

**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1 Kajian Relevan**

Sebagai upaya untuk mengantisipasi adanya kesamaan atau pengulangan penelitian, maka penulis merasa perlu memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang menjadi salah satu acuan untuk melakukan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

**2.1.1 Tabel Perbandingan**

No	Penelitian Terdahulu	Penelitian Penulis
1.	<p>Penelitian Nur Rohim (IAIN Salatiga, 2019) yang berjudul “Efektivitas TV Youtube IAIN Salatiga Sebagai Media Penyebaran Informasi &amp; Dakwah”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana TV Youtube yang ada di IAIN Salatiga, masih ada dari mahasiswa yang tidak mengetahui adanya TV Youtube tersebut. Akan tetapi lebih memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi, dan sebagai media promosi.</p>	<p>Letak perbedaan dalam penelitian ini adalah jika penelitian sebelumnya membahas tentang bagaimana efektivitas TV youtube, maka penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu bagaimana peran youtube sebagai media dakwah dalam memberikan pemahaman keIslaman.</p>

2.	<p>Penelitian Ali Akbar (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018) dengan judul “<i>Efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV)</i>”. Hasil dari penelitian ini, <i>pertama</i> efek yang didapat penonton dengan mencari informasi di <i>Youtube</i> terdiri dari efek <i>kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan efek berkhayal. Kedua, Youtube</i> sangat efektif bagi <i>Serambi on TV</i> dalam menyebarkan informasi karena keefektifan yang didapat dalam menyebarkan informasi melalui <i>youtube</i> adalah penggunaan yang praktis, jumlah <i>subscriber</i> yang semakin bertambah, mendapatkan penonton yang luas (global) dan mengikuti perkembangan zaman.</p>	<p>Letak perbedaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Akbar terletak pada <i>youtube</i> sebagai media informasi, sedangkan pada penelitian penulis peran <i>youtube</i> sebagai media dakwah dalam meningkatkan pemahaman keIslaman.</p>
3.	<p>Penelitian saudara Yoghi Ridho Firdaus (IAIN Salatiga, 2018), “<i>Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube,</i></p>	<p>Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, berfokus pada <i>youtube</i> sebagai media meningkatkan pemahaman dakwah</p>

<p><i>Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017, Fakultas Dakwah IAIN Salatiga</i>". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu apa saja materi dakwah yang diinginkan maupun yang dibutuhkan dalam konten-konten video islami berupa video ceramah islam yang ada dalam media <i>youtube</i>. dakwah melalui konten video ceramah yang didapat melalui media <i>youtube</i> dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari oleh mahasiswa.</p>	<p>di kampus IAIN Kendari Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.</p>
---	---

Berdasarkan hasil penelitian di atas, pada dasarnya penelitian yang dilakukan oleh penulis dan penelitian sebelumnya sama membahas tentang media sosial yaitu *youtube*, perbedaannya adalah peneliti membahas tentang "*Peran Youtube Sebagai Media Dakwah Dalam Memberikan Pemahaman Keislaman Kepada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah*", dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan terletak pada tempat atau lokasi penelitian.

## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 Pengertian Peran

Putri Diana dkk (2017:86) Istilah peran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mempunyai arti pemain sandiwara (film), tukang lawak pada permainan makyong, perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Menurut Abu Ahmadi (1982) peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsinya. Teori peran dalam literatur perilaku organisasi menyatakan bahwa sebuah lingkungan organisasi dapat memengaruhi harapan setiap individu mengenai perilaku seseorang dalam menjalankan peran. Menurut Sondang P. Siagian (2003:54) mengatakan bahwa peran adalah tempat yang ditentukan untuk seseorang dalam pencapaian suatu tujuan.

Peran *youtube* sebagai media sosial untuk menambah pemahaman mengenai dakwah Islam sangatlah penting karena dengan adanya media sosial *youtube* banyak yang bisa kita tonton seperti ceramah atau tausiah mengenai Islam yang sudah banyak tersebar di media sosial.

