

PEMIKIRAN KH. BAHAUDDIN NURSALIM TENTANG DAKWAH DI MEDIA YOU TUBE CHANEL SHIHAB & SIHAB

Aflachal Muthowah
Universitas Kiai Abdullah Faqih Indonesia
E-mail : aflachal.8@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif yang merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan dengan cara dokumentasi, observasi dan studi pustaka. Untuk Teknik analisis data peneliti menggunakan metode analisis isi pada pesan dakwah Gus Baha' yang di sampaikan dalam Channel You Tube Shihab & Shihab. Teori yang digunakan peneliti ialah teori peluru, tujuannya agar pesan-pesan yang disampaikan Gus Baha' itu tepat sasaran karena jika pesan yang disampaikan tepat sasaran maka efeknya kepada pendengar sangat rentan dan mudah diterima. Hasil penelitian yang penulis temukan yakni: *Pertama*, keinginan dan komitmen KH. Baha'uddin Nursalim dalam berdakwah ialah hanya ingin menyampaikan ajaran Allah ini indah dan menjadi solusi bagi semua orang agar ketika semua orang sudah menganggap ajaran Allah ini indah dan solusi maka keimanan dan ketaqwaan mereka akan bertambah. *Kedua*, beliau berpesan bahwasannya Allah SWT telah membuat sekian banyak kenikmatan untuk hambanya lalu kenapa kita ingin menikmati nikmat untuk bahagia harus bermaksiat kepada Allah terlebih dahulu maka orang seperti itu termasuk orang yang celaka kata beliau.

Kata Kunci: Pemikiran, Dakwah dan Media You Tube

ABSTRACT

This research is a qualitative research which is a certain tradition in social sciences that fundamentally relies on observation by means of documentation, observation and literature study. For the data analysis technique, the researcher used the content analysis method on Gus Baha's preaching message delivered on the Shihab & Shihab YouTube Channel. The theory used by the researcher is the bullet theory, the aim is that the messages delivered by Gus Baha' are right on target because if the message delivered is right on target, the effect on the listener is very vulnerable and easy to accept. The results of the research that the author found were: First, the desire and commitment of KH. Baha'uddin Nursalim in preaching is only to convey the teachings of Allah that are beautiful and become a solution for everyone so that when everyone considers the teachings of Allah to be beautiful and a solution, their faith and piety will increase. Second, he advised that Allah SWT has created so many pleasures for his servants, then why do we want to enjoy the pleasures to be happy if we have to disobey Allah first, then people like that are among the unfortunate people, he said.

Keywords: Thought; Preaching; YouTube Media

A. PENDAHULUAN

Islam sebagai agama dakwah, mewujdkan umatnya untuk melakukan internalisasi, transmisi, dan aktualisasi syari'at islam dengan berbagai metode dan media yang bersumber pada Al-qur'an dan hadits sebagai sumber dakwah kepada mad'u. (Acep, 2004). Kewajiban para da'i untuk menjadikan dakwah sebagai cara untuk mengarahkan umat supaya menguasai teknologi komunikasi dan teknologi informasi bagi kepentingan perwujudan yang mampu menyusun dan melaksanakan program dakwah yang antisipatif dan solutif terhadap kompleksitas masalah mad'u menerima dan merespon aneka ragam informasi, sehingga mereka dapat memilih yang sesuai nilai dan moral.

Ajaran islam merupakan ajaran yang sempurna dan komperehensif, karena ia meliputi semua aspek kehidupan manusia, baik itu duniawi atau ukhrowi. Islam secara teologis merupakan sistem nilai dan ajaran yang bersifat ilahiah dan transeden. Sedangkan dari aspek sosiologis, Islam merupakan fenomena peradaban, kultural dan realitas social dalam kehidupan manusia. Dalam kegiatan dakwah tidak terlepas dari adanya unsur-unsur dakwah agar kegiatan dakwah tersebut bias berjalan efektif dan lancar.

