

**RESPON PENONTON TERHADAP PESAN DAKWAH
DALAM PODCAST YOUTUBE KOIPANAS CHANNEL
(Studi Etnografi Virtual)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

SITI PRIHATIN NINGSIH

NIM : 1917102033

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF.KH. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Siti Prihatin Ningsih
NIM : 1917102033
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul “Respon Penonton Terhadap Pesan Dakwah Dalam Podcast YouTube Kopipanas Channels (Studi Etnografi Virtual). Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka, saya berhak menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 15 Juni 2023



Siti Prihatin Ningsih

NIM. 1917102033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsalzu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

Respon Penonton Terhadap Pesan Dakwah
Dalam Podcast You Tube Kopipanas Channel
(Studi Etnografi Virtual)

Yang disusun oleh Siti Prihatin Ningsih NIM 1917102033 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal 06 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Pembimbing

Arsam, M.S.I

NIP.197808122009011011

Sekretaris Sidang/ Penguji II

Anas Azhimi Qalban, M.Kom

NIP.-

Penguji Utama

Dr. Nawawi, M.Hum

NIP. 197105081998031003

Pengesahkan,
Purwokerto, 06 Juli 2023
Dekan,

Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag
NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melaksanakan bimbingan, koreksi dan perbaikan-perbaikan terhadap penulisan skripsi dari mahasiswa:

Nama : Siti Prihatin Ningsih
NIM : 1917102033
Jenjang : S-1
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Respon Penonton Terhadap Pesan Dakwah Dalam Podcast YouTube Kopipanas Channels (Studi Etnografi Virtual)

Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos)

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Purwokerto, 15 Juni 2023

Pembimbing



Arsam, M.S.I

NIP. 19780812 2009011011

MOTTO

“Percayalah selagi kita tetap berjuang, maka kita akan sampai pada tujuan meskipun harus melewati badai”

“Aku tahu apa yang membuatku jatuh, maka aku harus tahu bagaimana caranya bangkit”

“Barang siapa keluar mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah SWT hingga ia kembali.” (H.R Tirmidzi)



**RESPON PENONTON TERHADAP PESAN DAKWAH
DALAM PODCAST YOUTUBE KOPIPANAS CHANNEL**

(Studi Etnografi Virtual)

Siti Prihatin Ningsih

NIM. 1917102033

Prihatinningsih18@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang begitu pesat mampu membuka segmen baru dalam dunia dakwah. Munculnya metode dakwah baru dan kekinian dapat dilakukan oleh para pendakwah untuk menyebarluaskan ajaran Islam agar bisa diterima oleh *mad'u* atau masyarakat sebagai sasaran dakwah. Salah satu media baru dalam dunia dakwah yaitu media sosial khususnya *podcast*. Penggunaan *podcast* untuk berdakwah menjadi hal yang menarik untuk diteliti, terkait bagaimana perhatian para *mad'u* online dalam menerima pesan dakwah. Penulis berusaha meneliti terkait bagaimana respon penonton terhadap pesan dakwah dalam *channel youtube* kopipanas.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan studi pendekatan etnografi virtual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast youtube* kopipanas channel. Penulis mengkaji penelitian ini dengan menggunakan Analisis Media Siber yang didalamnya terdapat empat level penelitian, yaitu ruang media, dokumen media, objek media, dan level pengalaman media. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ditemukan beberapa respon penonton yang dikelompokkan menjadi tiga aspek, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Respon kognitif penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* Kopipanas Channels adalah positif. Respon afektif hasilnya ada yang positif dan ada yang negatif. Untuk respon konatif belum ditemukan dalam penelitian ini. Para penonton lebih banyak merespon berdasarkan aspek pengetahuan dan perasaan mereka.

Kata kunci : Respon, Podcast Youtube, Pesan Dakwah, Etnografi Virtual

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil ‘Aalamin. Karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tidak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Ujang Slamet dan Ibu Munirah yang telah melahirkan, merawat, membimbing, melindungi dan menasehati dengan tulus dan penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan sepenuh hati.

Skripsi ini saya persembahkan juga kepada kakak tercinta, yang selalu menjadi support system terbaik, selalu memberikan dukungan, semangat serta motivasi penuh. Dan terspesial saya persembahkan untuk diri saya sendiri, karena telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir saya persembahkan skripsi ini untuk mereka yang selalu bertanya “Sudah sampai mana skripsimu, kapan skripsimu selesai?”, teruntuk mereka juga yang membandingkan proses dengan orang lain. Teruntuk mereka yang mengukur keberhasilan mahasiswa dari seberapa cepat skripsi selesai. Ketahuilah setiap orang punya proses dan jalannya masing-masing. Kita tidak pernah tahu secepat apa badai yang menghantam proses orang lain. Mungkin saya tidak secepat mereka diluar sana, tapi hal yang selalu saya syukuri adalah saya bisa lulus tepat pada waktunya. Sekali lagi terimakasih untuk diri saya sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis berkesempatan menyelesaikan skripsi dengan baik. Dan tak lupa sholawat serta salam senantiasa dipanjatkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di akhirat nanti. Penyelesaian tugas skripsi ini adalah salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Selama proses penulisan skripsi ini, cukup banyak rintangan yang penulis lalui, sehingga penulis sadar bahwa untuk mencapai di titik ini tidak lain karena banyak mendapatkan bimbingan serta do'a terbaik dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. K.H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Uus Uswatusolihah, M.A., Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Bapak Arsam, M.S.I, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sepenuh hati membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi.
9. Segenap Dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya Dosen Program Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah banyak memberi ilmu dengan tulus, semoga berkah dan bermanfaat.
10. Segenap Staff Administrasi Fakultas Dakwah serta Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Orang tua penulis Bapak Ujang Slamet dan Ibu Munirah, yang telah memberi dukungan, semangat dan do'a yang tiada henti.
12. Seluruh sanak saudara, terutama kerabat , yang sudah memberi ruang, semangat, materil dan doa tiada henti.
13. Kerabat dekat yang tak bisa disebutkan satu-satu. Terimakasih atas do'a dan dukungan.
14. Teman seperjuangan keluarga besar KPI A 2019 atas segala semangat dan dukungan yang diberikan.
15. Teman dekat penulis, yang tidak bisa saya sebut satu persatu beserta keluarganya yang senantiasa mendukung, memberikan semangat disetiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Terimakasih untuk diri saya sendiri Siti Prihatin Ningsih, terimakasih sudah bertahan dan berjuang sampai saat ini, semoga harapan dan do'a dapat tercapai dengan baik. Aamiin ya Robbal'alamiin.

Purwokerto, 06 Juni 2023

Hormat Saya,



Siti Prihatin Ningsih

NIM. 1917102033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah.....	7
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Telaah Pustaka	11
G. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Respon	17
B. Pesan Dakwah.....	23
C. <i>Podcast</i>	26
D. <i>Podcast Youtube</i>	28
E. <i>Youtube</i>	28
F. Studi Etnografi Virtual	32
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Waktu Penelitian	38
C. Sumber Data	38

D. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
E. Teknik Penentuan Respon <i>Viewers</i>	38
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Podcas Youtube Kopipanas Chanel.....	43
1. Kopipanas Channels	43
2. Profil Gus Muhammad Nailur Rohman dan Ning Widad Bariroh	44
B. Temuan Data Penelitian	45
1. Prosedur Pembuatan dan Penggunaan YouTube.....	46
2. Isi Konten YouTube Kopipanas Channels	51
3. Respon Penonton Terhadap Video Dakwah Pada Akun Kopipanas Channel	64
C. Hasil Analisis Data.....	78
1. Ruang Media	80
2. Dokumen Media	83
3. Objek Media	85
4. Pengalaman Media.....	89
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	109

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu dan zaman semakin berkembang, kemajuan teknologi berkembang begitu pesat. Kecanggihan teknologi mampu menghadirkan media-media baru, yang mampu memenuhi konsumsi masyarakat akan kebutuhan informasi dan juga komunikasi. Perkembangan teknologi yang begitu pesat tersebut telah membuka segmen baru dalam dunia dakwah. Munculnya metode dakwah baru dan kekinian dapat dilakukan oleh para pendakwah untuk menyebarluaskan ajaran Islam agar bisa diterima oleh mad'u atau masyarakat sebagai sasaran dakwah. Menghadapi hal tersebut, maka para da'i dituntut untuk bisa melek digital atau teknologi dan kreatif menemukan formulasi gaya dakwah yang baru agar menarik minat masyarakat.

Islam mewajibkan dakwah untuk dilakukan baik dengan cara individu maupun kelompok. Media sosial dakwah memiliki peranan yang berkaitan dengan dakwah dengan model baru, yang juga berperan untuk menyebarkan dakwah secara luas dan menyeluruh. Agama Islam juga mengatur bagaimana tata cara dakwah yang baik salah satunya bisa dilakukan dengan menasehati atau menegur dengan cara yang baik dan santun.¹ Hal demikian tertuang dalam al-qur'an surat An-Nahl ayat 125 , sebagai berikut :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَا دِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ

ضَلَعَن سَبِيلَهُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

¹Humairah, "Respon Remaja Terhadap Video Dakwah Source Of Happiness Pada AkunInstagram Ustadzah Haneen Akira" (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018),hal.2.

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Ayat Al-Qur'an diatas menuntut para da'i untuk menyeru pada kebenaran dan kebaikan dengan menggunakan cara dan pendekatan yang bijaksana. Metode dakwah diharuskan agarsesuai dengan kebutuhan zaman dan kemampuan masyarakat. Era digital telah mempermudah setiap orang untuk mengakses, menyampaikan dan menyebarkan informasi tanpa terikat ruang dan waktu. Para *da'i* dapat memilih bermacam-macam platform digital untuk berdakwah, salah satunya yaitu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Contohnya seperti Youtube, Facebook, Twiter, Instagram, dan juga *Podcast*.

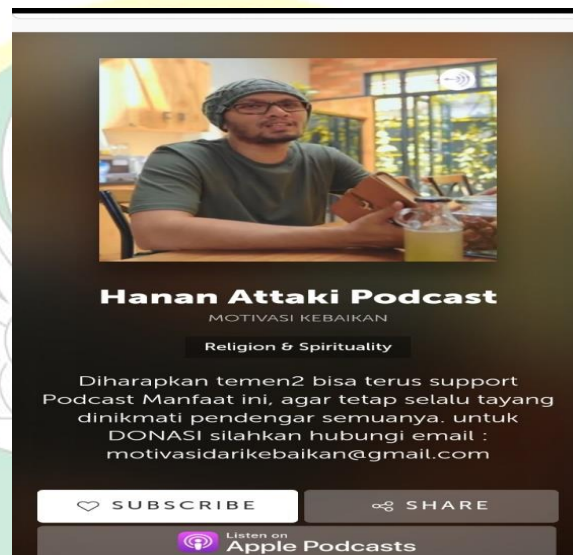
Dilansir dari TiNews.Com mencatat bahwa jumlah pemakai media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pengguna di awal tahun 2022. Dengan begitu artinya pengguna media sosial dari tahun 2021 hingga 2022 mengalami kenaikan sekitar 21 juta (+12,6 persen).²



Gambar 1.1 Data pengguna internet dan media sosial

² Tinews.com, Jumlah Pengguna Media Sosial Tahun 2022 ,Google Juni 14 , 2022 <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617810/jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-tahun-2022>

Banyaknya pengguna media sosial menjadi kesempatan untuk para da'i dalam berdakwah di media sosial. Kesuksesan berdakwah dengan memanfaatkan teknologi dapat dilihat dari ustad Abdul Shomad (UAS), Ustad Adi Hidayat, Ustadz Hanan Attaki yang kini sudah merambah di media sosial untuk berdakwah. Ustad Hanan Attaki bahkan sudah memiliki podcast dakwah sendiri. Banyak tema tema dakwah menarik yang bisa didengarkan kapan saja melalui *podcast*nya. Berikut tampilan dari *podcast* Hanan Attaki.



Gambar 1.2 Podcast Hanan Attaki

Podcast adalah file media berbasis web yang dapat dibagikan melalui Internet dan diputar di pemutar digital.³ Secara rangkuman dari beberapa literatur, *podcast* dapat didefinisikan sebagai program dalam format digital (bisa berupa program *audio* atau *video*) yang dapat diunduh dari internet. Sama seperti radio, *podcast* menampilkan program tentang berbagai topik. Biasanya satu topik atau pembahasan ditampilkan per episode. Dilihat dari sudut pandang pendengar, *podcast* menawarkan kebebasan untuk memilih topik apa yang akan didengarkan. Diartikan

³ Jham,B.C.,dkk, Joining The Podcast Revolution. Journal Of Dental Education, 2008 : <https://doi.org/10.1002/j.00220337.2008.72.3.tb04493.x>

dengan kata lain, topik yang disajikan dalam podcast disesuaikan dengan kebutuhan pendengar.⁴

Podcast sendiri adalah bentuk rekaman audio digital , atau bisa dikatakan sebagai radio elektronik. *Podcast* hadir sebagai platform baru untuk mengakses dan menyampaikan informasi. *Podcast* awal mulanya berbentuk *audio* namun saat ini *podcast* juga hadir dalam format *video*. Untuk bisa mendengarkan informasi dari podcast tersebut kita bisa menikmati melalui situs podcast seperti Potdail.com maupun melalui aplikasi seperti Spotify , Anchor dan lain sebagainya.

Seiring berjalannya waktu kini *podcast* hadir dengan versi baru, yaitu berupa tayangan podcast melalui kanal youtube. Tayangan *Podcast* ini merupakan sebuah konten dengan membahas suatu topik tertentu. Kini *podcast* sudah tidak perlu mendownload aplikasi khusus namun kita bisa menikmati *podcast* dalam bentuk *video* melalui tayangan di *youtube*. Dalam *youtube* seorang kreator dapat lebih leluasa berbicara dengan durasi yang lumayan lama, dan tentunya bisa lebih santai. Salah satu artis yang memanfaatkan *youtube* sebagai konten untuk *podcast* adalah Deddy Corbuzier. Bahkan konten podcastnya saat ini sedang trend dan banyak disukai kalangan muda. *Podcast* Dedy Corbuzier menghadirkan topik menarik dan terkini dengan mendatangkan artis yang sedang viral sebagai narasumber.

Setelah meneliti berbagai *podcast*, penulis tertarik untuk meneliti podcast Kopipanas Channels. *Podcast* ini merupakan *podcast* dakwah yang menyajikan beragam informasi mengenai Islam, baik dari segi kehidupan, kebudayaan , maupun kemasyarakatan dikemas dengan gaya pembicaraan yang hangat dan juga santai. Dengan adanya *podcast* dakwah dengan kreasi baru tersebut membuktikan bahwa dakwah mampu

⁴ Rif'atul Himmah, dkk., *Podcast Sebagai Media Suplemen Pembelajaran Jarak Jauh Di Era Pandemi: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, Vol.5, No 1, Juli- Desember 2021.Hlm.27.

berkembang dengan mengikuti perkembangan teknologi. Berikut disajikan salah satu gambar tayangan dakwah *Kopipanas Channels*.



Gambar 1.3 Konten dakwah *podcast* Kopipanas

Kopipanas channel merupakan sebuah akun *youtube* berbentuk *podcast* yang dimoderatori oleh pasangan suami istri yaitu Gus M. Nailul Rochman dan Ning Widad Bariroh dari Pasuruan, Jawa Timur. Keduanya aktif berdakwah melalui media sosial seperti melalui NU Online Jawa Timur, kemudian merambah ke *podcast youtube*, selain itu dakwahnya juga dimuat di sosial media *instagram* dengan nama *kopipanas channels*. *Podcast* dakwah tersebut sudah berjalan kurang lebih selama satu tahun. Dalam *podcast* tersebut membicarakan banyak materi mengenai *islam* dan syariatnya dengan menghadirkan tokoh dakwah sebagai pembicara, seperti Ning Sheila Hasina, Ning Khilma Anis (penulis novel), dan para pendakwah lainnya. *Channel youtube* tersebut memiliki 10,9 ribu *subscriber*, dan beberapa videonya juga memiliki ribuan penonton.

Youtube yang digunakan sebagai media dakwah ini tentunya memudahkan para *da'i* untuk menyampaikan pesan dakwah baik melalui *vlog*, *podcast*, maupun kreasi konten lainnya. *Youtube* yang mudah diakses ini dapat ditonton kembali, dan dapat diakses sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat. Setiap tayangan di *youtube* juga dapat ditonton

kembali tanpa adanya batasan waktu. Selain itu dari *youtube* para pengguna juga dapat bersosialisasi melalui fitur komentar. Dari fitur komentar ini dapat digunakan untuk mengetahui respon pengguna terhadap kualitas *video* yang ditayangkan, sehingga hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi, dan bertukar ide serta bahan referensi membuat *video* selanjutnya.⁵

Dilihat dari pemaparan diatas, munculah pertanyaan bagaimana respon penonton sebagai *mad'u* secara online tersebut. Untuk itu peneliti berusaha mencari tahu bagaimana respon penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast youtube Kopipanas Channel*. Alasan mengapa peneliti memilih *Kopipanas channel* adalah karena *channel* ini merupakan salah satu konten dakwah yang dikemas dalam bentuk *podcast* melalui kanal *youtube*. Selain itu *podcast* ini menyampaikan informasi dan obrolan seputar islam dengan cara yang cukup unik, dengan berdiskusi bersama narasumber yang didatangkan sesuai dengan topik pembicaraannya. *Channel* ini juga menghadirkan isu - isu terkini atau kontemporer yang dikaitkan dengan dakwah , atau membahas fenomena yang terjadi dalam kehidupan jika dilihat dari perspektif islam.

Berbicara mengenai respon penonton, dari respon ini dapat ditemukan suatu pola komunikasi atau interaksi pengguna media sosial *youtube*, serta bagaimana budaya penonton ketika berada dilingkungan online, sehingga adanya penelitian ini bukan sekedar melihat bagaimana tanggapan penonton saja tetapi penulis juga dapat mengungkap realitas dibalik dunia online tersebut melalui respon dari penonton yang posisinya sebagai pengguna dan juga *mad'u* secara online. Sehingga penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana respon dari penonton pada akun *youtube* tersebut.

⁵ Ifwana Fairuzil Faradini, "Analisis Respon Warganet Pada Akun Youtube The Newsroom Net" (Tulungagung : UIN Sayyid Ali Rahmatullah),hal.3.

Guna mengetahui respon penonton, maka peneliti berusaha mengamati interaksi penonton melalui kolom komentar, karena dari kolom komentar kita akan melihat pola interaksi penonton, dimana mereka berusaha memberikan komentar atau pendapatnya terhadap apa yang mereka lihat, sehingga dari hal ini kita juga dapat mengetahui model warganet masa kini ketika bersosial media dan bagaimana cara mereka menanggapi suatu hal.

B. Penegasan Istilah

1. Respon

Respon berasal dari kata *response*, yang artinya jawaban atau tanggapan, reaksi komunikasi terhadap pesan yang disampaikan.⁶ Menurut kamus psikologi respon diartikan sebagai reaksi sebuah organism terhadap suatu stimulus.⁷ Melihat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, respon adalah tanggapan terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi.⁸

Berikut pengertian respon menurut beberapa ahli :

- a. Ahmad Subandi (1982 : 50) mendefinisikan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menentukan baik tidaknya suatu proses komunikasi yang berjalan. Beliau mengatakan dengan adanya respon maka dapat menetralsir kesalahan dalam menafsirkan proses komunikasi.
- b. Jalaludin Rakhmat , menjelaskan pengertian respon yaitu suatu kegiatan dari seseorang atau kelompok, dimana hal itu bukan semata mata kegiatan yang positif, respon juga dapat diartikan perilaku atau kegiatan yang timbul akibat adanya rangsangan tertentu.

⁶ O.U. Effendy, “*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*” (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya,2013)hal.19.

⁷ Arhtur.R & Emily S.R “*Kamus Psikologi*” (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010)hal.829.

⁸ Depdikbud, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*” (Jakarta : Balai Pustaka,1996)hal.838.

- c. Effendy, menurutnya respon merupakan umpan balik atau *feedback* yang didapat oleh komunikator dari komunikan. Umpan balik tersebut terjadi setelah adanya pesan tersampaikan, pesan tersebut bisa jadi didapat dari penggunaan media massa.

2. Pesan Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa arab yang artinya ajakan, seruan atau panggilan. Sedangkan secara *terminologis* dakwah yaitu ajakan untuk berbuat baik, menuju jalan yang diridhai oleh Allah SWT, baik secara lisan, tulisan ,maupun perbuatan dengan tujuan mendapatkan petunjuk di dunia dan diakhirat.⁹

Isi dari dakwah yang disampaikan *da'i* dinamakan pesan dakwah. Dengan demikian dapat diartikan bahwa pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan oleh *da'i* dan diterima oleh *mad'u*. Pesan dakwah memiliki ciri universal, artinya menyeluruh atau meliputi semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai luhur yang diterima oleh setiap manusia yang beradab.

3. Podcast

Podcast adalah bentuk rekaman *audio* digital, atau biasa dikatakan sebagai radio elektronik. *Podcast* muncul pertama kali pada tahun 2004, yang diperkenalkan oleh Ben Hammersley. Awalnya *podcast* berbentuk rekaman *audio*, namun seiring dengan bertambah canggihnya teknologi kini *podcast* bisa berbentuk rekaman *video*. *Podcast* yang merupakan materi berbentuk audio dan *video* ini dapat diakses melalui internet, yang dapat diputar kapan saja dan dimana saja.

4. Youtube

Youtube merupakan sebuah situs video *sharing* (berbagi video), yang memuat video dan berbagi klip video secara gratis. Youtube

⁹ Sanwar Aminuddin, Pengantar Study Ilmu Dakwah Islam (Jakarta : Bulan Bintang),hlm.2.

pertama kali muncul pada tahun 2005, yang dilahirkan oleh Chand Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim yang merupakan mantan karyawan perusahaan finance online PayPal di Amerika Serikat. Nama *Youtube* ini terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo.¹⁰

5. Studi Etnografi Virtual

Etnografi secara bahasa berasal dari bahasa Yunani, gabungan dari kata *ethnos* dan *graphein*. *Ethnos* berarti warga suatu bangsa atau masyarakat, dan *graphein* berarti tulisan atau artefak. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, etnografi bisa diartikan sebagai (1) deskripsi tentang kebudayaan suku-suku bangsa yang hidup; (2) ilmu tentang pelukisan kebudayaan suku-suku bangsa yang hidup tersebar di muka bumi. Secara sederhana etnografi adalah artefak (peninggalan budaya) yang berasal dari suatu masyarakat.¹¹

Etnografi virtual atau biasa dikenal dengan netnografi merupakan metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial atau kultur pengguna di ruang siber.¹² Etnografi virtual merupakan pendekatan (metode) baru dalam melihat budaya di dunia virtual. Secara sederhana etnografi virtual dapat didefinisikan sebagai metode etnografi yang digunakan untuk mengungkap realitas, baik yang tampak maupun tidak, dari komunikasi termediasi komputer diantara *entitas* (anggota) komunitas virtual di internet.¹³

¹⁰ Tanburuka Apriadi, *Literasi Media, Cerdas Bermedia, Khalayak Media Masa* (Depok : PT.Raja Grafindo Persada, 2013), hlm.83.

¹¹ Ryan Alamsyah. *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomic.Islam*. Skripsi Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018). Hlm. 7. Diambil dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=etnografi+virtual&oq=etnogra#d=gs_qabs&u=%23p%3DSz_WDEPdQpYJ.

¹² Vista Dini Astika. *Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram*. Skripsi. (Purwokerto: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Purwokerto, 2020). Hlm. 5-6.

¹³ Ryan Alamsyah. *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomic.Islam*. Skripsi. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018). Hlm. 8. Diambil dari:

C. Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana respon penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* youtube Kopipanas *Channels* ditinjau dari perspektif studi etnografi virtual dengan Analisis Media Siber.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahamibagaimana tanggapan atau respon yang diberikan oleh penonton terhadap pesan dakwah yang disampaikan dalam *podcast youtube* Kopipanas *Channel*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menjadi referensi bagi mahasiswa untuk studi lanjut khususnya dalam bidang dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- b. Fenomena kegagalan komunikasi muncul di berbagai kanal media yang bermunculan merupakan isu yang sangat kritis, sehingga kajian ini dapat memberikan pemahaman yang luas kepada masyarakat, khususnya penggiat media, untuk menjaga stabilitas dan keseimbangan pesan komunikasi.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk lebih memahami pola interaksi dan komunikasi di dalam konten *youtube*.
- d. Kajian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk penelitian atau kajian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai pembelajaran dalam dunia komunikasi tentang bagaimana pemanfaatan media sosial untuk tujuan dakwah.

- b. Dapat meningkatkan pemahaman tentang bagaimana mengkaji dakwah melalui *channel youtube* khususnya *podcast*.
- c. Dalam praktiknya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk menganalisis fenomena media sosial, khususnya di *youtube*, yang mengkaji makna netnografis dari konten yang dihasilkan suatu komunitas.
- d. Diharapkan penelitian ini dapat membuka mata masyarakat agar lebih cerdas dan bijak dalam bermedia sosial, khususnya dalam hal meninggalkan komentar di suatu konten *youtube* yang tentunya memiliki efek yang tidak terkendali.
- e. Penelitian ini dapat dijadikan alternatif untuk memahami makna tersirat dari suatu konten, sehingga pengguna dapat lebih berhati-hati dalam berperilaku di media sosial.

F. Telaah Pustaka

Respon penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* youtube merupakan sebuah topik atau tema yang menarik untuk dianalisis. Tema ini bukanlah hal baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Dakwah, meskipun demikian, dari hasil penelusuran peneliti, belum ditemukan adanya penelitian yang membahas mengenai “Respon Penonton Terhadap Pesan Dakwah Dalam Podcast Youtube Kopipanas Channels”. Dibawah ini penelitian yang relevan antara lain :

1. “Analisis Pesan Dakwah Terhadap Respon Netizen Habib Ja’far Husein Dalam Chanel Youtube Jeda Nulis” yang diteliti oleh Muhaimin Abdullah mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana isi dari pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Ja’far sekaligus mengetahui bagaimana respon dari netizen. Jenis penelitian ini merupakan jenis kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisisnya menggunakan *content analysis*.

Kesamaan dengan penelitian ini adalah keduanya mempelajari tentang bagaimana respon penonton terhadap pesan dakwah dalam konten *youtube*. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, penelitian Muhaimin Abdillah objeknya adalah chanel *youtube* Jeda Nulis Habib Ja'far Husein, sementara objek penelitian yang digunakan peneliti yaitu *Kopipanas Channels*. Selain itu perbedaan lain terletak pada studi pendekatannya, penelitian di atas menggunakan studi pendekatan deskriptif kualitatif sementara penelitian yang dikerjakan peneliti menggunakan studi pendekatan etnografi virtual.

2. Penelitian Humairah, mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul “Respon Remaja Terhadap Video Dakwah *Sourch Of Happines* Pada Akun Instagram Ustadzah Haneen Akira”. Penelitian ini berfokus untuk mencari tahu perbedaan antara respon kognitif, afektif, dan konatif terhadap video dakwah *Sourch Of Happiness* pada akun instagram Ustadzah Haneen Akira. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik dengan pengambilan sampel sejumlah 100 penonton dari jumlah followers.

