

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam yang bertujuan untuk mengajak manusia menuju jalan kebaikan serta membentuk pemahaman dan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dakwah tidak hanya menekankan pada isi ajaran, tetapi juga pada cara penyampaian pesan agar dapat diterima dengan baik oleh mad'u sesuai dengan kondisi dan perkembangan zaman. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Yang 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 jalanNya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk (Q.S. An-Nahl 16:125).

Dalam *Tafsir Al-Mishbah*, ayat tersebut menjelaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan hikmah, kelembutan, serta pendekatan yang sesuai dengan keadaan mad'u. Kata *hikmah* dimaknai sebagai kemampuan memilih cara penyampaian yang tepat, sedangkan *mau'izhah hasanah* dipahami sebagai nasihat yang disampaikan dengan baik dan menyentuh

hati. Adapun *mujadalah billati hiya ahsan* berarti berdialog dengan cara santun tanpa menimbulkan permusuhan (Shihab, 2021). Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya terletak pada isi pesan, tetapi juga pada cara pesan itu dikonstruksikan dan disampaikan kepada audiens serta melakukan pendekatan yang sesuai dengan kondisi mad'u, termasuk melalui bahasa dan pesan yang mudah dipahami serta dekat dengan pengalaman hidup mereka.

Pesan dakwah menjadi unsur utama dalam proses dakwah karena memuat nilai-nilai ajaran Islam yang disampaikan kepada mad'u. Secara umum, pesan dakwah diklasifikasikan ke dalam tiga aspek utama, yaitu aqidah, syariah, dan akhlak. Aqidah berkaitan dengan keyakinan kepada Allah SWT, syariah berkaitan dengan aturan dan praktik ibadah, sedangkan akhlak berkaitan dengan perilaku dan etika dalam kehidupan sehari-hari (Rusnali et al., 2023). Ketiga aspek tersebut menjadi dasar dalam memahami berbagai pesan keislaman yang disampaikan melalui dakwah, Perkembangan dakwah digital membuat pesan keislaman tidak hanya disampaikan dalam bentuk penjelasan mengenai ajaran agama, tetapi juga dikaitkan dengan pengalaman, kebutuhan, dan persoalan yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Kondisi tersebut membuka ruang bagi munculnya tema-tema dakwah yang memberikan penguatan dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan serta menjadi dasar dalam memahami isi pesan dakwah yang disampaikan melalui berbagai media komunikasi.

Komunikasi menjadi unsur penting dalam proses dakwah karena berkaitan dengan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk menciptakan kesamaan makna dan memengaruhi sikap, pandangan, maupun perilaku pesan (Alhasbi et al., 2023). Dalam islam, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana dalam pembinaan, persuasi, dan transformasi nilai. Oleh karena itu, efektivitas komunikasi menjadi aspek penting agar pesan dakwah dapat diterima, dipahami, dan diinternalisasi oleh khalayak umum.

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara berkomunikasi dan menyampaikan pesan. Komunikasi yang sebelumnya terbatas pada interaksi langsung, media cetak, maupun media elektronik seperti radio dan televisi yang mengandalkan infrastruktur fisik dan saluran satu arah, kini telah berkembang pesat ke ranah *platform* digital berbasis internet (Kurniawati et al., 2024).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi ini juga telah mengubah pola penyampaian pesan dakwah. Dakwah kini tidak hanya disampaikan melalui mimbar, namun telah berkembang ke ruang digital yang lebih luas. *Platform YouTube, Instagram, dan Tiktok* menjadi ruang baru bagi para pendakwah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dengan gaya yang lebih relevan dan dekat dengan generasi muda. Dakwah digital memiliki peran penting dalam memperluas akses informasi keagamaan,

memperkuat komunitas Muslim daring, serta menyebarkan nilai-nilai islam di era modern (Pratama et al., 2024).

YouTube menjadi salah satu media digital yang paling banyak digunakan karena kemampuannya menyajikan pesan berbasis audio-visual. Melalui kombinasi gambar, suara, bahasa, dan simbol, *YouTube* mampu menghadirkan pesan secara lebih menarik dan komprehensif dibandingkan media berbasis teks atau audio semata (Hasibuan & Jaya, 2025). Beragam format konten seperti ceramah, podcast, kajian, dan diskusi interaktif menjadikan *YouTube* efektif sebagai media dakwah digital.

