

PERAN *YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA DAKWAH DIGITAL

**(Studi Pada *Channel Youtube* Pondok Pesantren Darussalam
Dukuhwaluh Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Oleh

**LAILATUS SHOLIHAT
NIM. 1917102078**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

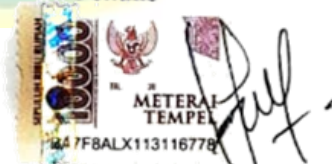
Nama : Lailatus Sholihat
NIM : 1917102078
Jenjang : S1
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **Peran Youtube Sebagai Media Dakwah Digital (Studi Pada Channel Youtube Pondok Pesantren Dukuhwaluh Purwokerto)** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri bukan dibuatkan oleh prang lain, bukan suduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya peneliti yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya akan bertanggung jawab.

Puwokerto, 12 Juni 2024

Penulis



Lailatus Sholihat
1917102078



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.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

Peran *Youtube* Sebagai Media Dakwah Digital
(Studi Pada Channel *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh
Purwokerto)

Yang disusun oleh **Lailatus Sholihat** NIM 1917102078 Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
telah diujikan pada hari Jum'at, tanggal 28 Juni 2024 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial** dalam **Ilmu
Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dedy Riyadin Saputro M.I.Kom
NIP: 198705252018011001

Sekretaris Sidang/Penguji II

Arsam, M.S.I.
NIP: 197808122009011011

Penguji Utama

Dr. Alief Budiyo, M. Pd.
NIP: 197902172009121003

Mengesahkan,

Purwokerto, 12 Juli 2024

Dekan,



Prof. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag.
NIP. 197412262000031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan perhatian sepenuhnya dalam penyusunan skripsi dengan ini:

Nama : Lailatus Sholihat
NIM : 1917102078
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Peran *Youtube* Sebagai Media Dakwah Digital
(Studi Pada Channel *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam
Dukuhwaluh Purwokerto)

Dengan Naskah Skripsi ini, dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam mengikuti sidang Munaqosyah dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 12 Juni 2024
Pembimbing,



Dedy Riyadin Saputro M.I.Kom
NIP: 198705252018011001

**PERAN *YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA DAKWAH DIGITAL
(Studi Pada *Channel Youtube* Pondok Pesantren Darussalam
Dukuhwaluh Purwokerto)**

**LAILATUS SHOLIHAT
NIM. 1917102078**

ABSTRAK

Perkembangan internet telah menjalar ke seluruh sendi kehidupan manusia, memberikan berbagai kemudahan yang terbebas dari batas ruang dan waktu. Internet sebagai media komunikasi berperan besar dalam terbentuknya media digital, yang kini banyak digunakan sebagai alat komunikasi karena dirasa lebih efektif dan efisien. Media digital tidak hanya digunakan untuk komunikasi sehari-hari tetapi juga sebagai media untuk menyiarkan ajaran Islam, yang dikenal dengan istilah dakwah digital. Penggunaan media digital sebagai sarana penyiaran ajaran Islam memberikan peluang besar bagi para pelaku dakwah untuk mengembangkan pengaruhnya. Potensi ini dimanfaatkan oleh Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto, yang menggunakan berbagai platform media digital salah satunya *Youtube*, untuk menyebarkan ajaran Islam.

Youtube merupakan sebuah platform di mana memungkinkan untuk dapat mengunggah atau berbagi video. *Youtube* juga telah menjadi fenomena yang mendunia. Berdasarkan fenomena tersebut, ternyata *youtube* sudah banyak dimanfaatkan sebagai media dakwah umat muslim untuk menyampaikan kajian-kajian Islami melalui video. Da'i dapat memanfaatkan *Youtube* dengan merekam ceramahnya menggunakan kamera, kemudian diunggah maka akan menarik banyak perhatian masyarakat, bahkan lebih banyak dari mereka yang menyaksikannya dapat diulang berulang kali untuk ditonton di mana saja.

Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana Peran *Youtube* sebagai media dakwah digital? Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran media sosial *Youtube* Pesantren Darussalam sebagai media untuk berdakwah. Penelitian pada skripsi ini menggunakan metode analisis data. Yang mana dalam proses mencari dan menyusun datanya dilakukan secara sistematis dengan menggunakan data lapangan, dokumentasi ataupun catatan yang diperoleh oleh penulis. Kemudian penulis kelompokan mana yang penting dan yang akan dipelajari untuk membuat kesimpulan dan dapat dijadikan keputusan yang objektif.

Hasil penelitian ini adalah berdakwah atau menyiarkan agama Islam dengan memanfaatkan media sosial *Youtube* merupakan jembatan bagi kemajuan teknologi dengan bentuk audio visual, maka *Youtube* dapat dijadikan salah satu pilihan aktivis dakwah dalam audio visual. Dakwah melalui media sosial *youtube* memiliki banyak keuntungan bagi para pendakwah. Dakwah melalui media sosial *Youtube* tidak memerlukan biaya yang banyak, jika dibandingkan berdakwah secara langsung (tatap muka), cukup membuat rekaman video yang dapat diupload di media sosial *Youtube* dan dapat dilihat oleh masyarakat luas. Hal ini juga mengurangi kekhawatiran sebagai mad'u yang masih belum mengetahui atau yang tidak menghadiri kajian, dapat melihat video yang telah diunggah ke dalam akun *Youtube* Pesantren Darussalam.

Kata Kunci: Digital, Pesantren, Media Dakwah

**PERAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DIGITAL
(Studi Pada Channel Youtube Pondok Pesantren Darussalam
Dukuhwaluh Purwokerto)**

**LAILATUS SHOLIHAT
NIM. 1917102078**

ABSTRACT

The development of the internet has spread to all aspects of human life, providing various conveniences that are free from the boundaries of time and space. The internet as a medium for communication, has produced a significant impact on the development of digital media, which has since become commonly used as a communication tool given its perceived effectiveness and efficiency. Digital media is not simply used for daily communication but as a medium for broadcasting Islamic teachings, which were known as digital da'wah. The use of digital media as a means of broadcasting Islamic teachings provided a great opportunity for da'wah practitioners to develop their influence. This potential was exploited by the Darussalam Islamic Boarding School Dukuhwaluh Purwokerto which used various digital media platforms, such as YouTube, to spread Islamic teachings.

YouTube was a platform where it was possible to upload or share videos. It had also become a worldwide phenomenon. Based on this phenomenon, it has become established that YouTube is widely used as a medium for Muslim da'wah to convey Islamic knowledge through videos. Da'i took advantage of YouTube by recording his lecture using a camera and then uploading it. It attracted a lot of public attention, and even more people watched it, often repeatedly, from anywhere.

The problem in this research was what the role of YouTube was as a digital preaching media? The purposes of this study was to determine the role of Darussalam Islamic Boarding School's YouTube social media channel as a medium for preaching. The research conducted that the thesis used data analysis methods. The process of data collection and compilation was carried out systematically, utilizing various sources such as field data, documentation, and author-generated notes. The researcher categorized which relevant data points to make a conclusion that can be used as an objective decision.

The findings of this study showed that preaching or broadcasting the Islamic religion through the social media platform YouTube performed as a bridge for technological development in audio-visual form. As a result, YouTube became one of the preferred possibilities for audio-visual preaching activists. When Da'wah through YouTube social media had many advantages for preachers. Da'wah via YouTube social media did not require a lot of money, compared to preaching directly (face to face). It was sufficient to create a video recording that could be uploaded on YouTube social media and accessed by the general public. This also decreased concerns because mad'u who did not know or had not attended the study could see the video that had been published to the Pesantren Darussalam YouTube account.

Keywords: Digital, Boarding School, Da'wah Media

MOTTO

“ Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya daripada pendidikan akhlak mulia ”
-HR. Bukhari-



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, dengan segala puji syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat, serta rahmat-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, rasa syukur dan terima kasih, penulis persembahkan skripsi ini kepada orang tua peneliti, Mamah Rukoyah dan Babeh Khaerudin atas do'a dan dukungan yang selalu babeh mamah berikan tanpa pamrih, jerih payah perjuangan babeh mamah dalam membiayai kuliah di tengah berbagai keterbatasan. Kemudian kepada Mamas Ahmad Deri Rahman, Ahmad Hamdani dan Adik Saya Ahmad Nur Hakim serta keluarga besar peneliti, yang membantu penulis dalam bentuk do'a maupun dukungan, semoga skripsi ini mampu membuahkan hasil yang diharapkan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kesempatan dan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, kepada sahabatnya, kepada tabi'in serta sesama orang yang mengikuti jalannya. Semoa kelak kita mendapat syafaatnya di yaumul akhir.

Dengan berkat rasa syukur, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peran *Youtube* Sebagai Media Dakwah Digital (Studi Pada *Channel Youtube* Pondok Pesantren Dukuwaluh Purwokerto). Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari do'a, motivasi, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang tulus memberikannya kepada penulis. Oleh karenanya, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Dr. Muskinul Fuad, M. Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M.S.I Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. Alief Budiyono, M.Pd wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. Nawawi, M.Hum Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Uus Uswatusolihah, M.A selaku ketua jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.

7. Arsam., M.S.I Sekretaris Jurusan Manajemen dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dedi Riyadin, M.I.Kom., Koordinator Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, dan dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas segala arahan, nasehat, serta kesabarannya dalam membimbing penulisan skripsi.
9. Wardo, M.Kom Dosen Pembimbing Akademik penulis yang dengan sabar memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perhatian, kesabaran dan keikhlasan.
10. Segenap Dosen Fakultas Dakwah dan seluruh civitas akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Segenap Staf dan Karyawan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto;
12. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Khaerudin dan Ibu Rukoyah yang senantiasa memberikan dukungan terbaik kepada penulis, baik dukungan moral maupun materil sehingga penulis dapat menempuh pendidikan sampai mendapat gelar sarjana;
13. Untuk Kakak-Kakak dan Adik Penulis, Ahmad Deri Rahman dan istri Evi Khoeriyatul, Ahmad Hamdani dan istri Zeni Lutfi Mufida, adek Ahmad Nur Hakim, dan segenap keluarga yang senantiasa mendoakan dan mendukung perjalanan penulis;
14. Keluarga Komunikasi dan Penyiaran Islam B 2019, sahabat baik penulis Shilpa Fadhilah Azzahra, S.Pd, Nathasya Sopyawanda, S.Pd., Risa Samrotul Fuadah S.H, Faqia Syifaullinas S.H, Rahma Halimatus Sa'diyaah, Lulu Khumaeroh S.Sos, Jesika Oktaviani, Lutfiyah Al Qonati. Teman organisasi IKMAS Rachmi, Defi, Novel, Azizah, Dessy. yang telah mendukung, dan mendoakan penulis dalam menyusun skripsi sehingga dapat terselesaikan tepat waktu;

15. Dan seluruh pihak telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Akhir kata, selamat membaca dan mengkritisi penelitian ini, semoga nantinya menjadi bahan dialektika baru dalam tradisi keilmuan hukum tata negara Indonesia.

Purwokerto, 12 Juni 2024

Penulis



Lailatus Sholihat

1917102078



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
F. Kajian Pustaka.....	11
G. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. The New Medium Theory.....	16
B. Dakwah.....	20
1. Pengertian Dakwah.....	20
2. Unsur Unsur Dakwah.....	21
C. Media Dakwah.....	26
1. Pengertian Media Dakwah.....	26
2. Bentuk Bentuk Media Dakwah.....	27

D. Youtube	30
E. <i>Youtube</i> Sebagai Media Dakwah.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Subjek dan Objek Penelitian	39
1. Subjek Penelitian.....	39
2. Objek Penelitian	40
D. Teknik Analisis Data	40
1. Data Reduction (Reduksi Data)	40
2. Data Display (Penyajian Data).....	40
3. Conclusion Drawing/Verification.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Profil Media Center Darussalam/ MCD.....	42
B. Pemanfaatan <i>Youtube</i> Sebagai Media Dakwah	49
C. Analisis <i>Youtube</i> Sebagai Media Dakwah.....	54
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Instagram Ponpes Darussalam Dukuhwaluh.....	42
Gambar 4.2 Profil Facebook Ponpes Darussalam Dukuhwaluh	43
Gambar 4.3 Profil Youtube Ponpes Darussalam Dukuhwaluh	44
Gambar 4 .4 <i>Thumbnail</i> Ponpes Darussalam Dukuhwaluh	48
Gambar 4.5 Profil Ponpes Darussalam Dukuhwaluh.....	54
Gambar 4.6 Mutiara Ramadhan Ponpes Darussalam Dukuhwaluh	55
Gambar 4.7 D'cast Ponpes Darussalam Dukuhwaluh	57
Gambar 4.8 Ngaji Online Ponpes Darussalam Dukuhwaluh	58
Gambar 4.9 Cover Lagu Ponpes Darussalam Dukuhwaluh.....	59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Youtube telah menjadi salah satu platform media sosial yang populer saat ini. Berbagai konten video yang diunggah di platform tersebut banyak yang menarik perhatian masyarakat. Hal tersebut membuat pengguna *Youtube* mencapai angka yang fantastis. Berdasarkan laporan *We Are Social*, ada 2,56 miliar pengguna platform tersebut hingga Januari 2022. India menjadi negara dengan pengguna *Youtube* terbesar di dunia, yaitu 467 juta pengguna, Amerika menyusul dengan 240 juta pengguna. Dan posisi ketiga ditempati oleh Indonesia dengan 127 juta pengguna *Youtube*. Adapun angka pasar *Youtube* di Indonesia mencapai 21,42% per April 2022, tertinggi kedua setelah Facebook. Brasil menempati urutan selanjutnya dengan 107 juta pengguna, lalu ada 99 juta pengguna *Youtube* yang berada di Rusia. Jepang memiliki 93,8 juta pengguna *Youtube*, setelahnya ada Meksiko dan Jerman dengan jumlah pengguna platform *Youtube* berturut-turut 74,1 juta dan 66 juta.¹

Sedang di era globalisasi saat ini, banyak kalangan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, baik itu untuk mencari informasi maupun untuk mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan seperti *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *path*, *line*, *twitter*, *Youtube*, dan masih banyak lagi. *Youtube* merupakan media sosial dengan konten berbagi video, dimana semua orang dapat mencari informasi melalui kanal yang ada, bahkan dapat membuat kanal sendiri. Dari kanal tersebutlah, penyebaran informasi terjadi. Proses tersebut seperti proses

¹ Ali Muhamad, "Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022", *Berita, DataIndonesia.id*, diterbitkan 11 Mei 2022. Diakses pada 11 Juli 2023, melalui: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>

produksi pada stasiun *Youtube* diperangkat televisi namun dikemas dalam media sosial.²

Berbeda dengan masa terdahulu dimana dakwah dilakukan secara langsung, peran seorang ulama dan tokoh agama sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pendapat dan sikap mereka menjadi contoh perilaku masyarakat yang didengar dan dilaksanakan, masyarakat rela berangkat pengajian walaupun jarak yang sangat jauh dan menghabiskan biaya, hanya karena mereka cinta kepada para ulama dan ingin mendengarkan secara langsung tausiyah para ulama, untuk dijadikan pedoman hidup yang baik dan benar. Metode yang digunakan harus sesuai dengan sasaran dakwah, saat ini teknologi telah berkembang pesat, dakwah tak hanya dilakukan dengan lisan saja, melainkan dengan perlu didukung dengan metode yang tepat sehingga dapat menjadi penghubung antara komunikator dan komunikan dengan jangkauan yang lebih luas.³

Perubahan yang luar biasa itu tidak dapat dihindari, modernisasi menjadi bagian dari perjalanan ruang dan waktu yang mesti dilalui oleh manusia. Kita hanya perlu mempersiapkan diri, dengan menyesuaikan dan mengikuti perkembangan dan perubahan yang akan terjadi. Perubahan yang fenomenal tersebut harus diimbangi oleh cara dakwah yang dilakukan oleh para *dai*. Dakwah tidak boleh jalan ditempat dengan hanya menggunakan cara konvensional saja. Dakwah harus dinamis, progresif dan inovatif. Para *da'i* perlu menciptakan cara-cara terbaru yang dapat membawa kemaslahatan umat. Dakwah perlu dikemas dengan lebih manusiawi, logis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat.⁴

