

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sebagaimana kita ketahui dakwah secara bahasa memiliki arti seruan atau ajakan untuk mengantarkan ke jalan Allah. Hal tersebut Allah SWT memfirmakan dalam Surat An-Nahl Ayat 125 sebagai berikut:

أَدْخُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Yang artinya: “Ajaklah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah, mauidzoh hasanah dan bermujadalahlah dengan cara sebaik-baiknya. Sesungguhnya Tuhanmu, Dia lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia lebih mengetahui siapa yang mendapatkan petunjuk”. Dalam Ayat tersebut jalan menuju Allah tidak bukan adalah agama Islam.

Banyak juga para penulis mendefinisikan dakwah merupakan ajakan kepada jalan Allah yaitu agama Islam seperti Menurut Muhammad Isa Anshary (1984: 17) “Dakwah Islamiyah artinya menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam”.

Sebagai pemeluk agama Islam yang beriman, sudah menjadi kewajiban umat Islam untuk melakukan dakwah. “Dakwah tidak hanya sebagai laki-laki atau perempuan atau perilaku berorganisasi dalam menyebarkan pesan-pesan non

sekuler melalui berbagai metode dan media agar manusia menerima dan melaksanakan pesan-pesan tersebut. (Saefullah, 2018: 4).

Dalam kegiatan sosial sehari-hari tidak jarang dijumpai kenyataan bahwa cara untuk memberi sesuatu terkadang lebih penting dari apa yang diberikannya itu sendiri. ketika segelas teh pahit dan gorengan pisang di pagi hari yang diberikan secara sopan santun, sikap ramah dan ikhlas, itu akan terasa lebih enak di nikmati, ketimbang menyantap seporisi minuman atau makanan mewah yang mahal harganya dan lezat, tetapi di berikan dengan cara yang dibuat-buat, dilebih-lebihkan, tidak sopan dan akan memberikan kesan menyatiki hati orang yang akan menerimanya.

Sebagaimana ditegaskan oleh hadis Rasulullah SAW : “*Ballighu ‘anni walau ayat.*” Inilah yang membuat kegiatan atau aktivitas dakwah boleh dan harus dilakukan oleh siapa saja yang mempunyai rasa keterpanggilan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Itu sebabnya aktivitas dakwah memang harus berangkat dari kesadaran pribadi yang dilakukan oleh orang perorang dengan kemampuan minimal dari siapa saja yang dapat melakukan dakwah. (Yusuf, 2003).

Perkembangnya zaman serta kemajuan teknologi yang pesat, memberikan dampak yang besar bagi kehidupan masyarakat. Banyak pemuka agama kini berdakwah melalui platform media sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Twitter. Penggunaan media sosial untuk berdakwah tidak hanya nyaman

tetapi juga dinilai sangat efisien. Satu unggahan dapat menjangkau banyak pendengar di seluruh dunia.

Kegiatan dakwah secara langsung, tidak menutup kemungkinan juga memiliki kendala, tantangan dan rintangan tersendiri. Apalagi saat memasuki wilayah lembaga politik atau negara. Seorang da'i harus memiliki karakter yang kuat agar mampu menghadapi berbagai tantangan yang dihadapinya. Media sosial memang memiliki banyak keunggulan dibandingkan media tradisional dikarenakan berdakwah di media sosial jangkauan dakwah menjadi lebih luas dan mendunia. Tapi semua kelebihan selalu ada kekurangan. Kelemahan dari berdakwah di media sosial adalah salahsatunya komunikasinya bersifat satu arah dan mubaligh tidak bisa langsung mendiskusikan reaksi audiens atau mad'u yang di tuju.

Seperti kebanyakan masyarakat orang-orang yang menggunakan aplikasi youtube menjadi terkenal hanya karena dengan membuat konten dan menguploadnya. Para pengguna juga dapat menonton, memuat dan menginformasikan konten secara mudah dan secara gratis. Banyaknya manfaat yang mudah untuk diakses dari youtube menjadi salah satu alasan orang untuk menggunakannya. Bahkan youtube merupakan aplikasi atau situs yang banyak di minati hampir di setiap negara. Di negara kita, youtube dapat di akses oleh setiap orang hanya dengan kita memiliki layanan internet saja, dan memiliki jutaan orang yang mengunjungi youtube di setiap harinya. Dengan bebasnya video youtube yang bisa diakses oleh berbagai kalangan.