Dari data yang disampaikan oleh *Hootsuite dan We are Social*, *YouTube* menjadi *platform* yang paling aktif digunakan masyarakat Indonesia dengan persentase 88% dari 160 juta pengguna internet di Indonesia (Prasasta, 2022). Selain itu, Indonesia berada di urutan pertama di Asia Tenggara dengan pemilik *channel YouTube* terbanyak yang berkisar 3.000 *channel* yang memiliki lebih dari 1 juta *subscriber* (CNBC Indonesia, 2025). Tingginya penggunaan *YouTube* menunjukkan bahwa media ini memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola konsumsi informasi masyarakat, termasuk informasi keagamaan. Karakteristik *YouTube* yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah maupun multi arah juga mendorong para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah dengan pendekatan yang lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari yang dihadapi masyarakat (Laili, 2023).

Seiring dengan kompleksitas permasalahan kehidupan modern, muncul berbagai tema baru dalam konten dakwah digital, salah satunya adalah tema *Self-healing*. Tema *Self-healing* dalam dakwah merujuk pada upaya penyampaian pesan keislaman yang berkaitan dengan proses refleksi diri, pemaknaan hidup, serta ketenangan batin yang selaras dengan nilai-nilai spiritual Islam, seperti kesabaran, tawakal, dan kedekatan kepada Allah SWT. Tema ini menjadi relevan karena banyak individu, khususnya generasi muda menghadapi kondisi psikologis seperti kebingungan, kelelahan emosional, dan perasaan terjebak dalam masalah hidup. Fenomena ini menunjukkan bahwa media digital berperan penting dalam membentuk kesadaran emosional dan mental audiens. (Helmy et al., 2025).

Self-healing adalah suatu pendekatan penyembuhan penyakit yang tidak melibatkan penggunaan obat-obatan, tetapi berfokus pada penyembuhan dan pelepasan emosi serta perasaan yang terpendam dalam tubuh. Dalam Islam, istilah yang mirip dengan *Self-healing* adalah *al-Syifa*, yang berarti pengobatan atau penyembuhan. *Self-healing* dalam penelitian ini dipahami bukan sebagai terapi medis, melainkan sebagai proses pemaknaan diri dan penguatan emosional yang banyak didiskusikan dalam wacana populer dan dakwah digital. Di era kemajuan yang pesat pada teknologi dan informasi, juga berdampak besar pada kesehatan mental. Hal ini dikarenakan isu kesehatan mental semakin disuarakan sebagai akibat dari perubahan gaya hidup, lingkungan sosial, dan perkembangan teknologi yang menuntut

setiap individu untuk mampu beradaptasi dengan berbagai tuntutan kehidupan modern yang menyertainya (Annisa et. Al., 2023).

Relevansi tema *Self-healing* juga diperkuat oleh data global mengenai kondisi Kesehatan mental. Berdasarkan laporan *World Health Organization* (WHO) sekitar satu dari tujuh remaja berusia 10-19 tahun di dunia mengalami gangguan mental, dengan depresi dan kecemasan sebagai penyebab utama beban penyakit di usia muda. WHO juga mencatat bahwa sekitar 14,3% populasi remaja global menghadapi masalah kesehatan mental yang tidak tertangani dengan baik, terutama karena kurangnya dukungan emosional dan pemahaman spiritual (WHO, 2025). Fenomena serupa juga muncul di Indonesia, banyaknya remaja usia 20-an yang mengalami *quarter life crisis* yang ditandai dengan stress, kebingungan arah hidup, hingga kehilangan makna hidup (Muchsin, 2024).

Sehingga relevansi tema *self-healing* tersebut dengan kondisi kehidupan masyarakat yang menghadapi berbagai persoalan emosional dan tekanan dalam menjalani kehidupan. Persoalan tersebut dapat muncul melalui bentuk kebingungan menentukan arah hidup, kelelahan emosional, kecemasan terhadap masa depan, maupun kesulitan menemukan makna dari pengalaman yang dihadapi. Kondisi tersebut membuat pembahasan mengenai pemulihan diri dan ketenangan batin semakin banyak ditemukan di ruang digital. Kondisi ini menunjukkan dengan jelas bahwa isu kesehatan mental dan kebutuhan akan *self-healing* menjadi fenomena yang sangat relevan untuk dikaji dalam konteks dakwah islam. Kehadiran tema *self-*

healing dalam dakwah digital menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya disampaikan dalam bentuk pembahasan ibadah dan hukum, tetapi juga dapat hadir untuk merespon persoalan kehidupan yang dekat dengan pengalaman masyarakat.