Dari definisi tersebut, dakwah berperan penting dan dibutuhkan karena kita selaku umat Islam akan selalu berhadapan dengan berbagai rintangan dan problematika kehidupan. Dakwah yang dilakukan dengan

² Hamdan, Mahmuddin, "Youtube Sebagai Media Dakwah", *Palita: Journal of Social Religion Reserch* 6, no. 1 (April 2021): 64, <http://10.24256/pal.v6i1.2003>

³ Siti mujahidah, "Metode dakwah untuk generasi milenial". *Jurnal tabligh* 21, no 02, desember 2020: 202

⁴ Abdul Basit, "Dakwah Cerdas Di Era Modern", *Jurnal Komunikasi Islam* 03, no 01, Juni 2013: 77

cara ceramah diatas mimbar sudah menjadi hal yang lumrah dan akan terkesan monoton. Karena hal itu, *da'i* memerlukan media dakwah yang lebih kreatif dan inovatif, sehingga tidak membuat jenuh dan kehilangan simpati *mad'u*.⁵

Sedangkan pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang mempunyai peran penting dalam sejarah Islam Indonesia, istilah pondok pesantren dalam pemahaman sehari-hari terkadang hanya disebut pondok atau pesantren saja tetapi dapat pula disebut bersamaan yaitu pondok pesantren. Menurut Abdurrahman Wahid pondok pesantren merupakan komplek dengan lokasi yang pada umumnya terpisah dari kehidupan sekitar. Dalam komplek tersebut terdiri dari beberapa bangunan, yaitu: rumah pengasuh, surau/masjid, dan asrama sebagai tempat tinggal santri. Adapun tujuan pondok pesantren adalah membentuk kepribadian, memantapkan akhlak, dan melengkapinya dengan pengetahuan. Dan secara umum tujuan pondok pesantren adalah untuk membimbing untuk menjadi manusia yang berkepribadian Islam dengan ilmu agama hingga ia menjadi mubaligh untuk masyarakat sekitar melalui ilmu dan amalnya.⁶

Pondok Pesantren Darussalam adalah pondok pesantren yang berada di daerah Purwokerto, Banyumas. Dengan metode pembelajaran yang kolaboratis yaitu dengan memadukan metode pesantren salaf dengan pesantren modern, dengan tujuan untuk mencetak santri yang Islami dan berintelektual sehingga dapat menjadi kader serta calon pemimpin berketerampilan yang memadai seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Di Pondok Pesantren Darussalam terdapat wadah yang menampung para penggiat media sosial yang mendiskusikan mengenai konten-konten dakwah, yaitu Media Center Darussalam (MCD). Salah satu tujuan dibentuknya MCD adalah sebagai media publikasi pondok

⁵ Monika Yoan Azkiya, "Konsep Pengembangan dan Pengelolaan Media Dakwah Visual di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" (*Skripsi*, IAIN PURWOKERTO 2020), 2

⁶ Hendi Kariyanto, "Peran Pondok Pesantren Dalam Masyarakat Modern), *Edukasi Multikultural* 1, no. 1 (Agustus 2019): 17

pesantren, tapi dalam praktiknya tak hanya sebagai media publikasi semata, MCD juga berperan sebagai media dakwah pondok pesantren. Berdakwah dengan cara menampilkan pondok pesantren dan mengenalkan kehidupan di pesantren baik santri maupun kiai di media sosial. MCD mengembangkan media sosial *Youtube* sebagai media sosial video yang tepat untuk berdakwah dengan media sosial *Youtube* akan memudahkan masyarakat untuk mengakses. Saat ini media sosial *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam yang terpantau paling banyak pengikut dengan total 7,5 rb *subscriber* terbanyak se pondok pesantren yang ada di purwokerto, dan yang terpantau sering aktif dengan postingan postingannya.

Dengan melihat fenomena yang ada dimana kemajuan teknologi yang berkembang sangat pesat dan sebagai santri yang menyanggah kewajiban sebagai calon mubaligh muslim. Tentu berwawasan dan melekat terhadap perubahan perubahan peradaban dunia sangat diperlukan, ditujukan agar perkembangan dakwah tidak stagnan dengan cara-cara tradisional melainkan ikut berkembang mengikuti perkembangan zaman yang terjadi, dengan tetap mengikuti aturan syariat Islam. Salah satunya yaitu dengan berdakwah dengan media sosial yaitu *Youtube*, yang saat ini memiliki peminat besar. Dengan *Youtube* yang setiap penggunaannya dapat dengan mudah memposting video dan sangat mudah untuk diakses. Dengan ini tak ada lagi keluhan alasan tidak memiliki waktu untuk datang ke masjid ilmu karena dengan *Youtube* dapat diakses dimana pun dan kapanpun.

B. Penegasan Istilah

1. Pengertian Peran

Peran adalah sesuatu yang dimainkan atau dijalankan oleh seseorang dalam sebuah organisasi atau masyarakat.⁷ Dalam terminologi sosiologi, peran mengacu pada seperangkat tingkah laku

⁷ Syamsir, Torang, Organisasi & Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi), (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm, 86.

yang diharapkan dari seseorang yang memiliki kedudukan atau status sosial tertentu. Dalam bahasa Inggris, peran disebut "*role*" yang berarti tugas atau kewajiban seseorang dalam suatu usaha atau pekerjaan. Dengan demikian, peran mencakup tanggung jawab dan ekspektasi yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan posisinya dalam masyarakat.

Peranan, di sisi lain, merujuk pada tindakan konkret yang dilakukan oleh seseorang dalam situasi tertentu. Jadi, peran lebih bersifat normatif (apa yang seharusnya dilakukan), sedangkan peranan lebih bersifat praktis (apa yang sebenarnya dilakukan).

Peran adalah aktivitas yang dijalankan oleh seseorang atau suatu lembaga/organisasi. Peran yang harus dijalankan oleh suatu lembaga/organisasi biasanya diatur dalam suatu ketetapan yang merupakan fungsi dari lembaga tersebut. Terdapat dua jenis peran, yaitu peran yang diharapkan (*expected role*) dan peran yang dilakukan (*actual role*). Dalam melaksanakan peran yang diemban, terdapat faktor pendukung dan penghambat.

Menurut Koentjaraningrat, peran berarti tingkah laku individu yang memutuskan suatu kedudukan tertentu. Konsep peran menunjuk kepada pola perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki status atau posisi tertentu dalam organisasi atau sistem.

Sementara itu, Abu Ahmadi mendefinisikan peran sebagai suatu kompleks pengharapan manusia terhadap cara individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu, yang didasarkan pada status dan fungsi sosialnya.

Menurut Soerjono Soekanto, peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.

Dari beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh

banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

2. Definisi Youtube

Internet telah ditetapkan sebagai sarana komunikasi utama bagi masyarakat umum karena pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di zaman modern. Dimana masyarakat umum dapat dengan mudah mengakses internet dan berinteraksi dengan berbagai situs media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok, dan situs media sosial lainnya. Media sosial adalah alat yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara online, terlibat dalam diskusi, mengekspresikan emosi mereka, terlibat dalam kreativitas, dan berpartisipasi dalam berbagai interaksi sosial lainnya.⁸

Youtube adalah situs web berbagi video nomor 1 di dunia, Youtube disebut sebagai media sosial berbasis video, karena memang Youtube menjadi website yang akan diakses saat seseorang membutuhkan video tertentu. Ada sekian banyak macam video klip yang diunggah oleh pengguna. Mulai dari video tutorial, klip musik, trailer film, video edukasi, film pendek, film televisi, video blog, dan sebagainya.⁹

3. Media Dakwah

Informasi merupakan hal penting yang paling dicari oleh masyarakat yang dapat tersampaikan melalui berbagai media, salah satunya adalah media online. Media online adalah media yang dapat diakses melalui komputer atau *smartphone* menggunakan jaringan atau instrument komunikasi.¹⁰

⁸ Yuni Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital", *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting, and Research* 5, no: 4, (November 2021): 1007

⁹ Asfihan, "Pengertian Youtube", *Berita, RuangPengetahuan.Co.Id*, diterbitkan 05 Juli 2023. Diakses pada 13 Juli 2023, melalui: <https://ruangpengetahuan.co.id/pengertian-youtube/>

¹⁰ Azkiya, "Konsep Pengembang", 27.

Dakwah akan lebih cepat berkembang, tepat sasaran dan diterima dengan baik Ketika media atau saluran yang dipilih sesuai dengan keadaan *mad'u*. perkembangan zaman yang semakin maju dan didukung berbagai teknologi telah menyebabkan masyarakat mengalami ketergantungan, terlebih pada teknologi dan media komunikasi.

Media komunikasi seperti, radio, televisi, komputer, internet, koran, majalah dan bentuk komunikasi lainnya telah menjadi konsumsi pokok masyarakat modern dan sekarang dipandang sebagai alat dan sumber informasi, untuk memenuhi semua kebutuhan mereka yang semakin kompleks. Tergantung pada bagaimana masyarakat umum mengkonsumsi dan memahami media komunikasi massa yang tersedia, budaya dan perilaku-perilaku sosial juga terus mengalami pergeseran dan perubahan, baik positif maupun negatif. Fenomena ini kemungkinan akan ditanggapi dengan serius dan sebagai peringatan untuk dakwah Islam lebih lanjut di segmen populasi tertentu. Memanfaatkan media untuk komunikasi sebagai sarana memajukan dakwah sebagai tindakan yang perlu dilakukan agar kegiatan dakwah terus maju sesuai dengan kebutuhan *mad'u*.¹¹

4. Dakwah Digital

Tujuan utama dakwah adalah membujuk orang lain untuk berperilaku bijaksana. Kekerasan, pemaksaan, intimidasi, pelecehan, atau terror untuk mencegah seseorang mempraktikkan Islam tanpa menerima panggilan jihad. Penjelasan ini memberikan penjelasan makna dakwah, yang merupakan singkatan dari mengajak, berdoa, mengadu, memanggil, meminta, dan mengundang. Mungkin untuk memahami bahwa dakwah memperhatikan proses proses dan Langkah-langkah yang terlibat dalam pengajaran Islam dengan integritas menggunakan berbagai cara dan media. Da'i sebagai komunikator

¹¹ Gyta Rastyaka Dhela, "Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)" (*Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2020), 28.

memberikan informasi tentang dakwah kepada mad'u sebagai sarana komunikasi melalui bebrbagai metode dan media, karena dakwah sendiri adalah sejenis komunikasi. Proes penulisan dakwah tidak berhubungan langsung dengan proses berkomunikasi karena merupakan bentuk komunikasi.¹²

Untuk mempraktikan dakwah, kita harus memahami bahwa satu-satunya cara terbaik untuk memastikan bahwa pesan kita didengar oleh *mad'u* adalah dengan menyajikannya cara yang baru dan berbeda dari para *da'i* lainnya. Salah satu aspek berbicara yang dapat dicirikan sebagai baru adalah berbicara melalui teknologi, khususnya internet karena dapat diakses oleh semua orang.¹³

Karena itu, munculnya internet sebagai media baru dengan Tingkat interaktivitas dan konektivitas yang tinggi telah memungkinkan untuk mengembangkan kegiatan dakwah yang lebih konvergen dan kompatibel. Dakwah menjadi lebih sederhana, tidak membuang waktu atau ruang, murah dan terbuka.¹⁴ *Da'i* juga dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Dakwah juga disebut sebagai proses perubahan sosial karena perubahan perilaku individu dapat mempengaruhi perilaku kelompok sebagai akibat dari interaksi sosial antara anggota kelompok, baik sebagai *dai* atau *mad'u*.¹⁵

di bidang teknologi komunikasi, pertumbuhan yang cepat secara konsisten semestinya disikapi secara proaktif. Munculnya era digital telah lama dikenal sebagai sarana untuk mempromosikan Islam yang lebih efektif, efisien, dan mencakup segalanya. Dengan munculnya era digital telah ditandai dengan meluasnya penggunaan internet sebagai alat. Begitu pula dengan pindok pesantren yang telah

¹² Efa Rubawati, "Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah", *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no: 1, (Maret 2018): 127

¹³ Salma Laila Qodriyah, "Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Milenial (Channel Nussa Official)", *Jurnal Studi Islam dan Kemuhadiyah* 1, no: 2, (2021):152

¹⁴ Rubawati, "Media Baru", 128

¹⁵ Qodriyah, "Youtube Sebagai Media", 152

memiliki latar belakang ilmu dan pengalaman Islam dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang semakin pesat dengan lebih meningkatkan dakwah kepada masyarakat, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial *Youtube*.

5. Pondok Pesantren Darussalam

Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto di bawah naungan Yayasan Darussalam Sunan Bonang yang berdiri sejak tahun 2003 M. Dengan metode pembelajaran yang kolaboratif antara metode salaf dengan pesantren modern. Bertujuan agar Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh dapat mencetak santri yang intelek.

Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto merupakan pondok pesantren yang mengkolaborasikan metode salaf dan metode modern dalam pembelajarannya. Metode salaf berarti dalam pembelajarannya menggunakan kitab-kitab tradisional atau kitab kuning. Dengan begitu untuk pembelajaran modern, santri belajar mengenai keorganisasian pondok pesantren, ekstrakurikuler, kelembagaan dan masih banyak lagi.

Di Pondok Pesantren Darussalam selain santri dibekali dengan kecerdasan intelektual dengan mengaji. Pesantren ini juga mempunyai majelis transfer ilmu pengetahuan dan ruang untuk berdiskusi. Kopinian atau lebih tepatnya Komunitas Pemikir Kekinian. Pada diskusi akan melatih santri dalam mengembangkan kemampuan menganalisis ilmu.

Mengkaji ilmu tidak hanya berbasis agama, melainkan semua cabang ilmu. Hal ini bertujuan supaya santri mempunyai keluasan ilmu dalam berfikir akan sesuatu yang belum paham. Santri juga diperbolehkan menjadi pematir dalam ruang diskusi, selaras dengan

tujuan dari ketua kopinian bahawasannya majelis diskusi ditujukan untuk melatih santri dalam berbicara didepan umum.¹⁶

C. Rumusan Masalah

Bagaimana Peran *Youtube* sebagai Media Dakwah Digital (Studi Pada Channel *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto)?

D. Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan bagaimana Peran *Youtube* sebagai Media Dakwah Digital (Studi Pada Channel *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto).

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperluas wawasan, khususnya peran media sosial *Youtube* pondok pesantren dalam berdakwah di era digital.

2. Manfaat Praktis

a. Pondok Pesantren

Penelitian ini diharapkan dapat membawa kemajuan kegiatan pondok pesantren kearah lebih baik dan bermanfaat untuk *syiar* Islam pada umumnya.

b. Santri

Penelitian ini dapat menjadi sumbangsih pemikiran santri pondok pesantren agar dapat lebih mengembangkan wawasan dalam perkembangan dunia teknologi untuk berdakwah.

¹⁶ Budi, "Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto", *Berita, Laduni.id: Layanan Dokumentasi Ulama dan Keislaman*, diterbitkan 07 Januari 2023.

c. Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan lebih luas serta sebagai sarana pengembangan diri dalam mengembangkan ilmu yang didapatkan serta dapat menjadi salah satu syarat untuk tugas akhir.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis menelusuri beberapa penelitian yang relevan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang baik. Maka dibutuhkan kajian pustaka guna mendapatkan teori dan konsep yang dapat dijadikan sebagai gambaran dan acuan peneliti dalam menyusun penelitian ini. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Penelitian Mohamad Fikri Brilianto yang berjudul “Dakwah Digital Di Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta”.¹⁷ Hasil dari penelitian ini menjelaskan bagaimana memanfaatkan media sebagai sarana dakwah, di mana Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas proses dakwah. Dengan menggunakan kerangka teori hiperialitas yang ditujukan untuk menganalisis bagaimana simulasi dakwah digital Pondok Pesantren Al Munawwir dengan menghasilkan citra Islam tradisionalis-Indonesianis. Kesamaan dalam penelitian ini dengan yang akan diteliti oleh penulis yaitu sama-sama membahas mengenai bagaimana pondok pesantren memanfaatkan kemajuan teknologi digital sebagai sarana untuk berdakwah, dan perbedaan penelitian ini dengan yang akan diteliti oleh penulis ialah penelitian ini mencakup seluruh media yang terdapat di pesantren Al Munawwir dengan menggunakan kerangka teori imperialitas sedangkan di sini penulis hanya akan fokus kepada satu media saja yang ada di Pondok Pesantren

¹⁷ Mohamad Fikri Brilianto, “Dakwah Digital Di Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta” (*Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, 2022).

Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto yaitu media *Youtube* dengan menggunakan *the new medium theory*.

Penelitian Gyta Rastyaka Dhela yang berjudul “Pemanfaatan *Channel Youtube* Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Akun *Youtube* masjid Addua Way Halim Bandar Lampung”¹⁸. Hasil dari penelitian ini adalah berdakwah atau menyiarkan agama Islam dengan memanfaatkan media sosial *Youtube* merupakan jembatan bagi kemajuan teknologi dengan bentuk audio visual, maka *Youtube* dapat dijadikan salah satu pilihan aktivis dakwah dalam audio visual. Dakwah melalui media sosial *Youtube* memiliki banyak keuntungan bagi para pendakwah, dakwah tidak memerlukan biaya yang banyak jika dibandingkan berdakwah secara langsung (tatap muka), dengan *Youtube* cukup membuat rekaman video yang dapat diupload di media sosial serta dapat dilihat oleh masyarakat luas. Sehingga saat ini tanpa menggunakan buletin masyarakat bisa mengetahui isi dari kajian yang diadakan di masjid. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dibuat oleh peneliti terletak pada objek penelitian yaitu berupa media sosial *Youtube* sebagai media dakwah digital, sedangkan perbedaan yang ada pada penelitian ini terdapat pada subjek penelitian yaitu media *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto

Penelitian Salma Laila qadariyah yang berjudul “*Youtube* Sebagai Media Dakwah di Era Milenial channel Nusa official”¹⁹. Hasil dari penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial *Youtube* sebagai media dakwah pada channel Nusa official secara keseluruhan keseluruhan dilakukan dengan menampilkan event atau kegiatan yang bernuansa Islami, seperti kajian dengan mengundang berbagai tokoh artis yang sering melakukan aktivitas dakwah dengan mengangkat tema yang sesuai dengan

¹⁸ Gyta Rastyaka Dhela, “Pemanfaatan *Channel Youtube* Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun *Youtube* Masjid Addua Way Halim Bandar Lampung), (*Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2020).

¹⁹ Salma Laila Qodriyah, “*Youtube* Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nissa Official)”. *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah*. Vol. 1, No. 2. Hal. 151-157

era milenial. Penggunaan media teknologi yang mungkin bisa dikatakan baru dalam berdakwah adalah dengan mengakses dakwah melalui teknologi di mana saat ini teknologi internet dapat diakses oleh semua orang, sehingga memudahkan dakwah tersampaikan kepada penerima dakwah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan disusun peneliti terletak pada objek penelitian yaitu berupa media sosial *Youtube* sebagai media dakwah digital, sedangkan perbedaan yang ada pada penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu *Channel Nusa official* dengan *Channel Youtube* yang ada di pondok pesantren Darussalam Purwokerto.

Penelitian Muhamad Zainul Arifin yang berjudul “Implementasi Akun *Youtube* Santik FM Sebagai Media Dakwah Pada Komunitas ABJAT Jateng”²⁰. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengimplementasian Akun *Youtube* Santik FM Sebagai Media Dakwah Pada Komunitas ABJAT Jateng. Dikarenakan *Youtube* menjadi sosial media yang banyak digemari oleh masyarakat, namun penggunaan *Youtube* sebagai media dakwah masih kurang diminati oleh masyarakat. Dengan teori *use and gratification* yang menjelaskan bagaimana pengguna media memainkan peran lebih aktif untuk memilih media yang digunakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu terletak pada objek penelitian yang berupa media sosial *Youtube* sebagai media dakwah sedangkan, perbedaannya terletak pada subjek penelitian yaitu *Channel Youtube* Santika FM dengan *Channel Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto.

Penelitian Rick Handayani yang berjudul *Youtube* Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah”²¹. Hasil dari penelitian ini mengetahui bagaimana pemanfaatan *Youtube* digunakan sebagai media komunikasi dakwah di kota Padangsidempuan. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif

²⁰ Zaenul Arifin, “Implementasi Akun *Youtube* Santik FM Sebagai Media Dakwah Pada Komunitas ABJAT Jateng” (*Skripsi.*, IAIN Salatiga, 2021).

²¹ Rick Handayani, “*Youtube* Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah”, *Hikmah* 15, no. 1 (Juni 2020): 123

di mana wawancara dihasilkan melalui menyebarkan link Google formular yang akan diisi oleh informan, yang ditujukan untuk mengetahui daya tarik pendakwah melalui konten *Youtube* adalah untuk menyebarkan dakwah dan menyampaikan ilmu. Karena *Youtube* menjadi media yang efektif untuk mendukung penyampaian dakwah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian yaitu berupa media sosial *Youtube* sebagai media dakwah, sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu *Channel Youtube* yang ada di Kota Padangsidempuan dengan beberapa pemilik akun yang ada di kota Padangsidempuan dengan *channel Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu kerangka yang digunakan dalam penelitian ditujukan untuk memberikan gambaran pokok mengenai pembahasan yang akan ditampilkan dalam penelitian sehingga dapat memudahkan dan menghindari hal yang dapat menimbulkan kerancuan bagi pembaca.²² Maka peneliti akan menyajikan sistematika pembahasan yang dimulai dari bab pertama sampai bab akhir. Adapun sistematika pembahasan yang akan ditampilkan pada penelitian ini sebagai berikut:

BAB I Merupakan pendahukuan yang isinya terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II Berisi mengenai landasan teori mengenai *The new medium theory*, media dakwah dan *Youtube*

BAB III Metode penelitian, berisi mengenai jenis penelitian, cara mengumpulkan data dan analisis data.

²² Lulu Khumaeroh, "Khitobah Sebagai Pengembangan *Public Speaking* Santri (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al Hidayah Karangsucu Purwokerto)". UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto: Skripsi Tahun 2023. Hal.13

BAB IV Merupakan hasil penelitian, diuraikan tentang analisis Peran *Youtube* Sebagai Media Dakwah Digital (Studi Pada *Channel Youtube* Pondok Pesantren Dukuwaluh Purwokerto).

BAB V Berisikan tentang penutup, yang berupa kesimpulan dan saran



BAB II LANDASAN TEORI

A. The New Medium Theory

Era media kedua, sebagaimana digambarkan oleh Mark Poster, telah membawa transformasi yang signifikan dalam cara kita memahami dan menggunakan media. Peralihan dari media massa ke media jaringan yang interaktif telah membuka berbagai kemungkinan baru untuk komunikasi dan interaksi sosial, menjadikan teori media lebih relevan dan penting dalam analisis sosial kontemporer.²³

Pendekatan interaksi sosial dalam membedakan media menyoroti perbedaan mendasar antara media tradisional dan media baru dalam hal kemampuan mereka untuk mendekati model interaksi tatap muka. Media tradisional, seperti televisi dan radio, cenderung berorientasi pada penyiaran informasi satu arah, di mana produsen informasi menyampaikan pesan kepada konsumen tanpa adanya interaksi balik yang signifikan. Dalam konteks ini, media tradisional lebih fokus pada transmisi informasi daripada interaksi, sehingga mereka memediasi realitas bagi konsumen dengan cara yang lebih pasif.

Sebaliknya, media baru, seperti internet dan platform media sosial, menawarkan tingkat interaktivitas yang jauh lebih tinggi. Media baru memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi, baik dengan memberi umpan balik, berbagi informasi, atau bahkan menciptakan konten mereka sendiri. Pendekatan ini menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih personal dan dinamis.

Salah satu pendukung utama dari sudut pandang ini adalah Pierre Lévy, yang dalam karyanya "Cyberculture" melihat World Wide Web sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Lévy berpendapat bahwa internet memungkinkan manusia untuk

²³ Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, Jhon G. Oetzel, *Theories Of Human Communication* (Long Grove: Waveland Press. Inc, 2017), 145.

mengembangkan orientasi baru terhadap pengetahuan, yang mengarah pada dunia yang lebih interaktif dan berbasis komunitas. Menurut Lévy, internet menciptakan ruang pertemuan virtual yang memperluas dunia sosial, menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru untuk pengetahuan, dan memfasilitasi berbagi perspektif secara global. Hal ini berkontribusi pada pembentukan komunitas yang lebih demokratis dan memberdayakan, di mana individu dapat saling berbagi informasi dan pengetahuan secara lebih egaliter.

Dengan demikian, media baru tidak hanya memfasilitasi transmisi informasi, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dan interaksi sosial yang lebih erat di antara pengguna, menjadikannya alat yang kuat untuk kolaborasi dan pemberdayaan komunitas.

Media baru memang menawarkan bentuk interaksi yang lebih personal dibandingkan media lama, tetapi tetap ada perbedaan penting antara interaksi ini dan interaksi tatap muka. Media baru memungkinkan kita untuk berbagi foto dan bertukar pesan dengan mudah, seperti di Facebook, menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih mendekati interaksi pribadi. Namun, komunikasi ini masih dimediasi oleh perangkat dan sering kali membuat kita lebih cenderung memilih komunikasi yang dimediasi daripada tatap muka.

Contohnya, seorang teman menceritakan bagaimana putranya menggunakan Skype untuk berbicara dengan dua temannya. Namun, alih-alih berbicara langsung, mereka lebih memilih saling mengirim pesan teks. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media baru memberikan platform untuk interaksi yang lebih personal, mereka juga dapat mengubah cara kita berkomunikasi, membuat kita lebih nyaman dengan komunikasi tidak langsung.

Media interaktif ini memiliki kelebihan dan kekurangan yang signifikan. Kelebihannya termasuk keterbukaan dan fleksibilitas yang ditawarkan media baru, memungkinkan kita untuk berbagi dan berinteraksi dengan cara yang tidak mungkin dilakukan sebelumnya.

Misalnya, kita bisa berhubungan dengan teman dan keluarga di berbagai belahan dunia dengan mudah.

Namun, media baru juga menimbulkan dilema. Kita sering mengandalkan media ini untuk percakapan yang seharusnya dilakukan secara langsung, seperti mengelola konflik dengan atasan atau mengakhiri hubungan. Pilihan yang luas yang ditawarkan oleh media baru tidak selalu bermanfaat karena terkadang kita membutuhkan struktur dan panduan dalam berkomunikasi.

Keragaman yang ditawarkan oleh media baru juga dapat mengarah pada perpecahan dan pemisahan. Sementara fleksibilitas dalam penggunaan waktu adalah nilai besar dari media baru, hal ini juga menciptakan tuntutan waktu baru. Misalnya, dengan kemampuan untuk memeriksa email kapan saja, kita mungkin mendapati diri kita menghabiskan beberapa jam setiap hari hanya untuk memeriksa dan merespons email, sesuatu yang tidak umum 20 tahun yang lalu.

Media baru memang memperluas pilihan dan fleksibilitas kita dalam berkomunikasi, tetapi juga membawa tantangan baru yang harus dikelola. Keseimbangan antara memanfaatkan kelebihan media baru dan menghindari kekurangannya menjadi penting dalam menjaga kualitas komunikasi kita.

Pendekatan kedua dalam membedakan media adalah melalui konsep integrasi sosial, yang memfokuskan pada peran media dalam membentuk komunitas dan rasa memiliki, bukan hanya pada informasi atau interaksi yang mereka sediakan. Dalam pendekatan ini, media dianggap sebagai sarana untuk menciptakan ritual bersama yang membantu mengintegrasikan individu ke dalam suatu komunitas, bahkan jika interaksi langsung dengan orang lain tidak selalu terjadi.

Integrasi sosial melalui media menekankan pada bagaimana penggunaan media dapat menjadi ritual yang memiliki makna tersendiri bagi individu. Dalam konteks ini, media bukanlah sekadar instrumen untuk mendapatkan informasi atau memenuhi kepentingan pribadi,

melainkan sarana untuk menjalani ritual yang membentuk identitas dan kebersamaan komunitas. Ritual ini bisa berupa tindakan yang diulang-ulang dan telah menjadi kebiasaan, memberikan rasa keterhubungan dan stabilitas dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai contoh, seseorang mungkin menetapkan Washington Post Online sebagai halaman beranda dan memeriksanya beberapa kali sehari bukan hanya untuk mendapatkan berita terbaru, tetapi karena tindakan ini telah menjadi bagian dari rutinitas harian mereka. Aktivitas ini menjadi sebuah ritual yang memberikan rasa familiaritas dan keterhubungan dengan komunitas yang lebih besar, meskipun tidak ada interaksi langsung dengan orang lain.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa media dapat berfungsi sebagai penghubung sosial melalui ritual mandiri, di mana individu berinteraksi dengan media itu sendiri, bukan secara langsung dengan orang lain. Hal ini menandakan bahwa interaksi tatap muka bukan lagi satu-satunya dasar untuk menilai efektivitas media dalam menciptakan komunitas.

Sebaliknya, media dapat menciptakan rasa komunitas dan identitas bersama melalui pengalaman yang dimediasi, di mana nilai dari penggunaan media terletak pada makna ritualistik dan simbolisnya. Dengan demikian, media berfungsi sebagai alat integrasi sosial, menghubungkan individu melalui praktik-praktik rutin yang memberikan rasa kebersamaan dan identitas kolektif.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Pengertian dakwah secara Etomologi “dakwah” berasal dari kata *da'a, yad'u, da'watan*, yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, atau memohon. Pengertian dakwah secara terminologi adalah mengajak atau menyeru kepada orang lain masuk ke dalam ajaran Allah SWT. Pengertian dakwah menurut beberapa ahli diantaranya menurut beberapa ahli ialah.²⁴

- a. Dr. M. Quraish Shihab dakwah adalah seruan atau ajakan kepada kebaikan dengan usaha untuk mengubah keadaan menjadi lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun Masyarakat. Perwujudan dakwah bukan hanya sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa saat ini harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.
- b. M. Natsir dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan atau seluruh umat manusia dengan konsep Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia dengan meliputi *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu al-mungkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengamalannya dalam kehidupan masyarakat dan kehidupan negara.
- c. Prof. Toha Yahya Omar, M.A. Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

²⁴ La Adi, “Konsep Dakwah Dalam Islam”, *Jurnal Pendidikan Islam Ar-Rashid* 7, no. 3, E-ISSN 2809-5308: 2-3

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu usaha menyampaikan ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan terencana menggunakan cara-cara tertentu untuk mempengaruhi orang lain agar dapat mengikuti apa yang menjadi tujuan dakwah tersebut tanpa paksaan. Dakwah tidak hanya asal menyampaikan saja melainkan memerlukan beberapa syarat yaitu mengetahui kondisi objek dakwah, mencari materi dakwah yang cocok, dan membuat konsep yang tepat untuk berdakwah.

2. Unsur Unsur Dakwah

a. Dai

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan maupun perbuatan yang dilakukakan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga. *Da'i* sangat berhubungan erat dengan pesan dakwah, karena *da'i* merupakan komunikator yang akan menyampaikan pesan dakwah tersebut kepada *mad'u* sebagai komunikan atau orang yang menerima pesan.

Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberi solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihadirkan untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng dari ajaran agama islam²⁵.

