

**MODEL KOMUNIKASI DAKWAH HABIB HUSEIN
JA'FAR ALHADAR DI MEDIA YOUTUBE**



**WAHYU KHAIRUL ICHSAN
NIM: 211007001**

Tesis Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Mendapatkan Gelar Magister Dalam Program
Studi Komunkasi Penyiaran Islam

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1447 H**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**MODEL KOMUNIKASI DAKWAH HABIB HUSEIN
JA'FAR ALHADAR DI MEDIA YOUTUBE**

WAHYU KHAIRUL ICHSAN

NIM: 211007001

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana
UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk diajukan
dalam Ujian Tesis

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D



Dr. Abizal Muhammad Yati, MA

**MODEL KOMUNIKASI DAKWAH HABIB HUSEIN
JA'FAR ALHADAR DI MEDIA YOUTUBE**

WAHYU KHAIRUL ICHSAN

NIM. 211007001

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

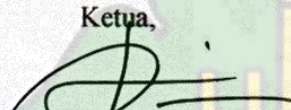
Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Tesis
Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry
Banda Aceh

Tanggal: 04 Agustus 2025 M

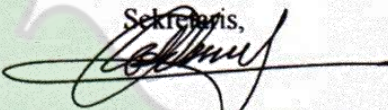
10 Safar 1447 H

TIM PENGUJI

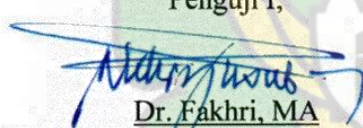
Ketua,


Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D

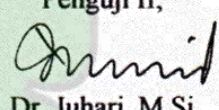
Sekretaris,


Abdul Manar, S.Ag., M. Hum

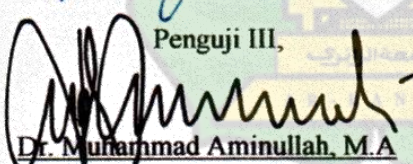
Penguji I,


Dr. Fakhri, MA

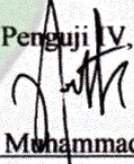
Penguji II,


Dr. Juhari, M.Si

Penguji III,


Dr. Muhammad Aminullah, M.A

Penguji IV,


Dr. Abizal Muhammad Yati, MA

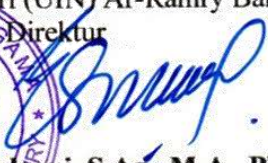
Banda Aceh, 06 Agustus 2025

Pascasarjana

Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Direktur




(Prof. Eka Srimulyani, S.Ag., M.A., Ph.D)

NIP.19770219 199803 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Khairul Ichsan
Tempat/Tgl. Lahir : Tamping, 10 November 1998
NIM : 211007001
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila terbukti melakukan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Banda Aceh, 5 Agustus 2025
Saya yang menyatakan



Wahyu Khairul Ichsan

PEDOMAN TRANSLITERASI

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Untuk lebih memudahkan dalam penulisan tesis ini, ada beberapa aturan yang menjadi pegangan peneliti, di mana peneliti menggunakan transliterasi dengan mengikuti format yang berlaku pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, sebagaimana tercantum dalam buku panduan penulisan tesis dan disertasi tahun 2019. Transliterasi ini dimaksud untuk sedapatnya mengalihkan huruf, bukan bunyi, sehingga apa yang ditulis dalam huruf latin dapat diketahui bentuk asalnya dalam tulisan Arab. Dengan demikian diharapkan kerancuan makna dapat terhindarkan. Fonem konsonan bahasa Arab yang di dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, di dalam tulisan transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagaian dengan huruf dan tanda sekaligus, sebagaimana berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	-	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>Sa'</i>	Th	Te dan Ha
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha'</i>	H	Ha (dengan titik di bawahnya)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Zal</i>	DH	De dan Ha
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	SY	Es dan Ye
ص	<i>Sad</i>	Ş	Es (dengan titik di

			bawahnya)
ض	<i>Dad</i>	Ḍ	De (dengan titik di bawahnya)
ط	<i>Ta'</i>	Ṭ	Te (dengan titik di bawahnya)
ظ	<i>Za'</i>	Ẓ	Zet (dengan titik di bawahnya)
ع	<i>'Ain</i>	‘-	Koma terbalik di atasnya
غ	<i>Ghain</i>	GH	Ge dan Ha
ف	<i>Fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه/ة	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	‘-	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan W dan Y

<i>Waḍ'</i>	وضع
<i>'Iwaḍ</i>	عوض
<i>Dalw</i>	دلو
<i>Yad</i>	يد
<i>ḥiyal</i>	حيل
<i>ṭahî</i>	طهي

3. Mâd dilambangkan dengan *ū*, *ī*, dan *î*. Contoh:

<i>Ūlā</i>	أولى
<i>Ṣūrah</i>	صورة
<i>Dhū</i>	ذو
<i>Îmān</i>	إيمان
<i>Fî</i>	في

<i>Kitāb</i>	كتاب
<i>Siḥāb</i>	سحاب
<i>Jumān</i>	جمان

4. Diftong dilambangkan dengan **aw** dan **ay**. Contoh:

<i>Awj</i>	اوج
<i>Nawn</i>	نوم
<i>Law</i>	لو
<i>Aysar</i>	أيسر
<i>Syaykh</i>	شيخ
<i>‘Aynay</i>	عيني

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

<i>Fa’alū</i>	فعلوا
<i>Ulā’ika</i>	ألك
<i>Ūqiyah</i>	أوقية

6. Penulisan *alif maqṣūrah* (ي) yang diawali dengan baris fathā () ditulis dengan lambang â. Contoh:

<i>Ḥattā</i>	حتى
<i>Maḍā</i>	مضى
<i>Kubrā</i>	كبرى
<i>Muṣṭafā</i>	مصطفى

7. Penulisan *alif manqūṣah* (ي) yang diawali dengan baris kasrah () ditulis dengan î, bukan îy. Contoh:

<i>Raḍî al-Dîn</i>	رضي الدين
<i>al-Miṣrî</i>	المصري

8. Penulisan ʾ (*tā’ marbūṭah*)

Bentuk penulisan ʾ (*tā’ marbūṭah*) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu:

- Apabila ʾ (*tā’ marbūṭah*) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan ʾ (*hā’*).
- Apabila ʾ (*tā’ marbūṭah*) terdapat dalam dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (*sifat mauṣūf*), dilambangkan ʾ (*hā’*).
- Apabila ʾ (*tā’ marbūṭah*) ditulis sebagai *muḍāf* dan *muḍāf ilayh*, dilambangkan dengan “t”.