Para ahli menyatakan bahwa secara umum pengertian peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Menurut Koziar Barbaraperan adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam suatu sistem. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari luar maupun dalam yang bersifat stabil. Peran adalah bentuk perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. Peran menjadi bermakna ketika dikaitkan dengan orang lain.

## 2.2.2 Youtube

### 2.2.2.1 Pengertian *Youtube*

Nur Rohim (2019:20) *Youtube* menurut Dr. Rulli Nasrullah adalah media sosial berbasis *internet* dengan konten video, dalam media tersebut seseorang dapat memberikan berbagai informasi dengan cara membuat *channel*. Pemilik *channel* tersebut adalah khalayak yang mempunyai akun. Dari tiap *channel* tersebut pengguna dapat mengunggah video dengan berbagai kategori. Proses unggahan video tersebut seperti gambaran pada sebuah *channel* televisi yang dikemas dalam media sosial.

*Youtube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa “gambar bergerak” dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung, kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng-*upload*) video ke server *youtube* dan membaginya ke seluruh dunia. *Youtube* adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di *youtube* adalah video *klip*, *film*, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Salah satu layanan dari *google* ini, memfasilitasi penggunanya untuk meng-*upload* video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis.

Gede Lingga (2019:264) menegaskan bahwa pada dasarnya, *youtube* merupakan sebuah *website* yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video *klip* yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke

situs ini, seperti misalnya video *klip* musik dari musisi tertentu, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *youtube* merupakan sebuah media *online* yang digunakan oleh seluruh masyarakat, baik itu di Indonesia maupun di luar Negeri, mereka menggunakan *youtube* untuk mendapatkan informasi ataupun sebagai hiburan bagi orang yang sering menonton *youtube*. Tidak hanya itu kebanyakan dari mereka memiliki akun *youtube*, yang digunakan sebagai media untuk berbagi pengalaman, dan pengetahuan mereka.

Yunita Rini Puspita Ningrum (2018:33-34) Diperkirakan 20 jam durasi video di *upload* ke *youtube* setiap menit nya dengan 6 miliar *viewers* setiap hari *youtube* kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunanya fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi *youtube* saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan, beberapa fitur yang ada di *youtube* adalah sebagai berikut:

a. Pencarian

Fitur ini digunakan untuk menuliskan apa saja yang ingin dilihat atau di *download* seperti, animasi, *music*, *film*, dll.

b. Pengunggah video

Mengunggah atau *upload* video yaitu tempat untuk mengunggah video yang di inginkan, seperti video hasil karya sendiri ataupun video lain.

### 2.2.2.2 Karakteristik *Youtube*

Terdapat karakteristik dari *youtube* yaitu adalah sebagai berikut :

- a. Tidak ada batas durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan *youtube* dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal *Instagram*, *snapchat*, dan sebagainya.
- b. Sistem pengamanan yang mulai akurat. *Youtube* membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
- c. Berbayar, saat ini seperti yang sedang viral dimana-mana, *youtube* memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke *youtube* dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton, maka akan diberikan honorarium.
- d. Sistem *offline*, *youtube* mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya pada saat *offline* tetapi sebelumnya video tersebut harus di *download* terlebih dahulu.
- e. Tersedia editor sederhana, pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

### 2.2.2.3 Manfaat *Youtube*

Faiqah, Dkk. (2016:261-263) mengatakan bahwa *youtube* juga memiliki manfaat, yaitu:



a. Sumber Informasi

*Youtube* bisa menjadi sumber informasi bagi kebanyakan orang. Bisa kita lihat sendiri banyak sekali informasi-informasi tentang berbagai hal. Misalnya *review* sebuah barang, berita, yang lewat, *infotainment*, informasi tempat wisata dan masih banyak lagi.

b. Media promosi

Salah satu manfaat *youtube* bisa menjadi sebuah media promosi bagi orang yang mempunyai produk yang ingin dipromosikan. Kita juga bisa mempromosikan apa saja disini, mulai dari jasa, produk, tempat wisata dan sebagainya bahkan *trailer film* itu juga termasuk promosi.