Dalam melaksanakan dakwah seorang *da'i* akan menjumpai berbagai persoalan, baik mengenai pengertian, tujuan dakwah, cara meghadapi *mad'u*, macam-macam-jenis kegiatan yang harus diwujudkan dalam aktifitas dakwah, nilai-nilai agama dan moral yang harus kita cerminkan dalam masyarakat, sikap kita dalam menghadapi perubahan sosial kaitannya dengan

²⁵ Mustafa Malaikah, Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qordhowi Harmoni antara Kelembutan dan Ketegasan, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1997).15.

relevansi dakwah. Orientasi dakwah menuju masyarakat industri dan problem-problem lainnya. Dari berbagai macam problem itu boleh jadi kita berbeda pendapat filsafat yang kita anut atau kita miliki.²⁶

b. *Mad'u*

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak. Kepada manusia yang belum beragama islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan
2. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
3. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok yaitu :

²⁶ Hasan Langgulung, *Asas-Asas Pendidikan Islam*, (Jakarta: pustaka Al-Husna, 1988).10

1. Masalah Akidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah *Aqidah Islamiyah*. Aspek *Aqidah* ini yang akan membentuk moral manusia. Oleh karena itu pertama kali yang dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah *Aqidah* atau keimanan. *Aqidah* yang menjadi materi utama dakwah ini mempunyai ciri-ciri yang membedakan dengan kepercayaan agama lain, yaitu:

- a) Keterbukaan melalui persaksian (*syahadat*), Dengan demikian seorang muslim harus selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaannya.
- b) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu. Dan soal kemanusiaan juga di perkenalkan kesatuan asal usul manusia . kejelasan dan kesederhanaan diartikan bahwa seluruh ajaran *aqidah* baik soal ketuhanan, kerosulan, ataupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami.

2. Masalah Syariah

Hukum atau *syariah* sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dan hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah yang menjadi kekuatan peradaban dikalangan kaum muslimin.²⁷

²⁷ Ismail, *Menjelajah Atas Dunia Islam*, (Bandung: mizan, 2000),205

3. Masalah Akhlak

Secara etimologis, kata akhlak berasal dari bahasa arab, *jamak* dari *khuluqunyang* berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan *khalqun*, yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *khaliq* yang berarti pencipta, dan mahluk yang berarti yang diciptakan.

Sedangkan secara termenologi masalah *akhlak* berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Ilmu *akhlak* bagi Al-Farabi, tidak lain dari bahasaan tentang keutamaan-keutaman yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangan yang dapat merintangangi, usaha pencapaian tujuan tersebut

d. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Untuk merealisasikan strategi dakwah yang telah ditetapkan, diperlukan metode yang tepat. Strategi merujuk pada perencanaan untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan metode adalah cara yang digunakan untuk melaksanakan strategi tersebut. Dengan mengetahui metode dakwah yang tepat, penyampaian dakwah dapat lebih efektif dan mengenai sasaran, sehingga dakwah dapat diterima dengan baik oleh *mad'u* (penerima dakwah).²⁸

Seorang *da'i* (pendakwah) perlu memiliki pengetahuan dan kecakapan dalam bidang metodologi dakwah. Pola berpikir dengan pendekatan sistem sangat penting dalam dakwah, di mana dakwah memerlukan suatu sistem yang komprehensif. Metodologi dakwah merupakan salah satu dimensi penting dalam

²⁸ Endang Syaefudin Anshari, *Wawasan Islam*, (Jakarta: Rajawali, 1986) Ed. 2, Cet, Ke-1 hlm. 29

sistem ini, yang memiliki peranan dan kedudukan yang setara dengan unsur-unsur lainnya seperti tujuan dakwah, objek dakwah, subjek dakwah, serta kelengkapan dakwah lainnya.

Dengan menguasai metode dakwah, seorang *da'i* dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan lebih jelas dan mudah dipahami oleh *mad'u*. Hal ini memastikan bahwa dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memberikan dampak yang diinginkan.

e. *Wasillah* (Media Dakwah)

Selain penentuan metode dan pesan dakwah, yang tidak kalah penting dalam kegiatan dakwah adalah penentuan media atau alat yang akan digunakan untuk melaksanakan penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat.²⁹

Penggunaan berbagai media ini dapat meningkatkan jangkauan dan keberhasilan dakwah, serta memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat dengan cara yang paling efektif dan sesuai dengan konteks mereka.

Pembahasan media dakwah akan dijelaskan lebih mendasar pada poin berikutnya.

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Dalam aktivitas dakwah, setiap tindakan yang dilakukan oleh *da'i* (pendakwah) pasti akan menimbulkan reaksi atau respons dari *mad'u* (penerima dakwah). Reaksi ini disebut juga dengan umpan balik (*feedback*) dalam ilmu komunikasi. Umpan balik ini mencerminkan bagaimana aksi dakwah mempengaruhi penerima dakwah.

Menurut Jalaludin Rahmat, efek dari proses dakwah dapat dibagi menjadi tiga tataran utama:

²⁹ M. Rosyid Ridla dkk, Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup, (Yogyakarta: Samudra Bru, 2017). Hal. 45

1. Efek Kognitif: Efek ini terjadi ketika ada perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, atau persepsi *mad'u*. Ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Misalnya, setelah mendengarkan ceramah, seseorang mungkin memahami konsep baru atau memperbarui pengetahuannya tentang suatu topik.
2. Efek Afektif: Efek ini muncul ketika ada perubahan dalam perasaan, kesukaan, atau kebencian *mad'u*. Hal ini melibatkan aspek emosional, sikap, dan nilai. Misalnya, seseorang mungkin merasa lebih terinspirasi atau termotivasi setelah mendengarkan ceramah yang menyentuh hati mereka.
3. Efek Behavioral: Efek ini merujuk pada perubahan perilaku nyata yang dapat diamati, termasuk pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan. Misalnya, setelah mendengar dakwah tentang pentingnya shalat, seseorang mungkin mulai lebih rajin melaksanakan shalat lima waktu.

Dengan memahami ketiga efek ini, da'i dapat merancang dan menyampaikan dakwah dengan cara yang lebih efektif dan efisien, sehingga pesan yang disampaikan dapat memberikan dampak yang signifikan pada *mad'u*.

C. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang diperlukan untuk menyampaikan materi dakwah. Materi dakwah perlu disampaikan dengan menarik agar tidak monoton. Ada banyak media yang dapat digunakan sebagai media dalam melaksanakan dakwah. Menurut

Hamzah Ya'qub media dapat dilakukan lima macam bentuk seperti lisan, tulisan, lukisan, dan audio visual.³⁰

Dengan beragamnya media yang ada, *da'i* perlu pandai memilih media yang efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Memilih media dengan tepat dan sesuai, tidak hanya asal memilih karena setiap pilihan akan terdapat konsekuensinya yaitu perlu mengetahui dan menguasai cara memanfaatkan potensi yang diilih. Tidak hanya memilih untuk disimpan lalu dibiarkan. Di era globalisasi informasi sasaat ini, yang berarti era dimana terjadi penghilangan batas ruang dan waktu dari hasil perkembangan teknologi komunikasi. Masalah teknologi komunikasi menjadi penting dan perlu diupayakan agar *da'i* menguasainya, karena pada hakikatnya dakwah adalah proses komunikasi baik dengan media visual, audio, dan yang lebih penting dengan audio visual.³¹

2. Bentuk Bentuk Media Dakwah

Proses dakwah tanpa adanya media masih dapat mencapai tujuan yang semaksimal mungkin dan media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan. Pemahaman tentang dakwah setidaknya dapat dikategorikan menjadi 5 hal³²:

- a. Lisan yaitu bahwa media dakwah yang paling sederhana dengan menggunakan lidah dan suara dakwah menggunakan media ini dapat berupa ceramah, pidato, bimbingan, penyuluhan, kuliah, dan lain sebagainya.
- b. Tulisan yaitu media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat, spanduk dan sebagainya.

³⁰ Muslimin Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial", *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan* 13, no. 3, (2019): 69

³¹ Aminuddin, "Media Dakwah", *Al-Munzir* 9, no. 2, (November 2016): 347

³² Hafidz Idri Purbajati, "Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern", *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* 8, no 2 (September 2021): 208, <https://doi.org/10.36835/modeling.v8i2.938>

- c. Lukisan yaitu media dakwah melalui gambar karikatur, dan sebagainya.
- d. Audio visual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya, seperti media televisi, film, internet (*Youtube, Facebook, WA*) dan lain sebagainya.
- e. Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u*.

Menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi akhir-akhir ini, demi menghadapi pada cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebagai media modern yang menjadi perantara sampainya informasi kepada khalayak, sepertinya tidak dapat dibendung. Oleh sebab itu, agar memiliki nilai positif, keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi dan pesan-pesan dakwah Islam.

Banyak media yang dapat dimanfaatkan oleh manusia, dengan beragamnya media Dai harus dapat memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan memilih media yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media. Media secara umum dapat digunakan sebagai media dakwah di kelompokkan menjadi:³³

- a. Media audio, adapun media audio dibagi menjadi dua: *pertama*, Radio, dalam melaksanakan dakwah menggunakan radio sangat efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. *Kedua*, Tape recorder, kelebihan dakwah melalui pita kaset tape recorder yaitu

³³ Hafidz Idri Purbajati, "Telaah Dakwah", 209

dapat disiarkan kapan saja sesuai kebutuhan dan biaya yang digunakan sangat murah dan ekonomis.

- b. Media audio visual dibagi menjadi, *Pertama* televisi, media ini sangat efektif digunakan sebagai media penyampai pesan-pesan dakwah karena kemampuannya yang dapat menjangkau daerah yang sangat luas. Melalui televisi, dakwah dapat dilakukan dalam bentuk seperti ceramah, sandiwara, fragmen ataupun drama. *Kedua* film atau sinetron, media dakwah, yang satu ini memiliki kelebihan antara lain selain dapat menjangkau semua kalangan, dengan media ini dapat juga menampilkan secara langsung tempat yang membutuhkan dengan situasi dan kondisinya. *Ketiga* video kelebihannya dakwah menggunakan media video selain menarik program dan penyiarannya juga dapat disesuaikan dengan keperluan dan kesempatan pemirsa.
- c. Media cetak, adapun yang termasuk dalam media cetak antara lain: *pertama*. Buku, buku merupakan jendela ilmu melalui buku ini informasi-informasi atau pesan-pesan dakwah dapat disebarluaskan secara mudah kepada sasaran dakwah. *Kedua*. Surat kabar, dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar ke berbagai penjuru titik karena itu dakwah melalui surat kabar juga sangat efektif dan efisien yaitu dengan cara Dai menulis rubrik di surat kabar tersebut, misalnya berkaitan dengan agama. *Ketiga*. Majalah, meskipun majalah mempunyai ciri tersendiri akan tetapi masih dapat difungsikan sebagai media dakwah yaitu menyelipkan misi dakwah dan ke dalam isinya apabila majalah tersebut bertema umum akan tetapi apabila majalah tersebut adalah khusus majalah keagamaan maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah.
- d. Media Online, media online juga bisa diartikan menjadi media yg bisa diakses melalui internet. Karakteristik Media Online yg

menjadi kelebihannya dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) diantaranya: ³⁴

1. Kapasitas luas - *page web* mampu menampung naskah sangat panjang.
2. Pemuatan serta *editing* naskah mampu kapan saja serta di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja mampu, setiap waktu.
4. Cepat, begitu di-*upload* eksklusif mampu diakses seluruh orang.
5. Menjangkau semua dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi isu aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan terus dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan “*egaliter*” menggunakan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, *polling*, dsb.
9. Terdokumentasi, isu tersimpan di “bank data” (arsip) serta bisa ditemukan melalui “*link*”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).
10. Terhubung menggunakan asal lain (*hyperlink*) yang berkaitan menggunakan informasi tersaji. *Hyperlink* atau *Pranala* atau *link* (tautan) adalah ciri khas sekaligus kekuatan media online yg tidak dimiliki jenis media lainnya.

D. Youtube

Youtube adalah salah satu situs website yang menggunakan internet untuk menjalankan fiturnya, dengan menggunakan *Youtube* pengguna dapat memposting atau menampilkan video yang ingin di unggah, agar dapat dinikmati dan dilihat banyak orang. Dengan perkembangan zaman teknologi hampir semua orang telah mengenal *Youtube* kemudahan dalam

³⁴ Fisipol, *Media Online*, Google, diakses Februari 12, 2022, <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2022/02/12/mediaonline>

mengakses internet mempengaruhi perkembangannya yang semakin pesat. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh *We Are Social* perusahaan media asal Inggris yang bekerjasama dengan Hootsuite dengan rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit per hari untuk mengakses media sosial. Dari laporan yang diterbitkan pada tanggal 30 Januari 2018 yang berjudul "*Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial yang mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen.³⁵

Youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari nya orang menonton ratusan juta jam video di *Youtube* dan menghasilkan miliyaan kali penayangan. *Youtube* secara umum telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18- 34 tahun dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel manapun di dunia.³⁶

Beberapa orang tidak bisa lepas dari penggunaan *Youtube* setiap harinya medium pengaliran video paling populer di dunia. Hal ini menjadi situs kedua paling banyak dikunjungi di dunia setelah Google di samping itu, *Youtube* juga ternyata mempunyai banyak catatan statistik yang mengagetkan beberapa diantaranya, meliputi banyaknya pengunjung per bulannya. 2 miliar pengguna perbulannya sehingga *Youtube* telah mencatat rekor baru di tahun 2019 untuk jumlah pengguna atau pengunjung bulanan platform aliran ini memiliki sekitar 2 miliar pengguna perbulan angka tersebut mencapai sekitar seperempat atau 25% dari seluruh populasi di dunia. Selain itu menurut beberapa laporan 62% pengguna *Youtube* adalah pria sementara 38% lainnya adalah wanita. Ada 500 jam konten baru setiap menitnya sekitar pertengahan 2019 Google mengungkapkan bahwa

³⁵ Gede Lingga Ananta Putra, "Pemanfaatan ANimasi Promosi Dalam Media *Youtube*", *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2*, (Februari 2019): 264

³⁶ Fatty Faiqah, Muh. Najib, Andi Subhan Amir, "*Youtube* Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Kumunitas Makassarvidgram", *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5, no. 2, (Juli-Desember 2016): 260

terdapat lebih dari 500 jam konten baru diunggah ke *Youtube* setiap menitnya dengan begitu 30.000 jam konten per jam dan 720.000 jam konten per hari dengan kata lain maka akan diperlukan sekitar 82 Tahun untuk menonton semua konten baru yang diunggah ke *Youtube* hanya dalam satu hari.³⁷

Dalam perkembangannya *Youtube* terus memunculkan berbagai fitur baru yang membuat penggunaannya nyaman dan betah menggunakannya. Fitur-fitur tersebut adalah:

1. Anotasi

Merupakan fitur yang memungkinkan pengunggah video untuk dapat merekomendasikan video lain dalam bentuk *link* atau kotak pada video yang sedang diputar. Fitur ini sangat berguna bagi pengunggah karena video rekomendasinya berpeluang untuk ditonton.

2. Autoplay

Autoplay merupakan fitur putar otomatis yang memungkinkan pengguna untuk memutar/menonton video rekomendasi selanjutnya. *Youtube* akan memutar sesuai dengan kesukaan dan minat pengguna. Hal ini juga berkaitan dengan algoritma *Youtube* yang super canggih.

3. Kecepatan video

Fitur yang digunakan untuk mengontrol kecepatan video, akan sangat membantu seperti saat sedang menonton video tutorial.

4. Subtitle

Youtube juga menghadirkan fitur subtitle agar pengguna dapat memahami setiap kata/kalimat yang diucapkan dalam sebuah video.

5. Download

Youtube menyediakan fitur download untuk pengguna sehingga dapat menonton saat offline.

6. Live streaming

Live streaming mulai dikembangkan pada 2009, tetapi hanya dapat digunakan oleh beberapa partner saja, karena masih apa tahap

³⁷ Hamdan, Mahmuddin, "Youtube Sebagai Media Dakwah", 65

pengembangan. Hingga akhirnya pada 2017, live streaming dapat digunakan oleh public, bersamaan dengan fitur super chat sehingga pengguna dapat saling berkomentar.

7. Youtube stories

Pada tahun 2018 *Youtube* memperkenalkan *Youtube Stories* atau istilah lainnya “*Youtube Reels*”.

8. Youtube Premium

Merupakan fitur berbayar untuk pelanggan yang berkenan berlangganan.