Persamaannya terletak pada tema yang diambil yakni sama sama meneliti mengenai respon penonton terhadap konten dakwah dalam dalam media sosial. Perbedaannya adalah media sosial yang diteliti Humairah adalah instagram, sementara peneliti fokus media sosialnya adalah *youtube*. Selain itu metode penelitian yang digunakan pada hasil penelitian Humairah adalah metode kuantitatif, sementara peneliti menggunakan metode kualitatif dengan studi pendekatan etnografi virtual, serta teknik analisis data dengan analisis siber media.

3. Hasil Penelitian Ifwana Fairuzil Faradini, mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang berjudul “*Analisis Respon Warganet Pada Akun Youtube The Newsroom Net*”. Penelitian tersebut

bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon yang dibentuk oleh warganet terhadap tayangan video yang menimbulkan kontroversi dari warganet. Metode yang dipilih oleh peneliti tersebut yakni metode penelitian kualitatif, dengan studi pendekatan netnografi yang berfokus pada interaksi warganet pada kolom komentar di akun Youtube The Newsroom Net. Dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*). Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini adalah komentar dari warganet dapat membentuk dua model pengguna internet, yang pertama adalah warganet yang menjunjung tinggi nilai – nilai kesopanan dalam berperilaku kepada setiap orang, sedangkan model kedua adalah pengguna internet yang kasar dalam tutur kata bersikap tidak sopan dalam bermedia sosial.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dikerjakan peneliti yaitu keduanya sama-sama menganalisis respon dari pengguna yang dilihat dari interaksi di kolom komentar, selain itu jenis penelitiannya sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada studi pendekatan yang digunakan, karena disini peneliti menggunakan studi pendekatan etnografi virtual.

4. Penelitian dari Hikmatuzzakia mahasiswa UIN Walisongo Semarang tentang “*Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Savitri Devi Melalui Chanel Youtube*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mencari bagaimana respon penonton terhadap konten dakwah Gita Savitri yang diunggah di chanel youtube. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan cara observasi langsung terhadap penontonya, untuk teknik analisisnya menerapkan model analisis Miles dan Huberman. Adapun hasil penelitian yaitu, jika dilihat dari aspek kognitif menurut para penonton dakwah Gita Savitri mampu

memberikan informasi dan wawasan seputar dakwah. Respon afektifnya sendiri dakwah tersebut sangat mengedukatif dan membuka pola pikir remaja agar lebih baik dan peduli terhadap apa yang terjadi. Sementara jika dilihat dari aspek konatif, para ditunjukkan dari para viewers yang menceritakan pengalaman hidupnya yang sesuai dengan pesan dakwah Gita Savitri tersebut.

Persamaan dengan penelitian diatas terletak pada temanya yakni sama sama meneliti tentang reaksi/respon penonton terhadap konten dakwah di *channel youtube*. Penelitian tersebut juga sama-sama meneliti respon dari indikator kognitif, afektif dan konatif. Perbedaannya adalah jenis konten yang diteliti dan chanel youtubnya. Konten dakwah yang diteliti penulis berupa podcast dengan chanel *youtube* bernama Kopipanas Channels. Selain itu, metode penelitian yang peneliti kerjakan menggunakan studi pendekatan etnografi virtual dan teknik analisis media siber.

5. Hasil penelitian Diah Saputri, mahasiswa UIN Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto, dengan judul *Toleransi Beragama di Media Sosial :Studi Etnografi Virtual Pro Kontra Netizen pada akun Instagram @felixsiauww*. Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pro dan kontra netizen pada akun @felixsiauww terhadap permasalahan toleransi beragama. Metode penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian library researsch atau kualitatif dengan studi pendekatan etnografi virtual. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis media siber yang dibagi menjadi empat level yaitu, ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman media. Dari penelitian tersebut menghasilkan suatu data yang menunjukkan bahwa dalam komentar yang diberikan oleh netizen terdapat pro dan juga kontra, komentar netizen yang pro ditandai dengan kalimat berupa doa untuk ustadz felix Siauww dan keluarga, adanya apresiasi dan ucapan terima kasih atas apa yang disampaikan dan juga beberapa

komentar yang menunjukkan bahwa mereka menyetujui apa yang disampaikan beliau. Sementara untuk komentar yang kontra berisi ketidaksukaan mereka terhadap apa yang disampaikan ustadz Felix Siau.

Persamaan dengan penelitian peneliti, yakni terletak pada studi etnografi virtual, dan teknik analisis media siber yang digunakan keduanya. Penelitian tersebut dengan penelitian yang dikerjakan peneliti juga sama-sama fokus pada penonton atau netizen terkait bagaimana menanggapi pesan yang disampaikan dalam media sosial, hanya saja perbedaannya penelitian milik Diah ini lebih spesifik ke pro dan kontra pada komentar penonton. Sementara penelitian peneliti lebih fokus bagaimana respon penonton dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan juga konatif.

6. Penelitian Eva Rossevatu Rizki, mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo, yang berjudul “Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Wirda Mansur Melalui Video Blog di Youtube”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon viewers terhadap konten dakwah Wirda Mansur di blog *youtube* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan studi pendekatan netnografi. Teknik pengumpulannya dalam penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Untuk analisisnya sendiri penelitian tersebut menerapkan model miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian tersebut positif ketika penonton melihat konten dakwah Wirda Mansur berdasarkan indikator respons kognitif. Kebanyakan penonton bersyukur karena mendapatkan informasi dan wawasan baru dengan menonton video-video Wirda. Dilihat dari indikator respon afektif adalah positif. Penonton mengalami perubahan emosi dan sikap setelah menonton vlog Wirda, memastikan bahwa materi yang Wirda sampaikan. Meskipun ada yang tidak setuju dengan pernyataan Wirda, mereka tetap

menerimanya dengan baik dan memberikan saran dikolom komentar. Jika dilihat dari indikator respon konatif, hasilnya positif. Pemirsa menerapkan materi yang disampaikan oleh Wirda dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah dianalisis, persamaan dengan penelitian yang peneliti kerjakan adalah sama-sama meneliti mengenai respon penonton di media sosial youtube, dan keduanya merupakan jenis penelitian kualitatif, hanya saja studi pendekatan pada penelitian Eva yaitu netnografi, sementara penelitian yang dikerjakan peneliti menggunakan studi pendekatan etnografi virtual dengan teknik analisis media *cyber*.

G. Sistematika Pembahasan

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Pada bagian ini peneliti memaparkan permasalahan mengenai dakwah melalui media sosial yaitu *podcast* di *youtube*, sehingga muncul pertanyaan bagaimana respon para penonton terhadap tayangan di kopipanas channel tersebut, untuk menemukan sebuah jawaban sebagai tujuan penelitian.

BAB 2 Kerangka Teori

Pada bab kerangka teori berisikan teori dan konsep penelitian yang peneliti fokuskan. Kerangka teori tersebut membahas tentang respon, ruang lingkup dakwah dan *podcast* serta studi pendekatan etnografi virtual yang digunakan penulis.

BAB 3 Metode Penelitian

Pada bab ini berisi cara-cara yang digunakan peneliti meliputi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data. Bab ini juga menjelaskan bahwa peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi etnografi virtual, teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumen,

wawancara dan studi pustaka , serta teknis analisis yang digunakan yakni analisis media siber.

BAB 4 Hasil dan Pembahasan

Berisi hasil analisis terhadap objek penelitian yang dikaji , yaitu analisis data tentang respon penonton terhadap *podcast* dakwah dalam chanel youtube Kopipanas Channels. Penulis berusaha menganalisis dengan dan mengkaji data penelitian sesuai dengan teori dan metode pendekatan yang digunakan.

BAB 5 Penutup

Pada bab ini disajikan kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan terdapat juga saran dari peneliti.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Respon

1. Pengertian Respon

Secara bahasa respon diambil dari kata *response* artinya, jawaban, balasan, menjawab. Sementara menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) respon diartikan sebagai tanggapan terhadap suatu peristiwa atau gejala yang terjadi.

Respon, secara luas dapat diartikan juga sebagai reaksi seseorang dengan pikiran, sikap dan perilaku. Sikap dominan seseorang memberi warna pada perilaku atau tindakan seseorang. Secara umum jawaban atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang diperoleh selama observasi. Dalam hal ini, tanggapan berarti pengamatan tentang subjek, peristiwa yang diperoleh dengan memperoleh informasi dan menafsirkan pesan. Segala sesuatu yang pernah dialami selalu meninggalkan bekas atau kesan di benak. Tayangan atau jejak yang dapat muncul kembali dan bertindak sebagai tanggapan atau dapat disebut tanggapan.¹⁴

Para ahli mendefinisikan respon sebagai berikut:

- a. Jalaludin Rakhmat, menjelaskan pengertian respon yaitu suatu kegiatan dari seseorang atau kelompok, dimana hal itu bukan semata mata kegiatan yang positif, respon juga dapat diartikan perilaku atau kegiatan yang timbul akibat adanya rangsangan tertentu.¹⁵
- b. Effendy, menurutnya respon merupakan umpan balik atau *feedback* yang didapat oleh komunikator dari komunikan. Umpan balik

¹⁴ E Kurniawati, *Skripsi : Respon Mahasiswa IAIN Kendari Terhadap Dakwah Jurnalisme Online*, 2017(19), Hlm.64.

¹⁵J. Rakhmat, "*Metode Penelitian Komunikasi*" (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 2005). Hlm.17.

tersebut terjadi setelah adanya pesan tersampaikan, pesan tersebut bisa jadi didapat dari penggunaan media massa.¹⁶

- c. Menurut Ahmad Subandi, tanggapan yang memiliki istilah lain umpan balik (*feedback*), memegang peranan atau pengaruh penting dalam menentukan baik atau buruknya proses komunikasi. respon dapat menetralsisir kesalahan dalam menafsirkan proses komunikasi yang terjadi.¹⁷
- d. Menurut Saifuddin Azwar, respon adalah jawaban atau reaksi seseorang yang bergantung pada stimulus atau merupakan akibat dari adanya stimulus. Reaksi hanya terjadi ketika seseorang menghadapi stimulus yang membutuhkan terjadinya suatu reaksi.

Dari uraian pengertian respon di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa respon adalah jawaban, tanggapan, tindakan seseorang terhadap suatu stimulus atau pesan yang disampaikan oleh orang lain. Reaksi dapat berupa ekspresi wajah, tingkah laku, perasaan atau pendapat seseorang.

2. Format Respon

Berbagai rangsangan yang pada tingkat psikologi dapat berupa perilaku merespon dengan kata - kata atau ucapan, memilah jawaban yang telah disediakan dan sebagainya. Ada 2 format respon, yaitu sebagai berikut:

a. Respon Positif

Respon positif merupakan sebuah respon yang sifatnya mendukung terhadap isi pertanyaan atau pernyataan. Dalam respon positif mempunyai kaidah yang penting dalam penulisannya sebagai format dari respon tersebut, antara lain :

- 1) Kata atau kalimat yang digunakan sederhana dan mudah

¹⁶O.U. Effendy, "*Spektrum Komunikasi*" (Bandung : Penerbit Mandar Maju, 1992), hlm.41.

¹⁷ Ahmad Subandi, "*Psikologi Sosial*" (Jakarta : Bulan Bintang, 1982) hlm. 50.

dipahami.

- 2) Item yang ditulis tidak boleh menimbulkan penafsiran yang ganda.
- 3) Memperhatikan indikator perilaku yang akan diungkap.
- 4) Sebaiknya tidak menulis item yang berkaitan langsung dengan atribut yang diukur.
- 5) Mencoba menguji pilihan jawaban yang ditulis.
- 6) Dalam isi item sebaiknya jangan mengandung social desirability yang tinggi.

b. Respon negatif

Merupakan reaksi yang sifatnya menolak suatu pernyataan. Dalam artian tanggapan yang diberikan mengungkapkan ketidaksetujuan atas pesan yang disampaikan.

3. Faktor terbentuknya Respon

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor dalam diri seseorang. Manusia terdiri dari dua unsur yaitu jasmani dan rohani. Jadi seseorang yang merespon suatu stimulus tetap terpengaruh oleh adanya kedua unsur tersebut. Jika salah satu unsur saja yang terganggu, maka akan menghasilkan respon atau respon akan berbeda-beda pada setiap orang. Unsur fisik atau psikis meliputi keberadaan, keutuhan dan fungsi organ indera, saraf dan bagian tertentu dari otak. Elemen spiritual dan psikologis yang mencakup keberadaan, emosi, pikiran, imajinasi, pandangan jiwa, spiritual, pemikiran motivasi, dan lain-lain.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal atau faktor ekstrinsik seperti namanya, faktor tersebut berasal dari luar individu atau lingkungan atau sering kita sebut dengan stimuli. Dalam bukunya Pengantar Psikologi Umum, Bimo Walgio menyatakan bahwa faktor psikis berkaitan dengan objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan sensorik.¹⁸

4. Macam- macam Respon

Dalam komunikasi, istilah tanggapan atau respon adalah tindakan komunikatif yang diharapkan mempengaruhi atau dipengaruhi oleh apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Steve M. Chaf membagi respon menjadi tiga bagian, yaitu¹⁹:

a. Kognitif

Merupakan kemampuan yang diterapkan guna membentuk adanya pengetahuan, yang berupa kemampuan intelektual mulai dari pengetahuan, penerapan, analisis, sintesis, dan evaluasi. Respon kognitif adalah respon yang terjadi setelah adanya stimulus yang berhubungan dengan informasi atau pengetahuan tertentu. Respon kognitif mencakup sebagai berikut²⁰:

Informasi yang berkaitan dengan pengetahuan/penglihatan yang pernah diperoleh dan diteliti. Pemahaman, kemampuan menangkap pengertian, makna, makna pelajaran. Aplikasi atau penerapan, kemampuan menerapkan apa yang telah dipelajari

¹⁸ Walgito Bimo, "Pengantar Psikologi Umum" (Jakarta : Balai Pustaka, 1996). Hlm.55.

¹⁹ Jalaludin Rakhmat, "Psikologi Komunikasi" (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1999). Hlm.118.

²⁰ Ifwana Fairuzil Faradini, "Analisis Respon Warganet Pada Akun Youtube The Newsroom Net (Episode Seputar Rumah Kecil Yang Berhimpitan Dengan Apartemen Mewah Di Tengah Ibu Kota)", Jurnal Dakwah dan Komunikasi : Vol.13, No.1 Juli 2022, hlm.97.

sebelumnya. Analisis, kemampuan menganalisis suatu fenomena. Kesimpulan atau sintesis, kita bisa menghubungkan hal yang masih terkait. Evaluasi, kemampuan untuk membentuk pendapat tentang sesuatu.

b. Afektif

Afektif yaitu suatu kemampuan berkaitan dengan perasaan dan emosional. Kemampuan ini dapat menyebabkan respon yang berbeda dari penalaran yang seharusnya. Respon afektif adalah respons yang dihasilkan dari perubahan perasaan, sikap, dan nilai. Ranah respon ini meliputi: Penerimaan, kemampuan memperhatikan suatu stimulus. Partisipasi, meliputi keterlibatan, komitmen, tindakan. Mengevaluasi atau menentukan sikap, kemampuan menilai sesuatu dan menentukan sikap evaluatif dari dalam diri. Organisasi, kemampuan menyelaraskan nilai, sikap, memecahkan masalah yang muncul dan memuluskan perbedaan pendapat. Pengembangan cara hidup, kemampuan mengetahui dan mengevaluasi nilai-nilai kehidupan sehingga menjadi pedoman dalam mengatur kehidupan seseorang.

c. Konatif

Merupakan respon yang berhubungan dengan aspek-aspek ketangkasan, meliputi fungsi syaraf dan otot, serta fungsi psikologis. Respon konatif adalah respon yang dihasilkan dari suatu tindakan, kebiasaan, yang berhubungan dengan perilaku aktual yang diamati. Respon ini terlihat ketika audiens memiliki perilaku atau kebiasaan yang sama.

5. Respon Penonton

Respon penonton, adalah reaksi atau tanggapan penonton terhadap suatu tayangan yang dilihat dan didengar yang ditayangkan lewat media, baik elektronik, maupun media sosial. Tanggapan

penonton bisa berupa sikap , perilaku seperti memberikan komentar atau pendapat terhadap apa yang ditonton. Disini peneliti akan mengkaji mengenai bagaimana respon penonton terhadap pesan dakwah dalam podcast youtube Kopipanas Channels. Maka dari itu respon penonton disini dapat dilihat dari cara mereka seperti dengan menjadi *subscriber* dan *viewers* dari video-video yang sudah ditayangkan. Respon penonton juga dapat dilihat dari kolom komentar yaitu dilihat dari bagaimana komentar yang diberikan.

6. Teori Respon S-O-R

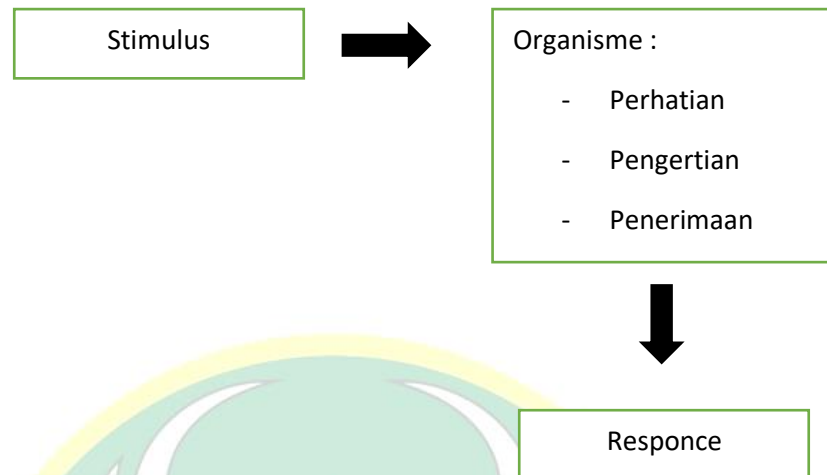
Stimulus Organism Response kepanjangan dari teori S-O-R. Yang awalnya berasal dari Psikologi²¹, mulai ada pada tahun 1930 dan 1940, yang pada akhirnya diangkat sebagai teori komunikasi. Disingkat sebagai teori komunikasi dikarenakan terdapat kesamaan pada objek material psikologi dan komunikasi yaitu terdiri dari sikap, perilaku, afeksi, kognisi dan konasi.

Pada dasarnya teori ini adalah prinsip belajar yang sederhana dimana efek menjadi respon terhadap stimulus yang diberikan. Teori ini menunjukkan bahwa hubungan antara pesan dan respon audiens dapat dijelaskan.

Kelemahan teori ini terletak pada cara menyamaratakan individunya. Orang dengan kondisi kesehatan mental yang berbeda melihat pesan yang sama secara berbeda. Oleh karena itu, Melvin De Fleur memodifikasi atau memutakhirkan teori S-O-R ini dengan teorinya yang dikenal dengan teori perbedaan individu. De Fleur mengungkapkan bahwa pesan media mengandung rangsangan tertentu,

²¹Onong Uchjana Effendi, "Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi" (Bandung : PT.Citra Aditya Bakti, 2005),hal.254.

bertindak berbeda sesuai dengan ciri kepribadian individu.²² Berikut adalah gambar model Teori Stimulus Response :



Gambar 2.1 Teori Stimulus Response (S-O-R)

Gambar diatas memperlihatkan bahwa pesan yang disampaikan dari komunikan dapat diterima maupun ditentang, komunikasi dapat berlangsung jika komunikan meneruh perhatian, setelah itu pengertian, kemudian kemampuan mengolah dan menerima yang akhirnya berlanjut pada proses selanjutnya dan melahirkan respon. Maka dari itu teori S-O-R disini dapat diartikan sebagai pesan yang disampaikan kepada komunikan oleh komunikator sehingga mengakibatkan adanya efek tertentu.

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Menurut Harold Lasswell, pesan-pesan dalam komunikasi oleh Profesor Dedi Mulyana adalah apa yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima dalam bentuk simbol non verbal dan verbal yang mewakili gagasan dan nilai pengirim yang menjadi sumber. Pesan juga didefinisikan sebagai isi dari komunikasi.

²²Mufid, “Komunikasi dan Regulasi Pembelajaran” (Jakarta : Kencana, 2005) hal.22-23.

Sementara Pesan dakwah berarti isipesan komunikasi yang diterima oleh *mad'u*. Pesan dakwah berasal dari sumber utama Al-Qur'an dan Hadits. Dengan demikian, pesan dakwah dapat diartikan sebagai isi dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*, yang bersumber dari ajaran Islam. Pesan dakwah memiliki ciri *universalitas*, artinya meliputi semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai luhur yang diterima oleh setiap manusia beradab.

2. Jenis Pesan Dakwah

a. Ayat-ayat Al-Qur'an

Al-qur'an adalah firman Allah SWT yang diturunkan kepada nabi Muhammad Saw. Sebagai wahyu untuknya, melalui perantara malaikat jibril, agar dijadikan sebagai petunjuk dan pedoman hidup seluruh umat manusia. Al-qur'an dibaca, dipahami serta diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Ada beberapa etika yang harus diperhatikan ketika mengutip Al-Qur'an sebagai pesan dakwah :

- 1) Dalam penulisan dan pengucapan ayat Al-Qur'an harus benar
- 2) Dalam Penulisan dan pengucapan lebih baik disertai dengan terjemahannya.
- 3) Dalam pembacaan ayat Al – Qur'an sebaiknya dibaca dengan jelas dan tartil.

b. Hadits Nabi Muhammad

Segala tindak tanduk, ucapan, perbuatan yang berkaitan dengan Nabi Muhammad Saw. Adapun etika yang perlu diperhatikan sama dengan Al-Qur'an, hanya saja dalam hadits, harus mengutamakan hadits yang shohih atau kualitasnya lebih

tinggi, dan disesuaikan dengan tema dakwah yang akan disampaikan.

c. Pendapat Para sahabat Nabi Saw.

Etika yang harus diperhatikan dalam menggunakan pendapat para sahabat sebagai pesan dakwah adalah sebagai berikut :

- 1) Tidak menentang ajaran dari Al-Qur'an dan Hadits
- 2) Menyebutkan nama sahabat apabila mengutip pendapatnya.
- 3) Mencantumkan sumber rujukannya.

d. Pendapat Para Ulama

Ulama adalah seorang yang beriman dan memiliki pengetahuan tentang islam yang mendalam serta mampu mengamalkannya. Ulama juga harus mampu menjadi teladan yang baik untuk masyarakat.

e. Hasil Penelitian Ilmiah

Hasil penelitian ilmiah dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pesan dakwah. Nilai kebenaran pada hasil penelitian bisa berubah, sehingga dikatakan relatif dan bersifat refleksif karena mencerminkan realitas.

f. Kisah tentang Pengalaman

Kisah pengalama atau cerita peristiwa dalam kehidupan dapat digunakan dalam pesan dakwah sebagai pelengkap dan pendukung untuk memperkuat topik pembicaraan . Cerita tersebut sebaiknya cerita yang bernilai positif dan dapat menjadi teladan.

g. Berita dan Peristiwa

Berita dan peristiwa yang pernah atau sedang terjadi bisa dijadikan sebagai pembahasan dalam pesan dakwah dengan tujuan agar dapat diambil hikmah dan nilai positifnya untuk kehidupan.

h. Karya Sastra

Pesan dakwah dapat juga ditambahkan dengan karya sastra untuk pemanis dan menarik perhatian mad'u, karya sastra tersebut adalah karya sastra yang berbobot, karya sastra yang bisa digunakan antara lain seperti, puisi, syair, pantun, atau lagu.

i. Karya Seni

Berikut adalah beberapa etika yang harus diperhatikan :

- a) Penggunaan karya sastra sebagai pesan dakwah diusahakan sedemikian rupa agar tidak terjadinya penafsiran yang salah oleh mitra dakwah.
- b) Karya seni harus sesuai dengan etikanya, tidak boleh bernuansa pornografi, atau terdapat simbol – simbol yang menghina agama ataupun orang lain.²³

C. Podcast

1. Asal usul Pengertian *Podcast*

Istilah *podcast* muncul pertama kali tahun 2004. BenHammersley menyebutkan kata "*podcasting*" di dalam artikelnya di www.theguardian.com tentang blog audio dan radio online. Namun selama hampir 7 bulan, istilah *podcasting* seakan hilang. Cerita lain adalah bahwa *podcast audio* telah berkembang sejak tahun 2005, ketika Apple menambahkan materi *podcast* dengan tema terbatas ke iTunes.

²³Moh. Ali Aziz, "*Ilmu Dakwah Edisi Revisi*" (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2004), hal.272- 282.

Awalnya , istilah *podcast* identik dengan konten yang dikemas dalam format audio. Adapun menurut kamus Oxford disebutkan bahwa : "*file audio digital yang tersedia di Internet untuk diunduh ke komputer atau multi-pemain portabel, biasanya tersedia sebagai seri, episode baru yang dapat diterima secara otomatis oleh pelanggan.*"

Seiring kemajuan teknologi, podcast kini mengacu pada materi dalam bentuk *video*. Dengan demikian, definisi podcasting dapat mengarah pada *podcast* audio dan *video*. Definisi *podcast* dapat diartikan sebagai materi berbentuk audio atau *video* yang tersedia diinternet bisa diputar kapan saja, dimana saja dan secara otomatis dapat ditransfer ke komputer atau alat pemutar multimedia portable, baik secara gratis maupun dengan berlangganan.

2. Jenis – jenis Podcast

a. Interview Podcast

Jenis *podcast* ini adalah dimana pembawa acara mewawancarai bintang tamu atau sumber yang berbeda di setiap episode. Salah satu contohnya adalah pada *podcast* Youtube Kopipanas *Chanel*s yang akan diteliti oleh penulis.

b. Solo Podcast

Merupakan *podcast* monolog, yaitu dilakukan oleh satu orang yang menyampaikan sebagai host. Keseluruhan topik yang disampaikan dibacakan secara satu arah terhadap lawan bicara.

c. Multi host Podcast

Podcast jenis ini dibawakan oleh beberapa host sekaligus. Multi host *podcast* ini merupakan suatu rekaman yang berupa diskusi dari beberapa sudut pandang pembicara mengenai suatu topik.

D. Podcast Youtube

Merupakan sebuah konten berbentuk *podcast* yang berbentuk *video*. *Podcast* ini tidak hanya menampilkan rekaman audio saja , melainkan menampilkan rekaman dalam bentuk *video* yang diunggah melalui kanal *youtube*. Orang yang pertama kali mengenalkan *podcast* di *youtube* dilansir dari Malangtimes.com yaitu Adriano Qalbi yang sebelumnya dikenal sebagai komika. Adriana Qalbi memulai karir sebagai penulis iklan pada tahun 2005, kemudian mencoba stand up pada tahun 2011 , dan masih tetap di agensi sampai tahun 2017 ia menjadi komika hingga kontraknya habis, kemudian memunculkan ide untuk membuat konten sendiri. Konten *podcast* pertam kali yang ia buat adalah *Podcast Awal Minggu*.

