan oleh penggunanya sendiri. Dari aktivitas konsumen tersebut, pengguna dan pengguna lainnya membentuk sebuah jaringan, yang pada akhirnya secara sadar atau tidak sadar mengarah pada institusi masyarakat berjejaring (*internet society*).

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sosok yang menyatakan bahwa informasi tersimpan dan dapat diakses kapan saja, di perangkat apa saja. Misalnya, semua data yang diunggah ke Facebook tidak hilang begitu saja di penghujung hari, bulan, atau tahun. Informasi tersebut masih tersimpan dan bahkan dapat diakses dengan mudah.

d. Interaksi

Sederhananya, interaksi media sosial setidaknya terdiri dari komentar timbal balik atau tanda seperti "jempol" di Facebook atau hati di Instagram. Interaksi dalam penelitian media merupakan salah satu perbedaan antara media lama dan baru.

e. Simulasi Sosial

Media sosial pada hakekatnya adalah alat bagi masyarakat di dunia maya. Pengguna media sosial dapat dikatakan sebagai warga digital yang dilandasi keterbukaan tanpa batas. Layaknya masyarakat

atau negara, media sosial memiliki aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Media sosial tidak lagi menampilkan realita, tetapi telah menjadi realita tersendiri, meskipun apa yang tertulis di jejaring sosial lebih real (nyata) dari realita itu sendiri.

f. Konten oleh pengguna

Fitur lain dari media sosial adalah konten pengguna atau lebih dikenal dengan istilah user generate content (UGC). Konten para pengguna tersebut merupakan tanda bahwa media sosial tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengkonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain. Konten ini merupakan bentuk baru dari budaya interaktif di mana pengguna bertindak di satu sisi sebagai produsen dan di sisi lain sebagai produsen konten yang diproduksi di ruang online.

g. Penyebaran (*Share*)

Menyebarkan atau berbagi adalah fitur lain dari media sosial. Berbagi adalah fitur media sosial yang menunjukkan bahwa audiens aktif berbagi dan mengembangkan konten. Tujuan pengembangan ini misalnya komentar yang tidak hanya menyajikan opini tetapi juga informasi tentang fakta terkini. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh kelompok sasaran pengguna, tetapi juga dibagikan secara manual oleh pengguna lain.²⁷

²⁷ *Fb Adalah Jejaring Sosial Yg Populer dalam <http://beginnerj.blogspot.co.id/2013/02/fb-adalah-jejaring-sosial-yg-populer.html>, Diakses pada tgl 11 Juli 2023*

h. Aplikasi – Aplikasi Media Sosial

Saat ini, media sosial telah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian orang. Mereka seperti pecandu yang merasa aneh jika tidak menggunakan aplikasi media sosial dalam sehari. Berikut aplikasi yang paling sering digunakan pelajar di jejaring sosial:

1) Facebook

Facebook adalah jejaring sosial yang sangat populer di dunia maya, seluruh dunia juga menggunakannya. Facebook adalah alat sosial yang menghubungkan orang-orang di dunia maya. Facebook muncul pada Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zurkerberg. Awalnya, Facebook hanya ditujukan untuk mahasiswa Universitas Harvard. Baru pada tahun 2005 Facebook membuka keanggotaan untuk anak sekolah. Setahun kemudian, pada tahun 2006, Facebook membuka keanggotaan universal, yang berarti siapa pun dari belahan bumi mana pun dan siapa pun dapat bergabung dengan Facebook. Facebook adalah jejaring sosial terbesar saat ini, kami memiliki begitu banyak keuntungan Facebook untuk digunakan. Berikut adalah beberapa keuntungan Facebook yang dapat dirasakan dalam kehidupan saat ini: ²⁸

- a. Sebagai tempat untuk mencari teman.