c. Mengakses Video *Streaming*

Siaran yang ditayangkan di televisi lokal, nasional bahkan internasional, bisa diakses melalui *youtube*, baik siaran itu tentang maupun telah disiarkan.

d. Memberikan layanan gratis

Secara umum, *youtube* menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video-video yang masuk dalam sistemnya.

e. Men-*download* (unduh) beberapa video tertentu

*Youtube* memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu. Video yang demikian yang biasanya berukuran HD atau *High Definition* sehingga jika seorang pengguna ingin menonton sebuah video berkali-kali, ia hanya perlu mengunduhnya.



f. Mengakses video *informative*

Jika memperhatikan acara siaran TV belakangan, seringkali kita akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan *Courtesy: youtube* di bagian bawah layar televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan *youtube* sebagai referensi dalam menyusun konten acara.

g. Mendukung industri hiburan

*Youtube* membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video *klip* dari penyanyi atau band kesayangan, *film* dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video ber-*genre* hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran *youtube* di sini sangat berperan penting dalam menyukseskan dan memajukan industri dunia hiburan.

h. Memperkuat *branding* lembaga/Institusi

Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, siswa yang ingin mengetahui video ilmiah terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah, pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, *youtube* digunakan sebagai media *branding* lembaga atau organisasi. Dengan merekam aktivitas rutin yang terjadi di dalam suatu lembaga atau lembaga-lembaga binaannya, khalayak dapat memiliki gambaran lebih untuk mengetahui suatu organisasi.

i. Mengetahui respon dan komentar khalayak

Fitur ‘suka’ dan ‘komentar’ dalam *youtube* sangat memudahkan pengguna yang mengunduh dan membagi sebuah video tertentu untuk mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya.

#### **2.2.2.4 Kelebihan dan Kekurangan *Youtube***

*Youtube* memiliki kelebihan yaitu menjadi sumber informasi berbagai pihak, menjadi media promosi yang baik, sumber hiburan yang kaya akan kreativitas, menjadi sumber penghasilan, berbagi kegiatan dengan *live streaming*. Sedangkan kekurangan media *youtube* adalah masih banyak berita *hoax*, masih ada konten-konten yang tidak pantas untuk dilihat oleh anak-anak dibawah umur, masih banyak video-video orang dewasa yang bisa diakses oleh siapa saja, dan masih banyak lagi. Adapun kelebihan dan kelemahan *youtube* adalah sebagai berikut:

##### **a. Kelebihan**

- 1) Dengan *youtube* kita bisa melihat dan mengambil berbagai video yang belum kita lihat di TV sebelumnya, sehingga kita tidak melewatkan informasi maupun *infotainment*.
- 2) Di Dalam *youtube* terdapat menu “*search*” sehingga apabila kita masukkan nama atau jenis video yang ingin diambil maka akan secara otomatis dan cepat akan muncul video yang kita inginkan.
- 3) *Youtube* terdapat berbagai jenis format video yang bisa kita pilih sesuai dengan aplikasi pemutar video yang kita punya.
- 4) Gambar video di *youtube* sudah bagus sehingga kita nyaman dan jelas apabila menontonnya.

b. Kekurangan

- 1) Apabila koneksi *internet* kita lama atau lambat *loading*, maka mengambil video di *youtube* pun akan terganggu dan mungkin kita akan menunggu sampai pulih kembali.
- 2) Video didalam *youtube* umumnya memiliki ukuran atau kapasitas sangat besar.
- 3) *Youtube* tidak menyediakan aplikasi pengambilan video di *website*, sehingga kita harus mencari aplikasi lain seperti *keepvid* dan *youtube downloader*.
- 4) *Youtube* menyediakan fasilitas *upload* video bagi siapa saja, sehingga disini dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya saja *upload* video porno dan video tentang penghinaan terhadap golongan tertentu.

### 2.2.3 Media Dakwah

Hafied Cangara (2007:25) menyatakan bahwa Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Secara etimologi, kata media merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berasal dari bahasa latin “medius” yang berarti tengah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat diartikan pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber dan penerima pesan. Media juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam proses penyajian

informasi. Secara etimologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.