9. Penulisan ء (*hamzah*)

Penulisan Hamzah terdapat dalam dua bentuk, yaitu:

- a. Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan “a”.

<i>Asad</i>	أسد
-------------	-----

- b. Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “ ’ ”.

Contoh:

<i>Mas’alah</i>	مسألة
-----------------	-------

10. Penulisan ء (hamzah) *waṣal* dilambangkan dengan “a”. Contoh:

<i>Riḥlat Ibn Jubayr</i>	رحلة ابن جبير
<i>al-Istidrāk</i>	الإستدراك
<i>Kutub Iqtanat’hā</i>	كتب أقتنتها

11. Penulisan *syaddah* atau *tasydīd*

Penulisan *syaddah* bagi konsonan waw (و) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi konsonan yā’ (ي) dilambangkan dengan “yy” (dua huruf y). Contoh:

<i>Quwwah</i>	قوة
<i>‘Aduww</i>	عدو
<i>Syawwal</i>	سؤال
<i>Jaww</i>	جو
<i>al-Miṣriyyah</i>	المصرية
<i>Ayyām</i>	أيام
<i>Quṣayy</i>	قصي
<i>al-Kasysyāf</i>	الكشاف

12. Penulisan alif lâṃ (لا)

Penulisan لا dilambangkan dengan “al-” baik pada *shamsiyyah* maupun لا *qamariyyah*. Contoh:

<i>Al-kitāb al-thānī</i>	الكتاب الثاني
<i>Al-ittiḥād</i>	الاتحاد
<i>Al-aṣl</i>	الأصل
<i>Al-āthār</i>	الأثار
<i>Abū al-Wafā’</i>	ابو الوفاء
<i>Maktabat al-Naḥḍah al-Miṣriyyah</i>	مكتبة النهضة المصرية
<i>Bi al-tamām Wa al-kamāl</i>	بالتمام والكمال
<i>Abū al-Layth al-Samarqandī</i>	ابو الليث السمرقندي

13. Penggunaan “ ’ ” untuk membedakan antara د (*dal*) dan ت (*tā*) yang beriringan dengan huruf ه (*hā*) dengan huruf ذ (*dh*) dan ث (*th*). Contoh:

<i>Ad'ham</i>	أدهم
<i>Akramat'hā</i>	أكرمتهَا

14. Tulisan Allah dan beberapa kombinasinya

<i>Allāh</i>	الله
<i>Billāh</i>	بِالله
<i>Lillāh</i>	لله
<i>Bismillāh</i>	بِسْمِ الله



KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul ***Model Komunikasi Dakwah Habib Ja'far Alhadar di Media Youtube.***

Shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan alam, Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga dan para sahabat Beliau yang telah menjadi teladan dalam setiap aspek kehidupan.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister (S2) di Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Penulis Menyadari bahwa tesis dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan kontribusi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Ucapan terima kasih dan doa penulis yang teristimewa kepada alm Ayahanda saya bapak Syathibi dan ibunda tercinta saya ibu Asriani yang selalu memberikan doa, motivasi selama hidupnya, jasa beliau tak akan hilang sampai akhir masa.

Teristimewa ucapan terima kasih dan rasa hormat penulis sampaikan kepada Bapak Muhammad Ridwan Hasan, Ph. D sebagai pembimbing I dan Bapak Dr. Abizal Muhammad Yati, MA sebagai pembimbing II, yang telah membimbing, mengarahkan, dan mengoreksi tesis ini dengan penuh kesabaran, perhatian, dan keikhlasan, sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Ibu Ade Irma Dr. Ade Irma. B.H.Sc. MA, kepada bapak Azman, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan kepada ibu Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Beserta seluruh Dosen dan staf administrasi serta petugas staf

perpustakaan dan seluruh civitas akademika Pascasarajan UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini. ilmu dan pelayanan akademik selama proses studi.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Allah Swt. meridhai segala upaya kita dan semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.



ABSTRAK

Judul Tesis : Model Komunikasi Dakwah Habib Ja'far Alhadar di Media Youtube
Nama/NIM : Wahyu khairul ichsan/211007001
Pembimbing I : Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D
Pembimbing II : Dr. Abizal Muhammad Yati, MA
Kata Kunci : Model Komunikasi, Komunikasi Dakwah, Media Youtube

Komunikasi dakwah merupakan sarana penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara efektif kepada masyarakat. Salah satu tokoh dakwah kontemporer yang menarik perhatian publik adalah Habib Ja'far Al-Hadar, untuk mengetahui model komunikasi dakwah yang digunakan Habib Ja'far Alhadar di media youtube, dan untuk mengetahui efektivitas youtube sebagai media dakwah pada konten login. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Subjek penelitian meliputi konten login dan tulisan-tulisan Habib Ja'far Alhadar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, Model komunikasi dakwah yang digunakan Habib Ja'far Alhadar adalah model komunikasi dakwah psikosufistik yaitu model komunikasi dakwah yang bersifat transendental, yang tidak hanya menitikberatkan pada aspek rasional atau kognitif mad'u, tetapi juga berusaha menyentuh dimensi emosional dan spiritualnya. Dalam pendekatan ini, Habib Ja'far Alhadar menggunakan metode dakwah yang lembut sesuai dengan nilai-nilai tasawuf. Kedua, Model Komunikasi dakwah humanis yaitu bentuk komunikasi dakwah yang berpijak pada prinsip-prinsip kemanusiaan universal, dengan tujuan menghadirkan ruang diskusi yang inklusif antara dai dan mad'u. Pendekatan ini menekankan bahwa dakwah bukan sekadar penyampaian informasi keagamaan, melainkan juga upaya untuk mengembangkan potensi kemanusiaan serta membangun hubungan sosial yang harmonis berdasarkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin.