Channel You Tube Shihab & Shihab merupakan suatu channel yang dibuat oleh Najwa Syhab, yang menyajikan konten-konten inspiratif dan inovatif. Channel tersebut banyak sekali mengandung nilai-nilai dakwah dan sering mengundang tokoh-tokoh islam atau ulama' yang kharismatik salah satunya KH Baha'uddin Nur Salim atau lebih dikenal sebagai Gus Baha' beliau merupakan Pengasuh Pondok Pesantren Tahfidul Qur'an LP3IA, kiai muda dan disebut-sebut sebagai ulama' yang kharismatik, pada kesempatan tersebut Najwa Syhab mengorek lebih dalam tentang kepribadian dan pemikiran Gus Baha' di dalam berdakwah maupun berpenampilan, uniknya dalam perbincangan dan pembahasan tersebut banyak sekali nilai dan pesan dakwah yang secara tidak langsung keluar dari pembahasan tersebut.

Pesan dan nilai dakwah inilah yang akan saya bahas dalam penulisan ini, karena banyak sekali nilai dan pesan dakwah yang cocok sekali bagi para da'i milenial di zaman sekarang dan para da'i sangat perlu mengamati pesan-pesan yang disampaikan oleh Gus Baha' di Channel You Tube Shihab & Shihab. Sebab bukan hanya untuk bagi para da'i

saja, akan tetapi juga cocok bagi masyarakat umum. Pesan dakwah yang disampaikan Gus Baha sifatnya sangat umum, bermanfaat bagi masyarakat dalam keseharian dan cara pola berfikir mereka.

Audien pada channel tersebut diantaranya dari keluarga dari Najwa Syhab sendiri namun karena sifatnya menggunakan media massa maka audiennya bisa dari semua kalangan, materi ini cocok sekali bagi para da'i milenial dan masyarakat umum. Sementara itu dakwah pada hakikatnya merupakan upaya aktif dan progresif yang dilakukan oleh seorang da'i, baik individu maupun kolektif dalam upaya menyampaikan ajaran Islam kepada umat yang dilakukan dengan metode dan media tertentu (cara dan sarana dakwah) agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. (Astutik,2000).

Menurut Syekh Ali Mahfud dakwah islam adalah memotivasi manusia agar melakukan kebaikan menurut petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka berbuat kemungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Alasan itulah yang menjadikan penulis ingin meneliti dan menganalisis apa saja isi pesan dakwah yang ada di channel You Tube Shihab & Shihab dan bagaimana pesan itu disampaikan sebagai salah satu media masa elektronik yang menyajikan tayangan khusus agama salah satunya adalah channel tersebut.

B. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Miller dan Krirk di dalam buku Lexy J.Moleong bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. (Suhartono, 2011). Teknik ini sangat cocok digunakan untuk menganalisis isi pesan dakwah Gus Baha". Dengan menggunakan teknik ini, peneliti akan lebih mudah untuk menganalisis pesan-pesan yang secara tidak langsung tersampaikan di Channel tersebut. Analisis ini banyak dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan. Dalam suatu bahasa Holistik analisis isi disini dipakai untuk menjawab pertanyaan "*what, to whom, and how*" dari suatu proses komunikasi (Eriyanto,2011). Penggunaan analisis ini tidak jauh berbeda dengan pengamatan analisis lainnya. Awal mula harus ada fenomena komunikasi yang dapat dilihat, dalam artian bahwa harus lebih dulu merumuskan dengan tepat apa yang ingin diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut. Selanjutnya memilih

unit analisis yang akan dikaji dan memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis, dalam hal ini peneliti mengambil isi pesan dakwah Gus Baha'.

Dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang langsung diperoleh dari sumber data pertama pada objek penelitian. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil observasi atau pengamatan langsung terhadap isi pesan dakwah Gus Baha' pada Channel You Tube Najwa Syhab. Yang kedua data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Adapun sumber terdiri dari berbagai literatur bacaan yang memiliki relevansi dengan kajian ini seperti skripsi, jurnal ilmiah, majalah, artikel dan situs internet. Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan berupa sumber *non human resource*, diantaranya dokumen dan bahan statistik. Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan kepada subjek penelitian. (Suhartono,2011). Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Data dalam penelitian ini diperoleh dari mengamati dan *download* Channel You tube Shihab & Shihab, data yang diteliti tentang tugas seorang da'i dan melakukan kesenangan yang diperbolehkan agama.