Media youtube menjadi media yang banyak dipakai untuk da'i dalam berdakwah berdakwah terdapat konten-konten yang berisikan nilai ajaran Islam.

Fanatisme agama dan fenomena kebenaran tunggal juga makin bermunculan. Yahya (Yahya, 2019) dalam penelitiannya menjelang pemilihan presiden, fanatisme di Indonesia semakin meningkat dengan adanya peran sosial media, salah satunya adalah YouTube. Gelombang yang sedemikian rupa membuat banyak persepsi para pemeluk agama lain terhadap Islam memburuk. Citra Islam yang direpresentasikan cenderung tertutup, eksklusif, dan fanatik pada satu golongan dan menyalahkan golongan yang berbeda dengan mereka, meski sama-sama memeluk satu agama.

Algoritma unik yang ada di YouTube juga membuat para remaja terperangkap dalam tontonan yang sesuai dengan keinginan dan kesukaan mereka. Ruang perjumpaan dengan golongan-golongan lainnya semakin terbatas. Bila tidak dibarengi dengan konten-konten yang membawa narasi positif, maka para remaja ini hanya akan menjadi kaum-kaum radikal dan fundamentalis di masa depan.

Dua solusi yang ditawarkan adalah solusi yang paling mungkin dilakukan. Berbagai narasi tandingan yang disajikan dalam bentuk video di YouTube tidak dapat serta merta menjadi solusi mujarab. Perlu strategi dalam pembentukan kemasan, media, bahkan figur-figur yang dilibatkan. Gerakan hashtag Creator for Change misalnya, banyak melibatkan para content-creator dari generasi millennial yang mengerti selera para pemirsa millennial.

Kemudian mengunggah video-video yang mengandung nilai-nilai Islami ke akun YouTube sebagai bagian dari operasi dakwah di media YouTube yang bersangkutan. Film dakwah di YouTube dapat dilihat atau dibagikan, sehingga sangat mudah bagi siapa saja untuk mengakses kegiatan dakwah di sana kapan saja. Akibatnya, banyak pengkhotbah sekarang mengintegrasikan materi YouTube dalam khotbah mereka. Namun demikian, sifat seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya berbeda-beda, apalagi memiliki sifat dan individualitas masing-masing. (Ahadi, 2021).

Pentingnya dakwah mengikuti perubahan media sosial, maka di daerah istimewa Yogyakarta ada seorang mubaligh yang memanfaatkan media itu dalam berdakwah. Konten dakwah tersebut sangatlah unik, karena biasanya ilmu filsafat dipelajari di kelas-kelas perkuliahan atau kajian yang memfokuskan hanya tentang filsafat dan sulit untuk di fahami oleh orang awam yang belum terlalu mengerti akan filsafat, akan tetapi Fahrudin Faiz dosen filsafat di kampus UIN Sunan Kalijaga membawakan filsafat dengan nama Ngaji Filsafat di akun youtube MJS Channel dan uniknya lagi, kajian filsafat yang disajikan oleh Fahrudin Faiz dibawakan dengan kata-kata yang sangatlah mudah di fahami dan dapat diakses dari semua kalangan atau masyarakat luas.

Oleh karena itu peneliti ingin meneliti aktivitas dakwah yang di bawakan Fahrudin Faiz di media youtube pada Akun MJS Channel (Masjid Jendral Sudirman Channel). Akun tersebut dapat menjadi layanan sosial media

penyimpan online berkas yang bisa diakses secara gratis dengan menggunakan komputer, smartphone maupun device lainnya.

Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi gerakan dakwah. Sejumlah pengakses sosial media, yang dalam hal ini adalah YouTube, menggunakannya tidak hanya untuk mencari hiburan, namun juga untuk belajar dan mempelajari informasi baru. Setidaknya 86% pengguna menyatakan mengakses YouTube untuk belajar informasi baru. Hal ini membuat YouTube sedikit demi sedikit mulai menggantikan posisi televisi di ruang rumah masyarakat Indonesia. Tak heran, bila para millennial lebih akrab dengan konten dan kreator di YouTube dibandingkan para artis di televisi. Hal ini pula yang membuat mereka banyak menggemari para content-creator di YouTube.

Akses yang tak terbatas dan pembawaan yang menarik menjadi salah satu alasan mereka memilih YouTube. Ketika mengakses internet, mereka juga tidak dapat dibatasi oleh berbagai regulasi. Karenanya, menjadi tugas para pendidik dan pendakwah untuk mulai memanfaatkan media yang ada dalam rangka menyediakan counter-narrative atas berbagai isu-isu palsu (hoax) dan sarat akan kebencian yang menyangkut SARA serta memberikan pembelajaran yang benar akan agama.