مُخْتَلَصُ البَحْثِ

عنوان الرسالة : نموذج الاتصال الدعوي للحبيب جعفر الحضر في وسيلة يوتيوب

الاسم / رقم القيد : وحي خير الإحسان / 211007001

المشرف الأول : رضوان محمد حسن، دكتوراه

المشرف الثاني : الدكتور أبيزال محمد يتي، ماجستير

الكلمات المفتاحية: نموذج الاتصال، الاتصال الدعوي، وسيلة يوتيوب

تعدّ الاتصالات الدعوية وسيلةً جوهريّةً في نقل القيم الإسلامية إلى المجتمع بصورة فعالة. ويُعدّ الحبيب جعفر الحضر من أبرز الدعاة المعاصرين الذين جذبوا اهتمام الجمهور، وذلك بهدف الوقوف على نموذج الاتصال الدعوي الذي يعتمد عليه منصة يوتيوب، بالإضافة إلى تقييم مدى فاعلية يوتيوب كوسيلة دعوية من خلال محتوى "تسجيل الدخول". وقد اعتمدت الدراسة على منهجٍ نوعيٍّ بأسلوبٍ وصفي. أما عينة البحث فتضمنت محتوى "تسجيل الدخول" وكتابات الحبيب جعفر الحضر. وتوصلت نتائج البحث إلى ما يلي: أولاً، نموذج الاتصال الدعوي الذي يستخدمه الحبيب جعفر الحضر هو نموذج الاتصال الدعوي النفساني الصوفي، وهو نموذج يتسم بالطابع التّسامي الروحي، حيث لا يقتصر على الجانب العقلي أو المعرفي للمدعو، بل يسعى إلى التأثير في الأبعاد العاطفية والروحية لديه. ويعتمد الحبيب جعفر في هذا السياق على أسلوبٍ دعويٍّ رقيقٍ يتماشى مع قيم التصوف. ثانياً، نموذج الاتصال الدعوي الإنساني، وهو شكل من أشكال الاتصال يقوم على المبادئ الإنسانية العالمية،

ويهدف إلى خلق فضاء حوارى شامل بين الداعية والمدعو. ويركز هذا النموذج على أن الدعوة لا تقتصر على إيصال المعلومات الدينية، بل تشمل أيضاً تنمية القدرات الإنسانية، وبناء علاقات اجتماعية متناغمة تقوم على القيم الإسلامية التي تتسم بالرحمة للعالمين.



ABSTRACT

Judul Tesis : Da'wah Communication Model of Habib Ja'far Alhadar on YouTube Media
Nama/NIM : Wahyu Khairul Ichsan/211007001
Pembimbing I : Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D
Pembimbing II : Dr. Abizal Muhammad Yati, MA
Kata Kunci : Communication Model, Da'wah Communication, Da'wah Communication Model

Da'wah communication is an essential medium for effectively conveying Islamic values to the public. One of the contemporary da'wah figures who has attracted public attention is Habib Ja'far Al-Hadar. This study aims to identify the da'wah communication model employed by Habib Ja'far Al-Hadar on YouTube and to examine the effectiveness of YouTube as a medium for da'wah in Login content. The research employs a qualitative approach with a descriptive design. The subjects of the study include Login content and the writings of Habib Ja'far Al-Hadar. The findings reveal that, first, the da'wah communication model used by Habib Ja'far Al-Hadar is the psychosufistic da'wah communication model-a transcendental approach that not only focuses on the rational or cognitive aspects of the audience (mad'u), but also seeks to touch their emotional and spiritual dimensions. In this approach, Habib Ja'far Al-Hadar employs a gentle preaching method aligned with the values of Sufism. Second, the humanistic da'wah communication model a form of da'wah communication grounded in universal human values, aimed at creating an inclusive space for dialogue between preacher (dai) and audience (mad'u). This approach emphasizes that da'wah is not merely the delivery of religious information, but also an effort to develop human potential and foster harmonious social relationships based on

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xvii

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Definisi Operasional	11
1.6 Kajian Pustaka	13
1.7 Sistematika Pembahasan	17

BAB II: LANDASAN TEORETIS

2.1 Pengertian Komunikasi	20
2.2 Model Komunikasi	22
2.3 Dakwah	31
2.4 Model-Model Dakwah	33
2.5 Komunikasi Islam	36
2.6 Komunikasi Dakwah	39
2.7 Teori Roland Bartes	42

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Sumber Data	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Teknik Analisis Data	47

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Habib Husein Ja'far Alhadar	48
4.2 Model Komunikasi Dakwah Habib Husein Ja'far	

Alhadar	52
4.3 Efektivitas Youtube Sebagai Media Dakwah	62
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran-saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam kehidupan umat manusia. Oleh karenanya, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan. Terekam dengan jelas bahwa tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan terhadap sesama manusia dan lingkungan hidupnya saja, melainkan juga dengan Tuhannya. Dalam Al-Qur'an yang merupakan pedoman hidup untuk umat Islam terdapat banyak sekali ayat yang menggambarkan tentang proses komunikasi. Salah satu di antaranya adalah dialog yang terjadi pertama kali antara Allah SWT, malaikat, dan manusia. Dialog tersebut sekaligus menggambarkan salah satu potensi manusia yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia, seperti yang terdapat pada Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 31-33.¹

Secara garis besar komunikasi adalah proses perpindahan (transmisi) suatu pesan berupa informasi, ide, dan perasaan dari satu orang ke orang lain dengan menggunakan simbol seperti kata-kata, gambar, angka, grafik dan lain sebagainya untuk membentuk makna secara psikologis, sosial, budaya agar pesan tersebut dapat dipahami oleh khalayak.

Terdapat beberapa unsur dalam proses komunikasi yaitu penyampai pesan yang disebut dengan komunikator, penerima pesan disebut dengan komunikan, pesan yaitu yang berupa sesuatu yang disampaikan berupa kata-kata, kemudian channel atau media sebagai alat perantara penyampain pesan dan

¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 2

terakhir adalah efek yang terjadi dalam penyampaian atau komunikasi tersebut. Seperti yang diungkapkan ilmuwan politik Amerika Serikat sekaligus pencetus teori komunikasi, Harold Lasswell, komunikasi adalah suatu proses menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa (who says what in which channel to whom and with what effect). Sementara itu, menurut Webster's New Collegiate Dictionary, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.²

Dakwah merupakan salah satu bentuk dari komunikasi, dimana isi pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator merupakan hal-hal yang berkaitan dengan nilai-nilai dan ajaran Islam yang tentunya bersumber dari ajaran al-qur'an dan hadis. Pada dasarnya dakwah adalah bahasa lain dari komunikasi Islam dikarenakan dakwah merupakan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan isi pesan yang mengandung nilai Islam.