E. Youtube

1. Tentang Youtube

Youtube merupakan sebuah situs *video sharing* (berbagi video), yang memuat video dan berbagi klip video secara gratis. *Youtube* pertama kali muncul pada tahun 2005, yang dilahirkan oleh Chand Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim yang merupakan mantan karyawan perusahaan finance online PayPal di Amerika Serikat. Nama *Youtube* ini terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo.²⁴

Youtube menjadi situs yang berkembang begitu pesat pada tahun 2006. Ditandai dengan diunggahnya video baru sejumlah 65.000 sampai 100.000 video. Rekor tersebut menembus 5 situs populer di Alexa.com dan mampu mengalahkan situs My Space.com. Pada awal masuk ke ranah internasional saham *youtube* dibeli oleh pihak

²⁴ Apriadi Tanburuka, “ *Literasi Media, Cerdas Bermedia, Khalayak Media Masa* ” (Depok : PT.Raja Grafindo Persada,2013) hal.83.

Googledengan nilai USD 1,65 Juta. Pada saat inilah awal kejayaan *youtube* ditingkat internasional.²⁵

Diperkirakan 20 jam video diunggah ke *youtube* setiap menit dengan 6 miliar penayangan per hari. Kini *youtube* telah menjadi kebutuhan penggunanya yang berbeda beda, fitur fitur yang disediakan oleh *youtube* kini sangat membantu memenuhi kebutuhan para pengguna. Secara total, mencapai 18-34 dan 18-49 tahun dari pengguna di seluruh dunia. Jumlah pengguna *youtube* setiap hari meningkat 40% per tahun sejak 2014. Jumlah pengguna yang mengunjungi *youtube* meningkat lebih dari 3 kali lipat per tahun.²⁶

2. Karakteristik Youtube

Youtube memiliki fitur yang membuat banyak pengguna merasa nyaman menggunakannya. Menurut penelitian yang ada, *youtube* dibagi menjadi 5 karakteristik, yaitu²⁷ :

- a. Tidak ada batasan panjang untuk mengubah video. Hali ini membedakan *youtube* dengan program yang lainnya.
- b. Sistem keamanan yang lebih kuat. *Youtube* membatasi keamanannya dengan memblokir *video* rasis, ilegal untuk anak-anak dibawah umur, terdapat pertanyaan verifikasi sebelum mengunggah (untuk kreator /pengunggah) dan sebelum melihat (untuk pemirsa).
- c. Dibayar, *youtube* sekarang memberikan penawaran kepada siapa saja yang mengunggah videonya ke *youtube* dan mendapatkan setidaknya 1000 penonton (*viewers*) maka akan diberikan royalty.
- d. Memiliki sistem jaringan, *youtube* memiliki sistem baru bagi penggunanya yaitu sistem offline. Sistem ini memudahkan

²⁵ Edy Chandra,"Youtbe, *Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*" (2017)hal:2.

²⁶ Eva Rossevatu Rizki,"*Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Wirda Mansur Melalui Video Blog Di Youtube*" (Semarang : UIN Walisongo, 2022), hal.24.

²⁷Eva Rossevatu Rizki,"*Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Wirda Mansur Melalui Video Blog Di Youtube*"...hal.25.

pengguna menonton *video* secara offline , tetapi sebelum itu pengguna harus mengunduhnya terlebih dahulu.

- e. Tersedia fungsi pengeditan sederhana. Sebelum mengunggah *video*, pengguna dibekali fitur untuk mengedit. Menu yang tersedia antara lain untuk memotong *video*, filter warna *video* dan menambahkan efek *video*.

Dalam *youtube* terdapat beberapa fitur interaksi, dari fitur tersebut penonton dan pengguna dapat berinteraksi atau menggambarkan pola interaksi tertentu, antara lain :

- a. *Subscribe*

Subscribe adalah langganan, merupakan sebuah fungsi yang ditawarkan oleh *youtube* agar para penonton bisa terus berlangganan menikmati *video- video* yang ditayangkan oleh *channel youtube* tertentu. Jika penonton menekan tombol *subscribe*, artinya mereka tertarik untuk terus menonton.

- b. *Like*

Like merupakan sebuah ikon agar pengguna dapat menyukai *video* yang ditonton, selain like juga ada ikon yang menunjukkan bahwa penonton tidak menyukai tayangan tersebut yaitu ditandai dengan gambar jempol terbalik. Jika penonton menekan tombol *like* artinya mereka menyukai dan menyetujui tayangan *youtube* tersebut.

- c. *Comments*

Komentar, merupakan aktivitas memberikan opini, pendapat atau pikirannya melalui tulisan atau kata – kata. Penonton bebas memberikan tanggapannya terhadap *video* yang ditayangkan. Dari fitur komentar ini peneliti dapat menggali bagaimana respon penonton terhadap *video* yang ditayangkan.

d. *Share*

Merupakan sebuah fitur untuk membagikan *video* tersebut, agar lebih banyak ditonton oleh khalayak, atau bisa juga para penonton membagikannya sebagai bentuk informasi untuk orang lain mengenai isi pesan dari *video* yang ditayangkan oleh *channel youtube* tertentu.

3. Konten

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik, yang dapat diartikan bahwa informasi ini dapat berupa isi, topik atau peristiwa tertentu yang dibahas pada suatu acara.

Pada Youtube, konten disajikan dalam bentuk *video*, dimana pesan yang ingin disampaikan adalah yang diunggah oleh pengguna *youtube* atau *youtuber/vlogger* melalui *channel youtube* yang dimiliki. Konten yang diunggah ke *youtube* sendiri memiliki beberapa jenis *genre* seperti *vlog*, lawakan, *music*, *game*, edukasi, tutorial, berita, dakwah dan lain lain.

4. *Viewers* dan *Subscriber*

Viewers merupakan sebutan untuk orang yang menonton video yang diunggah di *youtube*. Jika diterjemahkan ke bahasa Indonesia *viewrs* artinya adalah penonton. Sementara *subscriber* merupakan sebutan untuk orang orang yang berlangganan pada suatu *channel youtube* tertentu. *Subscriber* bisa saja dikatakan sebagai *viewers* ,tetapi *viewrs* belum tentu dia itu juga *subscriber* , karena mereka bisa saja hanya menonton videonya tanpa mengikuti atau berlangganan pada *channel youtube* tersebut.

F. Studi Etnografi Virtual

1. Definisi Etnografi Virtual

Secara bahasa, etnografi berasal dari bahasa Yunani, gabungan kata *ethnos* yang artinya warga suatu bangsa atau masyarakat. Dan kata *graphein* yang berarti tulisan atau artefak. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, (1) etnografi dapat diartikan sebagai deskripsi tentang kebudayaan suku-suku bangsa yang hidup, (2) ilmu tentang pelukisan kebudayaan suku-suku bangsa yang hidup tersebar dimuka bumi. Secara sederhana etnografi adalah artefak (peninggalan budaya) yang berasal dari suatu masyarakat.²⁸

Berikut beberapa definisi atau penjelasan tentang etnografi virtual dari beberapa pemikiran yang mendalami etnografi di internet, antara lain²⁹:

Menurut Cristine Hine, menjelaskan bahwa etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap *entitas (user)* saat menggunakan internet tersebut.

Menurut Robert V. Kozinets, menyatakan bahwa netnografi merupakan bentuk khusus dari riset etnografi yang disesuaikan untuk mengungkap kebiasaan unik dari berbagi jenis interaksi sosial yang termediasi oleh komputer (internet) termasuk dalam bidang marketing.

Menurut Katie J. Ward menggunakan istilah *cyber-ethnographic* sebagai sebuah teknik untuk meneliti komunitas virtual termasuk komunitas konsumen virtual sebagai pengungkap beragam informasi yang didapat dari anggota komunitas virtual tersebut, baik berupa pemikiran, pengalaman, sampai pada produk dan jasa.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa etnografi virtual merupakan metode etnografi yang digunakan untuk

²⁸ Ruli Nasrullah. *Etnografi Virtual : Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2018).Hlm. 5.

²⁹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017). Hlm. 9-10.

mengungkap realitas, baik yang tampak maupun tidak, dari komunikasi termediasi komputer diantara *entitas* (anggota) komunitas virtual di internet.

2. Prinsip-prinsip Etnografi Virtual

Dalam proses riset etnografi virtual, ada beberapa prinsip dasar yang perlu ditekankan, diantaranya³⁰:

a. Keberadaan Peneliti di Lapangan Virtual

Keberadaan etnografer secara fisik tidak sama dengan penelitian etnografi di offline. Internet tidak sekedar sebagai medium berkomunikasi diantara pengguna, tetapi juga tempat dimana komunitas berada dan berinteraksi.

b. Medium Interaksi Secara Virtual

Dengan menggunakan teknologi komunikasi dan informasi, seperti aplikasi android yang bahkan bisa mempengaruhi bagaimana komunikasi dengan informan itu terjadi.

c. Medium Komunikasi yang Berkembang

Menginterpretasikan sekaligus reinterpretasi internet sebagai sebuah cara sekaligus medium yang digunakan untuk berkomunikasi. Pada perangkat internet dalam konteks medium komunikasi memiliki beragam jenis, seperti situs (web), papan pesan (*messenger*), media sosial, forum, dan sebagainya.

d. Memahami Lokasi dan Koneksitas Antarpengguna

Peneliti harus memahami lokasi dan koneksitas antar pengguna internet.

e. Memberikan Batasan Batasan-batasan

Memberikan batasan yang dimaksud disini tidak sekedar apa yang dipahami sebagai batasan dalam pengertian lokasi, tetapi juga

³⁰ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017). Hlm. 24-29.

batasan tentang koneksi serta bagaimana koneksi itu dibedakan antara yang virtual dan riil.

- f. Situs Sementara Pergeseran dari lokasi yang nyata menjadi lokasi yang temporal dan secara riil menjadi virtual, peneliti harus memahami bahwa melakukan etnografi virtual adalah mengupas situasi sementara hasil dari berbaurnya peneliti dengan subjek yang diteliti.
- g. Menangkap (artefak) Budaya yang Parsial Melakukan etnografi virtual dengan medium internet pada prinsipnya yaitu menggambarkan budaya dan artefak secara parsial atau tidak utuh. Mencoba memetakan bagaimana artefak budaya itu terjadi dalam konteks tertentu.
- h. Keterlibatan Penuh dalam Interaksi Termediasi Dalam etnografi virtual mensyaratkan keterlibatan penuh peneliti dalam interaksi termediasi.
- i. Komunikasi Virtual dan Kehadiran Entitas Etnografer maupun informan (penelitian) harus dirasakan kehadiran antara keduanya.
- j. Prinsip Virtualitas

Penggunaan tiga prinsip virtualitas, yaitu *identity fluidity* merupakan sebuah proses pembentukan identitas secara online (virtual) dan identitas yang terbentuk ini tidaklah mesti sama atau mendekati dengan identitasnya di dunia nyata (*offline identities*), *renovated hierarchies* merupakan proses dimana ada urutan struktural yang terjadi di dunia nyata (*offline hierarchies*) direka bentuk kembali menjadi online hierarchies dalam konteks yang berbeda yang dalam praktiknya kadang bersifat *anti-hierarchical*, *informational space* merupakan informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual.

Sebagai sebuah metode dan juga bisa dipergunakan sebagai level-level dalam melihat realitas di dunia virtual, etnografi virtual mengungkapkan bagaimana budaya siber diproduksi, makna yang

muncul, relasi dan pola, hingga bagaimana hal tersebut berfungsi melalui medium internet. Metode Analisis Media Siber (AMS) merupakan perpaduan dan sekaligus memandu proses menganalisis etnografi virtual. setiap level dalam AMS memberikan gambaran bagaimana komunitas virtual yang ada di internet. Dalam menganalisis budaya di internet, AMS memerlukan unit analisis, baik level mikro maupun makro. Di level mikro peneliti menguraikan bagaimana perangkat internet, tautan yang ada, sampai hal-hal yang bisa dilihat dipermukaan. Sedangkan di level makro melihat konteks yang ada dan menyebabkan teks itu muncul serta alasan yang mendorong kemunculan teks tersebut. Level mikro dan makro pada praktiknya terbagi menjadi empat level, yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*).³¹

3. Alur Penelitian Etnografi Virtual

Secara prosedur, alur penelitian etnografi virtual dapat memanfaatkan pola yang dikembangkan oleh Spradley yang dikenal dengan siklus penelitian etnografi, antara lain sebagai berikut³² :

Pertama, pemilihan suatu proyek etnografi. Siklus ini ditandai dengan memilih suatu proyek penelitian etnografi dengan mempertimbangkan ruang lingkup penelitian.

Kedua, pengajuan pertanyaan etnografi. Mengajukan pertanyaan menunjukkan bukti yang cukup referensial ketika hendak melakukan wawancara, observasi dan membuat catatan lapangan.

Ketiga, pengumpulan data etnografi. Tahap ini merupakan tahap mengumpulkan data lapangan.

³¹Diah Saputri, Toleransi Beragama Di Media Sosial : Studi Etnografi Virtual Pro Kontra Netizen Pada Akun Instagram @Felixsiauw, Skripsi : Dakwah dan Komunikasi (Purwokerto : UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri, 2021).Hlm.39-40.

³² Moch. Choirul Arif, *Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vo.2,No.2, Oktober 2012. Hlm. 177-178.

Keempat, pembuatan rekaman etnografi. Pada tahap ini memberikan penekanan kepada kemampuan peneliti untuk mencatat dan merekam semua kegiatan penelitian yang sedang atau telah dilakukan.

Kelima, analisis data etnografi. Pada penelitian etnografi, analisis data dilakukan pada saat melakukan pekerjaan. Karena analisis data tidak perlu menunggu data terkumpul banyak terlebih dahulu.

Keenam, penulisan sebuah etnografi. Sebagai akhir dari penelitian etnografi, menyampaikan atau memaparkan hasil penelitiannya sudah menjadi kewajiban peneliti.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan peneliti merupakan jenis penelitian yang bersifat kualitatif. Peneliti menggunakannya untuk mencari tahu bagaimana respon khalayak terhadap pesan dakwah di *podcast* *Kopipanas Channels*. Dukeshire dan Thurlow (2002) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah tentang data non-numerik, pengumpulan dan analisis informasi naratif. Metode penelitian kualitatif difungsikan untuk menghasilkan data berupa informasi detail tentang masalah yang ingin dipecahkan. Metode penelitian kualitatif menggunakan *focus group*, pengamatan, dan wawancara secara mendalam untuk mengumpulkan informasi.³³

Adapun pendekatan penelitiannya yaitu menggunakan pendekatan etnografi virtual. Etnografi virtual menurut Katie J. Ward, ia menggunakan istilah *cyberethnography* sebagai teknik untuk mempelajari komunitas virtual, termasuk komunitas konsumen virtual, sebagai pengungkapan beragam informasi oleh para anggota komunitas virtual tersebut, baik berupa pemikiran, pengalaman, maupun produk dan jasa. Cristine Hine menjelaskan etnografi virtual adalah metode yang digunakan untuk mempelajari Internet dan mempelajari entitas (pengguna) saat menggunakan Internet.³⁴

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa metode etnografi virtual adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengkaji tentang realitas penggunaan internet dan *entitas* komunitas virtual di internet. Etnografi virtual mempresentasikan implikasi-implikasi dari komunitas termediasi internet.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif : Untuk Penelitian Yang Bersifat eksploratif, enterpretatif, Interaktif dan Konstruktif*, (Bandung : CV Alfabeta, 2017), hlm.3.

³⁴ Ruli Nasrullah. *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2018). hlm.9-10.

B. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan peneliti guna mendapatkan data penelitian, peneliti mendokumentasikan data di akun *youtube* Kopipanas *Channel* pada postingannya mulai bulan November 2022- Februari 2023.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data pokok atau sumber yang didapat dari data utama. Sumber data inididapat dari respon atau tanggapan penonton pada akun youtube Kopipanas Channels.

2. Sumber Data Sekunder

Merupakan sumber data pelengkap, yang didapat dari literatur buku, jurnal, artikel atau informasi di internet yang berkaitan erat dengan penelitian.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Orang yang dimintai keterangan sebagai sumber mendapatkan informasi dinamakan sebagai subjek penelitian. Pada penelitian ini data didapatkan dari penonton dan subscriber pada podcast dakwah di chanel youtube Kopipanas Channels. Sementara objek penelitiannya yaitu bagaimana respon penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* di akun youtube Kopipanas Channels.

E. Teknik Penentuan Respon Viewers

Dalam menentukan respon dari *viewers* atau penonton, penulis mempertimbangkan beberapa hal anatar lain sebagai berikut :

1. Penonton yang memberikan komentar atau tanggapan berhubungan dengan data yang dibutuhkan peneliti yaitu yang berkaitan dengan respon kognitif, afektif dan konatif.
2. Penonton yang dianggap telah menerima dan mengalami proses respon pada saat menonton tayangan *youtube* kopipanas *channel*.
3. Untuk memastikan penonton yang berkomentar, peneliti berusaha memfokuskan pada tema *video* yang sudah dikelompokan oleh

peneliti agar lebih mudah. Dari tema- tema *video* yang sudah ditentukan diambil beberapa komentar penonton yang sesuai dengan kebutuhan penelitian penulis.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data. Data dapat dikumpulkan dalam kondisi yang berbeda, dari sumber, dan metode yang berbeda.³⁵

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara sebagai berikut:

1. Dokumen

Menurut Arikunto (2006, hlm. 158), dokumentasi adalah menemukan informasi tentang masalah atau variabel dalam bentuk catatan, salinan, buku, surat kabar, jurnal, tulisan, risalah rapat, buku besar, agenda, dll. Sedangkan menurut Hamid (200 , hlm. 72), metode pendokumentasian adalah informasi yang berasal dari dokumen penting lembaga atau organisasi dan juga dari individu. Mendokumentasikan penelitian artinya mengambil gambar para peneliti untuk mengkonfirmasi temuan penelitian.³⁶

Yaitu cara mengumpulkan data melalui beraneka ragam dokumen yang bermanfaat untuk bahan analisis. Peneliti memilih komentar yang telah diseleksi dengan indikator respon melalui beberapa *video podcast* dakwah yang sudah diunggah. Dokumen dapat berupa gambar ataupun *video* yang ada.

2. Observasi

Observasi secara psikologis adalah memusatkan perhatian pada suatu objek dengan menggunakan seluruh indra. Jadi observasi dapat dilakukan dengan penglihatan, penciuman, pendengaran,

³⁵ Sugiono, “*Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” (Bandung : Alfabeta, 2009)hlm.224-225.

³⁶ Nia Oktaviani, Tesis : *Belajar Online Melalui Aktivitas Pengembangan Wirausaha Kuliner Berbasis Komunitas Online*, Desember 2018, hlm.74.

sentuhan dan rasa. Observasi bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kehidupan sosial yang sulit diperoleh dengan metode lain. Selain itu, tujuan observasi juga harus merupakan proses masalah yang diselidiki oleh peneliti, sehingga memperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang muncul dan menemukan saran untuk solusinya.³⁷

Peneliti berusaha melakukan pengamatan terhadap penonton melalui tanggapan mereka dalam *podcast* tersebut, baik dari subscribe, like dan komentarnya. Peneliti juga mengamati isi pesan dakwah dalam *podcast* untuk kemudian disesuaikan dengan respon penonton.

3. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan jenis penelitian etnografi virtual terdapat dua bentuk. Yakni bentuk wawancaranya bisa terstruktur dan semi terstruktur. Wawancara terstruktur yang dilakukan secara daring baik menggunakan bentuk sinkron chatting (*interaksi real time*) dan atau wawancara melalui email (*delayed time*), yang memberi kesempatan subjek untuk berpikir dan merenung). Juga dapat dilakukan dengan wawancara semi terstruktur atau tatap muka. Peran wawancara terstruktur dalam meneliti pengalaman subjektif dari individu, sangat cocok dan baik, terutama untuk penelitian etnografi virtual.³⁸ Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai langsung pemilik akun yaitu Gus Nailur Rohman dan Ning Widad Bariroh.

Peneliti mewawancarai menggunakan chatting WhatsApp dan selaku informan tambahan yaitu tiga *subscriber channel youtube* Kopipanas Channels.

³⁷ Nia Oktaviani . Tesis : *Belajar Online Melalui Aktivitas Pengembangan Wirausaha Kuliner Berbasis Komunitas Online*, Desember 2018, hlm.74.

³⁸Zainal Abidin Achmad & Rachma Ida, "Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian," *The Journal of Society & Media*, 2 (2018), 140.

4. Studi Pustaka

Peneliti menggunakan data sekunder ,untuk mengumpulkan data selanjutnya yaitu didapat melalui media, jurnal, artikel yang relevan.

G. Teknik Analisis Data

Yaitu proses pencarian informasi dan pengumpulan data secara terstruktur dari hasil catatan lapangan, wawancara serta materi lain sedemikian rupa sehingga lebih mudah dipahami dan hasilnya bisa dikomunikasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan membagi data menjadi unit-unit, mensintesis, menggabungkan ke dalam formula, memilah apa yang penting untuk dapat diteliti, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan apa yang dikatakan orang lain.³⁹

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode Analisis Media Siber (AMS) yang dikemukakan oleh Rulli Nasrullah. Saat menganalisis media siber, peneliti harus melihat unit analisis di tingkat mikro dan makro. Pada tingkat mikro, peneliti menggambarkan bagaimana sebagai perangkat media siber, koneksi yang ada ke hal-hal yang muncul di permukaan. Pada level makro, peneliti melihat konteks dan apa yang membuat teks muncul, misalnya komentar yang ditulis di jejaring sosial pasti memiliki alasan atau sesuatu yang membuat mereka melakukannya.⁴⁰

Metode Analisis Media Siber (ASM) yang digunakan dalam menganalisis, terdiri dari empat level, berikut penjelasannya⁴¹:

1. Level Ruang Media (*media space*)

Level ini menunjukkan bagaimana struktur dan alat media sosial (aturan dan prosedur) ditampilkan, seperti bagaimana membuat

³⁹Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" (Bandung : Alfabeta), hal.427.

⁴⁰ Ruli Nasrullah. *Teori Dan Riset Media Siber*. (Jakarta : Pranadamedia Group, 2014). hlm.203.

⁴¹ Ruli Nasrullah. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2018). Hlm. 45-55.

akun, menerbitkan konten, dan aspek grafis dari tampilan media.

2. Level Dokumen Media (*media archive*)

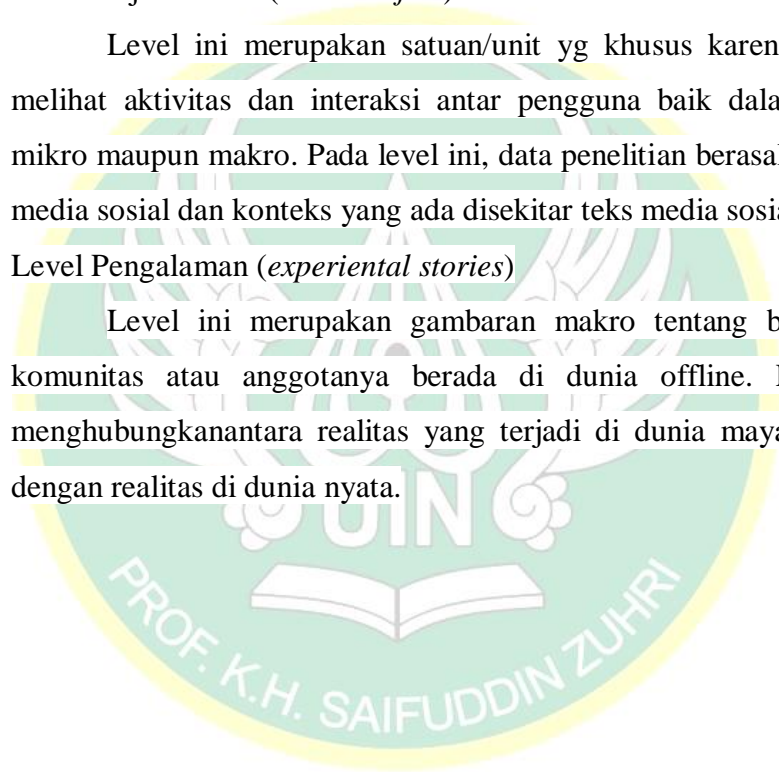
Pada level ini, kita melihat bagaimana konten seperti teks dan makna yang terdapat didalamnya dipublikasikan melalui Internet. Dalam hal ini, teks tidak hanya merepresentasikan opinipengguna jejaring sosial, tetapi teks dapat menunjukkan (ideologi, latar belakang media sosial, opini politik, kekhususan budaya dan mempresentasikan identitas publik / khalayak).

3. Level Objek Media (*media object*)

Level ini merupakan satuan/unit yg khusus karena peneliti melihat aktivitas dan interaksi antar pengguna baik dalam satuan mikro maupun makro. Pada level ini, data penelitian berasal dari teks media sosial dan konteks yang ada disekitar teks media sosial.

4. Level Pengalaman (*experiential stories*)

Level ini merupakan gambaran makro tentang bagaimana komunitas atau anggotanya berada di dunia offline. Level ini menghubungkanantara realitas yang terjadi di dunia maya (online) dengan realitas di dunia nyata.



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum *Podcas Youtube Kopipanas Channel*

1. **Kopipanas Channels**

Kopipanas Channel merupakan sebuah *podcast* dakwah di media sosial YouTube. *Podcast* ini dibuat pada bulan September 2021. *Podcast* ini milik pendakwah dari Pasuruan Jawa Timur yang merupakan pasangan suami istri, yaitu Gus Nailur Rohman dan Ning Widad Bariroh. Yang menjadi founder utama dari *podcast* youtube ini adalah Gus Nailur Rohman atau yang biasanya dipanggil Gus Amak. Beliau merupakan alumni dari Damaskus, dan mempunyai jaringan pertemanan Mabes POLRI dan BNPT, kemudian dapat tawaran untuk lebih peduli terkait terorisme dan antiradikalisme melalui jalur media sosial yakni *youtube*. Maka dari itu dibuatlah *podcast youtube* *Kopipanas Channels* sebagai bentuk kepedulian akan terorisme dan radikalisme melalui dakwah di media sosial. Selain membahas mengenai radikalisme, *podcast* ini juga membahas mengenai fiqih kewanitaan atas usulan dari Ning Widad dengan tujuan agar kontennya lebih bervariasi. Segmen yang membahas mengenai fiqih kewanitaan ini, dinamakan "Cafekita" (Cakap fenomena dan fiqih Kewanitaan). Nama *Kopipanas* diambil dari sebuah singkatan yaitu *Komunitas Pecinta Islam, Pancasila dan Nasionalisme*.⁴²

Dalam mengelola *podcast* ini, Ning dan Gus dibantu oleh tim yang terdiri dari 7 orang. Ada produser, tim editor, tim *copy writer* ada juga semacam OB dan host. Dan orang dalam tim tersebut merupakan orang yang ada di Ponpes Bait Al Hikmah. Untuk pemilihan temanya, mereka mengambil isu-isu insidentil atau kontemporer. *Podcast* ini tidak ada jadwal tersendiri kapan harus mengunggah *video* dakwah, melainkan untuk selingan aktivitas beliau. Jadi ketika Ning dan Gus ada

⁴² Wawancara dengan Ning Widad Bariroh, tanggal 22 Maret 2023 di Whatsapp.

waktu senggang mereka mengisi dengan membuat konten dakwah di *podcast* tersebut.⁴³

2. Profil Gus Muhammad Nailur Rohman dan Ning Widad Bariroh



Gambar 4.1. Gus Muhammad Nailur Rohman

Gus Muhammad Nailur Rohman merupakan founder utama dari podcast YouTube Kopipanas Channels. Beliau lahir di Pasuruan, Jawa Timur 22 April 1988. Tempat tinggal di Pasuruan Jawa Timur. Beliau lulusan dari Damaskus kuliah jurusan Hubungan Internasional dan juga pernah mengambil Jurusan Manajemen Pendidikan Islam. Gus Muhammad Nailur Rohman yang akrab disapa Gus Amak ini sekarang menjabat sebagai ketua PCNU Kota Pasuruan, dan Direktur Pendidikan Pondok Pesantren Bayt Al – Hikmah. Gus amak merupakan putra dari K.H. Idris Hamid, Pengasuh Pondok pesantren Bayt Al-Hikmah Kota Pasuruan . Gus Amak memiliki istri bernama Ning Widad Bariroh.