Era globalisasi yang dimulai pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20 memberikan banyak dampak dalam pengembangan budaya dan cara hidup manusia (Al-Rodhan & Stoudmann, 2006). Pertukaran budaya, ekonomi, ilmu pengetahuan, ideologi, dan informasi mensyaratkan bahwa hari ini adalah sulit

untuk menghindari kontak dengan pihak lain. Bahkan, pertukaran dan interaksi ini menjadi sebuah kebutuhan manusia dan masyarakat untuk tetap eksis dan bertahan hidup (Yahya, 2018b). Tanpanya, manusia hanya akan berada dalam lingkaran primitif dan masyarakat tersebut akan berada dalam kepunahan secara bertahap.

Jumlah subscribe pada akun MJS Channel pada tanggal 27 November 2022 sudah mencapai 245.000 lebih, dari 765 video yang sudah di upload, kemudian akun youtube MJS Channel merupakan kanal Youtube official atau resmi yang di kelola oleh Lini Media Masjid Jendral Sudirman, diperuntukan sebagai media dakwah dan penyebaran informasi kajian dan ngaji yang diselenggarakan Masjid Sudirman Yogyakarta.

Hal tersebut membuktikan bahwa youtube berpotensi sebagai sarana dakwah yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Oleh karena itu peneliti menitik beratkan fokusnya terhadap representasi dakwah Fahrudin Faiz dalam konten filsafat kebenaran di youtube MJS Channel.

Dari pemaparan yang telah penulis sampaikan diatas, penulis ingin menganalisis atau meneliti lebih dalam mengenai “Representasi Dakwah dalam Video Ngaji Filsafat ”. (Analisis Semiotik pada Video Ngaji Filsafat di Akun Youtube MJS Channel).

B. Fokus Penelitian

Pokok peneliatian disini lebih mengarah kepada bagaimana Faruddin Faiz berdakwah yang ada di video atau konten filsafat kebenaran di MJS Channel.

Dari konten atau video ini di harapkan akan ada pembelajaran dakwah di dalam filsafat dan juga di harapkan meningkatkan kualitas iman terhadap mad'u itu tersendiri dan juga untuk orang lain.

Dari pemaparan yang di sampaikan di atas maka peneliti akan mengambil beberapa fokus penelitian, yaitu:

1. Adakah unsur unsur dakwah pada video ngaji filsafat MJS Channel?
2. Bagaimana sosok da'I dihadirkan pada video ngaji filsafat di MJS Channel?
3. Bagaimana materi dakwah yang dikaji pada video ngaji filsafat di MJS Channel?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis sosok Fahrudin Faiz yang berdakwah di konten filsafat kebenaran pada channel youtube MJS Channel.
2. Untuk mengetahui representasi aktivitas dakwah yang terkandung dalam konten filsafat pada channel youtube MJS Channel.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan Penulis memiliki kegunaan sebagai berikut;

1. Akademi

Dalam kegunaan akademis, diharapkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat dijadikan referensi tertulis untuk semua pembaca dan dijadikan acuan untuk ilmu penelitian seterusnya. Kemudian dari hasil yang didapat dari

penelitian ini juga dapat memperkaya hasil penelitian. Dan bisa belajar dari pelaksanaan kegiatan ngaji filsafat untuk berdakwah di media social.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjawab persoalan-persoalan manusia melalui filsafat, yang mana manusia pada dasarnya tidak akan terlepas dari masalah-masalah dalam kehidupannya, oleh karena itu manusia atau masyarakat sangatlah membutuhkan jalan keluar dari persoalan kehidupan mereka yang serba instan dan konkret. Dengan demikian sangatlah perlu manusia membutuhkan ilmu yang berkaitan manusia dan filsafat. Karena itu dalam penulisan ini semoga bisa membantu menjawab persoalan yang ada pada masyarakat.