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada hal baik agar manusia mampu menjadi lebih baik. Dakwah berisikan ide menyangkut progresivitas, sebuah proses tanpa henti untuk mengajak manusia kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Namun, dakwah pada sisi prakteknya meliputi kegiatan mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti krusial dan berperan langsung dalam membentuk persepsi umat terhadap berbagai nilai kehidupan.³ Hal tersebut menjadi salah satu perbedaan dakwah dengan komunikasi pada umumnya.

² Geofakta Razali. *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik*. Bandung : Media Sains Indonesia, 2022, hlm.4

³ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 6.

Dakwah merupakan kegiatan seruan untuk mengajak orang-orang kepada arah kebaikan, dari yang tidak beretika menjadi beretika, dari yang tidak baik menjadi individu yang baik, dari yang tidak saling memanusiakan menjadi saling memanusiakan. Dakwah memiliki tujuan mulia yakni mengajak kepada jalan yang Tuhan gariskan, tentunya untuk mencapai tujuan itu maka jalan yang ditempuh juga membutuhkan cara atau proses yang mulia juga tentunya.

Dakwah memiliki beberapa unsur, diantaranya dai atau subyek pelaku dakwah, *maddah al-da'wah* atau materi yang disampaikan dalam berdakwah, *thariqah* atau *manhaj al-dakwah* atau metode dakwah, wasilah atau sarana/wahana berdakwah, *ghayah al-da'wah* atau tujuan yang hendak dicapai dalam dakwah.⁴ Dapat diartikan pula bahwa model komunikasi dakwah merupakan suatu kegiatan yang mengajak dan menyeru kepada agama Allah SWT, yang meliputi wilayah yang luas dalam semua aspek kehidupan. Dakwah memiliki ragam metode, bentuk, pesan, media, pelaku dakwah. Dakwah dilakukan guna memperoleh tujuan tertentu. Agar tujuan dakwah dapat tercapai, dibutuhkan model komunikasi yang tepat. Salah satunya ialah model komunikasi dakwah melalui media sosial seperti Youtube.

Tujuan dakwah secara umum yaitu menyelamatkan umat manusia, mengajak pada kebaikan dan meninggalkan keburukan (*amar ma'ruf nahi munkar*), sedangkan tujuan dakwah khusus yaitu memberikan pengajaran tentang syariat Islam, terlaksananya ajaran dan nilai-nilai Islam yang benar berdasarkan keimanan, sehingga terwujud masyarakat yang beragama sesuai dengan ajaran Islam.⁵

⁴ Komarudin, dkk. *Dakwah dan Konseling Islam*. Semarang: Pustaka Riski Putra 2008, hlm.4

⁵ Pimay Awaludin, *Metodologi Dakwah*. Semarang: Rasail, 2006, hlm. 8-9

Dakwah memiliki sasaran tersendiri, setiap komunikator dakwah harus memahami dan memiliki audiens atau target komunikasi tersendiri sehingga mudah menyampaikan dan diterima oleh khalayak. Dari masa ke masa keadaan sosial masyarakat terus berubah maka dari itu para dai juga harus menyesuaikan diri dengan konteks kekinian di mana mereka berada.

Model komunikasi dakwah adalah proses komunikasi yang dipakai seorang komunikator dalam menyampaikan pesan keislaman yang disebut dengan dakwah. Komunikasi merupakan hal yang perlu diperhatikan karena hal tersebut adalah komponen yang menentukan pesan dakwah itu sampai dan berhasil menyentuh *mad'u* atau tidak.

Secara garis besar prinsip-prinsip metodologis terdapat tiga pokok metode dakwah, yaitu. (*bil hikmah*), (*mau'izatul hasanah*), dan (*mujadalah billati hiya ahsan*). *Bil al-hikmah*. Yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan fokus pada kemampuan *mad'u*, artinya kepekaan seorang pendakwah dituntut untuk memahami psikologi *mad'u* sehingga tidak salah menempatkan diri sebagai pendakwah karena Sesungguhnya esensi dakwah terletak pada usaha pencegahan dan penanganan penyakit-penyakit masyarakat yang bersifat psikis dengan cara mengajak, memotivasi, merangsang serta membimbing individu agar sejahtera jiwa dan raganya, sehingga mereka dapat menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran tanpa merasa paksaan sehingga untuk mewujudkan cita-cita dalam memperkenalkan dan mengembangkan dakwah tersebut, seorang dai harus memiliki sifat-sifat asasi dan ia harus

berpegang pada uslub atau cara yang benar dan baik dalam melaksanakan dakwahnya.⁶

Dakwah masa kini (kontemporer) adalah dakwah berbasis digital yang serba online. Perubahan dalam penyebaran informasi yang kini sedang diujakan sebagai suatu rahmat besar bagi manusia, sekaligus tantangan dan juga peluang bagi para dai untuk terlibat aktif di dalamnya. Tanpa keterlibatan para juru dakwah dalam kancah revolusi informasi, bisa berbuah bahaya semisal tersebar pemahaman Islam yang radikal. Dalam konteks inilah, para dai dituntut mampu menyikapi tantangan secara akurat, sekaligus mampu mengoptimalkan peluang yang muncul guna menyebarkan dan mendakwahkan Islam. Tantangan yang dihadapi para dai tidaklah semakin ringan. Tanda-tanda zaman menunjukkan hal tersebut. John Naisbit dan Patricia Aburdene dalam Enjang Muhaemin menunjukkan kesamaan gaya hidup di seluruh dunia pada abad XXI, yakni globalisasi dalam 3F: *food* (makanan), *fashion* (mode pakaian), dan *fun* (hiburan). Jalaluddin Rakhmat juga menambahkan 5F lagi: *faith* (kepercayaan), *fear* (ketakutan), *facts* (fakta), *fiction* (cerita rekaan), dan *formulation* (perumusan).⁷

Era milenial yang merupakan era transisi dari kehidupan yang serba manual menjadi serba online dalam segala hal, begitu pun dalam hal dakwah. Dari awalnya dakwah hanya melalui panggung-panggung dengan keterbatasan ruang dan waktu kini menjadi tak terbatas. Generasi milenial adalah manusia yang lahir di antara tahun 1980 sampai 2000, yang identik dengan manusia yang memanfaatkan sepenuhnya teknologi dan media modern. Bahkan teknologi dan media

⁶ Syaikh Mushthafa Masyhur. *Fiqih Dakwah*. Jakarta: Al-I'tishom. Jilid 1. 2000, hlm :19.