²⁸ *Ibid.* Hlm 43 diakses pada tgl 11 Juli 2023

- b. Sebagai tempat untuk promosi.
- c. Sebagai tempat untuk diskusi.
- d. Sebagai tempat untuk menjalin hubungan, bahkan untuk mencari pacar. Karena mencari pacar di Facebook itu mudah.
- e. Sebagai tempat untuk belajar.

Facebook juga mempunyai kerugian, berikut adalah kerugian dari facebook:

- a) Dapat mengurangi waktu efektif.
- b) Pornografi, facebook sangat memungkinkan untuk penyebaran foto-foto yang berbau pornografi
- c) Tugas sekolah tidak dihiraukan.
- d) Pekerjaan tidak dihiraukan
- e) Meningkatkan rasa cemburu pada pasangan.

Ada juga keuntungan dari facebook, yaitu:

1. Bersilaturahmi, Islam menganjurkan untuk memupuk silaturahmi secara timbal balik.
2. Tempat belajar, mis mengikuti tes TOEFL, dll.
3. Refreshing
4. Bisnis: Facebook adalah salah satu bisnis yang paling menguntungkan.
5. Tempat dipecah dengan menulis frasa yang sudah dikenal di kolom situasi agar orang mengerti apa yang kita rasakan.
- 6.

Dalam prakteknya, Facebook memiliki banyak fitur dibandingkan dengan aplikasi lainnya. ²⁹

2. Fungsi Media Sosial

Setelah mengetahui dan memahami mengenai definisi tentang media sosial secara umum dan berdasarkan para ahli, pada bagian ini akan dijelaskan tentang fungsi media sosial. Sebagai salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini, media sosial berhasil menghubungkan hampir setiap orang yang memiliki akses internet.

Namun, fungsi media sosial ternyata tidak hanya sebatas itu saja, ada banyak sekali fungsi lain yang bisa di dapatkan dari media sosial. berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial diantaranya yaitu:

- a. Fungsi pertama dari media sosial tentunya adalah komunikasi. Sebelum berkembang hingga seperti ini, media sosial pada awalnya hanya berfokus pada membangun ekosistem komunikasi yang baik bagi pengguna. Namun, seiring dengan berkembangnya internet dan teknologi, media sosial lebih dari hanya komunikasi, media sosial telah menjadi dunia kedua bagi manusia di seluruh belahan dunia untuk berkumpul dan berinteraksi. Media sosial telah berhasil membangun komunikasi yang tanpa batasan waktu dan geografi.
- b. Fungsi kedua dari media sosial yaitu branding. Setelah berhasil membangun tempat berkumpul untuk seluruh manusia dari berbagai

²⁹ *Media Sosial : Berbagai Macam Sosmed*
<http://mediainformasidankomunikasi.blogspot.co.id/2016/01/berbagai-macamsosmed.html>,
Diakses pada tgl 11 Juli 2023

belahan dunia, media sosial selalu berkembang dan menyediakan berbagai kebutuhan dari manusia, salah satunya yaitu branding. Branding sendiri adalah cara seseorang dalam membangun sebuah citra di mata banyak orang.

Untuk melakukan branding, pengguna biasanya memiliki cara yang unik dan khas untuk mendesain akun media sosial sehingga menarik untuk dilihat pengguna yang lain. Hal inilah yang menjadikan akun media sosial mirip seperti dunia nyata, karena setiap orang memiliki ciri khasnya masing-masing.

c. Fungsi ketiga dari media sosial adalah sebagai wadah untuk melakukan usaha atau bisnis. Setelah berhasil menyediakan komunikasi dan branding, media sosial perlahan berkembang sehingga membuat setiap penggunanya dapat membangun sebuah usaha dalam jaringan atau online. Sebagai tempat yang terbuka selama 24 jam, media sosial terbukti sangat memudahkan penggunanya untuk membangun suatu bisnis secara maya. Hal ini diprediksi memiliki banyak potensi untuk menjangkau lebih banyak orang dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan dunia nyata.