E. Kajian Penelitian Yang Relevan

Berikut terdapat beberapa tabel kajian yang relevan dengan penelitian ini

No	Nama Penulis	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	A.GHILMAN FAZA	Representasi Da'I Dalam Film Dokumenter "Sang Adipati". (Analisis Isi Pada Film Dokumenter "Sang Adipati")	Meneliti mengenai Representasi Da'i dan menggunakan metode analisis isi.	Perbedaanya pada subjek penelitiannya
2.	Muhammad Rezqi Nursyifa	Pesan Dakwah Band Wali Dalam Lirik Lagu Abatasa Di Media Sosial Youtube Akun Nagaswa Official Video	Meneliti mengenai pesan dakwah dan dan menggunakan media yang sama	Perbedaanya Menggunakan metode anlisis

3.	Muhammad Renaldi	Pesan-Pesan Dakwah Dr. Fahrudin Faiz Di Channel Youtube “Ngaj Filsafat”	Persamaanya menganalisis pesan dakwah dalam konten filsafat dan menggunakan analisis isi	Perbedaanya dalam meneliti channel yang berbeda
----	------------------	---	--	---

Tabel 1.1 Penelitian Yang Relevan

Isikan Pesan dakwah pada Lagu Abatasa Grup Band Wali. Dengan mengidentifikasi pesan-pesan yang meliputi akidah, syariah, dan akhlak serta menelaah isinya, kajian yang menggunakan teknik kualitatif dan analisis isi sebagai analisisnya, menitikberatkan pada bagaimana isi pesan dakwah disampaikan dalam lirik lagu. salah satu syair lagu dengan tema dakwah yang paling kuat. (Zamal Abdul Nasir 2014)

Dalam metodologi audio atau visual, menurut Rose, penelitian dapat dilakukan dengan menganalisis tiga situs utama. Tiga situs web terbesar yang tercantum di atas adalah untuk produk, gambar (citra), dan berita (audiens). Pengorganisasian, teknologi, etika kerja, dan pasar untuk barang atau jasa tertentu semuanya termasuk dalam lokasi produksi. Situs yang menampilkan representasi produk adalah yang kedua.

Menurut Rose dalam audio ataupun Visual Methodologies, penelitian dapat dilakukan dengan menganalisis tiga situs besar. Ketiga situs besar tersebut yaitu situs produksi, situs image (citra) dan situs penonton (audiencing). Situs produksi meliputi pengorganisasian, teknik, tenaga kerja dan selera pasar sebuah

produk budaya. Situs kedua adalah yang melihat representasi dalam produk budaya tersebut. (Imam Syafi'I 2019)

Keduanya merupakan penelitian yang memfokuskan pada isi terhadap video atau konten tersebut. Jenis data yang terdapat pada penelitian tersebut memiliki dua data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang di dapat secara langsung dari konten lagu “Abatasa dan Cari berkah”. Data primer yang terkandung tersebut adalah pesan komunikasi dakwahnya. Validasi tersebut merupakan data yang dapat dilaporkan oleh penulis.

F. Landasan Pemikiran

Pada landasan pemikiran ini, peneliti menganalisis pemikiran yang mendalam dan harus didasari pada hasil penyelidikan terhadap hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya, serta terdapat beberapa uraian teori yang di pandang relevan dan untuk dijadikan sebagai pedoman untuk melakukan penelitian. Uraian ini terdiri dari sebagai berikut:

1. Landasan teoritis

Menurut Sevirin dan Tankard (2005) menjelaskan dalam bukunya bahwa “Terdapat beberapa unsur yang penting dalam komunikasi dunia maya, diantaranya: komunikasi digital (*cyberspace*), komunikasi dunia maya (*virtual Communities*) dan riset riset baru pada komunikasi *cyber*”.

Burhan Bungin (2008: 292) juga menjelaskan dalam bukunya bahwa *cybercommunity* merupakan dampak nyata dari perkembangan teknologi yang

semakin cepat. Oleh karenanya dapat memunculkan unsur-unsur ilmu sosial yang mulai melihat *cybercommuntty* sebagai kajian yang menarik untuk dipelajari.

Kemudian teori citra “proposisi yang mana muncul dari *Istinbath, iqtibas dan istiqla* dalam kaitanya dengan pendakwah”. yang menjelaskan bahwa pada dasarnya dakwah Islam merupakan “Pembentukan iman yang diwujudkan dalam sistem tindakan manusia, dalam bidang sosiasl. Juga, dakwah lebih dari sekedar mengajak atau memamnggil orang yaitu yang lebih penting lagi dakwah itu dijadikan alat untuk mentransvormamsikan sebagai kelompok dan individu yang memungkinkan mereka untuk lebih tumbuh dan cenderung pada kebenaran sesuai dengan fitrahnya. Dengan kata lain, dakwah islam merupakan konsep yang dapat mempengaruhi perubahan pribadi dan perubahan sosiasl melalui penerapan nilai-nilai Islam. Untuk memfasilitasi kondisi yang lebih baik dalam budaya dan sosiasl. (Faza, 2022).