⁴³ Wawancara dengan Ning Widad Bariroh, tanggal 22 Maret 2023 di Whatsapp.



Gambar 4.2 Ning Widad Bariroh

Ning Widad Bariroh lahir di Bangkalan, 3 November 1992. Beliau pernah menempuh pendidikan di SDN Patereman I Modung Bangkalan, MTS Al- Ma'arif Singosari Malang, dan MA Perguruan Mu'allimat Cukir Jombang. Ning Widad Bariroh merupakan wakil Kepala Pesantren dan Litbang PP. Bayt Al –Hikmah Pasuruan. Ning Widad Bariroh pernah aktif dalam kepengurusan IPPNU MTS Al-Ma'arif , Singosari Malang. Sewaktu sekolah juga beliau pernah menjabat sebagai ketua OSIS MA perguruan Mu'allimat. Beliau juga mempunyai banyak prestasi diantaranya pernah menjuarai lomba Musabaqoh Qiroatul Kutub se-Jombang, Juara I debat ilmiah, dan Juara Harapan II Musabaqoh Syarhil Qur'an Se-Jawa Timur. Dan kini beliau juga sering menjadi pembicara serta aktif berdakwah melalui media sosial yaitu YouTube dan Instagram.

B. Temuan Data Penelitian

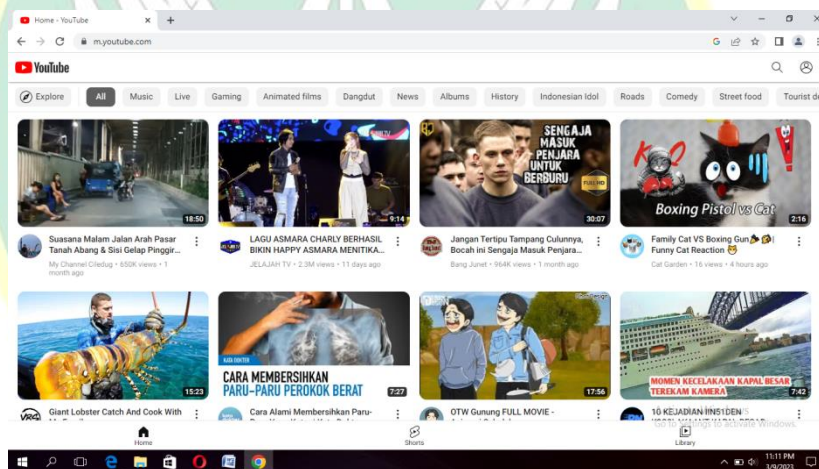
Penelitian ini fokus pada interaksi penonton atau viewers dalam menanggapi tayangan dakwah yang ada di podcast Youtube Kopipanas Channel melalui kolom komentar. Komentar - komentar yang diteliti tersebut nanti akan dikelompokkan menjadi tiga aspek yaitu, kognitif,

afektif, dan konatif. Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Berikut data penelitian yang penulis temukan.

1. Prosedur Pembuatan dan Penggunaan YouTube

Channel youtube adalah merek atau nama saluran yang berisi konten *video* yang diunggah ke *youtube*. *Channel youtube* banyak digunakan untuk berbagi video yang berisi informasi, hiburan, berita, travel, makanan, dakwah dan masih banyak lagi. Membuat saluran *youtube* memerlukan tata cara tersendiri. Anda bisa menggunakan komputer atau laptop dan smartphone untuk membuat *channel youtube*. Berikut cara membuat *channel youtube*⁴⁴ :

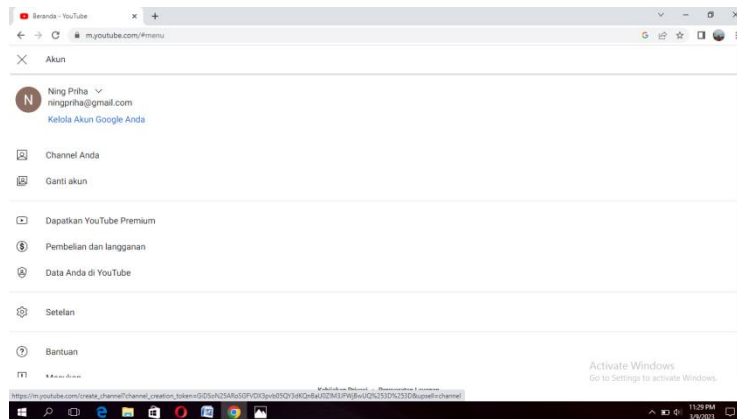
- a. Login ke akun *youtube*, jika sudah mempunyai *channel* bawaan maka namanya sesuai dengan nama di akun Google.



Gambar 4.3. Login ke akun Youtube

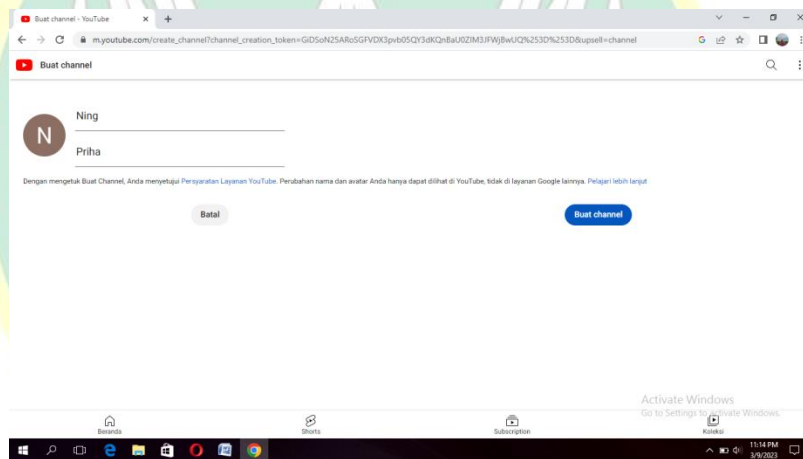
- b. Kemudian klik ikon *Channel* yang berada di pojok kanan atas (gambar foto profil di akun Google). Setelah itu akan muncul tampilan detail tentang profil.

⁴⁴Cara Mudah Membuat Chanel You Tube <https://www.herosoftmedia.co.id/cara-mudahmembuat-channel-youtube/> diakses pada tanggal 28 Februari 2023.



Gambar 4.4. Cara membuat *Channel youtube*

- c. Klik atau pilih *Channel Anda*, maka anda akan diarahkan untuk membuat channel baru. Disini akan muncul tampilan kolom nama, isi sesuai nama yang akan anda gunakan. Setelah itu klik tulisan buat channel.



Gambar 4.5. Cara membuat channel You Tube

Video yang diunggah pada *channel youtube* beraneka macam, bisa berupa informasi, sosialisasi maupun kegiatan berdakwah. Cara penyampaiannya juga beragam, ada yang berupa *video blog* maupun *podcast*. Salah satu channel yang memanfaatkan *youtube* untuk *podcast* berdakwah yaitu *Kopipanas Channels*.

Agar dapat mengakses *youtube* melalui *website* atau *smartphone* maka diperlukan adanya koneksi internet. Hal tersebut dikarenakan media siber merupakan sebuah akun yang hidup, dan terhubung terus

menerus. Artinya untuk dapat menggunakan *youtube* maka paket data kita harus tetap aktif atau terkoneksi jaringan internet. Fitur- fitur didalam *youtube* seperti *like*, *coment*, *subscribe* dan lain sebagainya, dapat dikirim ketika terhubung ke internet⁴⁵. *Youtube* memiliki tujuh fitur utama, antara lain ⁴⁶:

1) Memperbaiki masalah

Dalam You Tube fitur memperbaiki masalah ini berfungsi untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan *video* yang diunggah, seperti masalah saat mengupload *video*, memutar *video* dan masalah membership *youtube* premium, dan mendapatkan bantuan penanganan terkait program patner *youtube*

2) Menonton Video

Pada Fitur ini, para pengguna dapat menonton *video* yang mereka cari, selain menemukan dan menonton video para pengguna juga bisa berinteraksi dengan cara memberi komentar, *like* dan *subscribe video* yang ada, tentunya hal demikian terhubung dengan *creator* (pembuat *video*). Para pengguna juga dapat menyimpan dan menshare *video*.

3) Mengelola akun dan setelan anda

Dalam fitur ini para pengguna dapat mengelola akun dan setelan, di fitur ini terdapat berbagai pilihan seperti mendaftar akun dan juga mengelola akun, setelan privasi, sistem aksesibilitas dan mengatasi permasalahan akun.

4) Bergabung dengan You Tube premium

Untuk bergabung dan mengelola YouTube Premium, terdapat beberapa manfaat YouTube premium, yaitu dapat mengelola langganan premium, mengelola penagihan premium, mendapatkan

⁴⁵Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual, Rise Komunikasi Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*, Hal.47.

⁴⁶Indah Suryawati dan Udi Rusadi, *Etnogravi Virtual Komodifikasi Da'wah Ustad Si Channel YouTube*, Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis Vo.5.No. 2. Hlm.111-128.

paket keluarga youtube premium, bergabung dengan premium sebagai pelajar, dan memecahkan masalah keanggotaan youtube premium.

5) Membuat dan mengembangkan channel

Di You Tube pengguna dapat mengunggah *video*, mengedit *video*, dan mengatur setelan *video*, menyesuaikan dan menganalisis performa *video*, menerjemahkan *video* dan teks, serta mengelola komunikasi dan interaksi di *channel youtube* guna mengembangkan *channel* yang dimiliki.

6) Memonetisasi dengan program patner *youtube*

Dalam memonetisasi program afiliasi atau patner *youtube*, Anda akan menemukan dasar-dasar Program Afiliasi YouTube, cara menghasilkan uang di *youtube*, cara mendapatkan bantuan dengan Program Afiliasi YouTube, memahami kebijakan iklan periklanan, dan YouTube untuk pemilik konten.

7) Kebijakan, keamanan dan hak cipta

Dalam fitur-fitur kebijakan, keamanan, dan hak cipta mencakup kebijakan YouTube, pelaporan dan penegakan, pusat privasi dan keamanan, serta hak cipta untuk manajemen hak.

Terkait dengan *video*, maka ada beberapa prosedur untuk mempublikasikan *video* atau konten di You Tube⁴⁷, antara lain sebagai berikut :

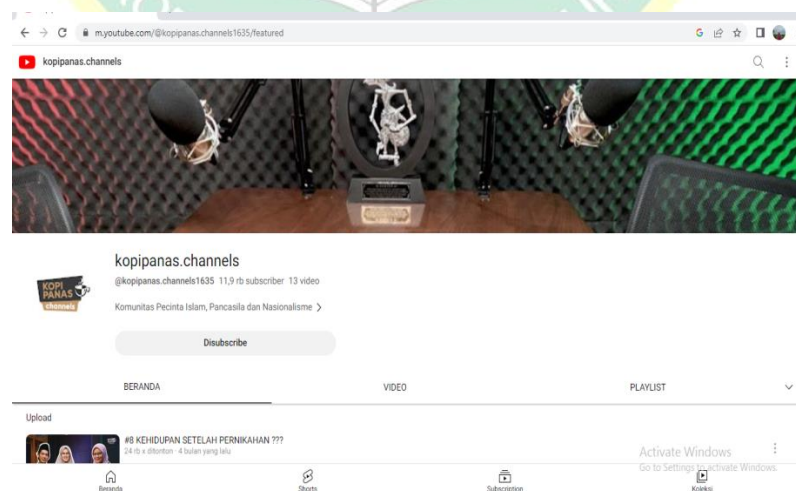
- 1) Login ke akun You Tube yang tertaut dengan akun patner You Tube anda.
- 2) Klik link upload *video* (beta) di bagian atas halaman.
- 3) Pilih *video* yang ingin di unggah. Anda dapat mengklik ikon tanda panah atas yang besar untuk membuka kotak dialog pemilihan file atau seret dan lepas file *video* ke laman tersebut.
- 4) Ketika You Tube mengupload *video*, akan muncul detail halaman

⁴⁷ Evi Novitasari, “Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber Dalam Etnografi Virtual Pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)” (IAIN Ponorogo, 2020), 53-54.

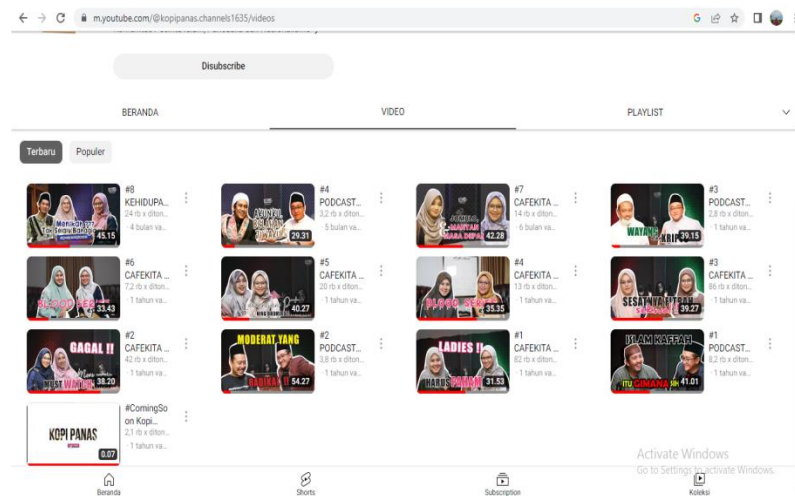
edit *video* tersebut. Dalam halaman tersebut pengguna juga dapat mengedit dan mencatumkan judul serta deskripsi untuk video tersebut.

- 5) Langkah selanjutnya yaitu mengatur kebijakan *upload* terkait video yang diunggah. Kebijakan *upload default* telah terpilih (atau lacak di semua negara jika tidak memiliki kebijakan penggunaan *default*). Menu *drop-down* pada kebijakan upload menghapus semua kebijakan dengan kriteria klaim otomatis. Pilih kebijakan yang berbeda untuk mengganti kebijakan *default*.
- 6) Selanjutnya centang kotak Aktifkan pencocokan Conten ID lalu pilih kebijakan kecocokan dari menu *drop-down* untuk mengaktifkan kecocokan konten ID video yang diupload. (kontrol ini tidak akan muncul jika anda tidak terdaftar ke *Conten ID*).
- 7) Tentukan jenis aset yang akan dibuat unuk video yang diunggah.
- 8) Klik Simpan perubahan.

Dalam mempublikasikan konten pemilik akun dibantu oleh tim yang berjumlah sekitar tujuh orang. Berikut tampilan dari podcast Kopipanas Channels.



Gambar 4.6 Podcast YouTube Kopipanas channels



Gambar 4.7 Podcast YouTube Kopipanas Channels

2. Isi Konten YouTube Kopipanas Channels

Pada *channel youtube* Kopipanas ini yang menjadi dokumen medianya adalah *video- video podcast* dakwah Ning Widad dan Gus Nailul Rohman. Penulis mengkategorikan video tersebut kedalam tiga tema agar lebih mudah untuk direpresentasikan. Penentuan tema tersebut dilihat dari isi materi yang disampaikan kemudia dilihat persamaan temanya. Jadi dalam Podcast Kopipanas channel tersebut terdapat tiga tema yang disampaikan, yaitu tema Fiqih, Cinta & kehidupan , serta Islam dan Nasionalisme. Berikut peneliti sajikan tabel unggahan *video* podcast dakwahnya.

Tabel 4.1 Unggahan Video di Akun Youtube Kopipanas Chanel

NO	TEMA VIDEO	JUDUL VIDEO	TANGGAL DIUNGGAH	VIEWERS & KOMENTAR
1.	Fiqih	Darah Perempuan & Qodho	27 Oktober 2021	viewers 80.421 komentar

		Sholat		111
		Aurat Perempuan & Transgender	24 November 2021	Viewers 85.388 Komentar 137
		Haid & Istihadhah	18 Desember 2021	Viewers 13.020 Komentar 45
		Nifas	6 Februari 2022	Viewers 7.033 Komentar 19
2.	Cinta & Kehidupan	Mencari Makna Hidup Melalui Derita Cerita Cinta Tak Terbalas	6 September 2022	Viewers 13.842 Komentar 22
		Kehidupan Setelah Pernikahan	10 November 2022	Viewers 23.702 Komentar 37
		Ngaji Bab Layangan Putus	22 Januari 2022	Viewers 20.426 Komentar 32

		Ulas Buku Cintanya Hati Suhita	14 November 2021	Viewers 40.776 Komentar 172
		Fakta Menarik Penulis Buku Catatan dari Tarim	26 Oktober 2022	Viewers 3.157 Komentar 15
3.	Islam & Nasionalisme	Mencari Yang Paling Maslahat	19 Oktober 2021	Viewers 8.196 Komentar 47
		Moderasi Beragama Pentingkah?	6 November 2021	Viewers 3.788 Komentar 32
		Islam dan Kebudayaan	18 Februari 2022	Viewers 2.838 Komentar 16

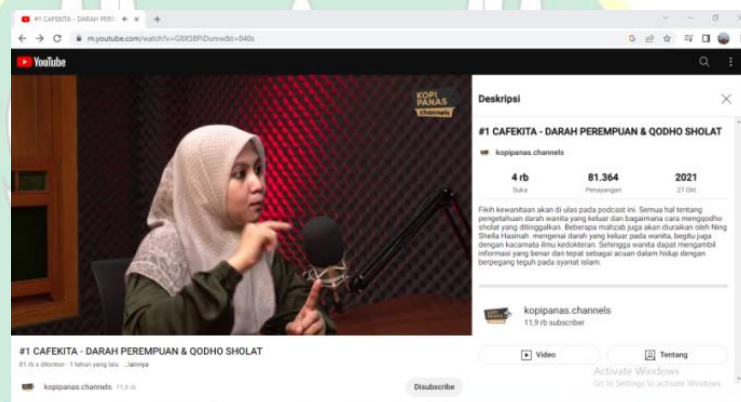
Pada setiap tema terdapat berbagai macam judul *video* yang diunggah oleh pemilik akun, berikut ini penulis akan mengumpulkan dan menggambarkan lebih detail.

a. Tema Fiqih

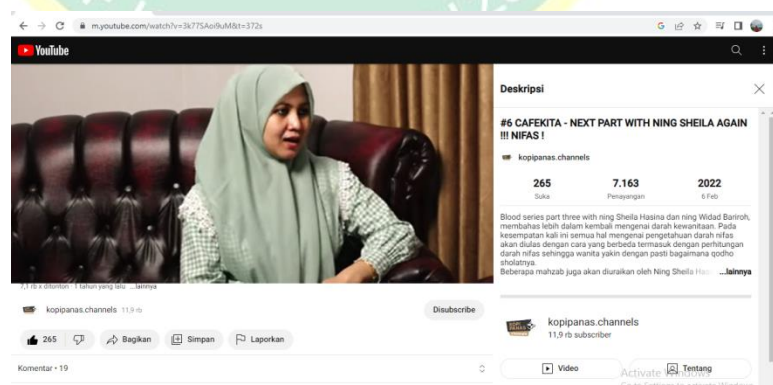
Pada tema ini, fiqih yang dibahas adalah tentang fiqih kewanitaan. Dalam tema tersebut terdapat empat *video* yang ditayangkan yaitu antara lain, *video* dengan judul "1 Cafekita - Darah Perempuan dan Qodho Sholat", "3 Cafekita - Aurat Perempuan dan Transgender", *video* dengan judul " 4 Cafekita –

Ning Sheila Come Back Again!!! Haid dan Istihadhah”, dan yang terakhir berjudul “6 Cafekita – Next Part With Ning Sheila Again!!! Nifas !”.

Pada segmen fiqih kewanitaan pesan dakwah yang disampaikan membahas semua hal tentang darah wanita yang keluar baik karena haid, istihadhah maupun nifas dan bagaimana cara mengqadha sholatnya. Mengqadha sholat adalah mengganti sholat fardu yang ditinggalkan karena halangan atau adanya *udzur*. Pada pembahasan mengenai darah wanita ini podcast *Kopipanas Channels* menghadirkan Ning Sheila Hasinah sebagai narasumber. Berikut beberapa tayangan dari *podcast* dengan tema fiqih.



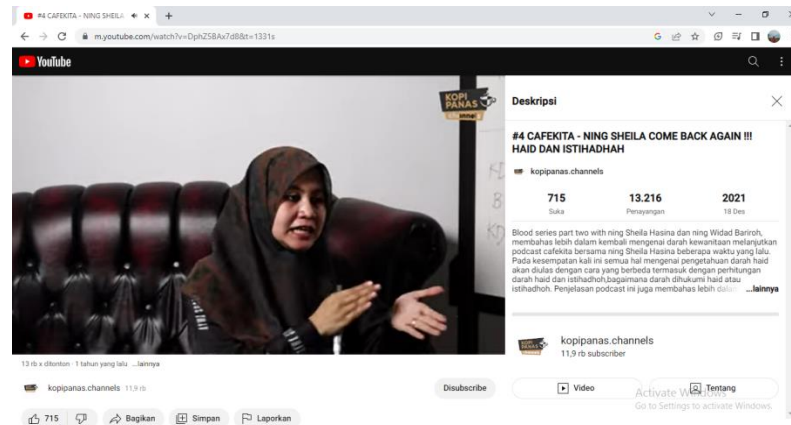
Gambar 4.8 Unggahan YouTube Kopipanas Channel



Gambar 4.9. Unggahan YouTube Kopipanas Channel

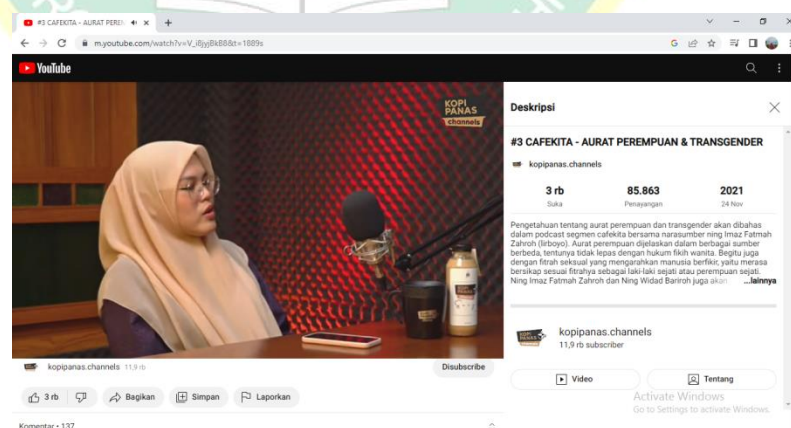
Tayangan diatas membahas mengenai darah perempuan dan juga cara mengqadha sholatnya setelah suci

dari haid. Kemudian dibawah ini juga disajikan gambar tayangan yang membahas mengenai darah istihadhah.



Gambar 4.10 Tayangan haid dan istihadhah

Selain membahas darah wanita dan cara mengqadha sholatnya, pada segmen fiqih ini juga dibahas mengenai aurat perempuan dan transgender. Pengetahuan tentang aurat perempuan dan transgender dibahas dalam podcast segmen cafekita bersama narasumber Ning Imaz Fatmah Zahroh (Lirboyo). Berikut tayangan *podcast* tentang aurat perempuan dan *transgender*.



Gambar 4.11 Unggahan youtube Kopipanas channels

Unggahan diatas menjelaskan mengenai hukum transgender dalam pandangan islam , dan juga batas-batas

aurat perempuan menurut kacamata fiqih. *Podcast* tersebut menghadirkan Ning Imaz Fatmah Zahroh dari Lirboyo, dengan Ning Widad Bariroh sebagai host atau moderator. Pada obrolan tersebut host menanyakan terkait dengan topik aurat perempuan yang dikaitkan dengan fenomena yang terjadi. Kemudian Ning Imaz menanggapi, yaitu bahwa aurat perempuan jika dilihat dari kaca mata fiqih, dan hukum fiqih itu sendiri mengacu pada empat madzhab yaitu, Imam Syafi, Imam Hambali, Imam Hanafi dan Imam Malik. Jika dilihat dari madzhab Imam Syafi'i, aurat perempuan diluar sholat yaitu seluruh tubuh kecuali muka dan telapak tangan. Namun jika melihat dari Imam Hanafi, perempuan diperbolehkan membuka bagain tangan sampai siku jika memang keadaanya benar-benar diperlukan, karena pada dasarnya perempuan juga sebagai manusia yang yang kesehariannya melakukan aktivitas sosial.⁴⁸

Sementara pada bagian kaki itu sampai betis. Menurut Ning Imaz, di Indonesia ini banyak yang mayoritas dalam hal aurat mengikuti madzhab Hanafi, karena disesuaikan dengan kondisi dan keadaan darurat setiap orang. Kemudian host bertanya kembali “*Apa boleh Ning hal demikian, mencampurkan madzhab?*”. Dan jawaban dari Ning Imaz, “*Boleh, karena ini bukan termasuk taqlid yang diharamkan karena bukan dalam hal ibadah, yang tidak diperbolehkan itu ketika dalam hal sholat, kemudian seseorang wudlunya mengikuti Imam Malik dan batalnya mengikuti Imam Hanafi, itu baru tidak diperbolehkan. Tapi kalau misalkan masalah ini kan perkara lain, tentu diperbolehkan*”. Selain itu dividio

⁴⁸ Diakses di https://m.youtube.com/watch?v=V_i8jvjBkB8&t=1889 pada tanggal 28 Februari 2023.

tersebut juga dibahas tentang menjaga aurat , selain perempuan yang wajib menutup aurat , laki –laki pun mempunyai kewajiban dalam menjaga pandangan, sehingga keduanya saling berkolerasi demi suatu kemaslahatan.

