

**EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
(Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung  
Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)**

**SKRIPSI**



Oleh :  
FATMA IZZATUN NAFI'AH  
NIM : 16121110003

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
JULI 2021**

**EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
(Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung  
Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :  
FATMA IZZATUN NAFI'AH  
NIM : 16121110003

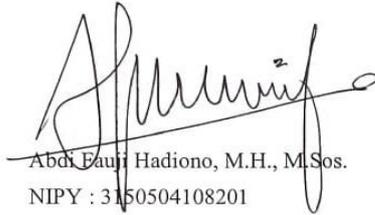
**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
JULI 2021**

## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "*Efektifitas YouTube sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)*" yang ditulis oleh Fatma Izzatun nafi'ah ini, telah disetujui untuk diuji dalam forum sidang skripsi.

Banyuwangi, 28 Juli 2021

Pembimbing



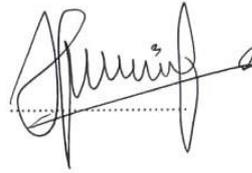
Abdi Fauji Hadiono, M.H., M.Sos.  
NIPY : 3150504108201

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Efektifitas YouTube sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)” yang ditulis oleh Fatma Izzatun Nafi’ah ini, telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi pada hari Sabtu tanggal 31 Juli 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

### DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : Abdi Fauji Hadiono, M.H., M.Sos. ....  
NIPY : 3150504108201

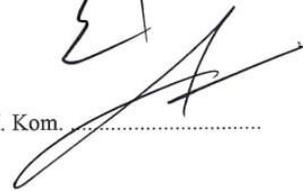


### 2. Anggota :

a. Penguji I : Drs. H. M. Khozin Khariz, M. H. ....  
NIPY : 3150102036401



b. Penguji II : Agus Baihaqi, S. Ag., M. I. Kom. ....  
NIPY : 3150128107201

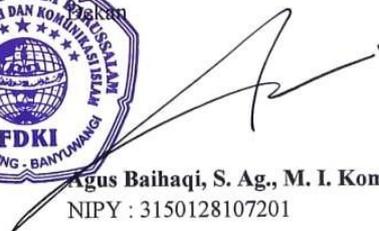


Banyuwangi, 31 Juli 2021

Mengesahkan



Agus Baihaqi, S. Ag., M. I. Kom.  
NIPY : 3150128107201



## ABSTRAK

Fatma Izzatun Nafi'ah, 2021. Efektifitas YouTube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi). Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Darussalam Blokagung – Banyuwangi. Pembimbing Abdi Fauji Hadiono, M.H., M.Sos.

### **Kata Kunci : Efektifitas, YouTube, Dakwah.**

Di era digital ini, perkembangan teknologi dan informasi menjadi sangat pesat, segala macam informasi sekarang bisa diakses dengan mudah melalui media sosial, media sosial merupakan media yang dijadikan sumber informasi terbesar bagi masyarakat untuk memenuhi rasa ingin tahunya, salah satunya adalah YouTube, YouTube kini menjadi salah satu *platform* yang gandrungi oleh seluruh kalangan mulai dari anak – anak hingga dewasa, dengan fitur audio visualnya YouTube dapat menarik penonton dengan caranya tersendiri. Dengan adanya fenomena tersebut kini YouTube juga telah banyak digunakan untuk menyampaikan kajian – kajian islamiyah berupa dakwah, untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap efektifitas YouTube sebagai media dakwah (studi kasus akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori efektifitas dari Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss (2000), yang menjadi informan pada penelitian ini adalah redaktur YouTube Darussalam Blokagung, Penanggung jawan Multimedia Darussalam dan 6 orang yang sering mengakses YouTube Darussalam Blokagung, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti juga melakukan analisis data, serta validitas data meliputi uji validitas dengan menggunakan triangulasi sumber dan teori.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwasannya penggunaan YouTube sebagai media dakwah bagi Pondok Pesantren Darussalam Blokagung telah dinilai efektif karena mad'u mampu menerima materi dakwah yang disampaikan melalui media YouTube, mad'u juga menimbulkan adanya perubahan sikap dan tindakan setelah menonton konten dakwah pada channel YouTube Darussalam Blokagung. Selain pada efektifitas yang dirasakan oleh mad'u konten dakwah yang dinilai efektif menurut mad'u adalah dakwah yang berupa pengajian live streaming atau ceramah yang ringan. Adapun kendala dalam melakukan dakwah melalui media YouTube adalah adanya koneksi jaringan internet yang kurang stabil, kurangnya konsistenitas tim redaksi dalam mengunggah konten dan adanya jarak yang jauh antara kantor redaksi dan domisi tim redaksi.

## ABSTRACT

Fatma Izzatun Nafi'ah, 2021. The Effectiveness of YouTube as a Da'wah Media (Case Study of the YouTube Account of Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi). Islamic Broadcasting and Communication Studies Program Darussalam Islamic Institute Blokagung – Banyuwangi. Supervisor Abdi Fauji Hadiono, M.H., M.Sos.