9. *Share, like, comment and subscribe*

Selain fitur utama terdapat pula fitur pendukung yaitu, *Share, like, comment and subscribe*. Tujuan fitur ini adalah sebagai bentuk respon dari pengguna kepada pengunggah, jika video yang dilihat menarik dan disukai dapat memberikan *like*, jika setelah dilihat akun pengunggah berisikan video yang bagus dapat kita *subscribe* agar ketika pengunggah mengunggah video baru akan mendapat notifikasi, dan jika dirasa video yang dilihat bermanfaat kita bisa *share* agar lebih banyak lagi yang melihat. Tak hanya respon berbentuk simbol tetapi juga ada kolom komentar yang dapat digunakan sebagai ruang diskusi baik dengan pengunggah maupun dengan sesama penonton.

E. Youtube Sebagai Media Dakwah

Media berperan dalam sampainya sebuah pesan setidaknya dalam empat hal, yaitu efektifitas, efisiensi, konkret, motivatif. Media mempermudah penyampaian informasi sebagai sarana untuk mempercepat sampainya informasi. Adapun penggunaan media dalam islam bertujuan untuk mempermudah penyampaian pesan-pesan agama supaya sampai kepada masyarakat luas lebih cepat secara bersamaan, melalui media komunikasi modern hal tersebut bisa dicapai lebih banyak dari pada komunikasi yang tidak bermedia (teknologi). Sementara itu, media bisa

berperan dalam pembinaan umat, penyerapan ajaran islam bisa dengan mudah diperoleh, kemudian bisa merubah tingkah laku pemeluknya.³⁸

Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media online yang pada dasarnya berbasis telekomunikasi dan multimedia, juga media online dapat diartikan sebagai media yang dapat diakses melalui internet. Dibandingkan dengan media konvensional media online lebih banyak memiliki kelebihan. Media online memiliki ciri ciri:³⁹

1. Cepat *Immediacy*

Peristiwa yang terjadi dapat langsung diposting atau diunggah (*upload*) dalam hitungan detik. Kehadiran media online meningkatkan kecepatan publikasi serta distribusi informasi ke publik dengan jangkauan global pada saat bersamaan.

2. Pembaruan, *Update*

Pembaruan (*updating*) informasi bisa dilakukan dengan praktis serta cepat, baik berupa koreksi substansial (isi, data) dan redaksional (rapikan bahasa), juga berupa perkembangan terbaru sebuah isu atau peristiwa.

Penyajian isu yang bersifat *realtime* ini mengakibatkan tidak adanya saat yg diistemewakan (*prime time*) serta tidak ada kata tenggat ketika (*deadline*) karena penyediaan isu berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

3. Interaktivitas

Keunggulan media online ini yang paling membedakannya dengan media konvensional artinya adanya interaksi antara redaksi menggunakan pembaca dan antar-pembaca.

Dengan karakteristik ini media online bersifat dua arah dan egaliter. aneka macam fitur mirip kolom komentar, chatroom, serta

³⁸ Puput Puji Lestari, Dakwah Digital untuk Generasi Milenia, *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 50-51

³⁹ Fisipol, *Media Online*, Google, diakses Februari 12, 2022, <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2022/02/12/mediaonline>

social share memungkinkan pembaca bisa memberikan secara langsung koreksi, keluhan, saran, atau tanggapan dan bisa langsung dibalas.

4. Personalisasi, Audience Control

Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media online menyampaikan peluang kepada setiap pembaca hanya merogoh berita yg relevan bagi dirinya, dan menghapus berita yang tak dia butuhkan. Jadi selektivitas info serta sensor berada di tangan pengguna (*selfcontrol*).

Pembaca, pengguna, atau penunjang bebas mengonsumsi info mana saja yang dianggap penting atau menarik. Pembaca tinggal klik (buka) judul yang dikehendaki dan mengabaikan yang tak menarik. Pada media online, pengguna juga bisa mencari berita yang diinginkan melalui mesin pencari (*search engine*), terutama Google, dan kotak pencarian sebuah web.

5. Kapasitas tidak Terbatas, Storage and Retrieval

Media online tidak dibatasi laman atau saat (durasi) seperti di media cetak dan media penyiaran. Media online bisa mempublikasikan info sebesar-banyaknya serta sepanjang-panjangnya.

Berita yang disajikan juga tersimpan atau terdokumentasikan menggunakan baik yang bisa diakses kapan saja melalui kotak pencarian (*search box*), kategori, ataupun label/tag. Bahkan, informasi yang telah dihapus pihak redaksi pun masih mampu diakses atau tersimpan jika berita itu diposting ulang (*repost*) atau pada-screenshot oleh pengguna.

6. Terhubung menggunakan sumber lain, *hyperlink*

Setiap data serta berita yang disajikan bisa dihubungkan menggunakan sumber lain yg juga berkaitan dengan berita tersebut, atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari asal-sumber luar.

7. Kapabilitas Multimedia

Media online dapat menyajikan berita berupa teks, suara (audio), gambar/foto, serta video sekaligus. ciri ini sebagai keunggulan media online dibandingkan media konvensional.

Dengan memaksimalkan media komunikasi dalam berdakwah, maka pesannya akan lebih cepat diterima oleh banyak orang. Selain itu pesan dakwah yang hendak disampaikan akan lebih cepat diterima. Tidak hanya itu, dakwah bermedia akan terlihat lebih menarik karena kecenderungan banyak orang yang menyukai perangkat teknologinya seperti ponsel cerdas. Maka dengan beberapa alasan tersebut, media sangat berperan dalam kegiatan penyampaian pesan dalam komunikasi. Dengan mengoptimalkan penggunaannya akan memaksimalkan kegiatan dakwah, apalagi jika ditinjau dengan teori media influence, bahwa media dapat memberikan pengaruh kepada individu secara langsung ataupun tidak langsung.

Banyak contoh dakwah menggunakan media baru saat ini dengan adanya kemajuan teknologi sehingga perkembangan sudah semestinya semakin maju. Salah satu media yang dapat digunakan dalam media dakwah yaitu *Youtube*, *Youtube* menjadi ajang untuk berdakwah karena sudah banyak sekali konten-konten islami yang tersebar dan memiliki potensi yang sangat signifikan bagi pola dakwah di media sosial. Pada konteks channel youtube para pengguna melakukan proses yang sama seperti halnya mengolah pesan-pesan dakwah yang akan disampaikan namun berbeda halnya jika di youtube dalam bentuk video.⁴⁰

Youtube merupakan produk digital yang mana mempunyai fitur. Dimana pengguna dapat mengunggah (upload) video-konten, ada fitur komentar untuk menampung respon masyarakat yang telah menonton video, mengorganisir channelnya, mengelompokkan video pada channelnya, melihat banyaknya pengunjung (viewers), dan melakukan

⁴⁰ Hikmah Fitriyani dkk, Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial (Studi kasus pada Channel Youtube Jeda Nulis Oleh Habib Ja'far, *Jurnal Komunikasi Islam (J-Kis)* 4, no. 1 (Juni 2023):79

editing pada channel agar lebih menarik. Ada juga fitur untuk para pengunjung utama yang biasanya disebut *subscriber* yang memberi komentar komentar baik maka akan berakibat pada profit yang semakin melambung pesat sehingga video video yang unggah menjadi iklan yang muncul di beberapa tempat atau aplikasi lainnya. Media dakwah menggunakan *Youtube* ini sama halnya seperti berdakwah seperti biasanya dan memperhatikan unsur unsur dakwah



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), yang disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.⁴¹

Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, Suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Generalisasi dalam penelitian kualitatif dinamakan *transferability*.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi

Penelitian dengan judul “Peran *Youtube* Sebagai Media Dakwah Digital (Studi Pada *Channel Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto)” merupakan jenis penelitian lapangan (*field reserch*) yang bersifat kualitaif. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada pendekatan makna, penalaran, dan definisi suatu situasi tertentu serta

⁴¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Afabeta,2019),

lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.⁴²

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto, tepatnya di Jl. Sunan Bonang no. 57 Rt. 03/06, desa Dukuhwaluh, Kec. Kembaran, Kab. Banyumas, kode pos 53182. Telp. (0281) 6843555 atau Hp. 085600333667. Berikut beberapa dasar atau alasan memilih Pondok Pesantren Darussalam sebagai lokasi penelitian:

- a. Berdasarkan hasil penelitian awal, di Pondok Pesantren Darussalam terdapat aktifitas dakwah yang dilakukan oleh *Media Center Darussalam* (MCD) dengan memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah.
- b. Peneliti hanya akan fokus pada media sosial *Youtube* pesantren saja, dan terpantau *channel* pondok pesantren dengan *subscriber* terbanyak khususnya di seluruh pondok pesantren mitra UIN SAIZU Purwokerto.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto subjek penelitian ialah orang, benda, proses, kegiatan atau tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang di permasalahan.⁴³ Subjek penelitian ini meliputi lurah pondok, ketua MCD, alumni santri pondok dan admin *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto

⁴² Rukin, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia 2019), Hal. 6

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993) hal: 116-117

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah akun *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam yang dijadikan sebagai media publikasi dan komunikasi untuk berdakwah.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilah mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁵

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung. Menurut *Miles dan Huberman*, aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion*.⁴⁴

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang direduksi menghasilkan akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti mengumpulkan data selanjutnya.

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah peneliti mereduksi data, maka selanjutnya adalah mendisplaykan data. Jika dalam penelitian kuantitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, pictogram dan sejenisnya.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif....hal: 338-344*

Maka dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini *Miles and Huberman* yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang telah terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Conclusion Drawing/Verification

Langkah terakhir menganalisis menurut *Miles and Huberman* adalah dengan menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang disampaikan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang telah dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan valid serta konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang telah dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan, tetapi mungkin juga tidak. Karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.⁴⁵

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif.... Hal: 345*

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Media Center Darussalam/ MCD

Media Center Darussalam (MCD) adalah salah satu organisasi kepengurusan yang ada di bawah naungan Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto. Awal mula dibentuknya MCD adalah saat adanya *Arus Informasi Santri* (AIS) yang mengelola seluruh informasi mengenai Pondok Pesantren Darussalam hingga akhirnya di bentuk MCD sebagai media pondok yang mengelola sosial media pondok pesantren, dengan kesadaran pentingnya media digitalisasi bagi pondok maka dibentuklah MCD.⁴⁶

Sama halnya fungsi media sosial bagi sebuah lembaga yaitu sebagai media publikasi tapi di fungsi MCD tak hanya sebagai media publikasi pondok saja melainkan juga sebagai media *syi'ar* keislaman oleh pondok pesantren. Dengan dikemas menggunkan konten-konten yang lebih menarik tidak monoton seperti berbentuk ngobrol santai melalui *podcast* salah satunya. Atas kesadaran inilah akhirnya terbentuk MCD dengan beberapa platfrom media sosial seperti *Tik Tok*, *Youtube*, dan *Instagram*, itu semua adalah media publikasi dan *syi'ar* Pondok Pesantren Darussalam. Saat ini *Tik Tok* berhasil mendapatkan 472 *followers* dengan 43 video, *Instagram* 7.578 *followers* dengan 1.025 postingan, sedangkan *Youtube* 7,62rb *subscribers* dengan 633 video.

Sebagi media pondok yang berperan penting dalam pengenalan pondok pesantren kepada dunia luar, MCD membentuk bagian-bagian yang ditujukan untuk mengelola MCD. Selain BPH yang bertugas sebagai koordinator yang memantau jalannya produksi konten, terdapat juga bagian-bagian yang dibentuk untuk proses pelaksanaan, sebagai berikut:

⁴⁶ Eva, Wawancara oleh lurah Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh. pada tanggal 5 Desember 2023

a. Bidang Fotografer

Bidang fotografer yaitu bidang yang ditugaskan sebagai fotografer acara pondok pesantren, mendokumentasikan setiap kegiatan, juga menyiapkan foto-foto guna bahan konten informasi dan dakwah untuk sosial media. MCD sebagai media yang mengatur tetapi saat kegiatan berlangsung tetap merekrut panitia.

b. Bidang Vidiografer

Bidang videografer dalam MCD bertugas berdokumentasikan menyiapkan *footage-footage* video Bunda untuk konten dakwah di media sosial

c. Bidang Sosial Media

Bidang sosial media adalah bidang yang mengatur media sosial pondok pesantren baik dari *Tik Tok*, *Instagram* dan *YouTube* itu terdapat koordinatornya masing-masing.

d. Bidang Desain

Bidang desain adalah bidang yang bertugas menangani terkait desain mendesain seperti berdasarkan pamflet berdesain konten-konten yang diperlukan untuk untuk kebutuhan sosial media dan informasi

e. Bidang Jurnalistik

Bidang jurnalistik bidang jurnalistik bertugas memberitakan mengenai kegiatan-kegiatan atau acara yang dilaksanakan di dalam pondok pesantren Bidang Media *Preneur*

f. Bidang Media *Preneur*,

yaitu yang menangani ketika adanya permintaan kerja sama dan terkait penyewaan perlengkapan MCD.

Sebagaimana tugas tim media pondok ketika mengadakan kegiatan maka tim MCD pun harus ikut serta untuk mendokumentasikan baik secara foto, video, ataupun jika memerlukan diadakan *live streaming*. Banyak kegiatan kegiatan pondok yang sudah pasti diadakan setiap tahunnya seperti, haul pondok pesantren, isra

mi'raj, maulid nabi dan hari santri, untuk kegiatan santri nya pun masih banyak lagi diluar kegiatan mengaji.

Dengan banyaknya kegiatan pondok dan setiap kegiatan pondok memerlukan tim MCD untuk mendokumentasikan. Di perlukan program rencana yang menyeluruh untuk memberikan petunjuk tentang kegiatan yang akan dijalankan agar tujuan dakwah dapat tercapai. Dan strategi dakwah metode, siasat dan taktik yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah. Agar dapat mencapai keberhasilan dalam berdakwah secara maksimal, maka dibutuhkan berbagai factor, penunjang salah satunya adalah strategi dakwah yang tepat agar dakwah mengena sasaran.⁴⁷

Pengembangan strategi dakwah ialah dengan mengembangkan nilai-nilai Islam dengan melakukan interpretasi terhadap ajaran Islam secara kreatif, inovatif dan dikaitkan dengan kehidupan di masyarakat. Dakwah merupakan salah satu kebutuhan manusia yang bersumber dari hukum dan norma-norma Islam sehingga dakwah harus mampu mengisi kekosongan rohaniah dengan cara mengisinya dengan nilai-nilai moral, agama, ilmu dan teknologi yang dimiliki manusia yang dikembangkan dengan memperhatikan nilai-nilai moralitas kemanusiaan, nilai-nilai keagamaan, dan mampu memeberikan motivasi dan mengikutiperkembangan zaman sehingga umat Islam tidak kalah dengan perkembangan zaman baik dari segi pengetahuan ataupun aspek lainnya.

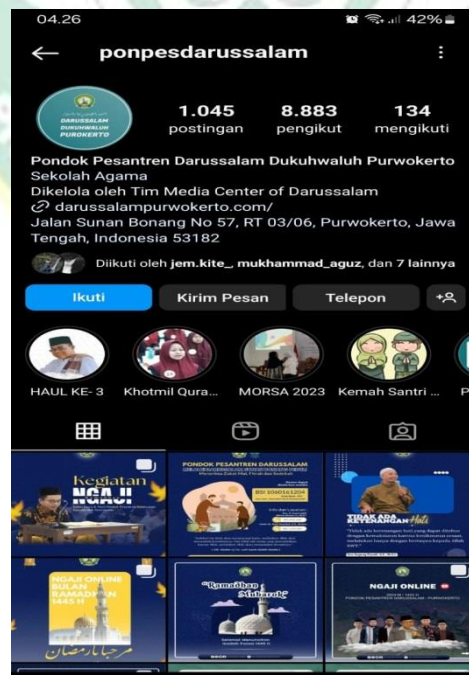
Strategi pengembangan dakwah sendiri harus seimbang dengan fungsi Islam yaitu sebagai rahmat bagi alam semesta atau yang biasa kita sebut dengan *rahmatan lil'alamiin*. Dakwah juga harus memberi makna dan fungsi dalam tindakan kearah masa depan.