d. Marketing

Fungsi keempat dari media sosial adalah untuk melakukan marketing atau pemasaran. Sebagai platform yang hampir selalu digunakan oleh manusia, sekarang ini media sosial berhasil menciptakan layanan yang memudahkan pebisnis untuk mengenalkan dan menjangkau lebih

banyak konsumen. Cara ini terbukti efektif untuk meningkatkan keuntungan dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan kebutuhannya.³⁰

2.2.5 YouTube Sebagai Media Dakwah

Pada dasarnya komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media untuk menyampaikan pesan dakwah yang dapat merangsang indera masyarakat sehingga tertarik dengan apa yang dapat kita sampaikan. Berdasarkan jumlah utusan (mad'u) yang ditujukan untuk dakwah, media dakwah dibedakan menjadi dua jenis, yaitu media massa dan media non massa.³¹

1. Pengertian YouTube

YouTube merupakan situs *website* yang menggunakan akses internet untuk menggunakan fiturnya, di mana dengan YouTube seseorang dapat dengan mudah memposting video atau menampilkan video maupun animasi agar dapat di lihat dan di nikmati banyak orang. Semakin banyaknya penggunaan YouTube tentu semakin menguntungkan sebuah promosi dengan menggunakan media tersebut. Namun banyaknya pengguna YouTube, tentu akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat, khususnya dalam hal melakukan kegiatan promosi. Di sinilah di perlukan sebuah media yang dapat menampilkan sebuah keunikan di dalam promosi.³²

³⁰ [https://www. Gramedia. Com/literasi/ pengertian- sosial/](https://www.Gramedia.Com/literasi/pengertian-sosial/)

³¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), hal.405-424

³² Iftitah japar dan Mudzhira Nur Amrullah. *Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam kajian Al-qur'an*. *Jurnal Komunikasi Islam Volume 08, Nomor 01, juni 2018. Hal.61-62*

Menonton berbagai video di YouTube di kalangan pengguna internet, itu bukanlah hal yang asing. Apa yang kita cari, khususnya yang berhubungan dengan video gampang ditemukan di YouTube.

YouTube tidak hanya menawarkan tontonan gratis kepada penggunanya, tetapi juga membantu penggunanya membagikan video yang mereka buat pengguna YouTube dapat dengan bebas meng-upload atau memajang video terbaiknya di YouTube dengan tujuan masing-masing, misal ingin di kenal, berbagi dengan teman, dan lain sebagainya.³³

Kehadiran YouTube memberikan dampak yang besar bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki keinginan lebih di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak mempunyai lahan untuk mempublikasikan karyanya. YouTube mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak biaya dan dapat di akses dari mana saja dan tentu saja gadget yang kompatibel dapat di gunakan.

Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk di publikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah *viewers* akan bertambah. Banyak pemirsa mengundang pengiklan untuk memasang iklan di video mereka. Jadi kalau bicara soal televisi, konten program televisi yang

³³ Aditya Jatiagung Nirwana, "*Media Baru, Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif,*" (Yogyakarta: Universitas Mercu Buana, 2016). Hal. 3

disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, otomatis menarik pengiklan.³⁴

Diluncurkan pada Mei 2005, YouTube mempermudah miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan berbagi video. YouTube menyediakan platform bagi orang-orang untuk terhubung, menginformasikan, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta berfungsi sebagai platform distribusi bagi produsen dan pengiklan konten asli, baik besar maupun kecil. YouTube adalah perusahaan yang dimiliki oleh Google. YouTube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal (situs belanja online), Chad Hurley Steve Chene dan Jawed Karim. YouTube langsung diterima dengan baik oleh komunitas sejak awal.