Selanjutnya mereka juga membahas mengenai fitrah seksual yang masih ada kaitannya dengan fenomena LGBT atau *transgender*. Host menanyakan pada narasumber, yaitu *"Menurut njenengan transgender ini fitrah, salah asuh ataukah sebuah penyakit?"*. Kemudian Ning Imaz menanggapi, *"Bisa salah asuh, bisa sebuah penyakit, tapi meskipun hal tersebut seolah – olah dianggap fitrah, bukan berarti legalitasnya itu ada. Harus diperangi, entah itu mau fitrah atau tidak itu kan kondisi psikologis seseorang, kadang itu pemicunya tidak diketahui, dan dia menganggap saya memang tercipta begini, padahal dia sendiri juga tidak tau pemicunya apa, kita juga tidak tau"*. Selain itu dibahas juga fenomena transgender yang mengatasnamakan kemanusiaan dan fitrah, fenomena tersebut tentunya meresahkan masyarakat, khususnya generasi muda. Hal tersebut juga dibahas dengan melihat kacamata hukum islam.⁴⁹

b. Tema Cinta dan Kehidupan

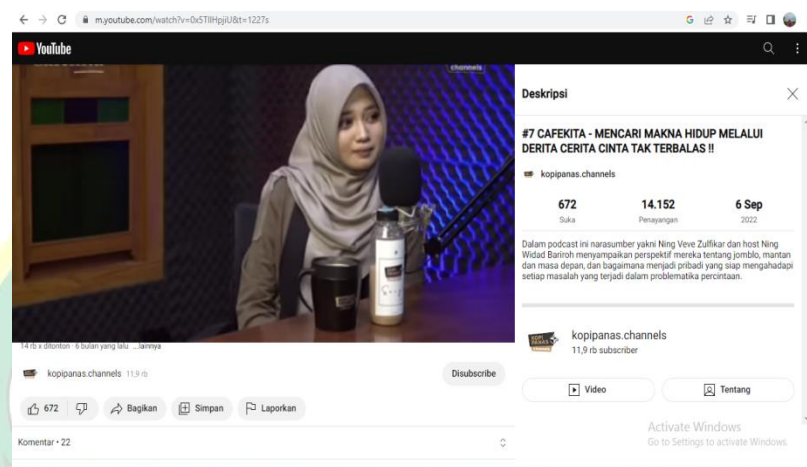
Pada tema ini terdapat lima judul video yang diunggah oleh pemilik akun, antara lain sebagai berikut.

1) 7 Cafekita - Mencari Makna Hidup Melalui Derita Cerita Cinta Tak Terbalas

Pada tema cinta dan kehidupan, podcast tersebut membahas mengenai fenomena kehidupan dan isu- isu baru yang sedang hangat diperbincangkan. Pada video dengan

⁴⁹ Diakses di https://m.youtube.com/watch?v=V_i8jvjBkB8&t=1889s pada tanggal 28 Februari 2023.

dengan judul "Mencari Makna Hidup Melalui Derita Cerita Cinta Tak Terbalas" dengan mendatangkan Veve Zulfikar sebagai narasumber, podcast tersebut membahas persoalan cinta, yaitu bagaimana definisi cinta, serta kriteria memilih pasangan hidup sesuai pandangan agama islam.⁵⁰ Berikut gambar tayangan *podcast*-nya.

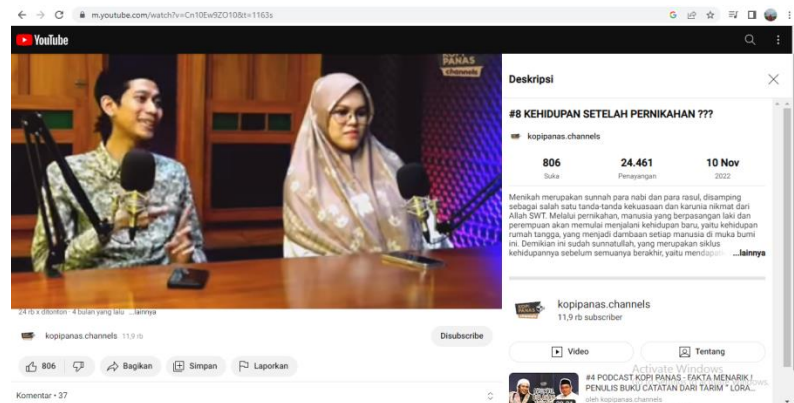


Gambar 4.12 Unggahan Video YouTube Kopipanas Channel

2) Kehidupan Setelah Pernikahan

Pada *video* ini berisi pembahasan mengenai kisah kehidupan setelah pernikahan dari Ning Imaz dan juga Gus Rifqi. Podcast tersebut bersifat hiburan dengan pasangan yang baru saja menikah, dan keromantisannya banyak membuat iri para netizen, sebab banyak beredar *video* keromantisan pasangan suami istri tersebut. Berikut gambar tayangan *podcast*-nya.

⁵⁰Diakses di <https://m.youtube.com/watch?v=0x5TIIHpiU&t=1227s> pada tanggal 28 Februari 2023.

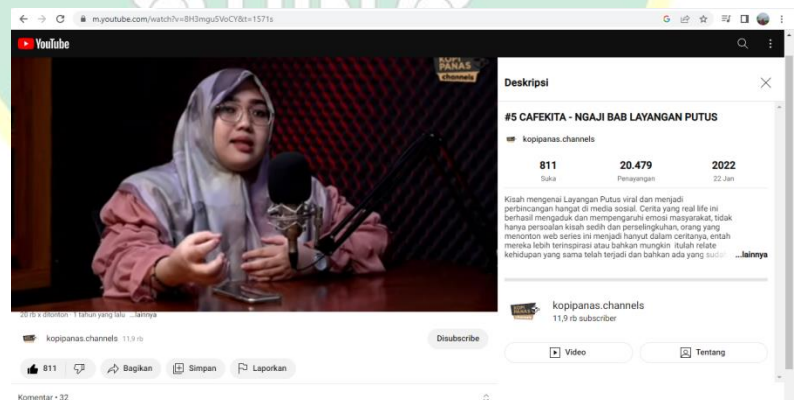


Gambar 4.13 Unggahan You Tube Kopipanas Channels

Sumber : m.youtube.com/kopipanas.channels

3) 5 Cafekita - Ngaji Bab Layangan Putus

Podcast ini membahas mengenai fenomena dibalik film Layangan Putus, dengan menghadirkan Ning Fierda sebagai narasumber. Dari tayangan tersebut mengupas tentang problematika rumah tangga yang terjadi dalam film Layangan Putus, dan bagaimana perpekstif menurut islam. Berikut ini gambar tayangan videonya.



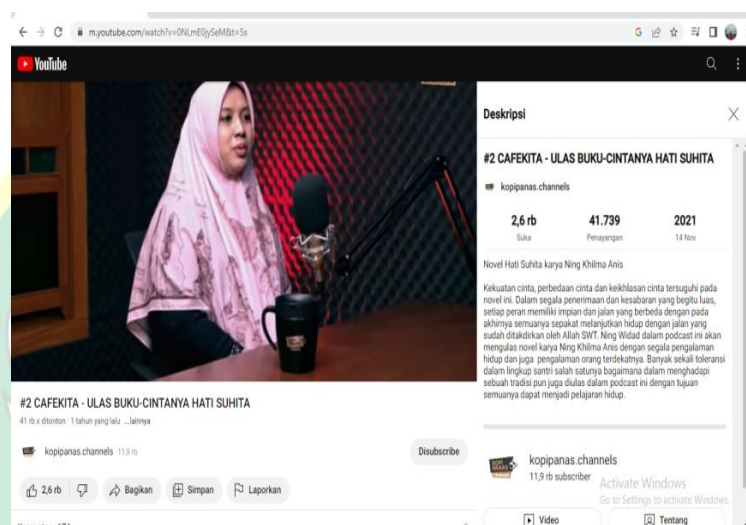
Gambar 4.14 Unggahan YouTube Kopipanas Channels

Sumber : m.youtube.com/kopipanas.channels

4) 2 Cafekita – Ulas Buku Cintanya Hati Suhita

Pada segmen ini mengupas kisah cinta hati Suhita yang sempat viral, karena mengkisahkan perjuangan cinta dari seorang wanita tangguh bernama Alina Suhita, yang

berjuang mendapatkan cinta dari Gus Biru. Pada segmen ini mendatangkan penulis novelnya langsung yaitu Ning Khima Anis. Pembahasan ini cukup menarik sebab menghadirkan perpektif dari penulisnya secara langsung sehingga setiap tokoh dalam cerita novel tersebut mampu digambarkan secara detail masing-masing karakternya. Berikut gambar tayangan *podcast* tentang Hati Suhita.



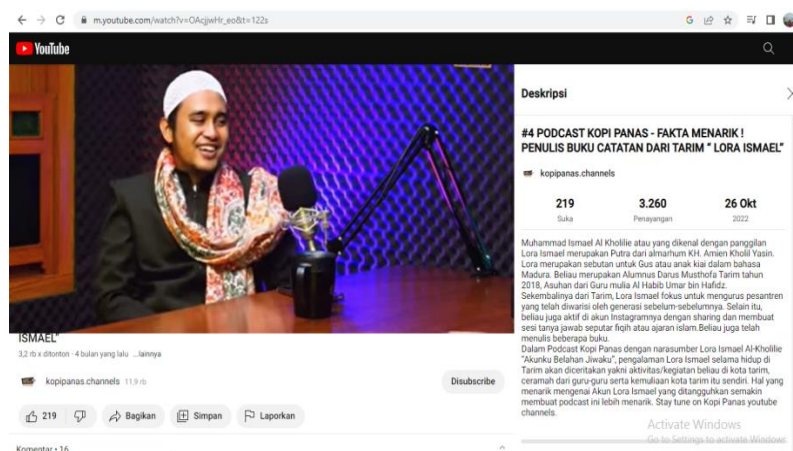
Gambar 4.15 Unggahan YouTube Kopipanas Channels

Sumber : m.youtube.com/kopipanas.channel

- 5) 4 Podcast Kopi Panas – Fakta Menarik ! Penulis Buku Catatan dari Tarim “Lora Ismael”

Selain mengulas tentang kisah cinta dalam film layangan putus yang sempat hangat diperbincangkan , dan juga mengulas buku tentang kisah cinta hati Suhita. Segmen ini juga membahas mengenai pengalaman pendakwah islam yaitu Lora Ismael dalam berdakwah di media sosial. Pada tayangan ini mengupas bagaimana perjalanan Lora Ismael dalam berdakwah hingga memutuskan untuk berdakwah melalui media sosial. Berikut disajikan gambar terkait

podcast bersama Lora Ismael.



Gambar 4.16 Unggahan YouTube Kopipanas Channels

Sumber : m.youtube.com/kopipanas.channels

c. Tema Islam dan Nasionalisme

Pada tema ini video yang ditayangkan membahas mengenai islam dan nasionalisme. Topik ini diambil dengan tujuan menangkal adanya radikalisme dengan memanfaatkan dakwah melalui media sosial. Pemilik akun membahas mengenai pancasila , pentingnya moderasi beragama dan bagaimana islam memandang kebudayaan. Pemilik akun mendatangkan narasumber sesuai dengan topik pembahasannya, yaitu antara lain ada Gus Ahmad Kafabih, Cak Teguh dan K.H. Ma'ruf Khozin dari Jawa Timur.⁵¹ Video –video tersebut antara lain :

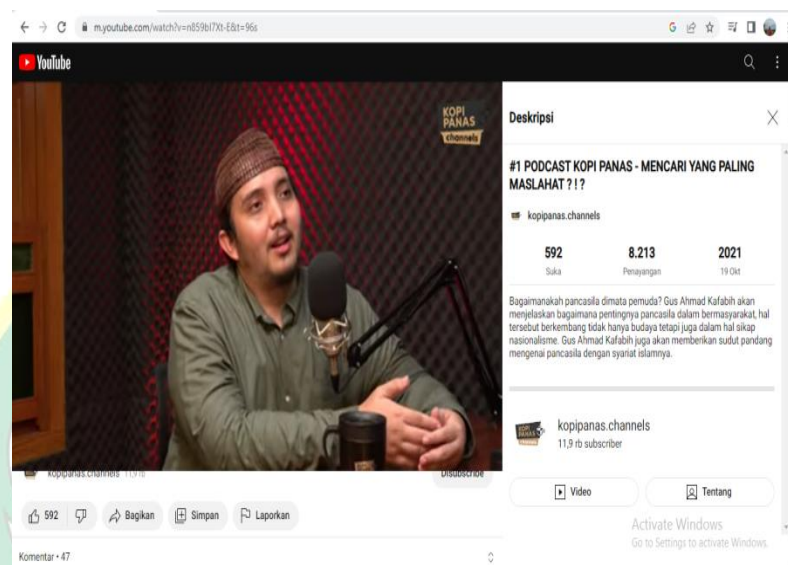
1) 1 Podcast Kopi Panas - Mencari Yang Paling Maslahat

Pada *podcast* dengan judul mencari yang paling maslahat ini, mendatangkan Gus Ahmad Kafabih sebagai bintang tamu. Pada segmen ini membahas terkait bagaimana pancasila menurut syariat islam, karena banyak anggapan bahwa pancasila itu tidak *syar'i* . Pada *podcast* ini juga

⁵¹ Diakses di

https://m.youtube.com/results?sp=mAEA&search_query=kopi+panas.channels pada 28 Februari 2023.

membahas tentang pentingnya pancasila dalam kehidupan bermasyarakat. Dari video ini memberitahu bahwa pancasila atau nilai-nilai yang ada didalamnya menurut Gus Kafa itu sama sekali tidak bertentangan dengan syariat islam. Berikut gambar unggahannya.

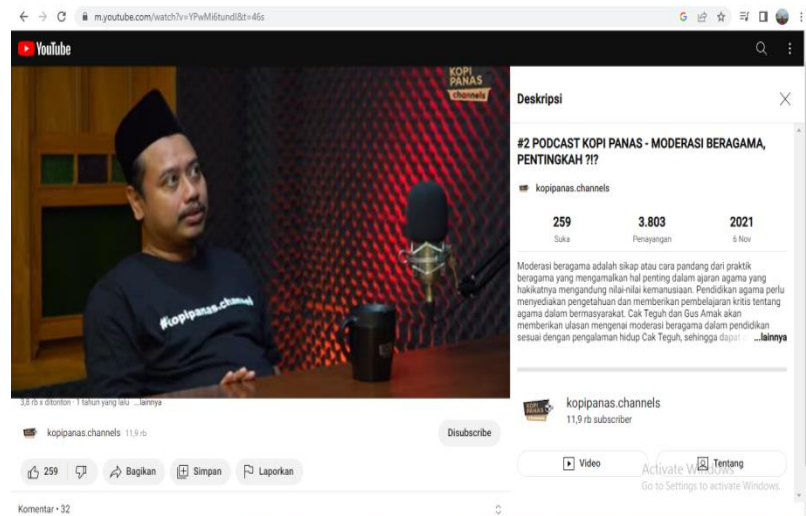


Gambar 4.17 Unggahan YouTube Kopipanas Channels

Sumber : m.youtube.com/kopipanas.channels

2) 2 Podcast Kopi Panas - Moderasi Beragama Pentingkah?

Podcast dengan judul Moderasi beragama ini, membahas terkait moderasi beragama dengan mendatangkan Cak Teguh sebagai narasumber. Pada video tersebut dapat disimpulkan bahwa moderasi beragama adalah sikap atau cara pandang dan praktik beragama yang mengamalkan hal penting dalam ajaran agama yang hakikatnya mengandung nilai-nilai kemanusiaan. Pendidikan agama perlu menyediakan pengetahuan dan memberikan pembelajaran kritis tentang agama dalam bermasyarakat. Berikut unggahan podcast tentang moderasi beragama dalam akun youtube Kopipanas Channel.

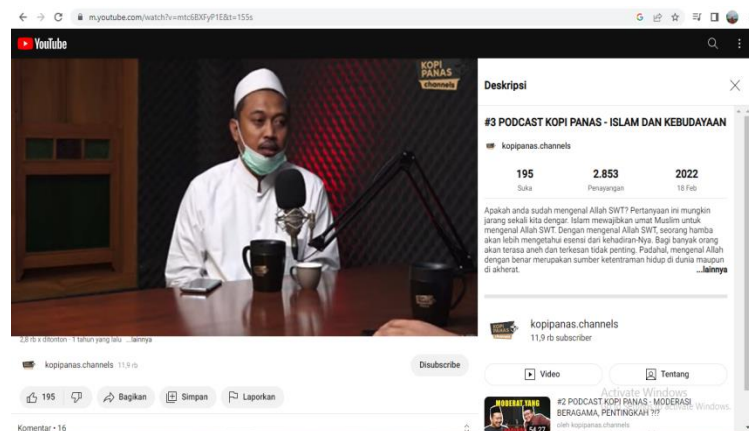


Gambar 4.18 Unggahan YouTube Kopipanas Channels

Sumber : m.youtube.com/kopipanas.channels

3) Islam dan Kebudayaan

Pada tema islam dan nasionalisme juga terdapat pembahasan mengenai islam dan kebudayaan. Pembahasan tersebut memberikan pandangan pada penonton terkait bagaimana islam memandang kebudayaan. Setiap hari manusia tidak lepas dari budaya atau tradisi, dan islam memberikan ruang terhadap kebudayaan atau tradisi masyarakat, asalkan tradisi tersebut tidak bertentangan dengan *aqidah* dan *syariat*. Hal tersebut membuktikan bahwa islam menerima tradisi, bahkan tradisi tersebut dijadikan oleh sebagian ulama sebagai sarana untuk berdakwah. Manusia tidak bisa lepas dari budaya atau tradisi. Ketika tradisi itu disenangi oleh masyarakat, lalu para kyai atau ulama terdahulu masuk membawa ajaran islam melalui budaya yang mereka senangi, sehingga semakin lama masyarakat mengenal islam melalui budaya. Berikut ini unggahan terkait islam dan kebudayaan.



Gambar 4.19 Unggahan Youtube Kopipanas Channels

Sumber : m.youtube.com/kopipanas.channels

3. Respon Penonton Terhadap Video Dakwah Pada Akun Kopipanas Channel

Respon penonton merupakan tanggapan dari para penonton setelah melihat video yang diunggah oleh akun youtube kopipanas channel. Pada bagian ini penulis juga bisa melihat bagaimana interaksi yang terjadi di media siber, dan komunikasi yang terjadi antar pengguna. Penulis mengamati bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna atau antar penonton melalui kolom komentar. Karena kolom komentar di aplikasi YouTube sebagai pusat terjadinya interaksi. Para penonton bebas menyampaikan pendapatnya. Dari kolom komentar inilah penulis dapat mengetahui bagaimana tanggapan dari penonton terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh komunikator. Dari respon yang diberikan oleh penonton akan peneliti kelompokan pada beberapa aspek respon yakni respon kognitif, afektif dan konatif. Untuk menentukan komentar yang sesuai peneliti memilih penonton dengan beberapa kriteria diantaranya, penonton tersebut aktif menanggapi dengan memberikan komentar yang sesuai dengan aspek yang penulis teliti. Komentar tersebut dipilih secara random per tema videonya. Penonton tersebut juga merupakan *follower* dan *viewers* dari *channel* youtube Kopipanas

Channels. Dilihat dari video yang diunggah oleh akun kopipanas, penulis menemukan jumlah komentar keseluruhan video ada 708 komentar, sementara setelah diteliti komentar yang diambil oleh penulis dengan memperhatikan beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam pemilihan komentar atau tanggapan penonton, sesuai dengan aspek respon berjumlah 90 komentar. Berikut penulis menemukan komentar penonton pada setiap tema video yang diteliti.

a. Tema Fiqih

Pada video dakwah yang bertemakan fiqih khususnya fiqih kewanitaan ditemukan berbagai respon atau tanggapan dari para penonton. Mereka mengatakan bahwa dengan adanya podcast yang membahas tentang fiqih kewanitaan dapat menambah pemahaman dan pengetahuan baru. Sebagaimana komentar dari Nurrisma Rahma, ia mengatakan bahwa videonya bermanfaat sekali untuk menambah pengetahuan, sehingga ia paham bagaimana siklus haid, nifas dan istihadhoh, ia juga mengakui dirinya belum paham terkait darah KB, dan berharap nanti akan ada video podcast tentang hal tersebut.

Selain itu respon terkait video tersebut bahwa dapat menambah pengetahuan mereka juga didukung dengan komentar dari akun atas nama Nuril Mirza Faradiba yaitu sebagai berikut :

“Alhamdulillah bisa nambah pengetahuan yang mungkin dari dari sebagian kaum hawa belum tau, semoga sering-sering ada wawasan yang lain lagi yang bisa kami terima dari ning ning yang cantik dan lebih banyak pengetahuannya , makasih buat kedua ning yang cantik ini.”⁵²

Selain itu didukung juga dengan tanggapan dari Zhafaiza Elkasyaf , ia mengatakan sebagai berikut :

⁵² Di akses di <https://m.youtube.com/@kopipanas.channels1635> pada tanggal 28 Februari di YouTube.

“Alhamdulillah tabarrakallah syukron katsir, berarti kalau setelah nifas, kemudian haid, kemudian haid lagi keblabasan terus menerus ngeflek berarti itu istihadhoh nggih”⁵³

Penonton juga ada yang berterimakasih kepada narasumber, karena setelah menonton podcast tersebut menjadi semakin paham mengenai perhitungan haid, waktu suci dan kapan darah dihukumi istihadah, hal tersebut diungkapkan oleh salah satu akun penonton dengan nama Jien Aryani.

Selain itu tanda dari mereka memahami dibuktikan dengan komentar yang penonton berikan berusaha mengulas apa yang mereka pahami dari video fiqih wanita tersebut. Yaitu beberapa komentarnya sebagai berikut.

“Prinsip beragama : bertauhid, bersyariat, berakhlak.. terima kasih atas ilmunya” (Esti Luthfi)⁵⁴

Kemudian penonton dengan nama Sinta Nuriah juga memberikan tanggapannya pada video yang berjudul “Aurat Perempuan dan Transgender”, ia berpendapat bahwa wanita memiliki kewajiban menutup aurat, laki laki memiliki kewajiban menundukan pandangan, semua sudah memiliki kewajiban masing-masing , tidak perlu saling menyalahkan.

Pada video dengan judul “Aurat Perempuan Dan Transgender” tentunya juga ada pembahasan mengenai kasus LGBT, dan itu tidak lepas dari perhatian penonton. Beberapa juga ada yang ikut menanggapi pembahasan mengenai LGBT di Indonesia , yaitu akun atas nama Nur Faisal , sebagai berikut :

⁵³ Diakses dari <https://m.youtube.com/watch?v=3k77SAoi9uM&t=474s>, pada tanggal 28 Februari 2023 di YouTube.

⁵⁴ Diakses dari https://m.youtube.com/watch?v=V_i8jyjBk8&t=1338s, pada tanggal 28 Februari 2023 di YouTube.

“Seperti halnya rasa malas, LGBT tidak akan pernah hilang pada manusia walaupun kita berjuang mati matian melawan rasa malas itu. Begitu pula LGBT, mereka pasti akan selalu ada dan lahir dari tiap generasi ke generasi, walaupun besarnya penolakan sosial. LGBT pasti akan selalu ada dan ada. Jumlah mereka pun tidak kecil. Tidak akan pernah ada solusi terbaik untuk masalah ini tanpa ada pemahaman dari orang LGBT itu sendiri.”⁵⁵

Ditanggapi juga oleh penton dengan nama Sri Marpinjun, ia menyampaikan bahwa LGBT itu dilegitimasi ideologi “non binary” atau ideologi yang tidak membatasi gender cuma laki dan perempuan. Dan ideologi ini dipromoasikan dengan uang jutaan dolar. Karena itu bisa menular alias mencuci otak masnya. Ia juga setuju dengan Ning Imaz selaku narasumber pada podcast tersebut, untuk memajukan prinsip akhlak ketika menghadapi kelompok LGBT.

Selain aspek pengetahuan para penonton juga memberikan komentarnya berdasarkan apa yang mereka rasakan setelah menonton video dakwah tersebut. Ada yang merasa bahagia setelah menonton podcast tersebut, seperti akun Eisha Vaeza, dalam tanggapannya terkait video dengan tema fiqih wanita, ia mengakui bahwa dirinya merasa bahagia jika membahas mengenai ilmu fiqih. Kemudian akun dengan nama Khusnul Khotimah, ia mengakui setelah menonton podcast kopipanas channel hatinya merasa lebih adem. Tanggapan- tanggapan tersebut juga didukung adanya tanggapan dari akun atas nama Riversideku, yaitu mengatakan :

“Dakwahnya cerdas dan bikin tenang dengan logika yang sangat mumpuni dari segi dalil dan akal. Pilihan kata dan bahasanya nembus ke

⁵⁵ Diakses dari https://m.youtube.com/watch?v=V_i8jyjBk8&t=1338s, pada tanggal 28 Februari 2023 di YouTube.

hati, mudah sekali dipahami. Mudah mudahan ning Imaz tetap dalam lindungan Allah”⁵⁶

b. Tema Cinta dan Kehidupan

Pada video dengan tema cinta dan kehidupan juga tak lepas dari perhatian para penonton. Video dengan tema ini mendapat banyak respon dari penonton. Berikut komentar- komentar penonton terhadap video dengan tema cinta dan kehidupan. Pada video dengan judul *”Mencari Makna Hidup Melalui Derita Cerita Cinta Tak Terbalas”*, Sulandari Ndari memberikan tanggapan, ia mengatakan bahwa pembahasan didalamnya pasti sangat berbobot, kalau putri kita yang sedang mondok diajak diskusi terkait hal ini, insya allah wawasan mereka akan bertambah baik dimasa-masa pubertas.

Selain itu, penonton yang bernama Choethieb Abdoelloh juga memberikan tanggapan, ia mengatakan bahwa takdir itu boleh diperjuangkan karena itu adalah sebagian dari usaha, apa yang akan ditakdirkan oleh Alloh untuk hambanya, kurang lebih seperti itu kata dia. Kemudian akun dengan nama Nadiroh Zulfa membenarkan apa yang disampaikan oleh Veve Zulfikar dalam podcast tersebut, yaitu berikut tanggapannya :

“Maksud dari hadits yang disebutkan ning Veve itu kalau ngga salah bukan seperti itu pemahamannya, tapi gini, biasanya seorang perempuan dinikahi karena : 1.harta 2. Nasab 3.kecantikan 4. Agamanya. Maka, pilihlah yang memiliki agama yang baik. Artinya jangan jadikan agama yang terakhir, melainkan jadikan agama sebagai pertimbangan pertama :D”⁵⁷

⁵⁶ Diakses dari https://m.youtube.com/watch?v=V_i8jyjBkB8&t=1338s, pada tanggal 28 Februari 2023 di YouTube.

⁵⁷ Diakses dari <https://m.youtube.com/watch?v=0x5TIIHpjiU&t=1275s&pp=ygUSa29waSBwYW5hecy5jaGFubmVs>, pada tanggal 28 Februari 2023.