⁴⁷ Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008),

Melihat perkembangan zaman yang pesat tersebut MCD sadar pentingnya media digitalisasi untuk media publikasi dan berdakwah. Dengan memanfaatkan berbagai media sosial yang ada seperti *Tik Tok*, *Insatagram*, *Youtube*, *Facebook*, dan *WhatsAp*. Dengan kemajuan teknologi komunikasi tentu sebagai pendakwah penting memperhatikan perkembangan zaman, agar dakwah Islam dapat dijalankan dengan baik dan maksimal. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, melihat minat yang pesat dikalangan masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Orang menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan mulai dari sebagai media hiburan, hingga Pendidikan dan juga mengaji dan berdakwah.

Dengan hal itu Pondok Pesantren Darussalam mulai mengembangkan media sosial untuk dakwah adalah dengan memanfaatkan berbagai platform yang ada sebagai media dakwah yaitu:

1. *Instagram*



Gambar 4.1 Profil Instagram Ponpes Darussalam Dukuhwaluh
(Sumber: Screenshot gambar Instagram oleh peneliti)

Instagram adalah sebuah aplikasi dari HP yang khusus untuk media sosial dan merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial *Twitter*, perbedaannya terletak pada pengambilan foto, bentuk dan tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.

MCD sendiri menamai akun Instagramnya dengan nama @ponpesdarussalam dengan jumlah postingan 1.024, jumlah followers atau pengikut 7.581 dan yang diikuti berjumlah 134 akun. Melalui Instagram ini MCD mengunggah hasil karya desainnya sebagai media dakwah, karena menurut tim MCD *Instagram* merupakan salah satu aplikasi yang sangat efektif untuk meluaskan jangkauan dakwah karena aplikasi ini merupakan aplikasi yang sangat populer di semua kalangan dan juga juga Instagram merupakan aplikasi yang sedang banyak digunakan sebagai media dakwah berbasis visual.

2. Facebook



Gambar 4.2 Profil Facebook Ponpes Darussalam Dukuhwaluh
(Sumber: Screenshot gambar Facebook oleh peneliti)

Merupakan salah satu aplikasi yang disediakan oleh internet yang penggunaannya banyak di kalangan remaja hingga orang dewasa *Facebook* atau FB menyediakan halaman atau layout yang simple dan mudah. Halaman *Facebook* ini sangat mudah untuk membuat status sehingga mudah untuk melakukan syiar dakwah dengan deskripsi yang panjang. MCD mempunyai Facebook dengan nama akunnya Pondok Pesantren Darussalam Purwokerto. Ketika MCD membagikan informasi atau konten dakwah melalui akun *Instagram* yang sudah disambungkan dengan akun Facebook maka secara otomatis ketika konten diunggah di *Instagram* maka di *Facebook* juga akan ada konten yang terunggah.

3. Youtube



Gambar 4.3 Profil Youtube Ponpes Darussalam Dukuwuluh

(Sumber: Screenshot gambar Youtube oleh peneliti)

Adalah aplikasi di internet yang digunakan untuk mengunggah video atau film. Berdakwah dengan media ini

dianggap bersifat efisien dan efektif pasalnya dengan menggunakan media ini kita bebas akan mengunggah video dengan durasi berapapun, sederhananya tidak ada batasan durasi dalam mengunggah konten yang berbentuk video. MCD membuat akun youtube untuk mengunggah konten-konten dakwah berbentuk video dengan nama salurannya yaitu Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto dengan jumlah subscriber 7,62 ribu dengan jumlah konten sebanyak 633 video.

4. *WhatsApp*

WhatsApp adalah aplikasi yang bisa digunakan untuk *chatting* atau mengirim pesan. Sama seperti *Facebook*, aplikasi ini bisa membuat grup chat dengan orang-orang. MCD memanfaatkan aplikasi ini sebagai jembatan untuk menyebarkan dakwah dengan cara menyebarkan atau mempublikasikan informasi kepada santri Pondok Pesantren Darussalam yaitu dengan membagikan hasil karya dakwah di grup-grup *WhatsApp* santri disertai alamat *link* yang mengarahkan ke aplikasi *Youtube* maupun *Instagram*.

Tidak hanya memanfaatkan sosial medianya saja untuk mengembangkan dakwah, tetapi perlu juga untuk mengembangkan SDM tim MCD. Dijadwalkan bisanya di awal kepemimpinan, MCD akan mengadakan pelatihan-pelatihan demi menunjang kekreatifan tim MCD.⁴⁸ agar konten-konten dakwah semakin menarik, adapun pelatihannya adalah:

1) Pelatihan Fotografer

Adalah pelatihan demi mengembangkan teknik fotografi, untuk menghasilkan foto yang unik dan menarik maka perlu latihan terlebih dahulu. Dengan hasil foto yang baik akan mendukung hasil konten dakwah yang bagus

2) Pelatihan Videografer

⁴⁸ Dita, Wawancara oleh Ketua Media Center Darussalam, 5 desember 2023

Pelatihan videographer merupakan pelatihan editing, bagaimana merencanakan skenario sebuah video, menentukan pengambilan *footage*, hingga dapat menghasilkan video yang menarik.

3) Pelatihan Desain

Pelatihan desain masih terkait pelatihan *editing* bedanya berbentuk *visual* atau gambar. Melatih bagaimana membuat sebuah *templat* yang menarik, dengan menyesuaikan warna, *gradasi*, *font* dan *background* yang tepat.

4) Pelatihan Live Streaming

Melatih bagaimana cara mengoperasikan *live streaming*, mulai dari membuat judul *live* dan *tumbnail*, lalu peletakan *angel* kamera yang tepat.

5) Up Grading

Mengadakan rapat *up grading* ketika melihat adanya kekurangan, dengan mengadakan evaluasi dan pelatihan sesuai apa yang dibutuhkan

B. Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Dakwah

Di era digital yang saat ini berkembang sangat cepat menjadi tantangan bagi Media Center Darussalam dalam menyampaikan kajian kepada masyarakat. Tren dalam dakwah, ceramah, dan kajian Islam yang sebelumnya dilaksanakan secara tatap muka di lokasi tertentu, masjid misalnya, menjadi dapat dilaksanakan secara daring. Di era digital, banyak ceramah dan kajian yang di lakukan secara virtual melalui platform online. Salah satu yang digunakan adalah *Youtube*. Platform ini memiliki menyediakan konten dakwah yang dimuat dengan berbagai metode. Terdapat *channel* dakwah menggunakan video animasi yang diperuntukkan anak-anak. Ada pula video dan siaran langsung atau *live streaming* ceramah ustaz yang biasanya diminati kalangan usia di atasnya. Kondisi ini menjadikan umat muslim mempunyai banyak pilihan yang

dapat dikunjungi. Pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah menjadi solusi dari pembatasan aktivitas dakwah di tempat ibadah. Hal ini juga berdampak pada semakin banyaknya jumlah penonton pada video-video dakwah pada *Youtube*. Dengan kata lain, perkembangan teknologi digital dan komunikasi dapat semakin dirasakan keuntungannya bagi umat muslim.⁴⁹

Media Center Darussalam memanfaatkan platform *Youtube* karena sangat efektif dikarenakan masyarakat luas bisa ikut serta dalam kajian dakwah kapan pun dan dimana pun tanpa harus ke majelis yang bertempat di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto. *Youtube* ini menjadi alternatif dalam penggunaan sebagai media dakwah. Hal ini berdasarkan wawancara dengan Rachmi Putri:

“Menurut saya, channel ini sangat membantu masyarakat yang dimana masyarakat bisa ikut serta dalam kegiatan pondok pesantren, mempelajari ilmu ke islamian yang bermanfaat dan pastinya dapat dijadikan pembelajaran kapan pun dan dimana pun”.⁵⁰ Hal serupa juga diungkap oleh Novelia safitri:

“Channel atau majelis ini membantu masyarakat dalam kegiatan islami seperti sholat dan pengajian.”⁵¹

Media Center Darussalam melakukan dakwah melalui *Youtube* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah disediakan seperti fitur layar utama/homescreen, yang mana di dalam layar utama pada *Youtube* ketika melakukan pencarian channel “Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh” masyarakat bisa mencari tayangan/konten yang sesuai dengan keinginannya. *Channel*, fitur ini membantu masyarakat mengetahui profil, jumlah tayangan, jumlah like dan pengikut/subscriber. Pengikut/subscriber, subscriber ini membantu majelis “Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh” karena semakin banyaknya jumlah subscriber

⁴⁹ Helnafri Ankesa, “Komunikasi Dakwah Melalui Media Pembelajaran Youtube”, *Tabayyun: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 3, no. 2 (2022)

⁵⁰ Rachmi putri, Wawancara Masyarakat Purwokerto, 2 April 2024

⁵¹ Novelia Safitri, Wawancara Masyarakat Purwokerto, 2 April 2024

semakin tinggi juga profit/keuntungan yang didapatkan. *Live Comment*, “Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh” ini juga memanfaatkan live coment agar dapat berinteraksi dengan para penonton dalam menikmati kontennya ketika melakukan *live streaming*.

Dalam perkembangannya *Youtube* terus memunculkan berbagai fitur baru yang membuat penggunaannya nyaman dan betah menggunakannya. Fitur-fitur tersebut adalah:

1) *Thumbail*



Gambar 4.4 *Thumbnail* Ponpes Darussalam Dukuwaluh
(Sumber: Screenshot gambar Youtube oleh peneliti)

Thumbnail merupakan background atau cover yang menjadi sampul dalam video *Youtube* yang dapat menggambarkan isi dari *Youtube* tersebut seperti pada gambar 1 disitu terlihat ada gambar ustadz dan ustadzah Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh sebagai pemateri saat ngaji onlinedan di sampingnya terdapat tulisan judul materi mengajinya. Dengan *thumbnail* ini, masyarakat akan tertarik dari desain tulisan serta gambar pendukung. Hal itu

diungkap oleh Defitriana: “Ketika saya melakukan pencarian di *Youtube* chanel ini, langsung muncul berbagai video yang telah disajikan saya langsung tertarik dari thumbnail dari segi font dan gambar terlihat singkat dan menarik tidak terlalu banyak font dan gambar”.⁵²

2) Anotasi

Merupakan fitur yang memungkinkan pengunggah video untuk dapat merekomendasikan video lain dalam bentuk *link* atau kotak pada video yang sedang diputar. Fitur ini sangat berguna bagi pengunggah karena video rekomendasinya berpeluang untuk di tonton.

3) Autoplay

Autoplay merupakan fitur putar otomatis yang memungkinkan pengguna untuk memutar/menonton video rekomendasi selanjutnya. *Youtube* akan memutar sesuai dengan kesukaan dan minat pengguna. Hal ini juga berkaitan dengan algoritma *Youtube* yang super canggih.

4) Kecepatan video

Fitur yang digunakan untuk mengontrol kecepatan video, akan sangat membantu seperti saat sedang menonton video tutorial.

5) Subtitle

Youtube juga menghadirkan fitur subtitle agar pengguna dapat memahami setiap kata/kalimat yang diucapkan dalam sebuah video.

6) Download

Youtube menyediakan fitur download untuk pengguna sehingga dapat menonton saat offline.

Pada pembahasan selanjutnya ini peneliti memaparkan mengenai hambatan yang dirasakan oleh masyarakat dalam menikmati konten dakwah melalui *Youtube* @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh. Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat mengharuskan masyarakat untuk mengikuti perkembangannya. Saat ini teknologi menjadi

⁵² Defitriana, Wawancara Masyarakat Purwokerto, 2 April 2024

kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari. Melalui suatu media masyarakat dapat memanfaatkan dalam melakukan penggalian sebuah informasi. Pada dasarnya dakwah memiliki peluang dalam menyampaikan kajiannya melalui media sosial. Mudah-mudahan penggalian informasi dakwah terdapat beberapa hambatan yang masyarakat rasakan. Hambatan ini cenderung merujuk kepada apa yang menjadi penghalang dalam menikmati dakwah. Berdasarkan wawancara, peneliti menemukan hambatan yang dirasakan masyarakat seperti:

a) Koneksi Internet

Dalam menyaksikan kajian dakwah melalui *Youtube @ Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh* terdapat beberapa informan yang merasakan kesulitan dalam menikmati konten *@Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh*. Sebagaimana pernyataan dari informan sebagai berikut.

“Saya menilai bahwa penggunaan *Youtube* yang dilakukan oleh majelis *@Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh* dalam berdakwah dari segi positifnya, jamaah dapat mengetahui bagaimana kegiatan pondok dan masyarakat dapat belajar mengenai keagamaan islam. Sedangkan dari sisi negatif adanya kendala sinyal yang menjadi faktor penghambat dalam mengakses *Youtube*”.⁵³

Berdasarkan wawancara diatas, bahwasannya koneksi internet menjadi faktor utama dalam mengakses *Youtube*. Masyarakat yang ingin menyaksikan *live streaming* tetapi koneksi sedang buruk. Masyarakat dapat menyaksikan konten tersebut ketika memiliki koneksi yang baik, karena *YouTube @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh* akan mengunggah *live streaming* di laman *Youtubanya*.

b) Gagap teknologi

Pemanfaatan teknologi dalam berbagai bidang tidaklah hanya keharusan melainkan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari guna

⁵³ Atifa Tanjung, Wawancara Alumni Santri, 5 April 2024

mempermudah masyarakat. Gaptik ini menjadi suatu persoalan yang mana menggambarkan orang yang tidak dapat atau merasakan kesulitan dalam mengoperasikan sebuah teknologi.

“Kendala dalam menikmati konten Youtube @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh ini ketika jaringan buruk dan adanya orang tua yang belum paham terkait penggunaan teknologi di era modern ini”.⁵⁴

C. Analisis *Youtube* Sebagai Media Dakwah

Saat ini teknologi telah berkembang pesat begitu pula dengan media komunikasi. Berbeda dengan media konvensional, komunikasi telah berkembang pesat memasuki dunia digital, dimana komunikasi dapat dilakukan secara online yang mudah, hemat dan praktis, dapat dilakukan dalam kondisi apapun.

Sedangkan *Youtube* adalah media sosial yang nyaman digunakan untuk konten video, dengan menggunakan *Youtube* pengguna dapat mengupload berbagai video tanpa batas durasi video. *Youtube* telah digemari oleh banyak kalangan dari mulai anak-anak, remaja hingga dewasa. Tak hanya konten creator, para guru juga banyak yang memanfaatkan *Youtube* sebagai media pembelajarannya.

Perkembangan dakwah dengan metode *New Media*, mulai banyak dikenal dan dilakukan oleh banyak lembaga dakwah atau para pendakwah. Di *New Media* membawa suasana baru, di mana dulu dakwah dilakukan secara konvensional dan media massa, yang cenderung satu arah hanya menyampaikan pesan dakwah saja tanpa bisa mendapat respon mad'u, tetapi *New Media* dapat memungkinkannya terjadi interaksi. Pendakwah dapat berinteraksi dengan mad'u karena di media sosial telah disediakan kolom komentar, di mana mad'u dapat memberikan komentar atas pesan dakwah yang telah disampaikan.

⁵⁴ Eka, Wawancara Wali Santri, 5 April 2024

Pendekatan interaksi sosial dalam membedakan media menyoroti perbedaan mendasar antara media tradisional dan media baru dalam hal kemampuan mereka untuk mendekati model interaksi tatap muka. Media tradisional, seperti televisi dan radio, cenderung berorientasi pada penyiaran informasi satu arah, di mana produsen informasi menyampaikan pesan kepada konsumen tanpa adanya interaksi balik yang signifikan. Dalam konteks ini, media tradisional lebih fokus pada transmisi informasi daripada interaksi, sehingga mereka memediasi realitas bagi konsumen dengan cara yang lebih pasif.⁵⁵

Sebaliknya, media baru, seperti internet dan platform media sosial, menawarkan tingkat interaktivitas yang jauh lebih tinggi. Media baru memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi, baik dengan memberi umpan balik, berbagi informasi, atau bahkan menciptakan konten mereka sendiri. Pendekatan ini menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih personal dan dinamis.