Adapun kelebihan YouTube sebagai media bisnis, di antaranya:

- a. Informatif. Karena YouTube dapat memberikan informasi terkait perkembangan ilmu dan teknologi.
- b. *Cost Effective* karena YouTube dapat di akses secara gratis.
- c. Potensial. karena situs ini sangat populer.
- d. Praktis dan lengkap. karena YouTube dapat di gunakan dengan mudah oleh semua kalangan dan juga terdapat fasilitas editing video.
- e. *Shareable*. karena link YouTube dapat di bagi di berbagai situs lainnya.³⁵

³⁴ Guesty Tania, *Analisis, Isi Pesan Dakwah Ustadz hanan attaki di Media Sosial Instagram*, Skripsi (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), hal 54

³⁵ Kindarto, Asdani, *Belajar Sendiri Youtube*, (Jakarta: PT ElexMedia Komputindo, 2018), hal.2.

2. Istilah-istilah dalam YouTube

a. *Subscribe*

Merupakan istilah menu layanan gratis dimana alamat email pengguna dimasukkan untuk memudahkan orang lain mengetahui berita terbaru. Order artinya memesan, pelanggan akan menerima berita terbaru melalui link yang dipilih.

b. *Streaming*

Istilah yang digunakan untuk menyiarkan video langsung yang dapat dilihat atau ditonton oleh siapa saja pada waktu yang bersamaan.

c. *Buffering*

Artinya dukungan atau kekuatan. Dengan kata lain, buffering berarti penundaan waktu saat pengguna memutar video. Media YouTube menawarkan kepada semua orang kesempatan untuk membagikan semua jenis video, misalnya film, klip video, musik, dan bahkan tutorial video. YouTube menawarkan peluang yang cukup besar untuk memanfaatkan hal tersebut melalui produk promosi diri Google AdWords dan iklan bersponsor.³⁶

³⁶ Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hal. 378.

3. Karakteristik YouTube

Selain itu, sebagai jejaring sosial, YouTube memiliki berbagai fitur yang dapat membedakan media ini dengan media lain sebagai berikut.³⁷

a. *Unlimited*

Intinya adalah tidak ada batasan waktu untuk mengunggah video, yang membuat YouTube berbeda dari aplikasi lain seperti Instagram, Facebook, Snapchat, dan lainnya.

- b. Sistem keamanan menjadi semakin akurat. Dalam hal ini, YouTube membatasi keamanannya dengan melarang video yang mengandung unsur negatif dan ilegal dengan mengajukan pertanyaan verifikasi sebelum mengunggah video.
- c. YouTube saat ini memiliki sistem berbayar. Yang menjadi viral saat ini adalah YouTube memberikannya kepada siapa saja yang mengupload videonya dan penonton atau penonton yang mencapai batas yang ditentukan oleh YouTube itu sendiri mendapatkan komisi. YouTuber dapat mengumpulkan uang di sini jika mencapai pelanggan yang ditentukan oleh YouTube itu sendiri.
- d. Bisa nonton video dengan sistem offline. YouTube memiliki fitur baru yang memungkinkan pengguna menonton video. Ini adalah

³⁷ Guntur Cahyono, dkk, *Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran*, (Al-hikmah, jurnal Dakwah Volume 13, Nomor 1 tahun 2019), hal. 27-28

sistem offline yang mengharuskan Anda mengunduh video terlebih dahulu.

- e. Terdapat menu untuk mempercantik video sederhana yaitu editor yang artinya menu pertama di awal download akan menawarkan anda untuk mengedit video terlebih dahulu. Menu tersebut mencakup pemotongan video, filter warna, atau menambahkan efek gerakan ke video.

2.2.6 Pengertian Analisis Wacana Kritis

Salah satu tokoh yang membawa idenya ke filsafat kritis adalah Jürgen Habermas. Filosofi kritisnya dicirikan oleh fakta bahwa ia selalu terkait erat dengan kritik terhadap kondisi sosial yang nyata. Pemikiran kritis mencerminkan masyarakat dan dirinya sendiri dalam konteks dialektis struktur penindasan dan pembebasan. Filsafat ini tidak mengasingkan diri dalam menara gading teori murni. Pemikir kritis merasa bertanggung jawab atas situasi sosial yang nyata. Jürgen Habermas adalah pewaris dan pembaharu teori kritis. Dalam pemikiran Habermas, teori kritis dirumuskan sebagai “filsafat empiris sejarah dengan tujuan praktis”.³⁸