**Keywords: Effectiveness, YouTube, Da'wah.**

In this digital era, the development of technology and information has become very rapid, all kinds of information can now be accessed easily through social media, social media is the media that is used as the largest source of information for the public to fulfill their curiosity, one of which is YouTube, YouTube is now a popular source of information. one of the platforms that is loved by all people from children to adults, with its audio-visual features YouTube can attract viewers in its own way. With this phenomenon, YouTube has now also been widely used to convey Islamic studies in the form of da'wah, for that the author is interested in conducting research on the effectiveness of YouTube as a medium of da'wah (a case study of the YouTube account of Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi).

This study uses a descriptive qualitative approach with the theory of effectiveness from Stewart L. Tubbs and Silvia Moss (2000), who became informants in this study were the editor of YouTube Darussalam Blokagung, the person in charge of Multimedia Darussalam and 6 people who often access YouTube Darussalam Blokagung, data collection was carried out by means of observation, interviews and documentation, the researchers also conducted data analysis, and the validity of the data included validity testing using triangulation of sources and theories.

The results of this study reveal that the use of YouTube as a propaganda medium for Pondok Pesantren Darussalam Blokagung has been considered effective because mad'u is able to receive da'wah material delivered through YouTube media, mad'u also causes changes in attitudes and actions after watching da'wah content on the YouTube channel. Darussalam Blokagung. In addition to the effectiveness felt by mad'u, da'wah content which is considered effective according to mad'u is da'wah in the form of live streaming recitations or light lectures. The obstacles in doing da'wah through YouTube are the internet network connection that is less stable, the editorial team's lack of consistency in uploading content and the long distance between the editorial office and the editorial team's domicile.

## نبذة مختصرة

فاطمة عزتون نافعة ، ٢٠٢١. فاعلية YouTube كوسيلة للدعوة (دراسة حالة لحساب YouTube الخاص بـ Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi). برنامج دراسات البث والاتصال الإسلامية معهد دار السلام الإسلامي Blokagung - بانوانجي. المشرف عبدي فوجي هادونو ، M.Sos، M.H.

الكلمات المفتاحية: الفعالية ، يوتيوب ، الدعوة.

في هذا العصر الرقمي ، أصبح تطور التكنولوجيا والمعلومات سريعاً للغاية ، ويمكن الآن الوصول إلى جميع أنواع المعلومات بسهولة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسائط التي تُستخدم كأكبر مصدر للمعلومات للجمهور لإشباع فضولهم ، أحدها موقع YouTube ، أصبح YouTube الآن مصدرًا شائعًا للمعلومات. واحد من المنصات التي يجدها جميع الأشخاص من الأطفال إلى البالغين ، بفضل ميزاته السمعية والبصرية ، يمكن لـ YouTube جذب المشاهدين بطريقته الخاصة. مع هذه الظاهرة ، تم الآن استخدام موقع YouTube على نطاق واسع لنقل الدراسات الإسلامية في شكل دعوة ، لذلك يهتم المؤلف بإجراء بحث حول فعالية YouTube كوسيلة للدعوة (دراسة حالة عن حساب يوتيوب Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi).

تستخدم هذه الدراسة نهجًا وصفيًا نوعيًا مع نظرية الفعالية من Stewart L. الوصول إلى موقع YouTube Darussalam Blokagung ، تم جمع البيانات عن طريق المراقبة والمقابلات والتوثيق ، كما أجرى الباحثون تحليل البيانات ، وشملت صحة البيانات اختبار الصلاحية باستخدام التثليث للمصادر والنظريات.

تكشف نتائج هذه الدراسة أن استخدام YouTube كوسيلة دعائية لـ Pondok Pesantren Darussalam Blokagung قد تم اعتباره فعالاً لأن Mad'u قادر على تلقي مواد الدعوة التي يتم تسليمها عبر وسائط YouTube ، كما يتسبب Mad'u في حدوث تغييرات في المواقف و بعد مشاهدة محتوى الدعوة على قناة يوتيوب دار السلام بلوكاجونج. بالإضافة إلى الفعالية التي يشعر بها المدعو ، فإن محتوى الدعوة الذي يعتبر فعالاً عند المدعو هو دعوة في شكل تلاوات بث مباشر أو محاضرات خفيفة. تتمثل عقبات الدعوة عبر اليوتيوب في عدم وجود اتصال ثابت بشبكة الإنترنت ، وعدم اتساق فريق التحرير في تحميل المحتوى ، وتُعد المسافة بين مكتب التحرير ومقر فريق التحرير.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT., yang dengan rahmat kasih serta ridho – Nya, skripsi ini bisa selesai dengan tepat waktu.

Sholawat beserta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis akan mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi – tingginya dengan tulus dan ikhlas kepada :

1. Dr. H. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. selaku Rektor Institut Agama Islam Darussalam.
2. Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam.
3. Maskur, S.Sos., M.H. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Abdi Fauji Hadiono, S.Sos.I., M.H. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
5. Hasyim Iskandar, S.Kom.I., M.Sos. selaku dosen wali prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017.
6. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
7. Kepada yang tercinta kedua orangtuaku, Ibu Siti Zulaikah dan Bapak Nur Kholis Roji, terimakasih atas segala dukungan baik dalam segi moral maupun material.