Lalu penonton dengan nama Kadal Mesir, ia menanggapi bahwa menurutnya yang ia pahami dari kalimat Ning Veve, seorang wanita itu bisa dan berhak menerima atau memilih lamaran laki-laki karena salah satu dari keempat kriteria memilih pasangan menurut islam yaitu agamanya, hartanya, nasab atau ketampanannya atau keempat nya. Karena seorang laki-laki pun kenyataannya berharap mendapatkan keempat - empatnya. Tapi kalau ngga bisa maka minimal point yang empat. Yaitu agamanya. Kemudian komentar lainnya dari Siska Khumaila yang menanggapi podcast berjudul *"Ngaji Bab Layangan Putus"*, yaitu sebagai berikut :

"Yang bisa diambil adalah dalam relationship apapun menjalin komunikasi itu penting tapi yang paling utama diperhatikan yaitu kesepahaman komunikasi (sefrekuensi)." ⁵⁸

Kemudian Mujayana Yana juga memberikan tanggapan, ia mengakui bahwa podcast tersebut sangat bermanfaat karena ia bisa belajar tentang bagaimana membina rumah tangga yang baik. Video *Ngaji Bab Layangan Putus* juga membahas terkait poligami dalam rumah tangga dan bagaimana menurut pandangan syariat islam. Hal itu juga ditanggapi oleh penonton bernama Liza Samchah, ia berpendapat bahwa pernikahan poligami Rosulullah adalah wahyu. Poligami manusia biasa hanya bisa dilakukan dalam keadaan sangat darurat dan oleh kalangan khowash. QS. An-nisa adalah memprioritaskan monogami sebagai pilihan. Selain itu ditemukan juga penontonya yang kurang sepakat ketika narasumber membahas mengenai persamaan poligami dengan selingkuh, yaitu penonton bernama Yus Ni menyampaikan tanggapannya sebagai berikut :

"Maaf mba beda donk selingkuh sama poligami beda banget. Tapi kalau suami mau menikah lagi tanpa izin istri bisa kok. Adil gak bisa mba, tapi bijaksana Rosulullah aja meminta maaf pada Allah bahwa adil tidak

⁵⁸ Diakses di <https://m.youtube.com/watch?v=8H3mgu5VoCY&t=860s>, pada tanggal 28 Februari 2023.

*bisa untuk istri-istrinya. Mba harus banyak belajar lagi, kita semua punya kekurangan baik saya, kamu atau semuanya.”*⁵⁹

Selain itu tanggapan-tanggapan yang lain ditemukan pada video dengan judul “*Ulas Buku Cintanya Hati Suhita*” yang mendatangkan penulis bukunya langsung, yaitu Ning Khilma Anis sebagai narasumber. Dikarenakan Kisah Hati Suhita ini sedang viral, banyak penonton yang ikut menanggapi podcast ini, salah satunya ada Rini Arofah Nurjannah, ia berusaha mengulas kembali apa yang ia pahami setelah mendengarkan podcast tersebut, bahwa wanita (wani tapa), wani bertapa kepada sang pencipta dan menghamba dengan segala takdirnya (Ning Khilma Anis).

Kemudian Haisyah Nur, mengaku bahwa setelah mutolaah novel Suhita, ternyata memang banyak pelajaran yang didapat tentang pernikahan. Umrotus Solikha memberikan tanggapannya bahwa memang banyak sekali pelajaran yang didapat setelah mendengarkan podcast tentang buku Hati Suhita, salah satunya mikul nduwur mendem njero. Didukung dengan tanggapan penonton yang lain yaitu, Kharisma Cipta Dewi yang mengatakan, dari hati Suhita jadi bisa tau bagaimana harus tetap tegar dalam menghadapi situasi sebesar apapun. Harus kuat dan harus optimis. Tanggapan lainnya antara lain dari Yaya Yusriyaa sebagai berikut :

*”Dari video ini kita tahu kalau setiap tokoh dalam novel hati suhita mempunyai nilai terhormatnya masing masing. Terhormat dengan cara yang hebat.”*⁶⁰

Kemudian Choi Ri, ia menyampaikan bahwa Hati Suhita merupakan salah satu novel yang paling cepat ia baca, dan bahkan

⁵⁹ Diakses di <https://m.youtube.com/watch?v=8H3mgu5VoCY&t=860s>, pada tanggal 28 Februari 2023.

⁶⁰ Diakses dari <https://m.youtube.com/watch?v=0NLmE0jySeM&t=2038s>, pada tanggal 28 Februari 2023.

memiliki kesan yang begitu dalam, didalamnya terdapat ilmu yang luar biasa untuk wanita yang hendak menjalani rumah tangga. Penonton dengan nama Imamatun Nisa mengatakan, dari video ini kita tahu kalau setiap tokoh dalam novel hati suhita mempunyai nilai terhormatnya masing masing. Terhormat dengan cara yang hebat. Selain itu menurut para penonton banyak sekali pelajaran positif yang didapat dari Ning Khilma Anis, salah satunya perempuan harus belajar menulis, perempuan kalau mau belajar menulis, jika patah hati tidak menangis tapi menulis. Hal tersebut disampaikan oleh Lulu Fatmawati dalam tanggapannya. Kemudian didukung dengan tanggapan dari Auly Mufti, ia menyampaikan klungsu klungsu waton udu, yang penting berkarya dan menulis walaupun sederhana daripada tenggelam dalam angan-angan berbuat banyak(Ning Khilma Anis).

Selain komentar diatas, video dengan tema cinta dan kehidupan ini ternyata juga mampu mempengaruhi emosi dan perasaan para penontonya, dibuktikan dengan komentar- komentar dibawah seperti dari Bahrul Ulum, ia merasa terkesan setelah menonton podcast yang dibintangi oleh Gus Rifki dan Ning Imas, dalam judul "*Kehidupan Setelah Pernikahan*". Ia berharap semoga bisa mendapatkan menantu seperti Gus Rifki yang sangat masyaa allah katanya.

Para penonton juga dibuat merinding dan tersentuh hatinya setelah menonton podcast yang berjudul "Ulas Cintanya Hati Suhita". Pasalnya dari penilaian para penonton banyak yang mengatakan bahwa pembahasannya yang mampu menyentuh hati, dengan mengupas tuntas bagaimana kisah cinta dibalik buku Suhita, yang setiap tokoh dalam cerita tersebut memiliki karakter sangat kuat dalam menjaga kehormatannya. Ditunjukkan dengan komentar para penonton sebagai berikut. Yang pertama ada tanggapan dari Ulfa Zulaikha :

"Dulu, untuk membaca novel Suhita saya harus benar-benar mengumpulkan keberanian, karena tokoh Rengganis seperti mengulti

hidup saya. Saya takut hubungan saya kandas seperti kisah Rengganis. Hingga akhirnya ketakutan saya benar benar terjadi. Barulah berani membaca, tangisan Rengganis menemani tangisan saya, kekuatannya pun yang membantu menguatkan saya. Terima kasih Rengganis. Pasti akan ada gus Biru lain yang dikirImkan allah untuk kita.”⁶¹

Yang kedua ada respon dari Firza Ramadhan, ia mengatakan bahwa dirinya dibuat nelangsa. Lalu selanjutnya ada Saiful Haq, dalam tanggapannya ia mengaku sampai merinding mendengarkan podcast tersebut, tak lupa ia juga mengucapkan subhanallah dan mendoakan agar narasumber dan moderator sukses selalu. Penonton juga ada yang sampai menangis setelah mendengarkan podcast Hati Suhita, contohnya Laila Ayu, ia mengatakan bahwa dirinya sampai berlinang air mata saat membahas salah satu tokoh dalam kisah Hati Suhita yaitu Rengganis. Didukung dengan koemntar lainnya dari Ika Chalwa yang mengatakan jika memposisikan sebagai Rengganis, rasanya nyesek sekali. Sementara itu penonton yang lain yaitu Nurlatif Rahman, ia justru mengaku dibuat mereinding ketika membahas tentang tokoh Umi dalam kisah tersebut. Akun dengan nama Silent Mood juga menyampaikan bahwa podcast yang dibintangi oleh Ning Khilma Anis ini sangat deep sekali pembahasannya. Komentar lainnya yang merasa tersentuh sekali sampai hati dibuat porak poranda yaitu Salsabila Az-Zahr, ia mengatakan sebagai berikut :

“Tolong hati ini dibuat porak poranda mendengarkan podcast ini, masyaa allah maturnuwun banyak ilmu-ilmunya ning”⁶²

⁶¹ Diakses dari <https://m.youtube.com/watch?v=0NLmE0jySeM&t=2036s> tanggal 28 Februari di YouTube.

⁶² Diakses dari <https://m.youtube.com/watch?v=0NLmE0jySeM&t=2036s> tanggal 28 Februari di YouTube.

c. Tema Islam dan Nasionalisme

Pada podcast video dengan tema Islam dan Nasionalisme juga mendapat tanggapan dari para penonton. Ada beberapa penonton yang aktif menyampaikan pendapatnya melalui kolom komentar, antara lain sebagai berikut.

Akun dengan nama Sholawat Wengi mengatakan bahwa video ini sangat memberikan inspirasi, dan sekaligus mendoakan agar narasumber dan mederator diberikan panjang umur, sehat dan sukses selalu. Selain itu beberapa akun yang lainnya yaitu Muhammad Maksum, ia menanggapi sebuah video podcast yang berjudul “*Mencari Yang Paling Maslhat?*”, menurutnya pembahasannya sangat mantap, ia juga berpendapat disaat pancasila sebagai ideologi berbangsa, bernegara dan beragama mulai dipertanyakan. Lalu *podcast* dengan tema islam dan nasionalisme ini juga sangat memberikan edukasi untuk para penonton yang menyaksikannya, hal tersebut dibuktikan dengan adanya respon dari penonton, yaitu Fathur Rohman, ia menyatakan bahwa *podcast* ini sangat mengedukasi. Didukung juga dengan respon dari Mohammad Virryan Dienal Haq yang mengatakan bahwa ilmu yang disampaikan sangat luar biasa. Lalu pada video yang berjudul “*Islam dan Kebudayaan*” juga mendapat tanggapan yang baik dari penonton, salah satunya ada Nur Misbahul Riziqiyah sebagai berikut :

*”Alhamdulillah saya sebagai orang awam bisa memahami pembahasan yang ada, maturnuwun.”*⁶³

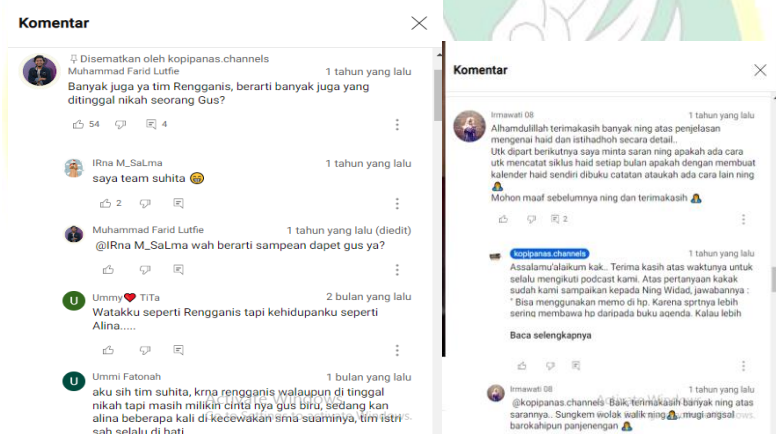
Kemudian tanggapan dari Moh.Irbab yang mengatakan bahwa pembahasan materinya selalu update atau terbaru, yaitu sebagai berikut :

*”Alhamdulillah materi yang disajikan selalu update”*⁶⁴

⁶³ Diakses di <https://m.youtube.com/watch?v=mtc6BXFyPIE&t=201s>, pada tanggal 28 Februari 2023.

Selain itu penonton juga berterima kasih atas ilmu yang didapat dari podcast yang bertemakan islam dan nasionalisme tersebut. Seperti tanggapan dari Tri Wahyu dalam *podcast "Islam dan Kebudayaan"* ia bersyukur dengan mengucapkan alhamdulillah ilmunya sae atau bagus katanya dan menyampaikan jazzakumullahi khair.

Dari akun Kopipanas channel tersebut penulis juga menemukan beberapa hal penting kaitannya dengan dunia internet. Pada dasarnya apa yang terjadi di internet tidak jauh berbeda dengan apa yang terjadi didunia nyata. Pada gambar dibawah ini menunjukkan bahwa komunikasi bisa terjadi di dunia online, kapanpun dengan siapapun pengguna dapat berinteraksi layaknya di kehidupan nyata. Komunikasi didunia online sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Berikut penulis sajikan gambar interaksi penonton pada akun kopipanas.

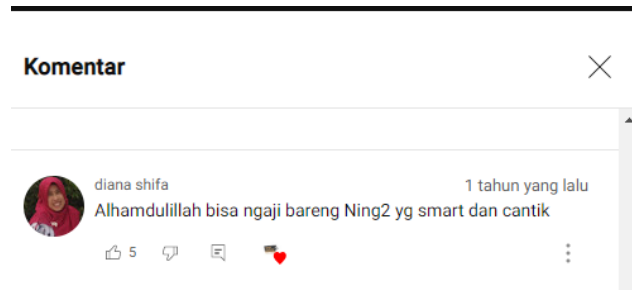


Gambar 4.20 Interaksi pemilik akun dan penonton

Dari channel YouTube tersebut ditemukan adanya interaksi antara pemilik akun dengan para penonton. Mereka saling menanggapi dengan memberikan komentar dan juga masukan melalui fitur kolom komentar yang tersedia di *youtube*. Berikut

⁶⁴ Diakses di <https://m.youtube.com/watch?v=mtc6BXFyPIE&t=201s>, pada tanggal 28 Februari 2023.

penulis sajikan bukti komentar penonton.



Gambar 4.21 Respon atau tanggapan penonton

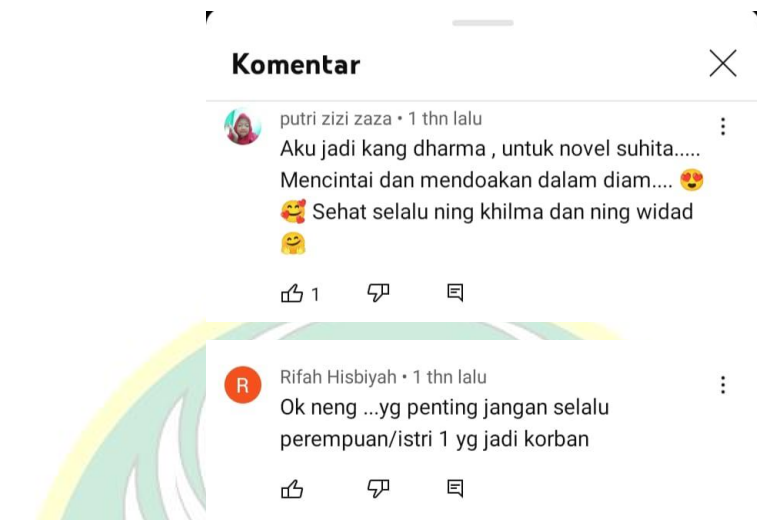
Ada salah satu komentar yang menunjukkan bahwa ketika menonton video dakwah di akun *Kopipanas Channels*, dia bersyukur karena bisa mengaji secara virtual. Hal tersebut seperti halnya aktivitas didunia nyata ada kegiatan mengaji, dan di dunia virtual pun melalui media sosial dapat dimanfaatkan sebagai kegiatan belajar dan mengaji.



**Gambar 4.23 Tanggapan penonton pada video 2 Cafekita-
Ulas Buku Cintanya Hati Suhita**

Pemilik akun bernama Ulfa Zulaikha, memberikan tanggapan seperti gambar diatas. Ia mencoba menggambarkan cerita yang ada dalam pesan dakwah dengan kehidupan nyata, dengan menceritakan pengalamannya yang sama seperti sosok Rengganis dalam buku novel Hati Suhita yang diulas

dalam podcast kopipana channels. Hal tersebut menunjukkan bahwa cerita tersebut ternyata relate atau sesuai dengan kehidupan didunia nyata, dimana banyak seorang perempuan yang bertahan menjaga cinta dan kehormatannya.

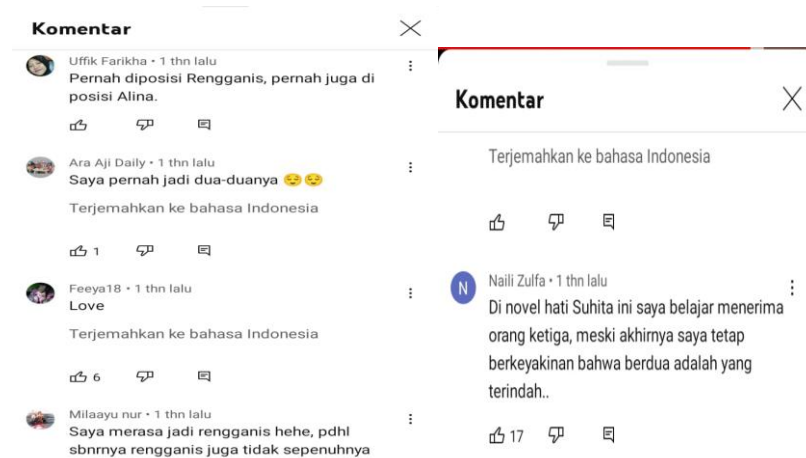


Gambar 4.22 Tanggapan penonton terhadap Ulas Cintanya Hati Suhita

Pada komentar milik Putri Zizi Zaza diatas, dia mengaku bahwa dirinya seperti sosok Kang Dharma yang mencintai dalam diam. Di kehidupan nyata memang sering sekali ditemukan kisah cinta dalam diam, tidak bisa memiliki karena keadaan sehingga seseorang memilih untuk memendam cintanya dan mendoakannya secara diam diam. Hal ini biasanya dirasakan oleh kaum muda, tapi ada juga pasangan yang sudah menikah namun memendam perasaan untuk orang lain yang dicintainya, dan ini biasanya terjadi salah satu akibatnya karena perjudohan.

Selain itu komentar dari Rifah Hisbiyah, yang menanggapi bahwa yang penting jangan selalu perempuan atau istri pertama yang jadi korban. Biasanya dikehidupan nyata ada kejadian ketika seorang suami masih mencintai perempuan lain atau masa lalunya, maka istri sahnya menjadi korban dalam

problematika rumah tangga.



Gambar 4.24 Tanggapan penonton terhadap podcast Hati Suhita

Dari gambar diatas mereka mengakui bahwa di kehidupan mereka, mengalami seperti apa yang diceritakan dalam konten video tersebut. Ada yang kisah cintanya seperti Rengganis, dan ada yang seperti sosok Alina. Hal itu menunjukkan bahwa tidak hanya di cerita fiktif saja, dan juga menunjukkan bahwa ternyata cerita novel Hati Suhita banyak diangkat dari kisah kehidupan nyata.

Selain itu, video podcast kopipanas channel juga memiliki pengaruh untuk para penonton dalam kehidupan sehari-hari. Yaitu hadirnya para tokoh dakwah dipodcast tersebut mampu menjadi teladan untuk penonton, hal ini dibuktikan dari salah satu penonton bernama Shofiays Sumardi yang menyampaikan sebagai berikut :

“Alhamdulillah walaupun tetap saya masih banyak sekali kurangnya, tetapi banyak amalan-amalan yang aku rutinkan, seperti Ning Sheila setiap Selasa ada amalan tersendiri, kemudian Ning Widad dengan segala pesan positif yang sangat banget pengaruh di pola pikir saya. Ning Imaz yang begitu

romantis dan Ning Fierda yang masyaa allah, beliau sangat membuat saya tambah percaya diri, beliau-beliau luar biasa banget masyaa allah”⁶⁵

Selain membahas tentang kisah cinta , topik lain yang dibahas adalah tentang fiqih wanita, dan juga tentang islam dan nasionalisme. Dari pemilihan tema tersebut tentunya pemilik akun menggunggah video dengan tema-tema yang disebutkan diatas bukan hanya sekedar untuk kepentingan diri sendiri, tetapi juga sembari menyebarkan pesan- pesan dakwah agar dapat dikonsumsi dan diterima oleh masyarakat luas. Seperti citra dari podcast ini yang bernuansa islami tentunya bertujuan untuk menyebarluaskan ajaran agama islam.

C. Hasil Analisis Data

Dari data temuan penelitian yang ada, penulis berusaha menganalisis dengan memperhatikan teori dan metode analisis penelitian. Pada kajian teori sudah dijelaskan terkait dengan respon, yang diartikan sebagai tanggapan seseorang terhadap stimulus yang diberikan. Respon yang difokuskan disini mengacu pada *teori respon S-O-R*, bahwa pesan yang diberikan mengandung rangsangan tertentu sehingga menimbulkan efek yang mengakibatkan terbentuknya respon.⁶⁶

Sebelum adanya respon tentunya terlebih dahulu ada stimulus yang diberikan. Pada penelitian ini, stimulus yang diberikan berupa pesan dakwah dalam *podcast youtube Kopipanas Channels*. Pesan dakwah tersebut disampaikan oleh komunikator kepada komunikaan. Komunikator disini adalah pemilik akun dan orang – orang yang terlibat didalamnya seperti tim kreatif, dan narasumber. Sementara yang menjadi komunikan adalah para penonton yang menerima pesan dakwah tersebut.

Proses komunikasi yang terjadi berlangsung secara dua arah

⁶⁵ Wawancara online dengan Shofiays Sumardi (penonton), pada tanggal 6 Maret 2023 di Instagram.

⁶⁶ Mufid, "Komunikasi dan Regulasi Pembelajaran" (Jakarta : Kencana, 2005), hlm. 22-23.

karena didalam aplikasi YouTube komunikator bukan hanya sekedar mengunggah konten saja tetapi mereka juga mendapatkan feedback dari penonton berupa like, subscribe dan juga komentar. Komentar disini menggambarkan bagaimana tanggapan penonton setelah menonton video yang ada. Mengingat kembali bahwa dibagian kajian teori penulis berpedoman pada macam- macam respon yang dijelaskan oleh Steve M. Chaf, antara lain ada respon kognitif , afektif dan konatif. Untuk memastikan apakah respon yang diberikan penonton terhadap pesan dakwah dalam podcast youtube kopipanas channels itu sebanding dengan teori penelitian yang penulis gunakan, maka penulis menggunakan studi etnografi virtual, khususnya metode analisis media siber,) yang dikembangkan oleh Rulli Nasrullah dalam buku “Etnografi Virtual”. Rulli menjelaskan bahwa metode Analisis Media Siber (AMS) terbagi menjadi empat macam, antara lain level ruang media, level dokumen media, level objek media dan level pengalaman media.

Jika dikaitkan dengan metode analisis yang dipakai peneliti yaitu Analisis MediaSiber, yang didalamnya terdapat empat level yang digunakan, yaitu level ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman media. Dari keempat level tersebut kita dapat mengetahui bagaimana pesan atau stimulus itu dibuat sehingga mempengaruhi komunikasi untuk kemudian memberikan tanggapannya.

Dari temuan data-data yang ditelusuri penulis dengan menggunakan Analisis Media Siber (AMS), yang terbagi menjadi empat level menurut Rulli Nasrullah, memudahkan peneliti untuk mengetahui bagaimana respon atau tanggapan penonton terhadap pesan dakwah yang disampaikan di akun YouTube Kopipanas Channels.

Setelah penulis melakukan observasi terhadap akun youtube Kopipanas Channels, yang didukung dengan adanya wawancara dan dokumentasi, maka penulis menguraikan pembahasan terhadap temuan data penelitian dengan memperhatikan empat level metode analisis media siber sebagai berikut.

1. Ruang Media

Pada level ruang media lebih banyak mengungkap tentang bagaimana struktur konten pada sebuah media siber. Dalam level ini menjelaskan bagaimana prosedur pembuatan konten dan mempublikasikan konten video, bagaimana membuat aspek grafis dari tampilan yang ada. Hal ini penting karena fokus data yang dikumpulkan tidak hanya tampilan visual yang ada di media siber, tetapi juga seperti apa prosedur konten tersebut bisa ada di media siber tersebut.⁶⁷ Dalam hal ini penulis memposisikan diri sebagai pengamat, dan juga penonton yang mempunyai akun serta menjadi bagian dalam fenomena yang diteliti.

Berdasarkan data yang ditemukan penulis, pemilik akun YouTube Kopipanas Channel yaitu Gus Muhammad Nailur Rohman dan Ning Widad Bariroh memiliki akun resmi yang digunakan untuk media berdakwah yakni melalui media sosial YouTube. Sebelum dapat menggunakan YouTube maka perlu untuk memiliki akses internet terlebih dahulu. YouTube bisa diakses melalui aplikasi di smartphone, tablet maupun komputer dan bisa juga diakses tanpa aplikasi, yaitu melalui situs web di google atau sejenisnya.

Sebelum dapat menggunakan youtube maka memerlukan beberapa prosedur terlebih dahulu, mulai dari penginstalan aplikasi, membuat akun dan memanaje akun sesuai kebutuhan. Setelah akun didapat maka para pengguna sudah bisa mulai menggunakannya baik untuk mengunggah video, menonton ataupun melakukan interaksi seperti memberi like, mengikuti akun lain dan mengomentari unggahan video orang lain.⁶⁸

Fokus utama dalam level ini, pada *channel youtube* Kopipanas

⁶⁷ Kuku Pribadi, Zeinel Arfin Sadiq dan Ari Susanti, *Analisis Media Siber Pada Siaran Langsung Virtual Youtuber Ayunda Risu*, Vol.05. No.02 Jurnal Ilmu Komunkasi, Tahun 2022, hal. 132-133.

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Ning Widad Bariroh, tanggal 22 Maret di media sosial whatsapp.

Channels peneliti mengkategorikan menjadi tiga poin, yaitu:⁶⁹

a. Proses Pembuatan Channel YouTube

Podcast Kopipanas channels dibuat oleh Gus Muhammad Nailur Rohman pada bulan September 2021. Dengan adanya channel tersebut tentunya sudah melewati prosedur pembuatan akun, terbukti dengan mereka bisa mengunggah konten- konten dakwah melalui kanal YouTube nya dan masih aktif hingga saat ini. Meskipun dibuat pada bulan September 2021 ,namun pemilik akun mulai mengunggah konten pada bulan Oktober 2021.

b. Prosedur Mempublikasikan konten

Pada channel YouTube Kopipanas, pemilik akun dalam mempublikasikan konten sesuai dengan prosedur yang berlaku. Terbukti dengan unggahan mereka yang positif, bahkan semua unggahannya berupa pesan dakwah. Dalam mempublikasikan konten, Gus Amak dan Ning Widad dibantu oleh tim yang terdiri dari sekitar 7 orang. Konten yang diunggah dalam bentuk podcast. Tidak ada jadwal pasti kapan harus mengunggah konten dakwah, mereka membuat dan mengunggah konten saat waktu luang, jadi bisa dikatakan pengunggahan kontennya fleksibel atau kondisional. Jika dirasa ada tem yang menarik untuk dibahas maka mereka mengunggah konten dakwah sesuai dengan tema yang sedang hangat atau isu isu kontemporer. Sampai saat ini *video* yang diunggah berjumlah 12 *video* dakwah, dan seterusnya akan bertambah lagi.⁷⁰

Dalam mempublikasikan konten podcast ini memanfaatkan situs jejaring sosial (*sosial networking site*) atau sering disebut dengan media sosial. Media sosial YouTube

⁶⁹ Diakses dari Youtube

https://m.youtube.com/results?sp=mAEA&search_query=kopi+panas.channels pada tanggal 28 Februari 2023.