Terakhir, dalam analisis wacana kritis, bahasa merupakan alat untuk menghubungkan tujuan tertentu. Analisis wacana kritis menghubungkan bahasa dengan konteks. Tujuan dalam konteks ini adalah alat yang digunakan untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk pelaksanaan

³⁸ Arsitta aghniya Mursalati *analisis wacana kritis terhadap pemberitaan klasifikasi terhadap kasus tertangkapnya ketua pwnu Banten dalam razia penyakit masyarakat di harian radar skripsi Banten skripsi universitas Islam negeri syarif hidayatullah Jakarta. 2014. hlm. 17*

kekuasaan. Salah satu kekuatan analisis wacana kritis (AWK) adalah kemampuannya mengidentifikasi dan mendekonstruksi politik ideologi di media.

Hal ini penting karena wacana kritis menganggap bahwa sebuah teks adalah bentuk praktik ideologis atau cerminan dari ideologi tertentu. Pendekatan kritis lebih melihat pada realitas yang dirasakan (virtual reality). Dalam hal ini, realitas media adalah realitas yang “tampak” yang dibentuk oleh proses sejarah dan kekuatan sosial budaya, politik dan ekonomi.³⁹

a. Analisis Wacana Kritis Van Dijk

Van Dijk berpendapat bahwa wacana sebenarnya merupakan konstruksi teoretis abstrak (abstract teoritis construct). Oleh karena itu, wacana tidak dapat dianggap sebagai perwujudan fisik bahasa. Perwujudan fisik bahasa adalah teks.⁴⁰ Dalam analisis wacana Van Dijk, teks dianalisis dengan mengkaji struktur teks, persepsi sosialnya dan konteks sosialnya.

Unsur-unsur teks dianalisis dengan menggunakan metode kritis-linguistik. Selain itu, unsur pemikiran sosial dianalisis dengan menggunakan wawancara mendalam. Dan dalam menganalisis unsur-unsur konteks/analisis sosial menggunakan metode kajian pustaka dan penelusuran sejarah.

³⁹ *Ibid*, hlm. 18

⁴⁰ *Ibid*, hlm 19

b. Teks

Struktur teks dalam model analisis wacana kritis Van Dijk terdiri dari tiga struktur yang saling berhubungan. Pertama, struktur makro. Inilah makna global/umum dari teks tersebut, yang dapat dipastikan dengan melihat isu atau topik yang diangkat dalam berita tersebut. Kedua, struktur. Inilah struktur wacana yang mengacu pada kerangka acuan teks, yaitu bagaimana bagian-bagian teks sesuai dengan pesan secara keseluruhan. Ketiga, makrostruktur adalah makna wacana, yang dapat diamati dari bagian-bagian kecil teks, yaitu kata, kalimat, klausa, kalimat, parafrase, dan gambar.⁴¹