Fathul Bahri An-Nabiry (2016:17) Secara Bahasa dakwah berarti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu, mendo'a, atau memohon. Sedangkan dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah merupakan bentuk mashdar dari kata kerja *da'a, yad'u, da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak.

Ropingi el Ishaq (2016:11) Secara terminologis/istilah, kata dakwah didefinisikan oleh banyak tokoh dengan berbagai pengertian (*ta'rif*).

- a. Menurut A. Hasjmy, Dakwah Islamiah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.
- b. Menurut Syekh Ali Mahfudz sebagaimana juga dikutip oleh Moh. Ali Aziz dari kitab *Hiadayatul Mursyidin* dinyatakan bahwa dakwah adalah mengajak (mendorong) manusia untuk mengikuti kebenaran dan petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c. Menurut Hamzah Yakub

Dakwah ialah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-nya.

Dari beberapa definisi tersebut dapat digaris bawahi bahwa pengertian dakwah adalah kegiatan menyampaikan pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (Islam) kepada obyek (individu, kelompok, masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan penuh kesadaran sehingga terwujud sistem

sosial yang harmonis dan damai pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Kustadi Suhandang (2013:11) menyatakan bahwa di dalam ayat Al-Qur'an telah dijelaskan beberapa ayat yang menyuruh kaum Muslimin agar mendakwahi manusia bersabilillah di jalan Allah SWT, terdapat pula perintah agar sekelompok kaum Muslimin agar menyeru manusia untuk berbuat kebajikan, melakukan amar ma'ruf dan nahi mungkar. Serta perintah kepada Rasul SAW menyampaikan wahyu yang telah diwahyukan kepadanya.

Dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik, dakwah mengandung ide tentang kemajuan sebuah proses terus-menerus menuju kepada hal yang baik ataupun lebih baik untuk mewujudkan tujuan dakwah. Dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu dan dalam prakteknya, dakwah merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.

Al-Qur'an (3:104) Titik tolak untuk mendasari hukum dakwah adalah Al-Qur'an dan as-Sunnah. Dari dasar inilah dakwah menjadi suatu kewajiban bagi setiap manusia yang mengaku dirinya telah Islam. Banyak ayat dan hadits yang telah menyebutkan tentang dakwah. Diantaranya adalah (Q.S Ali imran 3:104):

وَأَتَّكِنُ مِّنْكُمْ أُمَّةً يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahan:

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari

yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Qur’an 3:104)

Mansur, dkk, (2009:91) menyatakan bahwa secara bebas, dakwah adalah suatu proses penyampaian/penyeruan informasi ilahiah kepada para hamba manusia yang merupakan bagian integral dari hidup dan kehidupan setiap individu muslim. Dakwah adalah rekayasa dan reka daya untuk mengubah segala bentuk penyembahan kepada selain Allah menuju kepada keyakinan tauhid.

Asep Muhiddin (2002:41) Hakikat dakwah dapat dirumuskan sebagai kewajiban mengajak manusia ke jalan Tuhan dengan cara bijak, tegas, dan benar, pelajaran yang baik dan bantahan yang lebih baik. Adapun respon manusia terhadap ajakan ke jalan yang Tuhan tadi dapat berupa respon positif maupun sebaliknya, respon negatif.

Faizah dan Lalu Muchsin (2006:6-7) Dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam di dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang dikemukakan oleh Muhammad Abu al-Futuh dalam kitabnya *al-madkhal ila ‘Ilm ad-Da’wat*, menurut beliau, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan ajaran agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikkannya (*thathbiq*) dalam realitas kehidupan. Menurut beliau, hakikat dakwah harus mencakupi tiga fase pelaksanaan dakwah, yaitu penyampaian, pembentukan dan pembinaan.