⁷ Enjang Muhaemin, "Dakwah Digital Akademisi Dakwah," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 11, No. 2, (2017), hlm. 543.

modern bagi generasi milenial menjadi suatu kebutuhan dalam menjalani kehidupan.

Di era milenial dalam mengajarkan agama Islam dalam hal ini berdakwah, tentunya dapat dilakukan di mana dan kapan saja dengan berbagai cara. Masyarakat sekarang tidak hanya mengandalkan sosok ulama sebagai sumber satu-satunya untuk memperoleh pengetahuan agama. Namun, masyarakat dapat memanfaatkan *smartphone* dan juga internet yang begitu canggih untuk memperoleh pengetahuan agama. Begitupun untuk seorang dai sangat dimudahkan dalam menyebarkan dakwah melalui media online.

Di samping kemudahan dalam membuat dan menyebarkan konten-konten dakwah, tidak ayal juga menghadirkan masalah-masalah tertentu semisal hadirnya orang-orang yang tidak berkompeten turut serta meramaikan konten dakwah, kemudian juga hadir orang yang menebarkan kebencian dengan mengatasnamakan dakwah dan saling menjelekkan pendakwah lainnya. Selain itu dewasa ini sering kali ditemukan para pendakwah tidak mampu mengajak anak-anak muda ke arah kebaikan disebabkan beberapa faktor. Pertama dai sering kali merasa diri paling benar dalam berdakwah, banyaknya komunikator-komunikator dakwah yang menggunjing pemuda-pemuda yang berbuat dosa, terdapat juga dai-dai yang menebar kebencian dengan kata kata kasar, dan dengan menyebar hoax hingga terpecah belah umt islam sendiri. Fenomena hoax dalam dakwah dikuatkan dengan adanya pemblokiran kembali 11 situs Islam oleh Kemekominfo pada tahun 2017 setelah pemblokiran 22 situs Islam pada tahun 2015.⁸

selain itu pula melihat etika dakwah yang beredar di media sosial, masih terdapat para dai yang belum mencontohkan etika

⁸ Yovita, "Kemkominfo Buka 5 Situs Islam yang diblokir" dalam https://kominfo.go.id/content/detail/8793/ke-menkominfo-buka-5-situs-islam-yangdiblokir/0/sorotan_media. diakses pada 10 April 2025.

dakwah Nabi. Fakta yang terjadi yaitu adanya para pendakwah yang menimbulkan provokasi, perpecahan, ujaran kebencian sampai kepada penyebaran berita hoks. Perilaku ini tentu sangat bertentangan dengan etika dakwah yang telah diajarkan al-Qur'an dengan prinsip kesopanan, kesantunan, kelembutan, toleransi, dan lainnya. Oleh karenanya perlu dai atau komunikator dakwah yang memanusiaikan manusia atau memahami umat ketika berdakwah.

Secara ilmu psikologi, seseorang yang merasa dikucilkan atau disalahkan maka ia akan mengasingkan diri dari orang-orang yang mengucilkan nya, begitupun dengan pendakwah. Pendakwah yang sering kali menyalahkan pihak-pihak tertentu maka akan kurang disenangi oleh kalangan-kalangan muda.

Idealnya seorang pendakwah dalam proses sosialnya sehari-hari harus memposisikan diri sebagai teman atau sahabat, sehingga komunikan atau audiensnya tidak merasa ada jarak atau merasa sebagai seorang pendosa yang dikucilkan.

Model komunikasi yang benar merupakan unsur yang sangat penting dalam menunjang proses berhasilnya suatu kegiatan komunikasi dakwah.⁹ Suatu materi dakwah yang cukup baik, ketika disajikan tidak didukung dengan komunikasi yang tepat tidak akan mencapai hasil yang maksimal. Komunikasi yang digunakan harus mampu menyesuaikan dengan audiens atau yang menjadi sasaran dari pesan dakwah. Zaman milenial ini teknologi sudah berkembang pesat, maka dakwah tidak cukup hanya dilakukan dengan lisan saja melainkan mesti didukung dengan media lain yang mampu menjadi penghubung antara komunikator dan komunikan dengan jangkauan yang lebih luas.

⁹ Nurhidayat Muh. Said, Metode Dakwah (Studi Al-Quran Surah An-Nahl Ayat 125), *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 16, No. 1, (2015), hlm. 78.

Setiap pendakwah tidak hanya dituntut menyesuaikan diri dengan *mad'u* tetapi juga dituntut menyesuaikan diri dengan kondisi perkembangan zaman yang serba elektronik. Salah satunya adalah Habib Ja'far yang merupakan pendakwah yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan industri media.

Habib Husein Ja'far Alhadar adalah seorang dai yang mulai muncul dan terkenal namanya akhir-akhir ini. Dengan komunikasi dan materi dakwah yang unik, yang jarang sekali dilakukan oleh dai-dai lain, beliau berhasil menarik kaum muda untuk belajar agama. Di setiap kontennya, Habib Ja'far selalu membuka pertanyaan umum untuk para pengikutnya di media sosial, karena dari pertanyaan itulah para pengikutnya dapat menjalin sensasi yang berbeda ketika mengikuti kajian pada umumnya, tidak jarang muncul pertanyaan yang nyeleneh dan justru itulah yang menjadi daya tariknya, karena para pengikut bisa menanyakan apa pun kepada Habib Husein Ja'far Hadar, yang tidak mungkin ditanyakan kepada Dai yang lain karena mungkin dianggap tidak sopan atau tidak etis, dan biasanya pertanyaan terpilih akan dibahas dalam konten yang Dia buat dan di rilis di Akun Youtube pemuda tersesat.