⁷⁰ Hasil Wawancara dengan Ning Widad Bariroh, tanggal 22 Maret di media sosial whatsapp.

digunakan untuk mempublikasikan konten, seperti profil, aktivitas, atau bahkan tanggapan pengguna, dan juga sebagai media yang memberikan ruang untuk komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial diruang siber.

Dari prosedur pembuatan hingga pembublikasian konten, ada beberapa hal yang dapat kita pelajari sebagai pengguna media. *Pertama*, YouTube sebagai media online bergantung pada sejumlah prosesur yang memerlukan keterlibatan pengguna. Karena untuk dapat mengunggah dan menggunakan YouTube para pengguna secara aktif harus terlebih dahulu mengikuti langkah-langkah yang sudah ditentukan. *Kedua*, terjadi komunikasi interaktif, yaitu pemilik akun youtube dapat terhubung dengan akun yang lainnya, dan saling berinteraksi. *Ketiga*, adanya keunikan yang terjadi yaitu akun akan hidup, terhubung dan terkoneksi secara terus menerus jika tetap memiliki koneksi jaringan internet. Jika tidak terhubung dengan koneksi jaringan internet maka kita tidak bisa mengakses aplikasi tersebut.

c. Aspek Grafis dari Tampilan Media

Aspek grafis dari tampilan channel sangat penting dalam mempengaruhi para penonton agar tertarik untuk menonton video yang diunggah. Agar dapat menarik perhatian penonton makan podcast kopipanas channels ini menggunakan tagline yang menarik seperti contohnya “ Ulas Buku Cintanya Hati Suhita”, “ Akunku Belahan Jiwaku”, tagline yang menarik akan membuat penasaran para penonton terhadap video yang diunggah. Desain visual yang ditampilkan akan tetap sama meski dilihat melalui alat atau media lainnya baik *smartphone* atau komputer, laptop dan sejenisnya.⁷¹

⁷¹ Observasi terhadap Podcast Kopipanas Channels pada bulan Februari 2023 di YouTube.

2. Dokumen Media

Dokumen media memiliki fungsi dalam penelitian yaitu menelaah bagaimana isi suatu teks dan makna yang terkandung didalamnya yang dipublikasikan lewat media *siber*. Teks yang disusun oleh pengguna (*encoding*) menjadi sorotan penting pada level ini untuk dimaknai atau diterjemahkan (*decoding*). Pada level dokumen media ini peneliti dapat mengetahui bagaimana representasi dari pengguna atau khalayak itu sendiri.⁷²

Fokus utama dalam level dokumen media pada akun Kopipanas Channels yaitu konten video dakwah yang diunggah oleh pemilik akun. Konten yang diunggah berbentuk video *podcast*. Dalam setiap video diberi tagline yang menarik, serta deskripsi singkat sebagai gambaran terhadap apa yang disampaikan dalam video dakwah tersebut. Dalam produksi videonya selain Gus Amak dan Ning Widad, ada tim tersendiri yang ikut berkontribusi dalam produksi konten dakwah dan pembublikasiannya.

Dalam pembuatan konten dakwah, oleh pemilik akun dibuat menjadi dua segmen yakni segmen Kopipanas (Komunitas Pencinta Islam, Pancasila dan Nasionalisme), dan segmen Cafekita (Cakap Fenomena Fiqih Kewanitaan). Pada segmen Kopipanas materi videonya bertemakan pancasila, nasionalisme dan radikalisme. Biasanya yang menjadi moderator dari segmen ini yaitu Gus Amak. Segmen kopipanas ini lebih sering membahas mengenai nasionalisme dengan tujuan mencegah radikalisme, agar para penonton yang posisinya disini sebagai mad'u dapat mengambil pelajaran positif dan meningkatkan kewaspadaan akan paham-paham radikalisme yang masuk ke Indonesia. Pada segmen kopipanas, video yang diunggah berjumlah 4, namun yang bertemakan pancasila dan nasionalisme itu ada 3 video, yaitu diantaranya video dengan judul *Mencari Yang Paling Maslahat, Moderasi Beragama*

⁷² Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual; Riset Komunikasi Budaya, dan Socioteknologi di Internet*, 51.

Pentingkah ?, dan *Islam dan Kebudayaan*. Sementara itu, segmen *cafekita* yang dimoderatori oleh Ning Widad, membahas mengenai fenomena kehidupan dan fiqih kewanitaan. Pada segmen *cafekita video* yang diunggah berjumlah 8. Empat *video* diantaranya membahas mengenai fiqih wanita, dengan tujuan agar menjadi pengetahuan dan pembelajaran bagi kaum wanita agar dapat menyikapi persoalan kewanitaan dengan baik sesuai tuntutan syariat, sehingga tidak salah kaprah dalam menjalankan ibadah. *Video – video* tersebut diantaranya ada yang membahas mengenai darah perempuan dan qodha sholat, haid dan istihadhah, nifas, dan aurat perempuan. Selain tentang fiqih juga membahas seputar fenomena kehidupan seperti mengulas buku Hati Suhita, ngaji bab film *Layangan Putus*, video tentang mencari makna cinta, bahkan sampai kehidupan setelah pernikahan. Dengan adanya pembahasan tentang fenomena yang sedang terjadi, maka dari pesan yang disampaikan melalui *video podcast* para penonton dapat mengambil pembelajaran positif, dan memberikan kita sebuah gambaran untuk bagaimana bersikap secara bijak terhadap sesuatu yang terjadi disekeliling kita.⁷³

Dari isi teks atau pesan dakwah yang ada , khususnya pada podcast ini adalah pesan yang disampaikan dalam bentuk rekaman video, maka dapat diartikan bahwa pesan mampu memberikan gambaran dan mengubah pandangan seseorang terhadap suatu hal. Dengan adanya pesan itu juga menjadi stimulus bagi para penonton yang kemudian diterima dan selanjutnya menimbulkan *feedback* berupa respon. Dibuktikan dengan adanya konten dakwah yang membahas terkait fenomena- fenomena baru, seperti salah satunya membahas tentang kisah cinta hati suhita yang diambil dari sebuah karya novel terkenal yaitu “Hati Suhita” dari Ning Khilma Anis. Dalam pembahasan tersebut berusaha mengulik tentang tokoh-tokoh yang ada didalamnya sehingga

⁷³ Wawancara dengan Ning Widad Bariroh, tanggal 22 Maret 2023 secara online di Whatsapp.

narasumber berusaha memberikan kita pesan positif agar dapat meneladani sikap-sikap atau karakter para tokoh dalam menghadapi ujian hidupnya. Salah satu pesannya yaitu seorang wanita harus menjaga kehormatan dirinya, wanita dalam bahasa Jawa artinya wani tapa, seorang wanita harus berani dalam menjalani kehidupan, selain itu hatinya harus selalu terhubung dengan pencipta, artinya wanita senantiasa beribadah dan menyerahkan segala urusannya pada sang pencipta.

Pembahasan yang lain mengenai fiqih kewanitaan, dalam *podcast* tersebut berusaha mengajarkan kepada para wanita tentang darah haid, nifas, istikhadah dan bagaimana ketentuan syariatnya.

3. Objek Media

Pada level objek media, yang menjadi fokus utama pada channel YouTube Kopipanas yaitu interaksi yang muncul antara pemilik channel dengan *subscriber* ataupun *viewers*. Interaksi dalam hal ini, berkaitan erat dengan respon atau komentar dari penonton. Pada *podcast* kopipanas channels, terdapat banyak komentar yang menunjukkan respon mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Terkait dengan respon penulis berusaha mengelompokan respon menjadi tiga aspek, yakni kognitif, afektif dan juga konatif. Pada bab dua sudah dijelaskan mengenai definisi dari tiga aspek respon yang akan penulis uraikan.

Respon merupakan sebuah tanggapan yang diberikan seseorang terhadap stimulus tertentu. Dilihat dari data yang ditemukan penulis, para penonton memberikan tanggapan terhadap konten *video* yang ditonton dengan cara memberikan *like*, komen dan juga mensubscribe channel YouTube tersebut. Terbukti dengan data yang ditemukan yakni jumlah subscriber mencapai 12 ribu, dan *viewers* mencapai kurang lebih 312.497. Artinya interaksi atau komunikasi mereka berjalan melalui fitur-fitur yang ada di YouTube. Jika penonton memberikan *like* pada *video* yang ditonton, artinya mereka menyukai

tayangannya. Jika penonton mensubscribe artinya mereka tertarik untuk selalu mengikuti aktivitas dari channel tersebut, dan agar selalu update *video- video* terbaru ditandai dengan mengaktifkan tanda lonceng. Jika mereka memberikan komentar maka mereka menanggapi, memberikan penilaian, kritik maupun saran. Dari kolom komentar penulis dapat mengetahui respon penonton dilihat dari aspek kognitif, afektif dan konatif.

Respon kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran , pengetahuan dan informasi penonton mengenai informasi atau pesan dakwah yang disampaikan dalam *channel* kopipanas. Berdasarkan beberapa komentar yang ditemukan dari akun yang diteliti, respon penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* kopipanas channels adalah mereka dapat menerima dan memahami pesan dakwah yang disampaikan dengan baik. Setelah menonton konten tersebut para penonton mendapatkan informasi baru, pengetahuan, wawasan dan ilmu baru.

Hal demikian dibuktikan dengan respon penonton dari beberapa akun yang memberikan komentar pada video di tema fiqih kewanitaan yaitu salah satunya pemilik akun atas nama *Nurisma Rahma*. Ia mengaku bahwa dengan menonton video fiqih wanita, dapat menambah *knowledge*, dan menjadi paham siklus *haid*, *nifas* dan *istihadoh*, ia juga mengaku bahwa dirinya belum terlalu paham akan darah kb,dan berharap nanti akan ada pembahasan secara rincinya. Selain itu juga diperkuat dengan komentar dari akun bernama Zhafaiza Elkasyaf, dalam komentarnya ia mengaku sangat bersyukur dan berterima kasih atas video tersebut, ia juga menegaskan kembali dalam komentarnya, yaitu :

“Alhamdulillah syukron katsir, berarti kalau setelah nifas, kemudian haid, kemudian haid lagi keblabasan terus menerus ngeflek berarti

itu istihadhoh nggih''⁷⁴

Dari komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa mereka mampu mengetahui dan memahami pesan yang disampaikan dalam *video* dakwah di *podcast* Kopipanas Channels, setelah menonton *video* tentang fiqih wanita mereka jadi paham akan siklus darah *haid*, *nifas* dan *istihadhah*. Mereka juga mengakui mendapat pengetahuan baru, itu artinya mereka memberikan respon pada kolom komentar berdasarkan aspek pengetahuan mereka, sehingga dikatakan mereka memberikan respon secara kognitif.

Dari semua respon yang dipaparkan diatas, terkait respon kognitif dari penonton terhadap pesan dakwah *podcast* YouTube Kopipanas Channels mendapatkan respon yang positif. Para penonton tidak secara spesifik menuliskan sejauh mana mereka mendapatkan ilmu dan pengetahuan baru, tetapi dilihat dari komentar yang mereka tulis, banyak mengungkapkan rasa terima kasih atas ilmu yang sudah diberikan pemilik akun dan narasumber. Penulis juga menyimpulkan bahwa mereka telah paham dengan apa yang mereka tonton dan menerima informasi yang disampaikan dengan dengan baik.

Yang kedua adalah respon afektif, respon ini berkaitan dengan sikap, emosi dan penilaian seseorang terhadap sesuatu. Respon ini akan timbul ketika terjadi perubahan perasaan ataupun perubahan pada apa yang disenangi khalayak terhadap sesuatu. Respon afektif penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* YouTube Kopipanas Channels bermacam- macam.⁷⁵

Hal tersebut ditunjukkan dengan respon penonton melalui kolom komentar dari akun Eisha Vaeza sebagai berikut :

⁷⁴ Observasi terhadap akun Kopipanas Channels, tanggal 22 Maret 2023 di YouTube.

⁷⁵ Observasi terhadap *podcast* Kopipanas Channels, pada tanggal 28 Februari 2023 di YouTube.

“Bahagianya jika bahas ilmu fiqih”⁷⁶

Komentar tersebut merupakan komentar pada segmen Cafekita, yaitu membahas mengenai fiqih kewanitaan. Eisha mengungkapkan bahwa dirinya bahagia jika podcast tersebut membahas mengenai ilmu fiqih. Artinya setelah menonton podcast tentang fiqih ia merasa bahagia.

Selain itu khusnul khotimah juga memberikan respon sebagai berikut :

”Adem dengerinnya”

Dari respon diatas dapat disimpulkan bahwa setelah menonton dan mendengarkan podcast Kopipanas Channels penonton merasa adem hatinya, artinya tayangan tersebut mampu memberi kesejukan dihati penontonya.

Selain itu pada video yang mengulas tentang buku Hati Suhita, banyak penonton yang dibuat terharu dan nelangsa, ditunjukkan dengan respon dari Nurlatif Rahman sebagai berikut:

“Keren merinding dan terharu ketika membahas tentang ummi”

Kemudian akun dengan nama Silent Mood mengatakan bahwa pembahasan dalam podcast tersebut deep sekali, ditunjukkan dengan komentarnya yaitu:

“Deep banget podcast ini”

Selanjutnya ada Ika Chalwa, ia memosisikan dirinya seolah – olah menjadi Rengganis itu pasti nyesek di hati rasanya.

“Memosisikan menjadi Rengganis, nyesek 😞”.

⁷⁶ Observasi terhadap akun Kopipanas Channels, tanggal 28 Februari 2023 di YouTube.

Berdasarkan respon yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa respon afektif penonton terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh *podcast* Kopipanas Channels ada dua yaitu respon positif. Para penonton mengalami perubahan emosi dan perasaan setelah menonton *podcast* tersebut. Ada yang merasa bahagia, merasa bersyukur dan ada juga yang merasa hatinya menjadi lebih adem atau tenang. Selain itu pada video tertentu penonton ada yang dibuat terharu, nelangsa bahkan ada perasaan sedih sampai dibuat menangis.

Yang ketiga adalah respon konatif. Respon konatif merupakan respon yang muncul dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan khalayak. Namun dilihat dari komentar penonton pada akun youtube tersebut belum ditemukan adanya respon yang bersifat konatif. Itu artinya pesan dakwah yang disampaikan belum pada tahap mampu mengubah kebiasaan dan perilaku penonton.

Karena hanya ditemukan dua aspek respon yaitu kognitif dan afektif, sementara pada teori yang dijelaskan ada tiga aspek respon menurut Steve M. Chaf, maka hasil penelitian yang ditemukan pada level analisis objek media tidak sebanding dengan teori yang peneliti gunakan.

4. Pengalaman Media

Pada level pengalaman media pada channel YouTube Kopipanas Channel dapat kita ketahui motif yang melatar belakangi pemanfaatan dan pembublikasian video- video dakwah. Motif Gus Nailul dan Ning Widad yaitu menanamkan nilai nasionalisme dan mencegah radikalisme, kemudian agar kontennya lebih bervariasi maka dimunculkan tema fiqih kewanitaan agar para kaum perempuan paham akan fiqih dan tidak salah dalam menjalankan ibadah. Pemilik akun memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah karena selain bisa dikerjakan diwaktu luang, media sosial juga lebih luas dan mudah untuk

menyampaikan pesan dakwah.⁷⁷

Dengan mempublikasikan konten pemilik akun mengaktifkan fitur komentar, dengan begitu artinya mereka bersikap terbuka menerima kritik dan saran dari para penonton. *Video* dakwah mereka mendapat respon dari para penonton sebagai umpan balik dari komunikasi yang terjadi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Pada dasarnya komunikasi dengan sesama manusia adalah aktivitas yang tidak pernah lepas setiap harinya. Bahkan selain komunikasi secara langsung, kini dengan adanya internet dan media sosial komunikasi bisa berlangsung secara online bahkan tanpa kita harus tatap muka secara langsung. Dengan adanya fitur komentar di akun YouTube tersebut dapat dilihat interaksi antara pemilik akun dan juga penonton melalui like, subscribe dan juga saling menanggapi melalui kolom komentar.⁷⁸

Dari kolom komentar dapat diketahui respon dari para penonton. Respon- respon tersebut menunjukkan pengalaman yang dialami oleh penonton seperti mereka menyampaikan cerita kehidupannya yang sama dengan apa yang disampaikan dalam *video* dakwah. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya dikehidupan nyata kegiatan yang dilakukan bisa dialihkan didunia online. Dalam artian antara kehidupan nyata dan kehidupan didunia online memiliki kesamaan, seperti dakwah yang biasanya dilakukan secara langsung, kini dimedia sosial bisa dimanfaatkan untuk kegiatan dakwah. Dengan begitu artinya teknologi memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk kegiatan dakwah dan interaksi sesama manusia.

Tema- tema yang ditentukan oleh pemilik akun yaitu tentang fiqih kewanitaan, mampu menjawab persoalan umat, khususnya kaum wanita. Diluar sana mungkin banyak yang belum paham bagaimana siklus darah perempuan, bagaimana cara qada sholatnya dan persoalan fiqih lainnya. Namun hadirnya podcast ini mampu memberikan

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Ning Widad Bariroh, tanggal 22 Maret 2023 di whatsapp.

⁷⁸ Observasi pada akun Kopipanas Channels, pada tanggal 28 Februari 2023 di YouTube.

pengatahuan dan pemahaman untuk masyarakat yang menonton video podcast ini, tentang fiqih kewanitaan. Berbicara mengenai fiqih wanita, ketika kita membahas terkait haid jika dikaji lebih dalam ternyata siklus menstruasi dalam islam itu ada perhitungannya sendiri, kapan darah yang keluar itu dikatakan haid, dan kapan wanita itu dikatakan suci dari haid, serta qadha sholatnya, ada waktu- waktu suci yang mewajibkan para wanita itu harus tetap mengqadha sholat. Banyak sekali wanita yang kurang memahami terkait haid, dan bahkan cara bersuci dari haid pun menjadi perdebatan, misalnya apakah penggunaan sabun dan sampo itu diperbolehkan saat bersuci dari haid dan sebagainya. Maka dengan hadirnya podcast kopipanas channels ini mampu menjawab persoalan kaum wanita, karena pada *podcast* ini menghadirkan pembahasan terkait fiqih langsung dari narasumber yang ahli dibidangnya.

Selain itu terkait dengan aurat perempuan yang seringkali menjadi perdebatan umat islam tentang batas- batas aurat perempuan. Aurat merupakan anggota badan yang tidak boleh kelihatan (menurut ketentuan Islam). Dalam hukum Islam, aurat merupakan bagian badan yang tidak boleh kelihatan berdasarkan syariat. Ada juga yang menyatakan bahwa aurat adalah batas minimal yang wajib ditutupi. Penutupan aurat yang diajarkan Islam dengan menggunakan pakaian yang layak ini walau sekilas terlihat sekadar sebagai penghias diri tetapi sesungguhnya ia berfungsi sebagai pembeda manusia dengan makhluk lain. Sehingga logis mengapa Islam mengharuskan setiap perempuan dan laki-laki untuk menutupi anggota tubuhnya yang menjadi daya tarik terhadap lawan jenis. Tidak berpakaian atau berpakaian tidak menutup anggota tubuh yang menimbulkan daya tarik merupakan perbuatan yang sangat dicela oleh Islam. Efek dari perbuatan itu bisa menimbulkan kerusakan seperti zina, bahkan pembunuhan, oleh karena itu Islam membangun masyarakatnya dengan pondasi larangan telanjang dan menampakkan perhiasan yang membuat lawan jenis tertarik. Inilah alasan fiqih mengartikan bahwa aurat adalah bagian tubuh seseorang

yang wajib ditutupi agar terselamatkan dari pandangan negatif.

Ulama fiqih telah mewajibkan menutup aurat, baik laki-laki maupun perempuan. Kewajiban menutup aurat ini dikarenakan syarat yang harus dipenuhi oleh seorang muslim ketika ingin mendirikan salat atau haji. Ulama mazhab yang empat menjadikannya sebagai syarat yang harus dipenuhi sebelum salat itu didirikan, termasuk mazhab Syafi'i yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Pendapat yang masyhur dalam mazhab ini adalah muka dan telapak tidak termasuk aurat, sehingga tidak perlu ditutupi. Pendapat ini dikemukakan oleh Imam Syafi'i sendiri dimana beliau menyatakan bahwa seluruh tubuh wanita adalah aurat kecuali muka dan telapak tangan. Pendapat Imam Syafi'i ini dikuatkan oleh Imam Nawawi yaitu muka dan telapak tangan bukan aurat perempuan.

Bila merujuk pada arus utama madzab Syafi'i yang diamalkan masyarakat Indonesia, maka semestinya seluruh tubuh perempuan adalah aurat yang haram dilihat laki-laki bukan mahram kecuali kedua telapak tangan. Namun jika dilihat dimasa kini bahwasannya banyak perempuan yang bekerja, berkarir dan sebagainya yang tidak mungkin jika harus menutup seluruh tubuh termasuk kaki. Keadaan demikian tentunya membingungkan para wanita karena disatu sisi ia harus mengikuti syariat namun disisi lain berada dalam keadaan darurat yang menyebabkan wanita harus membuka bagian kaki. Maka dari hadirnya podcast ini juga memberikan penjelasan bahwa dalam aurat perempuan untuk keseharian selain sholat boleh mengikuti aturan dari madzhab Imam Hanafi. Madzhab Hanafi memperbolehkan laki-laki melihat betis perempuan terbuka.

Al-Fatawa Al-Hindiyyah atau yang terkenal dengan Al-Fatawa Al-'Alamkariyah, himpunan fatwa Mazhab Hanafi yang disusun oleh 500 ulama Hanafiyah dari Asia Selatan, Irak dan Hijaz pimpinan Syekh Nizhamuddin Burhanpuri atas perintah Raja India keturunan Timurlenk, Muhammad Aurangzeb Alamgir (1027-1118 H/1619-1707 M),

menjelaskan⁷⁹:

قِيلَ : وَكَذَلِكَ يُبَاحُ النَّظَرُ إِلَى سَاقِهَا إِذَا لَمْ يَكُنْ النَّظَرُ عَنْ شَهْوَةٍ

Artinya : “Dikatakan, ‘Demikian pula boleh melihat betis perempuan merdeka bila melihatnya tidak berangkat dari dorongan syahwat,’” (Nizham dkk, Al-Fatawa Al-Hindiyyah, [Beirut, Darul Kutub Al-‘Ilmiyyah: 1421 H/2000 M], cetakan pertama, juz V, halaman 406).

Dengan demikian, untuk permasalahan terbukanya kaki perempuan sampai sebatas betis, dalam fiqih empat mazhab ada pendapat yang dapat mengakomodasinya. Demikian pula bagi laki-laki yang kebetulan melihatnya hukumnya diperbolehkan, Selama tidak berangkat dari dorongan nafsu syahwatnya.

Selain permasalahan tentang aurat perempuan, podcast ini juga mengupas permasalahan terkait transgender dan LGBT. Fenomena LGBT tumbuh dengan subur di Indonesia karena kran kebebasan semakin terbuka, sehingga kampanye-kampanye terbuka dapat dilakukan dengan memainkan isu Hak Azasi Manusia. Dengan adanya keterbukaan ini komunitas LGBT merapatkan barisan untuk mempengaruhi pemuda-pemuda yang belum tersentuh dengan berbagai modus dan yang lebih penting lagi adalah keberadaan para aktivis yang dianggap pahlawan untuk memperjuangkan eksistensi LGBT. LGBT juga dikenal dengan sebutan homoseksual. Dalam hukum islam, pasangan homoseks dalam bentuk liwath termasuk dalam tindak pidana berat (dosa besar), karena termasuk perbuatan keji yang merusak kepribadian, moral dan agama. Islam mengharamkan sesuatu pasti karena ada sebabnya. Larangan *homoseksual* dan lesbian bukan hanya karena merusak kemuliaan dan martabat kemanusiaan saja, tetapi resikonya lebih besar lagi, yaitu dapat menimbulkan penyakit kanker kelamin HIV/AIDS, spilis, dan lain-lain.

⁷⁹ Diakses dari Sumber: <https://islam.nu.or.id/syariah/batasan-aurat-muslimah-indonesia-dalam-kajian-fiqih-SY57a> pada tanggal 8 Juni 2023.

Demikian pula perkawinan waria yang telah menjalani operasi penggantian kelamin dengan laki-laki, dikategorikan sebagai praktek homoseksual, karena tabiat kelaki-lakiannya tetap tidak bisa berubah oleh dokter, meskipun ia sudah memiliki kelamin perempuan.

Hadirnya podcast ini memberikan penjelasan terkait bagaimana islam memandang adanya transgender dan LGBT tersebut. Dalam podcast tersebut dijelaskan bahwasannya transgender dan homoseksual termasuk kemungkaran yang harus kita perangi. Dan kita sebagai umat islam juga diharapkan mampu memerangi secara bijak . Dengan pernyataan penulis demikian membuktikan bahwa adanya podcast ini berusaha menjawab persoalan terkait permasalahan tersebut.

Selain itu pemilik akun juga menghadirkan pembahasan islam dan nasionalisme, yang pada dasarnya pemilik akun memiliki tujuan menangkal radikalisme melalui dakwah di media sosial. Seperti yang kita tahu bahwa hadirnya paham- paham radikalisme sampai saat ini masih menjadi bomerang didunia keislaman, dan paham- paham tersebut tidak bisa dibiarkan begitu saja. Maka dengan hadirnya podcast kopipanas channel ini membantu mengingatkan masyarakat atau penonton untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap paham radikalisme.

Dari pernyataan- pernyataan penulis diatas, membuktikan bahwa, *pertama* pada level pengalaman media, *podcast* YouTube kopipanas channels memiliki relasi dengan kehidupan dunia nyata. Bahwa interaksi dan komunikasi yang terjadi didalamnya bukanlah refleksi bayangan atau cerminan di kehidupan nyata, melainkan aktivitas yang terjadi secara online menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas offline para penggunanya. *Kedua*, maksud dan tujuan dibalik teks atau pesan media. Melihat topik yang dibahas dalam podcast tersebut, pesan dakwah yang disampaikan berusaha menjawab problematika umat islam yang terjadi, sehingga konten yang diunggah

bukan sekedar untuk kesenangan diri sendiri, melainkan mampu menjawab masalah atau problematika yang terjadi dalam masyarakat khususnya terkait pesan- pesan ajaran islam.