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah atau ajaran Islam kepada *mad’u*. Media dakwah menjadi penhubung pesan dakwah yang disampaikan sehingga dapat dimengerti dan dipahami oleh orang yang mendengarkan (*mad’u*) dengan baik. Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila dapat menyesuaikan diri dengan orang yang menyampaikan

pesan dakwah, proses dakwah tanpa media tidak bisa mencapai tujuan yang maksimal.

### 2.2.3.1 Unsur-Unsur Dakwah

M. Munir & Wahyu Ilaihi (2006:21-23) Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi.

Nasaruddin Lathief mendefinisikan bahwa da'i adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama. Ahli dakwah adalah *wa'ad, mubaligh mustama'in* (juru pemerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam.

Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihidirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.

#### b. Mad'u

*Mad'u* yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau objek dakwah, baik secara individu maupun kelompok, yang beragama Islam



maupun bukan beragama Islam. Dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

c. *Maddah* (materi) Dakwah

Slamet Muhaemin Abda (1994:45) menyatakan bahwa pada dasarnya materi dakwah adalah Al-Qur'an dan as-Sunnah. Al-Qur'an merupakan sumber utamanya, ia merupakan materi pokok yang harus disampaikan dalam dakwah dengan bahasa yang dapat dimengerti oleh masyarakat atau *mad'u*. Al-Qur'an merupakan wahyu Allah yang mutlak kebenarannya dan dijaga sendiri oleh Allah keutuhannya, keaslian dan keakuratannya. Sebagai pedoman hidup Al-Qur'an telah terkandung lengkap petunjuk, pedoman, hukum, sejarah serta prinsip-prinsip baik yang menyangkut masalah keyakinan, peribadatan, pergaulan, akhlak, politik, ilmu pengetahuan, teknologi dan segala aspek kehidupan manusia.

**2.2.3.2 Media Sosial**

Putri, Dkk. (2016:56) mengatakan bahwa, Media sosial (*social Networking*) adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, sosial *network* atau jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia *virtual*. *Blog*, jejaring *sosial* dan *wiki* mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis *internet* yang membangun di atas dasar ideologi dan

teknologi *Web 2.0*, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

Menurut Ari Wibowo (2018:237), Media sosial adalah bagian penting dari media dakwah kontemporer, dengan kebebasan akses jaringan yang luas dan cepat sangat potensial untuk mencapai kesuksesan dakwah. Akan tetapi, media sosial sebagai perangkat teknologi memiliki dua dampak dalam penggunaannya, ada dampak positif dan negatif.

Meutia Puspita Sari (2017:5) Mandiberg mengungkapkan media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada batasan individu.

#### **2.2.4 Pemahaman Keislaman**

Secara etimologi kata pemahaman berasal dari kata "paham" yang berarti mengerti benar atau memahami benar. Pemahaman merupakan proses berfikir dan belajar, karena untuk meraih pemahaman perlu diikuti dengan belajar dan berfikir. Pemahaman merupakan proses, perbuatan dan cara memahami. Sedangkan secara terminologi, para ahli pendidikan memberikan definisi pemahaman, yaitu:

- a. Menurut Anas Sudjiono pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi.

- b. Suharsimi menyatakan bahwa pemahaman adalah bagaimana seseorang mempertahankan, membedakan, menduga, menerangkan, memperluas, menyimpulkan, dan memperkirakan.
- c. Menurut Ngalim Purwanto pemahaman adalah tingkat kemampuan yang mengharapakan seseorang mampu memahami arti atau konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya.

Dengan pengetahuan, seseorang belum tentu memahami sesuatu yang dimaksud secara mendalam, hanya sekedar mengetahui tanpa bisa menangkap pemahaman, seseorang memiliki pemahaman tidak hanya bisa menghafal sesuatu yang dipelajari dan mampu memahami konsep dari pelajaran tersebut. Nurdin (2015: 137) mengatakan bahwa pemahaman keislaman dapat dilihat dari tipologi yang dikemukakan oleh Mukti Ali yang merupakan metode yang berisi klasifikasi topik dan tema sesuai dengan tipenya, lalu dibandingkan dengan topik dan tema yang mempunyai tipe yang sama.