Fenomena ini kemudian banyak diangkat dalam konten dakwah digital, termasuk pada kanal *YouTube* Ustadz Hanan Attaki. Salah satu penelitian yang berjudul "*YouTube sebagai Media Dakwah; Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam tema mengatasi sifat yang sering berkeluh kesah*" menunjukkan bahwa gaya bahasa ringan, *storytelling*, dan pendekatan kontekstual yang digunakan Ustadz Hanan Attaki mampu menyentuh kebutuhan emosional generasi muda melalui pesan motivasi, ketenangan batin, dan penguatan spiritual (Suryasuciramdhan et al., 2024). Penelitian tersebut membuktikan bahwa dakwah digital yang disampaikan melalui *YouTube* memiliki pengaruh terhadap cara audiens memahami persoalan hidup dan spiritualitas.

Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu pendakwah yang secara aktif menggunakan *YouTube* sebagai media dakwah untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kontekstual dan menarik, terutama kepada generasi muda, sehingga gaya komunikasi yang digunakan bersifat persuasif, lembut, dan menggugah hati serta dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens, Ustadz Hanan Attaki mampu memposisikan dakwah sebagai sarana penyembuhan jiwa (*spiritual healing*) di tengah krisis eksistensi anak muda (Effendy et al., 2024). Ustadz Hanan Attaki memaksimalkan media

YouTube untuk publikasi dakwahnya dengan format konten dirancang secara menarik dan relevan, sehingga meningkatkan keterlibatan audiens dalam penyampaian pesan keagamaan.

Melalui Kanal *YouTube* yang telah aktif sejak tahun 2017 hingga 2026 dan memiliki 2, 99 juta *subscriber*, Ustadz Hanan Attaki secara konsisten menghadirkan konten dakwah yang membahas keresahan hidup, kegelisahan, dan pemulihan diri. Konten dakwah yang disampaikan tidak hanya berisi ceramah normatif, tapi juga menghadirkan pengalaman emosional yang dekat dengan realitas kehidupan audiens. Gaya penyampaian yang komunikatif, lembut, dan naratif menjadikan dakwah Ustadz Hanan Attaki sesuai dengan karakter komunikasi dakwah digital kontemporer yang menekankan keterlibatan emosional audiens (Hidayatullah & Casram, 2025).

Salah satu konten yang menarik perhatian ialah konten #LibatinAllah yang secara khusus membahas persoalan emosional seperti rasa lelah, kebuntuan hidup, dan pencarian ketenangan batin yang dikaitkan dengan nilai-nilai islam. Pesan dakwah dalam konten tersebut disampaikan melalui bahasa persuasif, narasi reflektif, serta simbol-simbol religius yang mengarahkan audiens untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Konten tersebut juga memperoleh perhatian tinggi dari audiens dengan jumlah penonton mencapai satu juta kali tayangan, sehingga menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan memiliki relevansi dengan kondisi psikologis masyarakat khususnya generasi muda.

Proses penyampaian pesan dalam dakwah juga tidak terlepas dari proses representasi, yaitu bagaimana makna dikonstruksi dan ditampilkan melalui berbagai bentuk tanda dalam komunikasi. Representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa sebagai sistem representasi, bahasa dalam proses tersebut bekerja melalui berbagai tanda yang digunakan untuk mewakili konsep, gagasan, dan perasaan tertentu. Tanda tersebut dapat hadir dalam bentuk kata, bunyi, gambar, maupun objek yang membawa makna tertentu. Melalui media audiovisual, berbagai bentuk tanda tersebut dapat hadir secara bersamaan sehingga makna pesan tidak hanya dibangun melalui tuturan verbal, tetapi juga melalui unsur visual pendukungnya (Hall, 1997).

Representasi bukan sekedar cerminan realitas, melainkan sebagai proses aktif pembentukan makna melalui bahasa (*language*) dan berbagai sistem tanda (*Sign*) yang digunakan dalam proses representasi pada bahasa. Bahasa tidak hanya berupa tulisan atau ujaran namun juga meliputi visual dan tanda-tanda lain yang mendukung penyampaian pesan (Hall, 1997). Makna tidak bersifat alamiah atau tetap, melainkan dikonstruksikan dan dinegosiasikan dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Proses ini melibatkan penggunaan bahasa sebagai alat utama, di mana tanda-tanda (seperti kata, gambar, atau simbol) tidak memiliki makna intrinsik, tetapi memperoleh makna dari cara mereka digunakan atau narasi dari komunikator.