Habib Husein Ja'far Alhadar juga memiliki beberapa konten lainnya seperti Login, pemuda tersesat dan jeda nulis. Acara login merupakan acara diskusi dengan bintang tamu yang berbeda kepercayaan semisal budha, hindu nasrani. Kemudian acara pemuda tersesat yang merupakan acara menjawab pertanyaan pertanyaan nyeleneh namun penting yang dikirim oleh netizen dari berbagai kepercayaan dengan menghadirkan talent yang seorang agnostik dan terakhir acara jeda nulis di channel Youtube nya sendiri yang membahas berbagai problem terbaru.¹⁰

¹⁰ <https://www.youtube.com/@jedanulis> di akses pada 10 April 2025

Konten-konten Habib Husein ja'far Alhadar selalu memiliki *viewer* minimal ratusan ribu maksimal jutaan penonton dan jutaan subscriber. Jika dilihat dari konten-konten yang beliau hadirkan maka bisa kita ketahui dakwah yang beliau hadirkan sangat diminati oleh anak anak muda atau kaum milenial. Hal ini yang menarik perhatian penulis untuk melihat bagaimana metode dakwah yang ia hadirkan sehingga dakwah beliau tertarik untuk ditonton dan diminati dari berbagai kalangan.

Habib Husein Alhadar selain membuat konten-konten dakwah di channel youtube, dia juga sering kali mengisi acara-acara seminar diberbagai kota dan juga melalui zoom dan juga akhir-akhir ini dia sering muncul di stasiun televisi nasional semisal diacara bukber pada bulan ramadhan dan diacara hiburan komedi seperti The sultan Empire. Beberapa hal tersebut adalah hal yang membedakan beliau dengan para pendakwah lainnya seperti Hanan Attaqi, Abdul Somad dan pendakwah-pendakwah lainnya yang sering kali juga viral di media sosial saat ini.

Kemudian diantara masalah nya kebanyakan komunikasi dakwah adalah komunikasi yang bersifat satu arah seperti berbetuk kajian yang begitu formal, berbeda dengan Habib Ja'far sebagian besar kontennya bersifat dua arah dan berfokus menjawab pertanyaan dalam setiap kontennya, baik dalam konsep konten sendiri maupun berdua dan lebih , seperti halnya konten login yang sudah berjalan 3 tahun dengan konsep diskusi dengan beragama tokoh agama.

Selain itu terdapat masalah yang dihadapi oleh Habib Ja'far Alhadar seperti dituduh membela suatu kelompok yang dianggap sesat oleh sebagian masyarakat muslim di Indonesia, tuduhan-tuduhan itu disebarkan melalui video berbentuk konten youtube juga namun Habib Ja'far tidak pernah membalas atau merespon secara langsung tuduhan-tuduhan yang dialamatkan

kepadanya, tuduhan tersebut muncul dari ketidaktahuan atau kesalahpahaman dalam komunikasi di media youtube itu sendiri.

Maka Berdasarkan paparan sebelumnya, penulis tertarik untuk mendalami lebih lanjut tentang model komunikasi dakwah yang digunakan Habib Husein Ja'far Alhadar melalui berbagai karyanya baik dalam bentuk konten video dan karya tulisan lainnya. dengan fokus pada dimensi model komunikasi dakwah dikalangan melenial dan media youtube sebagai media dakwah. Untuk itu, penulis memformulasikan judul sebagai berikut: Model Komunikasi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Media Youtube.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Model Komunikasi Dakwah Habib Husein Ja'far Alhadar di Media Youtube ?
2. Bagaimana Efektivitas Youtube Sebagai Media Dakwah ?

1.3. Tujuan Masalah

1. Untuk Menganalisis Model Komunikasi Dakwah Yang Digunakan Oleh Habib Husein Alhadar ?
2. Untuk Menganalisis Efektivitas Youtube Sebagai Media Dakwah ?

1.4. Manfaat Penelitian

Adanya manfaat dapat menjelaskan, memprediksikan, dan mengendalikan suatu gejala.¹¹

1.4.1 Manfaat Teoritis

¹¹ Panduan Penulisan Tesis Dan Disertasi Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Tahun 2019/2020, hlm. 22

Penelitian ini diharapkan Dapat menjadi sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya dalam mengembangkan metode-metode dakwah yang sesuai dengan zaman dan perkembangan media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi dai-dai dalam berdakwah yang efektif agar mudah diterima oleh oleh berbagai kalangan mulai dari kalangan milenial hingga kalangan gen Z.

1.5. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan teori analisis rolan bartes, Barthes mengemukakan mitos adalah Bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Dalam uraiannya, ia mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian khusus ini merupakan perkembangan dari konotasi. Konotasi yang sudah terbentuk lama dimasyarakat itulah mitos. Barthes juga mengatakan bahwa mitos merupakan sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimakna manusia.

Tanda-tanda tersebut bisa berbentuk dalam berbagai macam hal, seperti bahasa, simbol, pakaian, dan hal-hal yang melekat pada manusia dan sosial. Jika dikaitkan dengan masalah penelitian, penulis menfokuskan kepada analisa model komunikasi dakwah yang digunakan oleh seorang dai yaitu Husein ja'far alhadar khususnya di media youtube pada acara Login di channel Dedi Corbuzier.

Pembahasan teori secara lebih mendalam melalui penelitian ini dilakukan dengan pembahasan berkenaan tentang model komunikasi dakwah seorang dai di media Youtube, penjabaran dimulai dengan pembahasan model komunikasi secara umum yang kemudian mengerucut kepada model komunisi dakwah, media

Youtube, kaum melenial, serta pembahasan yang berkenaan dengan strategi komunikasi dengan kaum atau generasi tertentu.