Jadi dapat dikatakan Citra makna yang berkenan dalam kehidupan sehari-hari. Ini dapat berdampak besar pada cara orang memandang seseorang. Misalnya, citra seorang pengkhotbah dapat menentukan seberapa kredibel dan dihormatinya. Teori pencitraan da'i mengatakan bahwa mad'u (pemimpin komunitas agama Islam) juga memiliki citra, dan bagaimana dia memandang kredibilitas seorang da'i (pemimpin agama) mempengaruhi seberapa besar kemungkinan dia menerima pesan dari da'i.

Jadi jika pemaparan diatas korelasnya dengan penelitian ini bisa disimpulkan bahwa “komunikasi merupakan pesan dari komunikator (sumber)

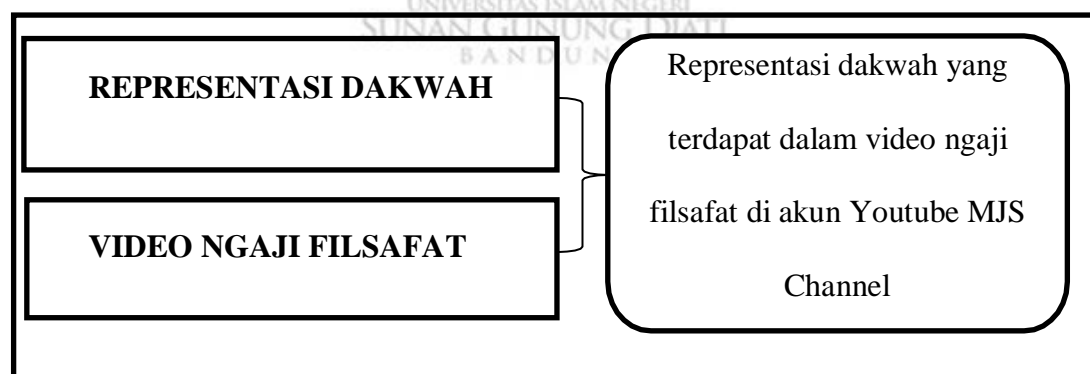
yang disampaikan kepada mad'u (penerima) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung atau tidak langsung dengan maksud memberikan dampak (effect) kepada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator”.

Kemudian teori yang sudah ada sejak tahun 1960 yang di kemukakan oleh seorang Psikologi ternama, Charles Osgood. Yang mana teori Osgood ini sangat berkaitan dengan teknik-teknik bagaimana memahami makna dan bagaimana makna tersebut berkaitan dengan perilaku dan pemikiran. Teori ini sangat berguna untuk bagaimana pesan itu penerimaan pesan dan memahami pesan. Teori Osgood merupakan memang terkenal sebagai teori tradisional, akan tetapi teori ini memiliki manfaat atau dampak yang baik untuk memulai bagaimana orang untuk memulai untuk menerima pesan. (Morisan, 2013).

2. Kerangka Konseptual

Berikut merupakan kerangka konseptual pada penelitian ini:

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual



Kerangka konsep ini dapat digunakan untuk mempermudah para pembaca untuk memahami tulisan apa yang telah penulis sajikan.

Penulisan ini akan dilakukan dengan cara sistematis yang mana dapat menghasilkan penulisan yang baik, oleh karenanya penulis menggunakan langkah-langkah penelitian berikut:

1. Lokasi Penelitian

Youtube MJS Channel merupakan yang akan dilakukan untuk mengeksplorasi sekaligus mendalami representasi dakwah ngaji filsafat.

2. Paradigma dan pendekatan

Paradigma merupakan sebuah cara pandang dan pemahaman untuk mendapatkan makna pada permasalahan yang terjadi, dan akan mencari solusi dari permasalahan-permasalahan ditemukan.

Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan dalam penelitian untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Sedangkan paradigma adalah cara pandang seseorang terhadap diri dan lingkungannya yang akan mempengaruhi dalam berpikir, bersikap dan bertindak laku.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivis yang memandang realitas sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi dari hasil konstruksi. Rancangan konstruktivis melihat realitas pemberitaan media sebagai aktivitas konstruksi sosial. Paradigma konstruktivis memandang suatu realitas atau temuan suatu penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti. Paradigma ini lebih menekankan kepada empati, dan interaksi dialektis antara peneliti-responden untuk menkonstruksi realitas yang diteliti melalui metode-metode kualitatif. Konsentrasi analisis pada paradigma

konstruktivis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi tersebut dibentuk”. (Mubarak, 2019: 7).