Perkembangan media digital menegaskan relevansi teori representasi karena media tidak hanya menyampaikan realitas, tetapi juga membingkai serta membentuk cara suatu fenomena dihadirkan dan dimaknai melalui bahasa serta berbagai tanda yang digunakan dalam penyampaian pesan. Dalam konten dakwah digital, bahasa, alur narasi, dan unsur visual dapat membangun pemaknaan tertentu terhadap persoalan kehidupan dan nilai-nilai keagamaan yang disampaikan. Makna melalui media dapat dipahami audiens sesuai dengan latar belakang sosial dan pengalaman yang dimilikinya.

Berdasarkan karakteristik tersebut, kanal *Youtube* Hanan Attaki dipilih sebagai subjek penelitian karena dinilai representatif dalam menampilkan konstruksi pesan dakwah yang memuat tema *Self-healing*. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui bahasa persuasif, alur naratif reflektif, serta tanda dan cara penyampaian yang mendukung pesan yang disampaikan.

Konten *#LibatinAllah* dipilih sebagai objek karena secara eksplisit mengangkat kondisi keterbatasan dan kebuntuan yang kerap dialami audiens, khususnya generasi muda, serta menghadirkan pesan dakwah yang menekankan pelibatan Allah sebagai sumber ketenangan dan penguatan makna hidup. Oleh karena itu, konten ini relevan untuk dianalisis guna melihat bagaimana pesan *Self-healing* direpresentasikan dalam dakwah digital melalui media *Youtube*. Penelitian ini mengambil enam video sebagai unit analisis yang dipilih berdasarkan kesesuaian tema *Self-healing* dalam konten dakwah.

Meskipun penelitian mengenai dakwah digital Hanan Attaki telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada isi pesan dakwah secara umum serta efektivitas dakwah terhadap audiens muda. Penelitian yang secara khusus mengkaji representasi pesan *Self-healing* melalui bahasa dan sistem tanda dalam konten dakwah digital masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana pesan *Self-healing* direpresentasikan dalam konten #LibatinAllah melalui penggunaan bahasa dan sistem tanda yang hadir dalam penyampaian pesan.

Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini berfokus pada representasi pesan tema *Self-healing* dalam konten #LibatinAllah di kanal *YouTube* Hanan Attaki. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi dakwah digital, khususnya terkait representasi pesan keislaman dalam media baru, serta menjadi referensi bagi pengembangan dakwah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas penulis menentukan rumusan masalah ini yaitu bagaimana Representasi Pesan Dakwah Tema *Self-healing* Dalam Konten #LibatinAllah Pada *Channel YouTube* Ustadz Hanan Attaki?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis menentukan Batasan Masalah penelitian ini yaitu:

1. Penggunaan bahasa dalam pesan dakwah tema *Self-healing* pada konten #LibatinAllah di kanal *YouTube* Hanan Attaki.
2. Bentuk sistem tanda dalam pesan dakwah tema *Self-healing* pada konten #LibatinAllah di kanal *YouTube* Hanan Attaki.

D. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis menetapkan tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penggunaan bahasa dalam pesan dakwah tema *Self-healing* pada konten #LibatinAllah di kanal *YouTube* Hanan Attaki
2. Untuk mengetahui bentuk sistem tanda yang digunakan dalam pesan tema *Self-healing* pada konten #LibatinAllah di kanal *YouTube* Hanan Attaki.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penulis melakukan penelitian ini untuk memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti di bidang Komunikasi Penyiaran Islam dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah, khususnya

mengenai representasi pesan dakwah bertema *Self-healing* dalam media digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian teori representasi Stuart Hall dalam memahami proses pembentukan makna melalui bahasa dan sistem tanda serta penggunaan analisis isi kualitatif Philipp Mayring pada penelitian dakwah digital di media baru.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti, akademisi, dan praktisi dakwah sebagai tambahan wawasan serta referensi mengenai representasi pesan dakwah bertema *Self-healing* dalam media digital, sekaligus menjadi masukan dalam pengembangan konten dakwah yang lebih relevan sehingga mudah dipahami oleh audiens, khususnya generasi muda.

UIN IMAM BONJOL
PADANG