Observasi yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data penelitian yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Observasi bisa diartikan sebagai pengamatan terhadap Channel You Tube Najwa Syhab dilakukan dengan cara menontonnya pada saat Gus Baha' diundang pada Channel tersebut. Metode observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara: membuka You Tube, mencari Channel Shihab & Shihab, mencari pada Channel tersebut pada saat Gus Baha' diundang, memilih pembahasan sesuai yang dibahas yaitu tugas seorang da'i dan melakukan kesenangan yang diperbolehkan agama, menonton, mengamati, *download* dan menganalisa isi pesan dakwah yang disampaikan Gus Baha' pada video yang di *download*.

Studi Pustaka bertujuan untuk memperoleh data teoritis dari berbagai literatur yang dapat mendukung penelitian ini. Kegiatan dilakukan dengan mengkaji dan menganalisa sebagai literatur dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini berupa

buku-buku, jurnalistik, analisis isi, komunikasi serta hasil-hasil dari penelitian sebelumnya yang juga menggunakan analisis. Analisis data merupakan analisis terhadap data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui perangkat metodologi tertentu. Pada tahap analisis ini, data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu observasi dan dokumentasi serta data lain yang mendukung dikumpulkan dan dianalisa dengan analisa kualitatif. Pada tahap ini, peneliti akan mencatat argumentasi yang disampaikan Gus Baha' kemudian memilih dan menganalisa argumen tersebut.

C. HASIL PEMBAHASAN

Konsep dakwah terdiri dari dua suku kata yaitu konsep dan dakwah. Konsep secara etimologi berarti rancangan, ide, atau apapun yang digunakan akal budi untuk memahami sesuatu. (Alimuddin, 2002) Sejalan dengan itu Muin Salim mendefinisikan konsep sebagai ide pokok yang mendasari suatu gagasan atau ide umum. (Salim, 1990). Dengan demikian konsep adalah suatu hal yang sangat mendasar yang dijadikan patokan untuk melaksanakan sesuatu. Secara etimologi dakwah berasal dari Bahasa Arab, da'aa-yad'u yang berarti seruan, ajakan atau panggilan. (Umar, 2001). Selanjutnya M. Nastir lebih cenderung mengartikan dakwah adalah amar ma'ruf nahi munkar. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa dakwah merupakan suatu usaha menyampaikan ajaran Islam yang dilakukan secara dasar dan terencana dengan menggunakan cara-cara tertentu untuk mempengaruhi orang lain agar dapat mengikuti apa yang menjadi tujuan dakwah tersebut tanpa ada paksaan. Dakwah dalam konteks demikian mempunyai pemahaman yang mendalam, yaitu bahwa dakwah amar ma'ruf tidak sekedar asal menyampaikan saja, melainkan memerlukan beberapa syarat yaitu mencari materi yang cocok, mengetahui keadaan subjek dakwah secara tepat, memilih metode yang representif dan menggunakan bahasa yang bijaksana. Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa konsep dakwah merupakan cerminan dari unsur-unsur dakwah, sehingga gagasan dan pelaksanaan dakwah tidak terlepas dari suatu kesatuan unsur tersebut yang harus berjalan secara simultan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Pengertian pesan Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Dedi Mulyana mengatakan bahwa pesan adalah seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pesan diartikan

sebagai amanat yang disampaikan lewat orang lain, perintah atau nasihat yang tidak langsung melalui perantara (Hefni, 2015). Dalam Ilmu Komunikasi Pesan Dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dan dalam literature bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah ini lebih tepat dibandingkan dengan istilah "materi dakwah" yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi *maaddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahpahaman sebagai logistic dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, "isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah".

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Ada tiga dimensi yang sering terkait dengan istilah dakwah. Pertama, pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Pada konteks ini pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan adalah pikiran, sedangkan lambangnya adalah kata-kata atau bahasa. Tanpa bahasa, pikiran sebagai isi pesan tidak mungkin di dakwahkan. Kedua, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh sesorang. Makna merupakan proses aktif yang diciptakan dari hasil kerja sama antar sumber (pengirim pesan) dengan penerima pesan, pembicara dengan pendengar atau penulis dengan pembaca.

Pemahaman terhadap makna apa yang akan disampaikan dan bagaimana menyampaikan makna kepada orang lain akan membantu diri kita dalam memaksimalkan pengelolaan pesan verbal maupun nonverbal. Ketiga, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh mad'u atau objek dakwah. Semua pesan dakwah memiliki peluang terbuka untuk dan dipahami secara berbeda oleh penerima yang berbeda.