Salah satu pendukung utama dari sudut pandang ini adalah Pierre Lévy, yang dalam karyanya "Cyberculture" melihat World Wide Web sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Lévy berpendapat bahwa internet memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi baru terhadap pengetahuan, yang mengarah pada dunia yang lebih interaktif dan berbasis komunitas. Menurut Lévy, internet menciptakan ruang pertemuan virtual yang memperluas dunia sosial, menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru untuk pengetahuan, dan memfasilitasi berbagi perspektif secara global. Hal ini berkontribusi pada pembentukan komunitas yang lebih demokratis dan memberdayakan, di mana individu dapat saling berbagi informasi dan pengetahuan secara lebih egaliter.

Dengan demikian, media baru tidak hanya memfasilitasi transmisi informasi, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dan interaksi sosial yang

⁵⁵ Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, John G. Oetzel, *Theories Of Human Communication* (Long Grove: Waveland Press, Inc, 2017), 145.

lebih erat di antara pengguna, menjadikannya alat yang kuat untuk kolaborasi dan pemberdayaan komunitas.

Penelitian ini, mengaplikasikan *New Media* pada pemanfaat platform *Youtube* sebagai sarana kebutuhan informasi dakwah bagi masyarakat sebagai berikut: Pertama, Arus Informasi *New Media* membantu dalam penggalian informasi, Fungsi informasi bagi channel YouTube @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh adalah penyampaian informasi dakwah melalui channelnya yang dapat di tonton oleh masyarakat. Dalam teori yang dikemukakan oleh Pierre Levy terdapat 2 pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial. Pada pandangan interaksi sosial pada penelitian ini, channel YouTube @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh memberikan informasi seputar kajian dakwah kepada masyarakat melalui platform *Youtube*. Dengan platform ini informasi akan diterima oleh masyarakat dengan mudah. Pandangan integrasi sosial, Media atau platform *Youtube* dalam channel @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh menjadi wadah untuk mengakses dan mendapatkan informasi tanpa harus menghadiri kajian dakwah secara langsung. Channel *Youtube* @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh aktif dalam menyampaikan informasi kajiannya melalui platform *Youtube*. Adapun cara @Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh menciptakan masyarakat pada platform YouTube ini melalui cara seperti memberikan informasi kajian dengan mengunggah video dan streaming live pada saat kajian dan acara-acara besar islam. Jadi, fungsi dalam informasi ini dapat menyajikan informasi dengan cepat dan mudah diterima tanpa adanya batas ruang dan waktu.

Kedua Jejaring Sosial, didalam jejaring sosial, masyarakat dapat membangun interaksi dengan pengguna lainnya yang terhubung dalam jaringan sosial. Biasanya mereka akan berkomunikasi satu dengan yang lain melalui fitur yang sudah di fasilitasi seperti kolom komentar dan live coment. Sebagai pengguna jejaring sosial mereka dapat mengenal dengan mengidentifikasi melalui profil yang mencakup foto profil dan identitas

diri.⁵⁶ Aplikasi *New Media* di berbagai platform seperti *facebook*, *Instagram*, *Youtube* dan sebagainya. Berbagai platform tentunya ada fasilitas dan kapasitas masing- masing, terkhusus untuk *Youtube* memiliki fasilitas meliputi pengunggahan video, streaming video, short video dan sebagainya. Channel *@Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh* ini menggunakan fasilitas streaming video dan bisa digunakan sebagai jejaring sosial melalui live coment dengan para penontonya.

Media Center Darussalam sendiri telah mempraktekan dakwah dengan metode media baru ini dengan berdakwah di berbagai platfrom online seperti, *Tik Tok*, *Youtube*, *Instagram*, *Facebook* dan *Whatsapp*. Walau awal tujuannya sebagai media publikasi untuk membranding pondok pesantren tapi tak sedikit pula konten konten dakwah yang di tampilkan. Sebagai bukti telah menjadi generasi santri yang melek teknologi dan generasi yang medalami syari'at Islam dan mengamalkannya di tengah-tengah masyarakat sesuai dengan visi misi Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto.

Berikut adalah beberapa konten video yang telah diunggah oleh *@Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh*, beberapa ada yang ditujukan sebagai media publikasi podok pesantren, tapi ada pula yang ditujukan untuk berdakwah, seperti:

⁵⁶ Rahmawati Ayu Budiasih, Budi Santoso, "Strategi Pemanfaatan Platform Youtube Sebagai Sarana Kebutuhan Informasi Dakwah Bagi Masyarakat Jogja"

1. Profil Pondok Pesantren

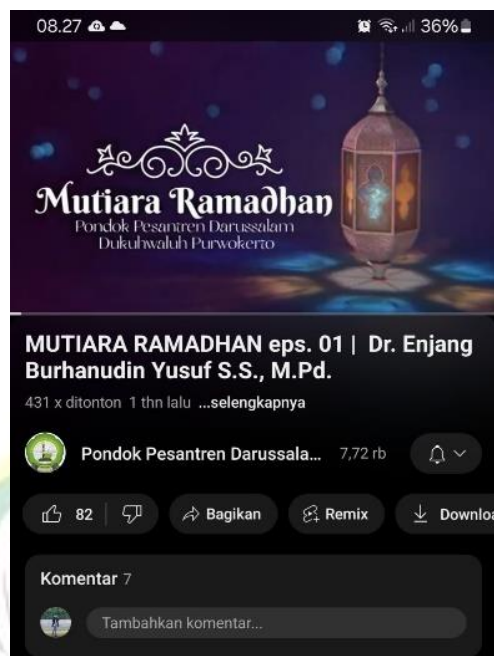


Gambar 4.5 Profil Ponpes Darussalam Dukuwaluh
(Sumber: Screenshot gambar Youtube oleh peneliti)

Tak hanya memanfaatkan sebagai media dakwah, MCD juga memanfaatkan platform memanfaatkan *Youtube* sebagai media publikasi pondok pesantren, dengan menampilkan berbagai kegiatan santri, dari kegiatan bulanan hingga kegiatan tahunan. Kegiatan itu semua akan di dokumentasikan dan di upload di platform *Youtube* sebagai media publikasi dan pengenalan pondok pesantren.

Proses produksinya dengan cara mendokumentasi dari setiap kegiatan santri, di saat jam jam kegiatan rutin santri hingga jadwal tertentu. Semua di proses oleh tim MCD dan di ajukan kepada pengasuh pondok untuk perizinan. Dengan hal ini diharapkan dapat meningkatkan publikasi dan minat pondok pesantren, seberapa pentingnya mondok dan apa saja manfaat dari mondok.

2. Mutiara Ramadhan



Gambar 4.6 Mutiara Ramadhan Ponpes Darussalam Dukuwuluh
(Sumber: Screenshot gambar Youtube oleh peneliti)

Mutiara Ramadhan merupakan salah satu program MCD ketika Ramadhan. Konten ceramah singkat kurang dari 5 menit, yang ditujukan agar para penonton tidak bosan dan walau singkat pesan dakwah tetap tersampaikan, karena singkatnya durasi video, sehingga hanya akan menjelaskan poin penting isi tema ceramah. Tak hanya itu, ustadz yang memberikan ceramah juga perlu ke piawaian, hingga hasil video ceramah menarik, durasi pendek tidak mempengaruhi tetap tenang dan jelas dalam menyampaikan.

Proses produksi telah di siapkan oleh MCD mulai dari penentuan tema dan narasumber disiapkan dengan matang. *Pertama* penentuan tema, dari MCD akan memberikan beberapa tema yang selanjutnya akan di ajukan ke pada narasumber. Seperti tema yang dipilih di Mutiara ramdahn di eps 01, bertema “Hakikat Puasa Dan 3

Nilai Tarbiah”. *Kedua* menentukan narasumber, dalam menentukan narasumber MCD akan menentukan dengan tema yang akan diangkat dan karakter narasumber siapa yang paling cocok untuk menyampaikan tema kajian yang telah disiapkan oleh tim MCD, untuk narasumber nya sendiri terdiri dari pengasuh pondok, ustadz dan ustadzah pondok pesantren, salah satunya yang menjadi narasumber di Mutiara Ramadhan episode 01 adalah ustadz Dr. Enjang Burhanudin Yusuf S.S., M.Pd.

Ketiga setelah ditentukan untuk tema dan narasumbernya akan lanjut ke tahap syuting, untuk syuting sendiri menyesuaikan jadwal narasumber. *Keempat* adalah proses editing dan penguplodan, untuk proses editing biasa akan memakan waktu di 3 hari sampai seminggu tergantung tanggal penguplodan. Dari video Mutiara ramadhan episode 01 terlihat mendapatkan 431 kali penayangan, 82 like dan 7 komentar.

3. D’cast



Gambar 4.7 D’cast Ponpes Darussalam Dukuwahluh
(Sumber: Screenshot gambar Youtube oleh peneliti)

Podcast juga program MCD terdapat podcast Ramadhan sebagai konten ketika waktu Ramadhan, untuk menemani hari hari Ramadhan dengan podcast yang enak didengan. Membahas

pembahasan ringan hingga berat seputar santri dan Ramadhan. Dan juga podcast santri, yang membahas mengenai perilaku seorang santri, kegiatan santri dan segala hal mengenai santri konten berbentuk *talk show* memang lebih menarik, karena kita menonton tidak hanya melihat satu orang yang sedang menjelaskan materi yang mungkin terkesan lebih monoton. Tetapi ceramah berbentuk *talk show* memiliki daya Tarik tersendiri, melihat orang lain berinteraksi membahas sesuatu persoalan, yang tanpa sadar pesan dakwah telah tersampaikan dengan baik.

Proses produksi telah di siapkan oleh MCD mulai dari penentuan tema dan narasumber disiapkan dengan matang. *Pertama* penentuan tema podcast, seperti tema yang dipilih di D'cast, bertema "Santri Mbolang Sampai Ke Eropa?!". Dimana Podcast kali ini akan berbincang santai mengenai cerita dari Gus Labib tentang kehidupannya selama di Belanda dengan ditemani oleh seorang pemuda tersesat. Berharap dengan adanya podcast ini, para santri tercerahkan dan dapat segera hijrah dari kesesatannya. Dan melalui podcast ini, bisa bertambah wawasan keinginan berdakwah sampai keluar Negeri. *Kedua* akan lanjut ke tahap syuting, untuk syuting sendiri menyesuaikan jadwal narasumber. *Ketiga* adalah proses editing dan penguploadan, untuk proses editing biasa akan memakan waktu di 3 hari sampai seminggu tergantung tanggal penguploadan. Terlihat dari respon penonton D'cast, bertema "Santri Mbolang Sampai Ke Eropa?!", dengan 553 kali penayangan, 54 like.

4. Ngaji Online



Gambar 4.8 Ngaji Online Ponpes Darussalam Dukuwaluh
(Sumber: Screenshot gambar Youtube oleh peneliti)

Saat ini kita telah merasakan perkembangan teknologi informasi yang pesat, yang serba memudahkan segala hal, banyak strategi, metode, dan media yang dapat digunakan untuk menyebarkan dakwah.⁵⁷ Dan salah satu yang digunakan MCD adalah dengan ngaji online yang diadakan di *Youtube*. Tak hanya ceramah konvensional yang hanya ceramah secara langsung, tetapi juga memanfaatkan teknologi, sehingga bagi masyarakat yang berhalangan hadir tetap dapat mengikuti.

Atau bagi yang ingin mengkaji ulang materi yang telah disampaikan dapat menonton kembali video ceremahnya, bahkan dapat diulang ulang hingga puas. Metode ngaji online sangat memudahkan banyak orang, mudah, hemat dan praktis. MCD sendiri telah menerapkannya dengan harapan bagi yang tidak hadir tetap dapat ngaji.

Proses produksi telah disiapkan oleh MCD dengan mempersiapkan peralatan yang diperlukan karena ngaji online akan di

⁵⁷ Puput Puji Lestari, Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial, *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 43

lakukan dengan *live streaming* maka sebelum dilakukan live maka perlu disiapkan terlebih dahulu mulai dari penentuan angle letak kamera, sound mic, dan pentautan ke platform *Youtube*. Terlihat dari respon penonton Ngaji Online kitab *Nadhom Alala ba'da ashar* oleh Ustadzah Dewi Laela Hilyatin S.E., M.S.I, 137 penayangan dan 25 like.

5. Cover Lagu Islami



Gambar 4.9 Cover Lagu Ponpes Darussalam Dukuhwaluh
(Sumber: Screenshot gambar Youtube oleh peneliti)

MCD juga mengadakan program cover lagu-lagu Islami sebagai hiburan, juga menunjukkan santri Darussalam memiliki banyak talenta dan juga percaya diri. Mengcover lagu Islami banyak dilakukan dikalangan santri, karena lagu Islami atau nasyid banyak digemari oleh santri. Tak hanya semata mata hanya sebuah lagu hiburan, berbeda dengan lagu Islami atau nasyid, terkandung banyak makna didalam nya, sebagai mana yang diajarkan oleh sunan kalijaga yang berdakwah menggunakan tembang atau lagu. Banyak yang diajarkan dalam sebuah lagu, dengan menggunakan lagu diharapkan *mad'u* dapat lebih memahami makna nya.

Proses produksi dilakukan oleh MCD mulai dari, *Pertama* menentukan tema lagu yang akan di cover, melihat dari lagu Islami yang sedang viral diminati oleh banyak masyarakat. *Kedua*, menentukan penyanyi, MCD akan mengambil dari pengurus paduan suara pindok pesantren. *Ketiga*, mulai proses syuting, untuk cover lagu *Atouna El Toufuele* oleh Inayatul Khofifah dan Aim Matul Azizah dilakukan syuting di dua tempat, yaitu di dalam ruangan dan di luar ruangan. Dan dilakukan pula dengan beberapa kali take karena perlu penyesuaian.

MCD telah mengcover beberapa lagu dan hasilnya cukup bagus, salah satunya lagu *Atouna el Toufuele* lagu yang menggambarkan perjuangan Palestina melawan penjajah, banyak disukai terlihat dari respon penonton dengan 719 penayangan, 139 like, dan 8 komentar.

Hasil dari penelitian ini setelah pembahasan diatas, dapat dilihat bagaimana MCD memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah dan publiksi Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto. MCD telah memanfaatkan banyak media sosial yang ramai digunakan oleh masyarakat seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, WhatsApp. Melihat hal itu peneliti mengamati bagaimana MCD dalam memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah yang memfokuskan kepada platform *Youtube*.

Hasil dari pengamatan peneliti, *Youtube* Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto belum berjalan secara maksimal, seperti tidak adanya jadwal pasti peng-upload-an konten yang konsisten. Sehingga hal itu akan mempengaruhi engagement yang disebabkan ketidakkonsistenan peng-upload-an. Lalu ada lagi disebabkan SDM yang rendah, dengan mengelola media sosial sebanyak itu tentu diperlukan SDM yang memadai sehingga dapat

berjalan dengan baik. Ketua MCD sendiri mengakui hal ini dalam wawancaranya.

“Jadi MCD tuh masih sering kekurangan SDM, sering kalo lagi ada acara besar kita butuh bantuan buat dokumentasi kita bakal narik santri biasa asal santri itu bisa ngoprasiin kamera, jadi kalo mau buat konten rutin masih berat mba”⁵⁸ begitu keluh sang ketua MCD saat wawancara.

Karena hal ini menurut peneliti yang mempengaruhi *Youtube* tidak dapat bekerja secara maksimal adalah:

1. MCD tidak fokus hanya kepada satu platform saja, dengan memiliki banyak platform tentu akan semakin banyak konten yang perlu dibuat karena setiap platform memiliki karakteristik yang berbeda-beda.
2. Kurangnya SDM, Pondok Pesantren Darussalam adalah pondok pesantren di mana santrinya terdapat dari anak SMA, SMP dan Mahasiswa. Yang pasti memiliki banyak kesibukan sehingga kurang tertarik dengan organisasi pondok pesantren.
3. Tidak ada jadwal yang teratur untuk pemroduksian konten, ini Kembali lagi bisa dikarena terlalu banyak nya platform media sosial yang di gunakan sedangkan SDM sangat minim.