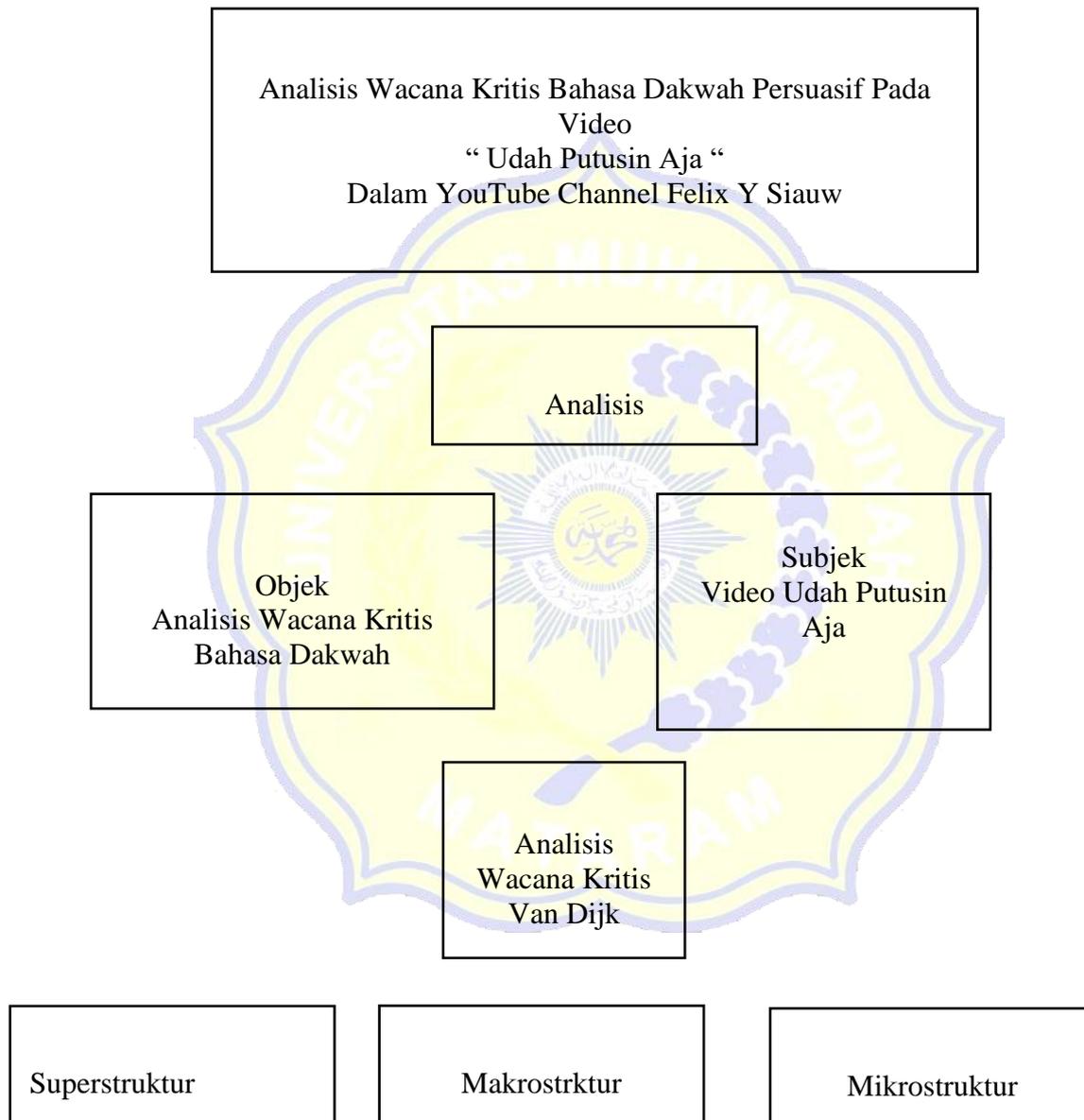
Landasan teori penelitian ini adalah mengumpulkan data sesuai kaidah struktural yang terkandung dalam konsep model analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada teknik analisis data, struktur teks juga mencakup tiga unsur yang membantu dalam analisis kasus ini, antara lain:

- 1) Struktur makro. Ini adalah persoalan dimensi tekstual, yaitu kepentingan global teks, yang dapat dicermati melalui tema atau tema yang dikemukakan dalam teks.
- 2) Superstruktur. Ini adalah kerangka teks seperti pengantar, tubuh, kesimpulan dan kesimpulan.