Untuk membedakan pesan dakwah dengan pesan yang lainnya, seperti pesan dalam komunikasi, maka perlu dikenali karakteristik pesan dakwah yaitu.

- 1) Mengandung Unsur Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah adalah kebenaran yang bersumber dari Allah SWT, sebagaimana dikatakan dalam firman-Nya *kebenaran itu datang dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali engkau termasuk orang-orang yang ragu* (QS AL-Baqarah [2]: 147). Kebenaran yang bersumber dari Allah SWT

tersebut berwujud dalam bentuk rangkaian ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur'an. Jadi Al-Qur'an merupakan sumber kebenaran mutlak yang perlu disampaikan oleh da'i kepada manusia.

- 2) Membawa Pesan Perdamaian sesuai dengan namanya Islam yang berkata dasar salam artinya damai. Perdamaian menjadi unsur penting yang harus dikembangkan dalam menyampaikan pesan dakwah. Menurut Hasan Hanafi, perdamaian bukan sekedar hukum internasional antara negara-negara adidaya. Perdamaian berawal dari individu, kemudian berkembang di keluarga dan kehidupan social.
- 3) Tidak Bertentangan Dengan Nilai Universal Pesan dakwah hendaknya disampaikan dalam konteks lokalitas dari mad'u yang menerima pesan. Dengan cara tersebut, pesan dakwah akan mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini kita perlu membedakan antara sumber dengan proses penyampaian dan pemaknaan pesan dakwah. Dalam prespektif sumber pesan dakwah, maka Islam diyakini sebagai ajaran yang universal. Al-Qur'an sebagai wahyu yang diterima oleh Rosulullah merupakan sumber ajaran universal, bukan hanya untuk orang Islam Arab, tetapi diperuntukan juga untuk orang diluar Arab. Dengan perkataan lain. Pesan dakwah berlaku secara universal untuk semua manusia di dunia.
- 4) Memberikan kemudahan bagi penerima pesan dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan sesuatu yang dianjurkan dan bahkan menjadi tujuan syari'at Islam, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an bahwa "*Allah menghendaki*" kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu (QS Al-Baqarah [2]: 185) dan sabda Nabi Muhammad SAW. Mudahkanlah dan janganlah kamu persulit (HR. Muttafaq "alaih). Memudahkan pesan dakwah yang dimaksud sebagai kemudahan dalam pengalaman ajaran agama yang tidak bertentangan dengan nash-nash dan kaidah syariat Islam.
- 5) Mengapresiasi adanya perbedaan dalam realitas tidak bisa dipungkiri bahwa setiap individu atau setiap Muslim diciptakan oleh Allah berbeda-beda. Tidak ada di dunia ini manusia yang memiliki kesamaan antara satu dengan yang lainnya. Selain itu, perbedaan bisa terbentuk karena perbedaan latar belakang sosial, wilayah, politik,

tingkat partisipasi dalam masyarakat dan organisasi keagamaan yang dipilihnya. Perbedaan yang ada hendaknya dijadikan sebagai upaya untuk saling melengkapi kekurangan masing-masing, saling kenal dan mengenal dan untuk memudahkan pekerjaan. Perbedaan merupakan tugas sunnatullah yang harus dikelola dengan baik. Oleh karena itu tugas seorang da'i bersama masyarakat dalam mengelola perbedaan-perbedaan yang ada sehingga menjadi kekuatan-kekuatan yang dapat meningkatkan kualitas umat dan kesejahteraan masyarakat.

1. Media dakwah berasal berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara makna atau harfiah adalah perantara, tengah atau pengantar. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam bahasa Arab media berarti sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara. (Aziz, 2017). *Wasilah* atau media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* untuk menyampaikan Islam kepada umat, dakwah bisa menggunakan berbagai *wasilah* (Munir, 2015). Mengutip perkataan dari Hamzah Ya'qub, media dakwah dapat digolongkan menjadi lima macam, yaitu: Lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak (Syamaun, 2007).