Tapi walau banyak haling rintang yang dihadapi oleh MCD demi memanfaatkan perkembangan tegknologi dan ditujukan untuk mengabdikan kepada pondok pesantren agar tidak tertinggal oleh perkembangan zaman, MCD telah mengupayakan banyak hal agar media pondok pesantren dapat berjalan dengan baik sesuai fungsinya sebagai media publikasi dan media dakwah, seperti melakukan:

1. Melakukan open recruitment untuk menarik minat para santri kepada media digital
2. Mengadakan pelatihan khusus untuk anggota MCD untuk meng-upgride skill anggota.

⁵⁸ Dita, Wawancara oleh ketua Media Center Darussalam, 5 Desember 2023

3. Mengadakan rapat rutin anggota untuk membahas progres yang sedang dilakukan atau telah dilakukan.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa YouTube adalah platform yang sangat populer dan efektif untuk digunakan sebagai media dakwah. Contohnya, penelitian skripsi oleh Gyta Rastyaka Dhela yang meneliti channel YouTube milik Masjid Addua Way Halim Bandar Lampung dan penelitian oleh Mohamad Fikri Brilianto yang menganalisis channel YouTube milik Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak menunjukkan hasil yang positif. Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa YouTube dapat dimanfaatkan dengan baik untuk dakwah, dengan pengelolaan yang baik dan konsisten.

Namun, situasi berbeda ditemukan di lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti saat ini. Di lokasi ini, media YouTube belum dimanfaatkan secara maksimal untuk dakwah. Beberapa masalah yang diidentifikasi termasuk:

1. Kurangnya Konsistensi dalam Peng-upload-an Konten. Tidak ada konsistensi atau jadwal yang tetap untuk mengunggah konten, sehingga penonton tidak bisa memprediksi kapan konten baru akan tersedia.
2. Tidak Adanya Jadwal Timeline Konten. Ketidakjelasan mengenai kapan konten baru akan diterbitkan membuat penonton kurang tertarik dan engagement menurun.

Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan untuk memaksimalkan penggunaan YouTube sebagai media dakwah:

- a. Konsistensi dan Jadwal
 - Membuat jadwal unggahan yang konsisten sehingga penonton dapat mengantisipasi kapan konten baru akan dirilis.
 - Menetapkan timeline konten untuk memastikan adanya aliran konten yang berkelanjutan dan teratur.

b. Analisis Kondisi dan Minat Masyarakat

- Memahami kondisi masyarakat setempat dan minat mereka terhadap konten dakwah. Ini bisa melibatkan survei atau penelitian lapangan untuk mengidentifikasi preferensi audiens.
- Mengembangkan konten yang relevan dan menarik bagi masyarakat setempat untuk meningkatkan keterlibatan.

c. Pemanfaatan Media Sosial Lainnya

- Selain YouTube, menggunakan platform media sosial lain yang mungkin lebih populer atau lebih mudah diakses oleh masyarakat setempat, seperti Facebook, Instagram, atau WhatsApp.
- Mengintegrasikan berbagai platform media sosial untuk menciptakan strategi dakwah yang lebih komprehensif dan efektif.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, penggunaan media sosial sebagai media dakwah dapat menjadi lebih efektif dan berhasil dalam mencapai tujuan dakwah yang diinginkan. Menyesuaikan pendekatan dengan kondisi dan minat masyarakat setempat adalah kunci untuk memastikan dakwah melalui media sosial berjalan dengan baik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang sudah dipaparkan di atas maka peneliti dapat menyimpulkan jawaban dari permasalahan sebagai berikut,

Pertama, Media Center Darussalam/MCD telah memanfaatkan beberapa media sosial salah satunya *Youtube* sebagai media baru untuk mengembangkan dakwah di dunia online.

Kedua, *Youtube* tidak hanya digunakan sebagai sarana publikasi media branding pondok pesantren namun sudah berkembang dan syiar dakwah dengan berbagai konten video dakwah dari ceramah hingga mengaji online.

Ketiga untuk menunjang Pengembangan dakwah di *Youtube* anggota MCD terus mengasah keterampilan mereka dengan melakukan pelatihan-pelatihan terkait dengan Fotografi, videografi, dan live streaming yang dilakukan saat awal kepengurusan mengundang pemateri dari luar ataupun pelatihan dari senior MCD yang sudah mahir dalam bidang ini, dari pelatihan rutin inilah anggota MCD terus berinovasi dalam pembuatan konten-konten dakwahnya di *Youtube*. Serta mengadakan pertemuan atau rapat guna membahas project atau kegiatan yang sudah dilakukan, rencana-rencana kegiatan kedepannya dan mengevaluasi bagaimana kinerja masing-masing tim.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang berjudul Peran *Youtube* Sebagai Media Dakwah Digital (Studi Pada Channel *Youtube* Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto) memiliki saran. Bagi Media Center Darussalam/MCD, diharapkan dapat lebih baik lagi dalam memanfaatkan perkembangan teknologi digital salah satunya memanfaatkan media sosial, dan pula

fokuskan kepada satu platform saja terlebih dahulu jika memang SDM belum memadai agar media tersebut dapat berjalan dengan optimal. Dan bagi penelitian selanjutnya khususnya dari bidang Ilmu Komunikasi atau Komunikasi Penyiaran Islam dapat melakukan penelitian yang sama namun kajiannya dapat diperluas lagi tidak hanya seputar media sosial *Youtube* saja masih banyak media lain yang yang bisa leboh efektif untuk digunakan. Dan pula unntuk teori yang di gunakan juga dapat leboh beekembang lagi pada teoru media baru lain, misalnya mengkaji terkait Analisis *Teori Effects Tradition* Dakwah di Media Sosial *Youtube* Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto, Analisis Netnografi terkait Dakwah di *Youtube*, atau analisi lain yang berkaitan dengan media.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basit, “Dakwah Cerdas Di Era Modern”, *Jurnal Komunikasi Islam* 03, no 01, Juni 2013: 77
- Ali Muhamad, “Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022”, *Berita, DataIndonesia.id*, diterbitkan 11 Mei 2022. Diakses pada 11 Juli 2023, melalui: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>
- Aminuddin, “Media Dakwah”, *Al-Munzir* 9, no. 2, (November 2016): 347
- Asfihan, “Pengertian Youtube”, *Berita, RuangPengetahuan.Co.Id*, diterbitkan 05 Juli 2023. Diakses pada 13 Juli 2023, melalui: <https://ruangpengetahuan.co.id/pengertian-youtube/>
- Budi, “Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto”, *Berita, Laduni.id: Layanan Dokumentasi Ulama dan Keislaman*, diterbitkan 07 Januari 2023.
- Efa Rubawati, “Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah”, *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no: 1, (Maret 2018): 127
- Fatty Faiqah, Muh. Najib, Andi Subhan Amir, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Kumunitas Makassarvidgram”, *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5, no. 2, (Juli-Desember 2016): 260
- Fisipol, *Media Online*, Google, diakses Februari 12, 2022, <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2022/02/12/mediaonline>
- Gede Lingga Ananta Putra, “Pemanfaatan ANimasi Promosi Dalam Media Youtube”, *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)* 2, (Februari 2019): 264
- Gyta Rastyaka Dhela, “Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung)” (*Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2020), 28.
- Hamdan, Mahmuddin, “Youtube Sebagai Media Dakwah”, *Palita: Journal of Social Religion Reserch* 6, no. 1 (April 2021): 64, <http://10.24256/pal.v6i1.2003>

- Hafidz Idri Purbajati, "Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern", *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* 8, no 2 (September 2021): 208, <https://doi.org/10.36835/modeling.v8i2.938>
- Hasan Langgulung, *Asas-Asas Pendidikan Islam*, (Jakarta: pustaka Al-Husna, 1988).10
- Helnafri Ankesa, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Pembelajaran Youtube", *Tabayyun: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 3, no. 2 (2022)
- Hendi Kariyanto, "Peran Pondok Pesantren Dalam Masyarakat Modern), *Edukasi Multikultural* 1, no. 1 (Agustus 2019): 17
- Hikmah Fitriyani dkk, Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial (Studi kasus pada Channel Youtube Jeda Nulis Oleh Habib Ja'far, *Jurnal Komunikasi Islam (J-Kis)* 4, no. 1 (Juni 2023):79
- Ismail, *Menjelajah Atas Dunia Islam*, (Bandung: mizan, 2000),205
- La Adi, "Konsep Dakwah Dalam Islam", *Jurnal Pendidikan Islam Ar-Rashid* 7, no. 3, E-ISSN 2809-5308: 2-3
- Lulu Khumaeroh, "Khitobah Sebagai Pengembangan *Public Speaking* Santri (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al Hidayah Karangsucu Purwokerto)". UIN Prof.K.H.Saiffuddin Zuhri Purwokerto: Skripsi Tahun 2023. Hal.13
- Mohamad Fikri Brilianto, "Dakwah Digital Di Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta" (*Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, 2022).
- Monika Yoan Azkiya, "Konsep Pengembangan dan Pengelolaan Media Dakwah Visual di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" (*Skripsi*, IAIN PURWOKERTO 2020), 2
- Muslimin Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial", *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan* 13, no. 3, (2019): 69
- Mustafa Malaikah, *Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qordhowi Harmoni antara Kelembutan dan Ketegasan*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1997).15.

- Puput Puji Lestari, Dakwah Digital untuk Generasi Milenia, *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 50-51
- Rahmawati Ayu Budiasih, Budi Santoso, “Strategi Pemanfaatan Platform Youtube Sebagai Sarana Kebutuhan Informasi Dakwah Bagi Masyarakat Jogja”
- Rick Handayani, “Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah”, *Hikmah* 15, no. 1 (Juni 2020): 123
- Rukin, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Takalar: Yayaysan Ahmar Cendekia Indonesia 2019), Hal. 6
- Salma Laila Qodriyah, “Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Milenial (Channel Nussa Official)”, *Jurnal Studi Islam dan Kemuhadiyah* 1, no: 2, (2021):152
- Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), 176.
- Siti mujahidah, “Metode dakwah untuk generasi milenial”. *Jurnal tabligh* 21, no 02, desember 2020: 202
- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, Jhon G. Oetzel, *Theories Of Human Communication (Long Grove: Waveland Press. Inc, 2017), 145.*
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Afabeta,2019), 16
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen PEnelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993) hal: 116-117
- Yuni Fitriani, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital”, *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting, and Research* 5, no: 4, (November 2021): 1007
- Zaenul Arifin, “Implementasi Akun Youtube Santik FM Sebagai Media Dakwah Pada Komunitas ABJAT Jateng” (*Skripsi.*, IAIN Salatiga, 2021).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Data Wawancara

Informan 1: Lurah Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh

1. Apa yang melatar belakangi dibentuknya MCD

Sebagai media publikasi pondok pesantren, melihat betapa penting dan besarnya manfaat media digital saat ini

2. Bagaimana rencana pengembangan MCD sebagai media dakwah digital pondok pesantren?

Mempublikasikan dan mendokumentasikan setiap kegiatan pondok pesantren Darussalam dukuhwaluh purwokerto.

3. Bagaimana implementasi serta hasil dari strategi yang diterapkan sebagai upaya pengembangan dakwah digital?

Untuk saat ini sudah mulai dilakukan walaupun masih dengan banyak kendala

4. Upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi berbagai faktor penghambat pelaksanaan pengembangan media pondok pesantren?

Memlakukan up grading yang ditujukan untuk mengingatkan bagaimana pentingnya media pondok pesantren

Informan 2: Ketua MCD

1. Apa tujuan dibentuknya MCD?

Sebagai media pondok pesantren selain untuk media publikasi

2. Bagaimana proses yang dilakukan untuk mencapai tujuan MCD dengan rutin melaksanakan up grading dan mengadakan berbagai pelatihan seputar media

3. Apa saja langkah-langkah yang dilakukan dalam upaya pengembangan MCD?

Rutin mengadakan pelatihan demi menunjang skill dan kreatifitas tim, seperti pelatihan fotografi, vidiografi, dan live streaming.

4. Upaya apa yang dilakukan MCD untuk untuk mengembangkan media pesantren sebagai media dakwah?

Dengan menjadwalkan program kerja rutin sehingga setiap konten dapat lebih di atur dan tersistem.

5. Adakah faktor yang menjadi pendukung serta penghambat dalam upaya pengembangan kualitas MCD

Factor pendukungnya adalah rasa cinta yang besar para santri dan keinginan agar pesantren tetap dapat berkembang mengikuti zaman. Factor penghambatnya adalah kurangnya 'adm sehingga kurangnya regenerasi penerus selanjutnya.

Informan 3: Kepada Admin Youtube Pesantren

1. Apa fungsi Youtube sebagai media pesantren

Fungsi YouTube di pesantren itu dapat sebagai media belajar yang berupa video, konten hiburan dan lainnya

2. Bagaimana proses menjalankan youtube sebagai media publikasi pesantren

Prosesnya yaitu dalam mempublikasikan video, para penonton bisa menonton/menyimak apa yang sudah kami buat yang nantinya secara tidak langsung akan belajar tetapi tidak membosankan karena ada animasinya, dan juga tidak ketinggalan informasi apabila santri tersebut sudah mukim dari pesantren

3. Apa saja bentuk konten yang disediakan oleh youtube pesantren Darussalam sebagai upaya dakwah digital?

Pastinya bermacam-macam. Ada konten hiburan, cover lagu, live streaming, dan yang terpenting konten Pendidikan dan masih banyak lagi

4. Bagaimana tanggapan anda terhadap pelaksanaan tugas dan tanggung jawab oleh ketua MCD, khususnya dalam upaya pengembangan kualitas konten sosial media?

Tanggapan saya dalam bertugas ya enjoy aja dengan niatan mengabdikan ke pondok gitu

5. Adakah upaya anda secara pribadi untuk mengembangkan kualitas konten sosail media?

Untuk mengembangkannya ya harus terus ngonten seiring berkembangnya zaman agar tidak ketinggalan zaman



B. Dokumentasi Wawancara

Lampiran 1. Observasi Pendahuluan Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto



Lampiran 2. Wawancara Penelitian di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto



Lampiran 3. Wawancara Penelitian dengan Lurah Pondok Pesantren Darussalam
Dukuhwaluh Purwokerto



Lampiran 4. Wawancara Penelitian dengan Ketua Media Center Darussalam



Lampiran 5. Wawancara Penelitian dengan Ketua Media Sosial Youtube



Lampiran 6. Wawancara Penelitian dengan Masyarakat Purwokerto



Lampiran 7. Wawancara Penelitian dengan Masyarakat Purwokerto



Lampiran 8. Wawancara Penelitian dengan Masyarakat Purwokerto



Lampiran 9. Screenshoot Wawancara Penelitian dengan Alumni Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto



Lampiran 10. Screenshot Wawancara Penelitian dengan Alumni Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Lailatus Sholihat
2. Nim : 1917102078
3. Tempat, tanggal Lahir : Musi Banyuasin, 19 Desember 2000
4. Alamat : Sumber Harum 013/006, Kec. Tungkal
Jaya, Kab. Musi Banyuasin, Sumatra
Selatan
5. Nama Ayah : Khaerudin
6. Nama Ibu : Rukoyah

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, tahun lulus : SD N 1 Sumber Harum (2013)
2. SMP/MTS, tahun lulus : Mts Al Fatah Maos Cilacap (2016)
3. SMA/MA, tahun lulus : MA Al Fatah Maos Cilacap (2019)

C. Pengalaman organisasi

1. Wakil ketua Ikatan Keluarga Mahasiswa Sumatra/IKMAS
2. Pengurus Asosiasi Mahasiswa Bidikmisi/ADIKSI
3. Pengurus Najah Media Official Pesantren Mahasiswa An Najah
Purwokerto

Purwokerto, 12 Juni 2024



Lailatus Sholihat
NIM. 1917102078