Ketiga, peran teknologi dalam dunia dakwah, adanya media siber memiliki pengaruh untuk dunia dakwah, dengan adanya media online menjadi media baru untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan tujuan mengajak kepada kebaikan. Media sosial menjadi alternatif baru bagi pendakwah, membangun kreativitas dakwah agar lebih disukai dan diterima masyarakat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan diatas dan pengolahan data yang dilakukan peneliti, respon terbagi menjadi tiga aspek, yaitu respon kognitif, respon afektif dan respon konatif. Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai respon penonton terhadap pesan dakwah dalam podcast YouTube Kopipanas *Channels*, penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Respon kognitif penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* Kopipanas *Channels* adalah positif. Penonton dapat memahami pesan yang disampaikan. Menurut penonton *podcast* tersebut sangat bermanfaat, karena dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru bagi mereka.
2. Respon afektif penonton terhadap pesan dakwah dalam *podcast* YouTube Kopipanas *Channels* menghasilkan dua respon yaitu positif dan negatif. Ada yang menyetujui pesan dakwah yang disampaikan dalam *podcast* tersebut, dan ada juga yang menyanggahnya. Selain itu penonton juga mengalami perubahan emosi dan sikap setelah menonton *video* dakwah dalam *podcast* tersebut.
3. Respon konatif terhadap pesan dakwah dalam *podcast youtube* Kopipanas *Channels* adalah penonton melakukan tindakan atau kebiasaan baru setelah menonton *video* dakwah tersebut. Tidak hanya menonton, para penonton mengimplementasikan pesan dakwah yang disampaikan dalam kehidupan sehari-hari. Namun dilihat dari komentar belum ditemukannya tanggapan yang menunjukkan aspek konatif.

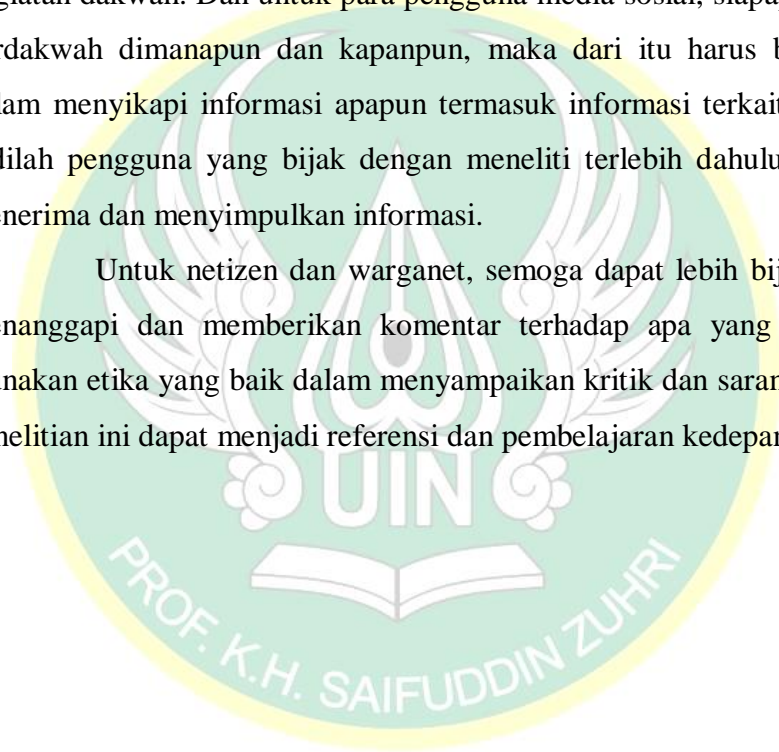
Dapat disimpulkan bahwa terkait dengan respon yang ditemukan penulis dilihat dari komentar yang penonton berikan tidak

sebanding dengan teori yang penulis gunakan, yaitu tiga aspek respon menurut Steve M. Chaf (kognitif, afektif dan konatif).

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan penulis, terdapat beberapa saran yang diberikan terkait dakwah dimedia sosial. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih diharapkan para pendakwah dapat lebih kreatif serta inovatif dalam berdakwah dengan mampu memanfaatkan teknologi dengan baik untuk memaksimalkan kegiatan dakwah. Dan untuk para pengguna media sosial, siapapun dapat berdakwah dimanapun dan kapanpun, maka dari itu harus bisa bijak dalam menyikapi informasi apapun termasuk informasi terkait dakwah. Jadilah pengguna yang bijak dengan meneliti terlebih dahulu sebelum menerima dan menyimpulkan informasi.

Untuk netizen dan warganet, semoga dapat lebih bijak dalam menanggapi dan memberikan komentar terhadap apa yang ditonton. Gunakan etika yang baik dalam menyampaikan kritik dan saran. Semoga penelitian ini dapat menjadi referensi dan pembelajaran kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zainal Abidin dan Rachma Ida. 2018. Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*.
- Alamsyah, Ryan. 2018. *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomic.Islam. Skripsi* . Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Apriadi, Tanburuka. 2013. *Literasi Media, Cerdas Bermedia, Khalayak Media Masa*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Astika, Vista Dini. 2020. Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram. Skripsi. Purwokerto : IAIN Purwokerto.
- Aziz Ali, Moh. 2004. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta : Kencana Pranada Media Group.
- Bakry, Umar Suryadi. 2017. *Pemanfaatan Metode Etnografi Dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional*. *Jurnal Global & Strategis* 11.1.
- Bimo, Walgito. 1996. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Chandra, Edy. 2017. *Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*.
- Choirul Arif, Moch. 2012. Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 2.No.2.
- Effendy, O.U. 1992. *Spektrum Komunikasi*. Bandung : Penerbit Mandar Maju.
- Effendy, O.U. 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Adhya Bakti.
- Enjang dan Aliyudin. 2009. *Dsar Dsar Ilmu Dakwah*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Eriyanto. 2021. *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media sosial*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Faradin, N. 2020. *Peran Podcast Dalam Membangun Knowledge Society*.
Libray
Universiti Pertamina.

- Fairuzil Faradini, Ifwana. 2022. *Analisis Respon Warganet Pada Akun Youtube The Newsroom Net*. Tulungagung : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol 13 No 1.
- Himmah, Rif'atul.dkk. 2021. *Podcast Sebagai Media Suplemen Pembelajaran Jarak Jauh Di Era Pandemi*. Jurnal Ilmu Komunikasi Efek. Vol.5.No.1.
- Jham, B.C. dkk. 2008. *Joining The Podcast Revolution*. Journal Of Dental Education : <https://doi.org/10.1002/j.00220337.2008.72.3.tb04493.x>
- Kurniawati, E. 2017. Respon Mahasiswa IAIN Kendari Terhadap Dakwah Jurnalisme Online.
- Moh. Ali Aziz. 2004. *Edisi Revisi, Ilmu Dakwah*. Jakarta : Kencana.
- Mufid. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Pembelajaran*. Jakarta : Kencana.
- Muri, Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kalitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.
- Nasrullah, Ruli. 2018. *Etnografi Virtual : Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Novitasari, Evi. 2020. *Dakwah Melalui Media Sosial YouTube (Analisis Media Siber Dalam Etnografi Virtual Pada Channel YouTube Transformasi Iswahyudi*. Ponorogo : IAIN Ponorogo.
- Oktaviani, Nia. 2018. *Tesis : Belajar Online Melalui Aktivitas Pengembangan Wirausaha Kuliner Berbasis Komunitas Online*.
- Pribadi, Kukuh.dkk. 2022. *Analisis Media Siber Pada Siaran Langsung Virtual YouTube Ayunda Risu*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.05.No.2.
- Rakhmat, J. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. 2005. *Metode Penelitian komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rossevatu Rzki, Eva. 2022. Respon Viewers Terhadap Konten Dakwah Wirda Mansur Melalui Viseo Vlog Di Youtube. Semarang : UIN Walisongo.
- Samsul, Munir Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Amzah.
- Saputri, Diah. 2021. Toleransi Beragama di Media Sosial : Studi Etnografi

Virtual Pro Kontra Netizen Pada Akun Instagram @Felixsiauw.
Skripsi.
Purwokerto : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Subandi, Ahmad. 1982. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Bulan Bintang.

Sugiono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suryawati, Indah dan Udi Rusadi. Etnografi Virtual Komodifikasi Da'wah Ustad Si Channel YouTube. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*. Vo.5.No.2.

Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar Dasar Strategi Islam*. Surabaya : Al-Ikhlash.

S.R. Emily dan Arhtur. 2010. *Kamus Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Wagiono, B. 1996. *Pengantar Umum Psikologi*. Yogyakarta : UGM.

Artikel :

Cara Mudah Membuat Chanel You Tube <https://www.herosoftmedia.co.id/cara-mudahmembuat-channel-youtube/> diakses pada tanggal 28 Februari 2023.

Depdikbud.1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.

Tinews.com, Jumlah Pengguna Media Sosial Tahun 2022 ,Google Juni 14 , 2022

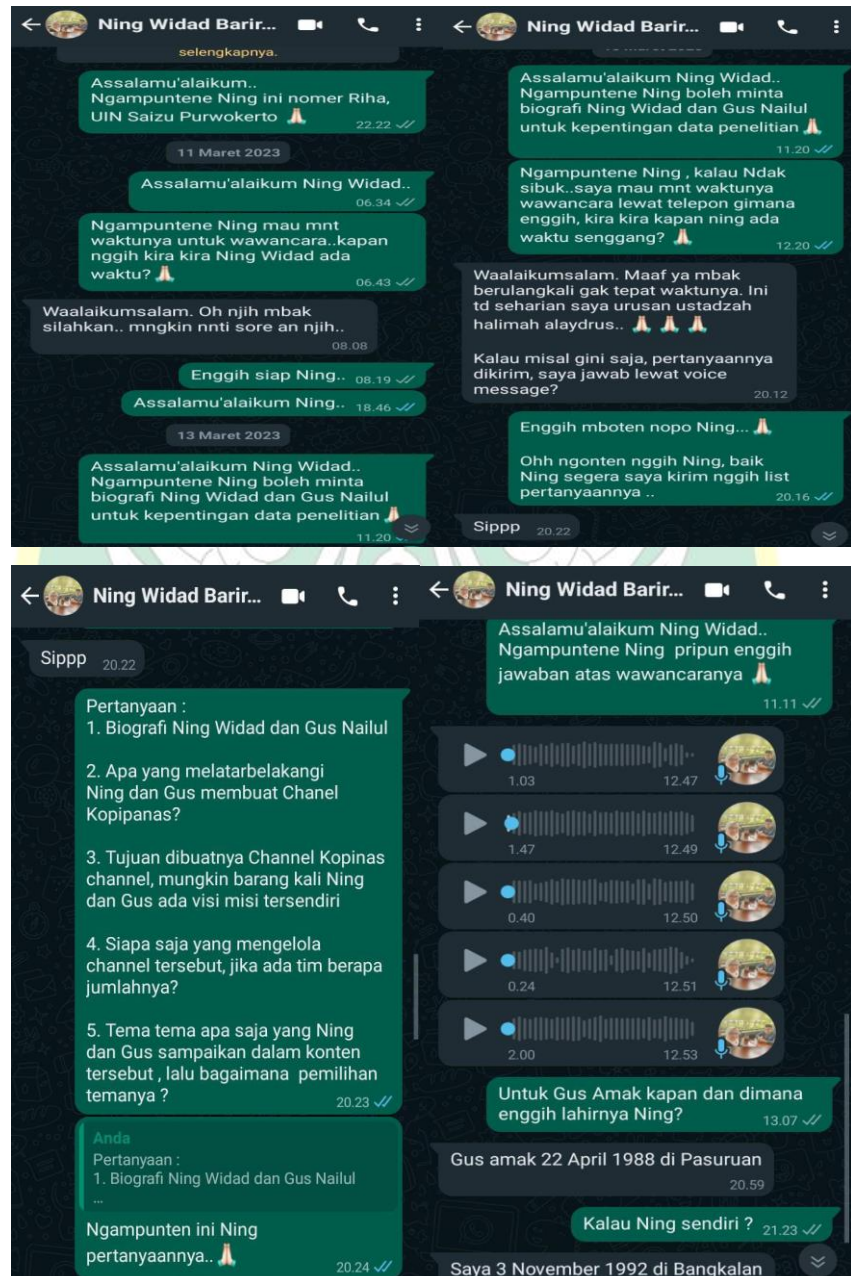
<https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617810/jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-tahun-2022>

NU Online.com, Batas Batas Aurat Perempuan,

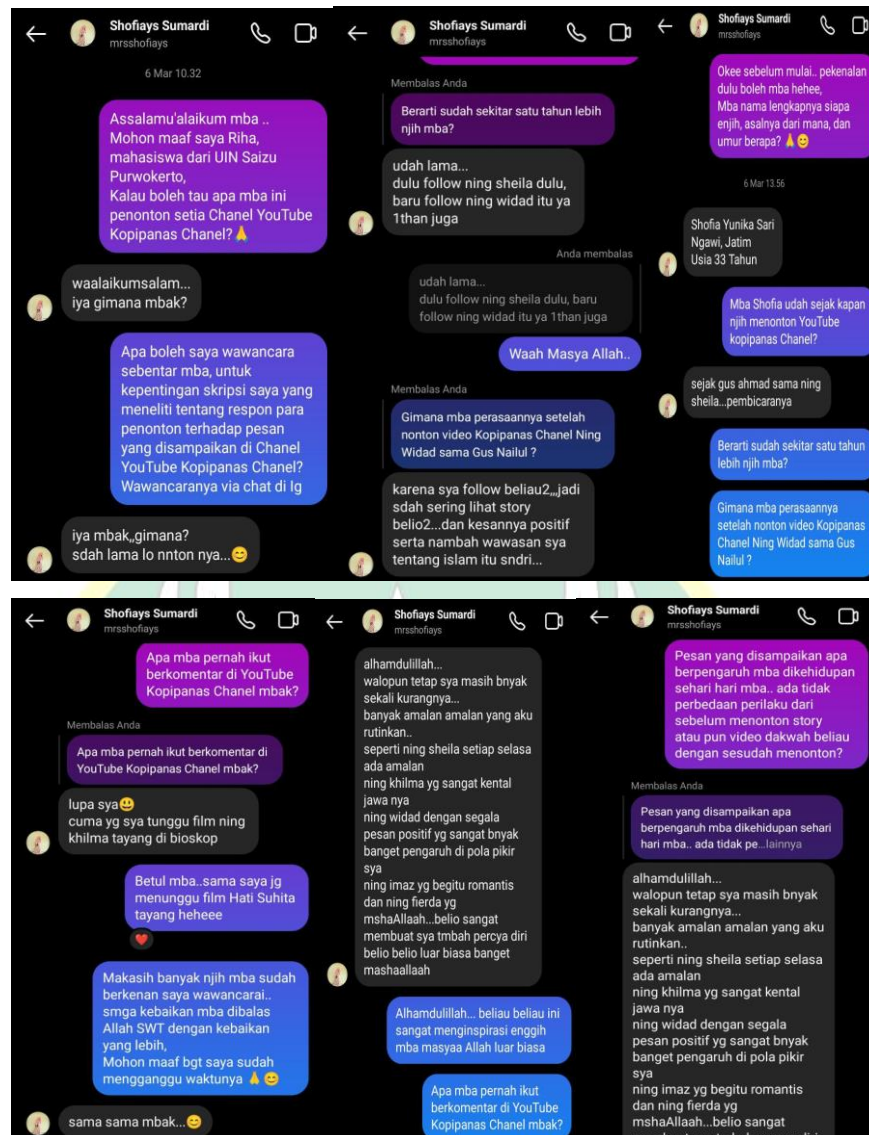
<https://islam.nu.or.id/syariah/batasan-aurat-muslimah-indonesia-dalam-kajian-fiqih-SY57a>

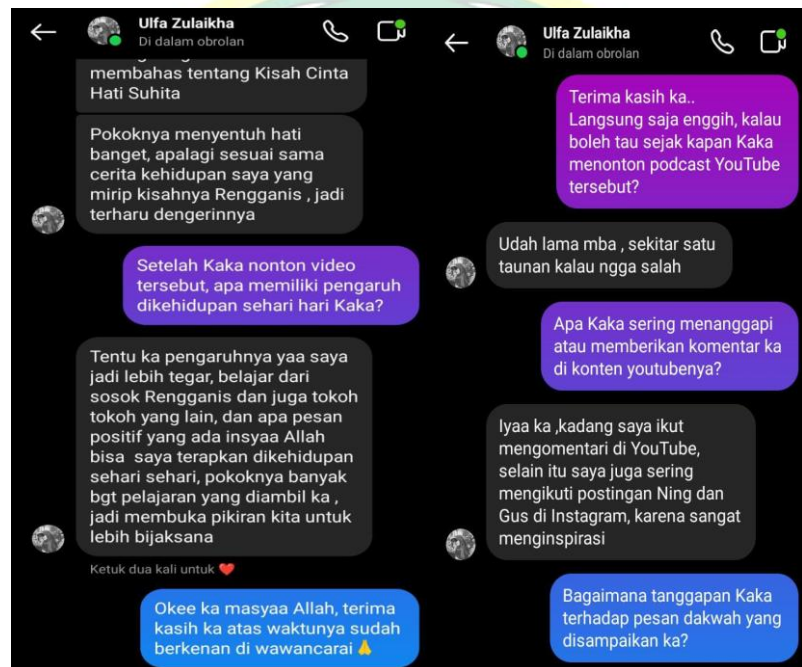
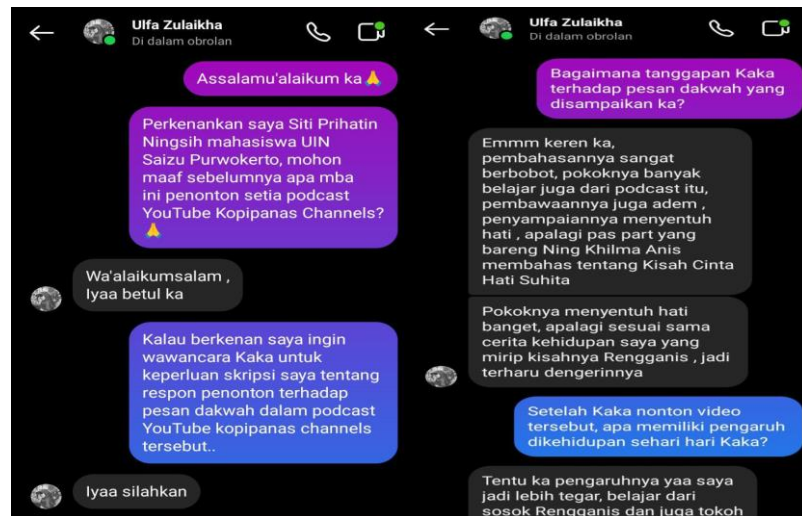
LAMPIRAN

A. Bukti Wawancara Online dengan Pemilik Akun (Ning Widad Bariroh)



B. Bukti Wawancara dengan Penonton





C. Draft Wawancara dengan Pemilik Akun Ning Widad Bariroh

Tanya : Mengapa Ning dan Gus membuat podcast kopipanas channels, apa alasan yang melatarbelakangi pembuatan podcast tersebut?

Jawab : Sebenarnya bukan saya voundernya, tapi lebih ke Gus Amak, karena Gus Amak punya latar belakang kuliah di Damaskus dan beliau juga alumni sekjen dari Syam Indonesia, sehingga yang sering dikaitkan dengan isu-isu ISIS dan terorisme, sehingga gus banyak punya jaringan dengan BNPT, sehingga ketika beliau pernah bertemu dengan salah satu orang-orang Mabes POLRI dan BNPT , beliau diminta untuk lebih care / peduli kepada urusan penganggulangan terorisme dan radikalisme, melewati jalur media sosial, yaitu YouTube lebih tepatnya. Sehingga beliau merekut teman teman atau beberapa tenaga yang sudah ada di Pondok Bayt Al- Hikmah untuk kita buat program podcast youtube. Dan saat Gus Amak berencana mendirikan program tayangan tersebut, saya mengusulkan untuk membuat semacam topik pembahasan tentang fiqih agar tidak menonton tentang radikalisme saja.

Tanya : Apa tujuan dari program podcast YouTube Kopipanas Channel tersebut ?

Jawab : Mungkin untuk tujuan utama include dari penjelasan terkait latar belakang tadi yaitu menangkal radikalisme dan terorisme melalui media sosial, kalau untuk saya sendiri terkait penyisipan tema fiqih kewanitaan, memberikan sedikit pembahasan atau hiburan agar memberikan gambaran bahwa islam itu tidak melulu tentang dakwah tetapi juga ada fun atau hiburannya seperti itu.

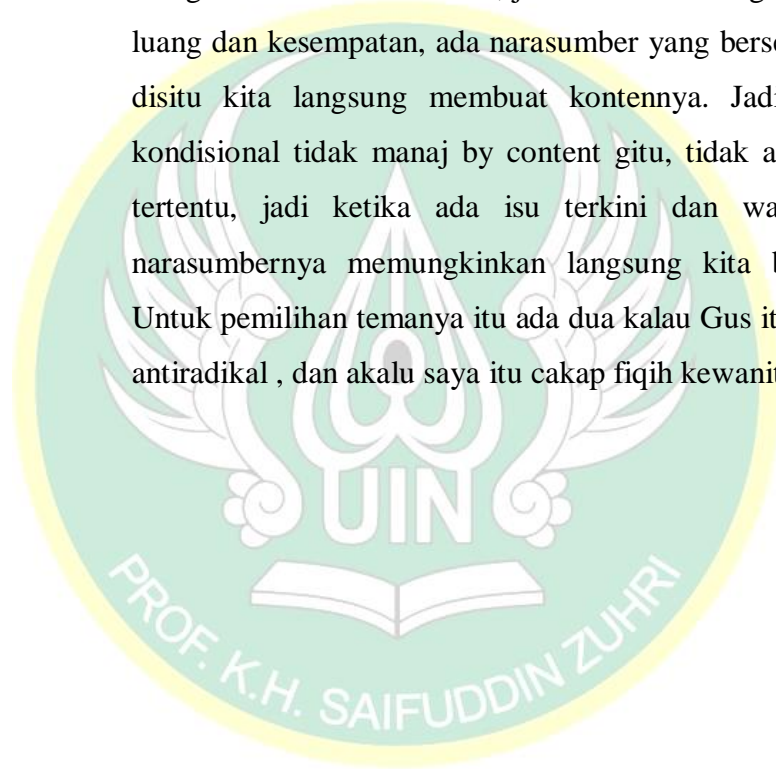
Tanya : Siapa saja yang mengelola dan terlibat dalam pembuatan

konten dakwah tersebut, jika ada tim berapa jumlahnya ?

Jawab : Kurang lebih kita ada tujuh orang, mulai dari produser, ada tim editor, ada juga tim copywriter kemudian ada jugatim semacam OB, dan host.

Tanya : Bagaimana tema yang diambil dan bagaimana pemilihan tema tersebut dalam setiap pembuatan konten?

Jawab : Untuk temanya sebenarnya kita lebih ke insidental ya, karena memang ini kan tujuan pembuatan channel ini untuk mengisi rutinitas kita berdua, jadi ketika memang ada waktu luang dan kesempatan, ada narasumber yang bersedia maka disitu kita langsung membuat kontennya. Jadi sifatnya kondisional tidak manaj by content gitu, tidak ada jadwal tertentu, jadi ketika ada isu terkini dan waktu serta narasumbernya memungkinkan langsung kita buat gitu. Untuk pemilihan temanya itu ada dua kalau Gus itu lebih ke antiradikal , dan akalu saya itu cakap fiqih kewanitaan gitu.



D. Draft Wawancara Penonton Podcast YouTube Kopipanas Channels

Draft Pertanyaan :

1. Sejak kapan mengikuti dan menonton podcast youtube kopipanas channels?
2. Apakah sering menonton dan menanggapi atau aktif memberikan komentar di akun youtube kopipanas channels ?
3. Bagaimana tanggapan anda terkait pesan dakwah yang disampaikan dalam podcast kopipanas channels?
4. Setelah menonton video tersebut, adakah perubahan atau pengaruhnya di kehidupan sehari-hari ?

Draft Jawaban Penonton:

1. Sejak kapan mengikuti dan menonton podcast youtube kopipanas channels?
 - a. Shofia Yunika Sari/ Shofiays Sumardi : Udah lama, dulu awal mulanya follow Ning Sheila t, lalu baru kemudia Ning Widad, sekitar 1 tahunan.
 - b. Ulfa Zulaikha : Sudah lama, sekitar satu tahunan
 - c. Salsa Amalia : Kurang paham tahun berapa, tapi sudah lama dari awal bikin podcast, kalau engga salah waktu itu masih satu video yang diupload saya sudah menonton.
2. Apakah sering menonton dan menanggapi atau aktif memberikan komentar di akun youtube kopipanas channels ?
 - a. Shofiays Sumardi : Lupa saya, cuman yang saya tunggu filmnya Ning Khilma di bioskop
 - b. Ulfa Zulaikha : iya ka, kadang saya ikut mengomentari di youtube, selain itu saya juga sering mengikuti postingan Ning dan Gus di instagram, karena sangat menginspirasi
 - c. Salsa Amalia : Kalau menonton sering, karena saya selalu

pasang notifikasi setiap kali channel kopipanas upload, jadi bisa langsung menonton.

3. Bagaimana tanggapan anda terkait pesan dakwah yang disampaikan dalam podcast kopipanas channels?
 - a. Shofiays Sumardi : Karena saya sering menonton, kesannya positif serta menambah wawasan saya tentang islam itu sendiri
 - b. Ulfa Zulaikha : Emm keren ka, pembahasannya sangat berbobot, pokoknya banyak belajar dari podcast itu, pembawaanya juga adem, penyampaiaanya menyentuh hati, apalagi pas part yang bareng Ning Khilma Anis membahas tentang kisah cinta Hati Suhita. Pokonya menyentuh hati banget, apalagi sesuai sama cerita kehidupan saya yang mirip kisahny seperti Rengganis, jadi terharu ndengerinnya.
 - c. Salsa Amalia : Kontennya lebih mudah dipahami, apalagi kita sebagai generasi milenial, konten dakwahnya kebanyakan menyesuaikan sama zaman sekarang dan masih fres jadi enak didenger
4. Setelah menonton video tersebut, adakah perubahan atau pengaruhnya dikehidupan sehari-hari ?
 - a. Shofiays Sumardi : Alhamdulillah, walaupun tetap saya masih banyak kurangnya, tapi banyak amalan yang saya rutinkan, seperti Ning Sheila setiap selasa ada amalan, Ning Khilma yang sangat kental jawanya, Ning Widad dengan segala pesan positif yang sangat banyak banget pengaruhnya dipola pikir saya. Ning Imaz yang begitu romantis dan Ning Fierda yang masyaa allah, beliau - beliau sangat membuat saya tambah percaya diri, luar biasa banget masyaa Allah.
 - b. Ulfa Zulaikha : Tentu ka pengaruhnya ya saya jadi lebih tegar, belajar dari sosok Rengganis dan juga tokoh yang lain, dan apa saja pesan positif yang ada insyaa allah saya bisa

terapkan di kehidupan sehari-hari, pokoknya banyak banget pelajaran yang diambil ka, jadi membuka pikiran kita untuk lebih bijaksana.

- c. Salsa Amalia : Alhamdulillah jadi ada beberapa yang saya terapkan, misalnya terkait masa suci haid.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Siti Prihatin Ningsih
Tempat/Tgl Lahir : Banyumas, 18 Januari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa Lesmana RT 04 RW 04, Kec. Ajibarang, Kab.
Banyumas
Email : prihatinningsih18@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 1 Lesmana
2. SMP Negeri 3 Ajibarang
3. SMA Ma'arif NU 1 Ajibarang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat sesuai dengan keadaan sebenarnya

Purwokerto, 06 Juni 2023

Hormat Saya,



Siti Prihatin Ningsih

NIM. 1917102033