- 1) Lisan (*dakwah bil lisan*) salah satu media dakwah paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
 - 2) Tulisan (*dakwah bil kitabah*), buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, email, sms), spanduk dan lainnya.
 - 3) Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.
 - 4) Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, *slide*, internet, dan lainnya (*dakwah bil hal*).
 - 5) Ahlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *mad'u*.
2. You Tube adalah perusahaan yang mengumpulkan koleksi *user generated content* memuat ribuan film pendek dan episode televisi dan ratusan film, melayani

lebih dari dua miliar video perhari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagai video *online*. Terutama memperoleh pendapatan dengan menjual iklan pada halaman *homepage* dan pencarian hasil-hasilnya, serta dalam videonya. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton dan berbagai video. (Chandra, 2017).

Tahun 2015 merupakan titik awal dari lahirnya situs video *upload YouTube.com* yang didukung oleh tiga karyawan perusahaan *finance online PayPal* di Amerika Serikat. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Nama You Tube sendiri terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California. Setahun sejak kelahirannya, pada tahun 2006 *You Tube.com* telah menjadi situs yang berkembang dengan cepat. Dengan diunggahnya video baru sebanyak 65.000 dan mencapai 10.000 video hingga bulan juli 2006 ke situs video You Tube. Rekor tersebut mampu menembus 5 situs terpopuler di situs *Alexa.com*, jauh mengalahkan situs *MySpace.com*. Pada bulan Juni 2006 situs video You Tube memasuki bidang kerjasama pemasaran dan periklanan dengan NBC.

Awal memasuki pasar Internasional, pada bulan Oktober 2006 saham situs video You Tube telah di beli oleh Goegle dengan nilai USD 1,65 Juta. Pada saat inilah awal dari situs video You Tube mulai berkembang dan mencapai masa-masa kemapanan di tingkat Internasional. Pada awal masa kemapanan situs video You Tube mendapat penghargaan melalui majalah PC world dan mendapat julukan sembilan dari sepuluh produk terbaik di tahun 2006. Dalam perkembangan portofolionya situs video You Tube telah bekerjasama dengan berbagai instansi swasta maupun pemerintahan, yaitu:

- a) Juli-Agustus 2007 menyelenggarakan siaran bersama dengan CNN acara debat Presiden Amerika.
- b) November 2008 menyelenggarakan acara TV episode dan film secara online dengan bekerjasama dengan instansi media swasta di Amerika seperti: Lions gate, CBS, NBC, Fox dan Disney.
- c) Awal tahun 2009 situs video You Tube melakukan registrasi domain situsnya untuk koleksi vidionya yang berada dalam hukum pemerintah

Amerika. Dan pada bulan November meluncurkan siaran pertunjukan bagi para penonton di Inggris yang menampilkan 4000 pertunjukan yang berasal dari 60 pihak ketiga yang bekerjasama dengan You Tube.

- d) Pada bulan Maret 2018 You Tube mulai menyiarkan konten tertentu secara gratis, termasuk 60 pertandingan kriket Indian Premier League. Menurut You Tube, ini merupakan siaran acara olahraga besar via Internet pertama di dunia yang bersifat gratis.

Dalam kajian teori ini penulis mengambil teori peluru, sebab teori peluru sangat rentan terhadap masyarakat, pesan-pesan komunikasi massa yang ada di dalam teori peluru sangatlah rentan bagi rakyat. Apabila pesan “tepat sasaran” maka akan mendapatkan efek yang diinginkan. (Severin & Tankard, 2011). Peneliti mengkaji permasalahan dengan menggunakan teori peluru, dalam hal menarik para penonton konten-konten yang disajikan haruslah menarik. minat yang dapat memikat dan menjadi kebutuhan para penontonya, sehingga apapun yang disampaikan melalui tontonan mendapatkan efek bagi penontonya serta dalam hal menghasilkan tontonan yang baik terus mendapatkan semangat baru untuk terus memberikan tontonan positif bagi khalayak.

Kemudian dalam menghasilkan tontonan yang dapat menarik minat penonton yang banyak, juga harus diperhatikan pesan apa yang terdapat pada video-video yang dihasilkan agar tujuan dan sasaran terpenuhi dengan tepat sesuai target. *Teori Technological Determinism* pertama kali dikemukakan oleh McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *Gutenberg Galaxy: The making of thypographic Man*. Asumsi dasar-dasar teori ini adalah bahwa orang yang beradaptasi dengan lingkungannya melalui semacam keseimbangan pengguna indra dan media utama dari setiap masa telah membawa keseimbangan pengguna indra tertentu, sehingga mempengaruhi persepsi orang-orangnya.