1.5.1. Model Komunikasi Dakwah

Dakwah menjadi salah satu bentuk dari kegiatan komunikasi. Sehingga apa yang digunakan dalam komunikasi juga terdapat dalam kegiatan dakwah, komunikasi dakwah diartikan sebagai kegiatan yang meliputi peran dan fungsi komunikasi dalam pertukaran pesan yang dilakukan oleh komunikator yang dalam bahasa dakwah disebut dengan dai dan penerima pesan atau komunikan disebut dengan mad'u, dari tahap awal atau perencanaan hingga tahap akhir untuk keberhasilan dakwah tersebut. Sedangkan komunikasi dakwah dalam arti sempit yaitu cara atau metode, serta teknik dakwah yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dengan tujuan agar masyarakat tersebut dapat menerima, memahami dan melaksanakan pesan-pesan dakwah yang disampaikan.¹²

Dalam kamus besar bahasa Indonesia Model diartikan sebagai ragam, komunikasi diartikan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami dan islam adalah agama yang diajarkan oleh Nabi Muhammad saw. yang berpedoman pada kitab suci Al-Qur'an yang diturunkan ke dunia melalui wahyu Allah Swt.¹³

Dari hal diatas maka kita dapat mengatakan bahwa istilah komunikasi dakwah adalah proses komunikasi yang berisi pesan-pesan dakwah atau ajaran-ajaran islam maupun nilai-nilai islam kepada penerima baik individual maupun khalayak ramai.

1.5.2. Media Youtube Sebagai Media Dakwah

¹² Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm.26.

¹³ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/model/komunikasi/dakwah>

YouTube adalah salah satu situs berbagi video yang banyak digunakan oleh orang saat ini khususnya di Indonesia sendiri, YouTube adalah sebuah aplikasi yang berisi berbagai macam video. Selain video yang beragam YouTube banyak digunakan orang karena aksesnya yang mudah selain itu YouTube dapat memberi manfaat bagi penggunanya jika digunakan dengan tepat. Salah satu manfaat YouTube yaitu sebagai sarana dalam pembelajaran dalam hal apapun karena YouTube sebagai bagian dari New Media atau media baru yang memiliki banyak fungsi diantaranya media integrasi social, Fungsi ini dilakukan media dengan membangun kesadaran masyarakat untuk saling memiliki.¹⁴

YouTube sebagai media penyebaran informasi dalam bentuk video visual maka memudahkan setiap orang untuk menyebarkan informasi apapun yang ingin disebarluaskan, hal itu pun bisa dipergunakan setiap orang untuk menyebarkan ajaran-ajaran agama semisal agama Islam yang penyebarannya tersebut disebut dengan dakwah. Maka YouTube sebagai media dakwah adalah penggunaan YouTube sebagai alat untuk menyebarkan ajaran atau nilai-nilai keislaman kepada khalayak ramai.

YouTube menjadi media yang potensial untuk menyebarkan ajaran Islam melalui video. Tak terkecuali Habib Husein Ja'far Al-Hadar menggunakan aplikasi YouTube sebagai media untuk menyampaikan dakwah. Sebab aplikasi YouTube digunakan oleh banyak orang sehingga dakwahnya pun dapat dilihat atau didengar oleh orang banyak terutama bagi anak muda yang melihatnya.

1.6. Kajian Pustaka

Habib Husein Ja'far al-Hadar melalui media sosial yang berupa konten podcast pada channel akun YouTube Jeda Nulis, Trehan Univers dan Deddy Corbuzier. Notabene, Habib Husein Ja'Far

¹⁴ Ibnu Hajar, YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media). *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. V, No. 2, November 2008. hlm. 79 – 94

adalah seorang habib, yang dikenal sebagai keturunan dari Nabi Muhammad saw. Dalam acara tersebut menyoroti berbagai macam hal isu terkini kaum melenial mulai dari hukum-hukum islam hingga konsep moderasi beragama.

Secara akademik sudah ada beberapa hasil penelitian baik berupa, jurnal, buku dan karya ilmiah lainnya yang membahas tentang dakwah Habib Husein ja'far al hadar. Secara umum, aspek-aspek yang dikaji ialah tentang personal branding dakwah, dan konsep moderasi islam menurut habib Ja'far. Berdasarkan penelusuran penulis terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan namun terdapat perbedaan baik dari fokus penelitian, metode, sudut pandang dan hasil pembahasan. Di antaranya sebagai berikut.

Penelitian yang berkaitan dengan model komunikasi dakwah atau dakwah Husein Ja'far Alhadar yang sudah pernah di lakukan oleh para peneliti sebelumnya, diantaranya:

1.6.1. Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar Di Youtube: Ekspresi Kesalehan Dan Wacana Baru Dalam Kontestasi Keagamaan Di Era Kontemporer

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Roja Badrus Zaman pada tahun 2022 yang berjudul Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar Di Youtube: Ekspresi Kesalehan Dan Wacana Baru Dalam Kontestasi Keagamaan Di Era Kontemporer. Dalam penelitian Zaman memfokuskan penelitiannya pada modifikasi media dan konten yang di kemas oleh Habib Husein Ja'far, melalui media kekinian dan target dakwah yang jarang dilakukan oleh pendakwah pada umumnya, sebagai bentuk ekspresi beragama di era kontemporer.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Perkembangan internet khususnya dalam hal media yang mendominasi kehidupan masyarakat global serta berkembangnya ragam platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube

memberikan kesempatan tersendiri bagi para mubaligh untuk dapat mengambil peran dalam aktifitas dakwahnya dengan lebih cepat dan efisien. Seperti halnya Habib Husein Ja'far al-Hadar yang turut aktif menyebarkan dakwah Islam dengan gaya dan ciri khasnya tersendiri. Bertolak dari pemilihan jamaah digitalnya yang berupa anak muda, ragam konten yang dibuatnya pun disesuaikan dengan gaya dan kebutuhan mereka.¹⁵

1.6.2. Peran Dakwah dan hiburan Akun Channel Youtube Jeda Nulis Terhadap Pemuda Tersesat Oleh Habib Husein Ja'far Alhadar

Kedua, penelitian yang dilakukan Fiardi pada tahun 2021 tentang Peran Dakwahtainment Akun Channel Youtube Jeda Nulis Terhadap Pemuda Tersesat Oleh Habib Husein Ja'far. Haris Fiardi, fokus meneliti tentang konsep dakwah, Fiardi berpandangan bahwa Islam sangat indah dan mempermudah pemeluknya dalam menjalankan agama yang di bingkai dengan penuh rasa damai dan menyenangkan, sebagai wujud Islam yang cinta perdamaian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk bertu mengetahui pendekatan yang dipakai oleh Habib Husein Ja'far Al hadar dalam berdakwah dan untuk mengetahui peran dakwahtainment atau perpaduan dakwah dan hiburan pada akun channel youtube jeda nulis terhadap pemuda tersesat oleh Habib Husein Ja'far dengan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis pertanyaan yang diajukan oleh audiens, tanggapan atau respon audiens yang dilihat melalui komentar pada setiap konten dakwah Habib Husein Ja'far Alhadar.¹⁶

¹⁵ Roja Badrus Zaman, Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar Di Youtube: Ekspresi Kesalehan Dan Wacana Baru Dalam Kontestasi Keagamaan Di Era Kontemporer. *Proceedings of International Conference on Islamic Studies "Islam & Sustainable Development"*. Vo1 1, No 1 2022.