⁴¹ *Ibid*, hlm. 21

- 3) Struktur mikro. Struktur mikro adalah makna umum teks, yang dapat dilihat pada pilihan kata, kalimat, dan gaya teks.⁴²

2.3 Kerangka Berfikir



⁴² *Ibid*, hlm. 21

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah *{natural setting}* karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya: disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara peneliti dalam mendapatkan data dalam menyusun karya ilmiah. Metode penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif merupakan metode yang mengutamakan masalah-masalah aktual secara apa adanya saat penelitian berlangsung. Semua data di olah sesuai dengan keahliannya.

3.3 Pendekatan Penelitian

Dalam pendekatan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian kualitatif merupakan data penelitian mentah yang di kumpulkan oleh peneliti dalam bentuk catatan-catatan dari bidang yang di kaji. Data itu kemudian berakumulasi menjadi sesuatu yang bermakna, sekaligus sebagai basis merekonstruksi dasar analisis data itu.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan analisis dokumen. Metode *documenter* (analisis dokumen/data) merupakan salah satu jenis metode yang sering di gunakan dalam metodologi penelitian sosial yang berkaitan dengan teknik pengumpulan data. Metode ini banyak di gunakan dalam lingkup kajian sejarah. namun sekarang ini, studi dokumen banyak di gunakan oleh lapangan ilmu sosial lainnya dalam metodologi penelitiannya, karena sebagian besar fakta dan data sosial banyak tersimpan dalam bahan-bahan yang berbentuk documenter. Oleh karna itu, ilmu-limu sosial saat ini menjadikan studi dokumen dalam bentuk teknik pengumpulan data⁴³.

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang di teliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian secara langsung maupun tidak langsung.⁴⁴

b. Dokumentasi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi yaitu mengumpulkan buku-buku penelitian, jurnal, atau artikel lainnya dari internet, serta menganalisis dan meneliti video “Udah Putusin Aja!” Yang penulis pilih.⁴⁵

⁴³ Haris Ferdiasyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Salemba Huamanika Jakarta, 2017 hlm.87

⁴⁴ Djam'an Satori. *Metodologi penelitian kualitatif*. (Bandung:Alfabeta 2019)"hlm.105

⁴⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta,2018) hlm.246

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses sistematis untuk menemukan dan mengatur wawancara dan bahan lain yang dikumpulkan.⁴⁶ Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis bahasa dakwah terhadap isi dalam video udah putusin aja yang tayang di akun YouTube Ustadz Felix Y Siauw Analisis video di pakai untuk menganalisis isi media baik cetak maupun elektronik. Analisis isi video juga di pakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi, baik komunikasi antar pribadi kelompok, atau organisasi. Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks).⁴⁷

3.6 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah video. Hentikan itu. Subyek penelitian ini adalah pesan-pesan terkait bahasa persuasif dakwah yang terdapat dalam video Udah Purusin aja.

1. Sumber data

a. Data Primer

Data primer adalah suatu data yang langsung di dapat dari sumbernya.⁴⁸ Mengenai data primer yang di gunakan. Adapun sumber data dalam penelitian

b. Data Sekunder

⁴⁶ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jakarta Kencana 2017) hlm.79

⁴⁷ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta:Prenadamedia Grup, 2019) hlm.10

⁴⁸ Ismail suardi Wekke, dkk, *Metode Penelitian sosial*, (yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2019), hlm 14.

3.7 Penyajian Data

Dalam menganalisis video Ustadz Felix y siauw peneliti menggunakan analisis wacana kritis dari Van Dijk di dalam menggunakan metode Van Dijk peneliti membagi menjadi tiga struktur yakni Struktur makro. Merupakan dimensi teks, yaitu makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks.

Elemen bertema dan yang lainnya adalah superstruktur. Ini adalah kerangka teks seperti pengantar, tubuh, kesimpulan dan kesimpulan. Unsur-unsurnya skematis. Dan yang ketiga adalah struktur mikro. Struktur mikro adalah keseluruhan makna teks, yang dapat dibedakan dari pilihan kata, kalimat, dan gaya teks. Unsur-unsur tersebut bersifat semantik, sintaksis, stilistika, dan retorik.