Dedy N. Hidayat dalam penelitiannya (1999) yang melihat dari pemikiran Guba (1990: 1994) “terdapat 3 paradigma yakni Paradigma klasik, paradigma kritis dan paradigma konstruktivisme”.

Pada penulisan skripsi melihat dari salah satu pendekatan tersebut yaitu “paradigma konstruktiv (*constructivism paradigm*). Paradigma konstruktiv atau *konstruktivisme* merupakan salahsatu paradigma yang memiliki sifat reflektif dan dialektikal. Jadi paradigma ini menerangkan bahwa, peneliti dan subjek yang akan diteliti harus memiliki rasa empati dan intereaksi dialektis, yang mana dapat merekonstruksikan realitas yang akan diteliti”. (Burhan Bungin, 2008: 238).

3. Metode Penelitian

a) Jenis Data dan Sumber Data

Tahap berikutnya menganalisis data yang akan digunakan pada penelitian ini dengan cara mengidentifikasi video yang terdapat pada MJS Channel. Data tersebut merupakan data yang bersifat kualitatif secara langsung dari objek penelitian yang mana akan memperoleh data dari hasil dokumentasi dan juga data observasi yang akan dilakukan dengan cara mengamati konten Filsafat di Youtube Channel MJS Channel.

b) Sumber Data Primer

Utamanya adalah rekaman video “Ngaji Filsafat” yang nantinya akan diambil beberapa bagian yang sesuai dengan batasan masalah.

c) Sumber Data Sekunder

Merupakan data tambahan yang diperoleh dari dokumen resmi, literatur, buku, *e-book*, internet, dan sebagainya.

d) Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data peneliti akan melakukan pemahaman dan memfokuskan terhadap konten yang dipilih untuk diteliti, kemudian peneliti memilih atau menganalisis representasi dakwah yang ada pada konten untuk dijadikan bahan untuk karya tulis selanjutnya.

Pengambilan data atau pengumpulan data peneliti akan melakukan observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Teknik ini adalah cara peneliti untuk menelusuri konten atau melakukan pengamatan terhadap video Konten Filsafat Kebenaran di akun youtube MJS Channel.

Pertama, menggunakan teknik dokumentasi yaitu teknik untuk mengumpulkan data dari sumber dan bukan dari manusia. yang mana mencakup dokumen. Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang mana tidak ditujukan terhadap subjeknya.

Teknik dokumentasi juga akan diharapkan memudahkan interpretasi dan penelitian mendapatkan informasi. Data yang akan diterima dalam analisis ini didapatkan dari konten filsafat atau video yang di unggah oleh MJS Channel di youtube, dan data yang akan diteliti adalah data yang berhubungan dengan isi pesan dakwah.

Kedua, teknik yang akan di pakai adalah metode observasi. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan dan melalui pengindraan. Teknik yang akan di gunakan pada penelitian ini meninjau konten youtube MJS Channel dan memilih konten/video yang sesuai pada judul proposal penelitian yaitu tentang isi pesan dakwah dlam konten filsafat.

e) Teknik Penentuan Keabsahan Data

Menurut versi 'positivisme' dan dimodifikasi dengan kebutuhan pengetahuan, kriteria, dan paradigma itu sendiri, Lexy Maleong (2007) menjelaskan bahwa keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep keabsahan (validitas) yang dimiliki objek. benar-benar ada dan kehandalan (reliability) peneliti benar-benar meneliti objek. Untuk menghindari kesalahan selama tahap pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik untuk memastikan keakuratan data.

f) Teknik Analisis Data

R. Holsti. Teknis analisis ini bersifat kualitatif, eksploratif dan interpretatif. Data diambil dari Saluran YouTube MJS Channel kemudian catat apa yang telah di simak , dengan meneliti dan menyimak transkripsi wacana yang

diutarakan oleh sosok da'I Fahuuddin Faiz di salah satu konten ngaji filsafat. Langkah selanjutnya adalah analisis data. Kemudian teks dianalisis untuk mengidentifikasi struktur generik dan kepadanya dilakukan interpretasi tujuan komunikatif pada tiap-tiap tahap. Pada tahap ini dapat teridentifikasi strategi retorika yang akan dianalisis lebih jauh melalui analisis Appraisal dan majas yang dipakai dalam analisis tekstual.