¹⁶ Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK) Vol. 3 No. 2, Mei 2021.hlm. 76-85.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dakwahtainment merupakan konsep yang menggabungkan antara konsep dakwah agama Islam yang dipadukan dengan acara-acara hiburan yang menarik perhatian khalayak atau mad'u, Seperti halnya Habib Husein Ja'far yang melakukan dakwahtainment melalui akun channel youtubanya yaitu jeda nulis.

Penelitian ini menjadikan habib ja'far sebagai objek penelitian dengan berfokus kepada dua kata kunci atau subjek yaitu intertainment atau hiburan dengan dakwah sehingga muncul istilah dakwahtaimen. Dan penelitian ini memiliki persamaan dalam hal objek penelitiannya dengan penulis, karena sama-sama meneliti tentang tokoh agama yaitu Habib Ja'far Alhadar namun berbeda dalam subjeknya karena penulis berfokus kepada model komunikasi seorang Habib Ja'far Alhadar.

1.6.3. Representasi Moderasi Beragama dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar pada Konten Podcast Noice “Berbeda Tapi Bersama”.

Yang ketiga penelitian yang dilakukan oleh Deni Puji Utomo dan Rachmat Adiwijaya pada tahun 2022 dengan judul penelitian, Representasi Moderasi Beragama dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar pada Konten Podcast Noice “Berbeda Tapi Bersama”. Focus penelitian ini adalah memaknai moderasi beragama dari pandangan Habib Ja'far Alhadar.

Penelitian ini mengkaji tentang proses dialog dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Alhadar pada Konten Podcast Noice “Berbeda Tapi Bersama” yang terdapat dalam Alquran surat An-Nahl ayat 125 dalam Perspektif Moderasi Beragama dan Penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui pola dakwah Habib Husein Ja'far Alhadar.¹⁷

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif (penggambaran). Dengan menggunakan Teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi dari konten yang terdapat di media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep moderasi beragama dalam dakwah Habib Ja'far selaras dengan indikator moderasi beragama, yakni wawasan kebangsaan dengan menonjolkan ciri keindonesiaan sambil menutup identitas asalnya sebagai seorang habib atau cucu nabi dan sebagai keturunan Arab, namun sikapnya dengan toleransi yang tinggi, anti kekerasan, dan akomodatif terhadap budaya lokal

Dari beberapa penelitian diatas, kajian tentang habib husen ja'far alhadar sudah terdapat berbagai macam hasil yang berbeda dengan focus yang berbeda. Namun terkait dengan focus kepada model komunikasi dakwah Habib Ja'far Alhadar belum ada karena komunikasi merupakan penentu dakwah diterima dengan mudah atau tidak.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas adalah pada tujuan penelitian, penelitian ini menfokuskan kepada komunikasi seorang tokoh yang dalam hal ini adalah Habib Husein Ja'far Alhadar sedangkan penelitian terdahulu focus pada konteks kontennya seperti konten moderasi dan lain-lain.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis membuat rancangan sistematika pembahasan agar penelitian ini bisa dilakukan secara sistematis. Rancangan penelitian ini akan terbagi ke dalam beberapa bab yang

¹⁷ Deni Puji Utomo , Representasi Moderasi Beragama dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar pada Konten Podcast Noice "Berbeda Tapi Bersama. *Pusaka Jurnal Khazanah Keagamaan*, Vol. 10, No. 1, 2022

saling berkaitan satu sama lain. Kemudian bab-bab tersebut akan dibagi lagi kedalam beberapa sub bab yang lebih kecil sebagai berikut :

1. Bab I : Pendahuluan

Berupa pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah sebagai basis argumentasi penulis untuk menunjukkan urgensi dari penelitian. Kemudian permasalahan yang ingin diselesaikan dalam penelitian ini disajikan pada bagian rumusan masalah. Selanjutnya diteruskan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

2. Bab II : Landasan Teori

Pada Bab ini merupakan bab yang berisi kajian teoritis yang membahas diskursus model Komunikasi dakwah secara umum kemudian mengerucut kepada model komunikasi dakwah yang digunakan oleh seorang Habib Husein Ja'far Alhadar. Bab ini selain bertujuan sebagai pengantar menuju inti penelitian, juga bertujuan untuk menunjukkan kerangka pikir.

Secara spesifik pada bab ini akan dibagi menjadi beberapa bagian, bagian pertama ialah diskursus model komunikasi secara umum, model komunikasi dakwah mulai dari bagaimana model-model komunikasi dakwah dan macam-macam, tujuan serta bentuk implementasinya dalam berkomunikasi dakwah itu sendiri. Selanjutnya pada bagian kedua akan membahas tentang model komunikasi dakwah Habib Husein Jaja'far Alhadar dikalangan kaum melenial. Pada bab ini, narasi akan dihadirkan dalam bentuk eksploratif dan analisis.

3. Bab III : Metodologi Penelitian

Pada bab III ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan oleh penulis, pendekatan yang digunakan hingga tahap-tahap menganalisis tentang masalah yang diteliti.

4. Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan

Bab IV merupakan bab inti, yaitu membahas Model Komunikasi dakwah Habib Husein Ja'far Alhadar di media youtube dengan melihat, memilih dan menganalisis kepada konten-konten dakwahnya di media Youtube seperti konten login, dan buku karya Husein Ja'far Alhadar sesuai dengan teori yang penulis gunakan.

5. Bab V : Penutup

Bab V merupakan penutup yang mencakup kesimpulan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian dan memuat saran-saran.