Teknologi termasuk individu bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi lainnya. Misalnya, dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang

memakai peralatan komunikasi cetak ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik. (Nurudin, 2014). Seperti dikutip oleh Edi Santoso dalam bukunya LittleJohn, bahwasannya McLuhan melihat media sebagai perpanjangan kemampuan dan indera manusia (*the extension of man*). Dia mengatakan , “Roh adalah perpanjangan dari kaki, buku adalah perpanjangan dari sistem saraf pusat (Santoso, 2012).

D. KESIMPULAN

Pemikiran KH. Bahauddin Nursalim mengenai dakwah berlandaskan prinsip bahwa dakwah adalah tugas menyampaikan perintah Allah, mengenalkan Allah kepada manusia, serta menjelaskan hukum-hukum-Nya. Baginya, dakwah tidak dimaksudkan untuk menunjukkan kehebatan pribadi, tetapi sebagai bentuk tanggung jawab ilmiah dan spiritual karena menyembunyikan ilmu dianggap sebagai sebuah kesalahan. Dalam penyampaiannya, Gus Baha menekankan pentingnya kejujuran, kerendahan hati, dan kesadaran bahwa seorang da'i tetap manusia biasa yang tidak luput dari kelemahan. Adapun pesan dakwah Gus Baha dalam channel YouTube *Shihab & Shihab* dikemas dengan bahasa yang sederhana, santai, dan relevan dengan keseharian masyarakat. Beliau menggunakan contoh nyata, kisah-kisah, serta pengalaman pribadi untuk memudahkan pemahaman. Pesan yang ia tekankan antara lain pentingnya bersyukur atas nikmat hidup yang sederhana, menjauhi maksiat karena Allah menyediakan banyak kesenangan yang halal, serta menempatkan cinta Allah di atas cinta manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Edi Santoso, Mite Setiansah, “Teori Komunikasi”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 116-119
- Edy Chandra, “You Tube, Citra Media Informasi Interaksi atau Media Penyampaian” Aspirasi Pribadi, Jurnal (online), Mahasiswa Pendidikan Seni Rupa dan Desain, (Jakarta Universitas Turmanegara, 2017), Eriyanto, Analisis Isi, Pengantar “Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya”, (Jakarta: Kencana, 2011), arjani, Hefni, “Komunikasi Islam”, (Jakarta: Penamedia Group, 2015),79

- Irawan, Suhartono, "Metode Penelitian Sosial, Suatu Teknik penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya", (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2011), 72.
- Kurniawan, Acep et All, "Komunikasi Penyiaran Islam", (Bandung : Benang Merah Press 2004).23
- M. Burhan Bungin, "Penelitian Kualitatif", (Jakarta : Kencana Prenamedia Group, 2014). 155
- Muhammad Munir, "Management Dakwah", (Prenada Media. Jakarta, 2015). 2.
- Muin, Salim, "Pengertian Konsep", (Surabaya: Cahaya Buku, 1990), 17
- Moh Ali Aziz, "Ilmu Dakwah" (Jakarta : Kencana Prenamedia Group, 2017). 403.
- Nurudin, "Pengantar Komunikasi Massa", (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 185
- Nurwahidan , Alimuddin, "Pengertian Konsep Dakwah", (Palu: P3B, 2002), 456
- Satori, Djam'an , Aan Komariah. "Metodologi Penelitian Kualitatif", 105
- Syukri Syamaun, "Dakwah Rasional", (Yogyakarta: Ar-Raniry Press dan AK Group 2007) 27-28
- Warner J. Severin & James W. Tankard, Jr. "Teori Komunikasi", (Jakarta: Kencana, 2011), 146
- Sri Astutik, "Kreatifitas dan Dakwah Islamiyah", Dalam Jurnal Ilmu Dakwah, Vol 3, No.2 (Surabaya: Fakultas Dakwah, Oktober 2000), hal 40-41
- Umar, " Pengertian Dakwah", (Depag RI: QS [10