8. Kepada kakakku tersayang Nur Anita Imroatul Khasanah, terimakasih selalu menjadi penyemangat dan motivatorku dalam menempuh dunia pendidikan.
9. Kepada teman – teman seperjuangan KPI 2017, terimakasih telah menemaniku belajar selama di Institut Agama Islam Darussalam.
10. Dan terimakasih kepada seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak yang turut membantu baik dalam segi tenaga atau pikiran demi terselesainya penulisan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balsan dari-Nya.

Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf sebagai insan yang dho'if.

Akhirnya kepada Allah Azza Wa Jalla, penulis kembalikan segala suatunya dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Ya Robbal 'Alamin*

Fatma Izzatun Nafiah  
NIM : 16121110003

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTARGAMBAR/ BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	7
C. Manfaat Penelitian.....	8
D. Definisi Istilah .....	8
E. Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	15
B. Kajian Teori.....	18
1. Konsep Efektifitas .....	18
2. Ukuran Efektifitas .....	20
3. Media Massa.....	21
4. YouTube .....	29
5. Dakwah.....	32
C. Kerangka Konseptual .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	40
B. Lokasi Penelitian (Waktu).....	41
C. Kehadiran Peneliti .....	42
D. Subjek Penelitian .....	42

E. Sumber Data .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data .....	44
G. Analisis Data .....	45
H. Keabsahan Data .....	47
I. Tahap – tahapan Penelitian.....	48
<b>BAB IV PAPAN DATA dan ANALISIS .....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum YouTube Darussalam Blokagung .....	49
B. Efektifitas Penggunaan YouTube sebagai Media Dakwah .....	57
C. Kelebihan YouTube sebagai Media dalam Berdakwah .....	64
D. Konten YouTube yang Efektif untuk Berdakwah.....	65
E. Hambatan – Hambatan Berdakwah Melalui Media Youtube...	68
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>77</b>
Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran – lampiran	
Riwayat Hidup	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 .....	17
Tabel 2.2.....	25
Tabel 4.1.....	57

## DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 2.1.....	39
Gambar 3.1.....	47
Gambar 4.1.....	49
Gambar 4.2.....	50
Gambar 4.3.....	52
Gambar 4.4.....	53
Gambar 4.5.....	54
Gambar 4.6.....	56

## PEDOMAN TRANSLITE ARAB - INDONESIA

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0534b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	B	Be
ت	Tâ'	T	Te
ث	Sâ	Š	es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hâ'	ḥ	ha (dengan titik bawah)
خ	Khâ'	Kh	ka dan ha
د	Dâl	D	De
ذ	Zâl	ẓ	zet (dengan titik bawah)
ر	Râ'	ṛ	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sâd	ṣ	es (dengan titik bawah)
ض	Dâd	ḍ	de (dengan titik bawah)
ط	Tâ'	ṭ	te (dengan titik bawah)
ظ	Za'	ẓ	zet (dengan titik bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik atas
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fâ'	F	Ef
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka

ل	Lâm	L	‘el
م	Mîm	M	‘em
ن	Nûn	N	‘en
و	Wâwû	W	We
ه	Hâ'	H	Ha
ء	Hamz ah	'	Apostrof
ي	Yâ'	Y	Ya

#### B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, ditulis rangkap.

Contoh : مُتَعَدِّدَةٌ ditulis muta‘addidah

#### C. Ta‘marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan dibaca h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti dengan kata sandang al), kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya.

Contoh : جَمَاعَةٌ ditulis jamā'ah

2. Bila dihidupkan ditulis t

Contoh : كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ ditulis karāmatul-auliyā'

3. Bila ta‘marbutah hidup atau dengan harakat (fathah, kasrah, dan dhomah), ditulis t

4. Contoh : زَكَاةُ الْفِطْرِ ditulis zakātul fitri

#### D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, kasrah ditulis i, dan dammah ditulis u.

#### E. Vokal Panjang

A panjang ditulis ā, i panjang ditulis ī, dan u panjang ditulis ū, masing-masing dengan tanda hubung ( - ) di atasnya.

Contoh : جَاهِلِيَّةٌ ditulis jāhiliyah

كَرِيمٌ ditulis karīm

فُرُودٌ ditulis furūd

#### F. Vokal Rangkap

Fathah + ya` tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai, ditulis dan fathah + wāwu mati ditulis au.

Contoh : بَيْنَكُمْ ditulis bainakum

قَوْلٌ ditulis qaulu

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof ( ` )

Contoh: مُؤَنَّثٌ ditulis mu'annaś

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al

Contoh: الْقِيَاسُ ditulis al-qiyā

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf l (el) diganti dengan huruf syamsiyyahyang mengikutinya.

Contoh: الشَّمْسُ ditulis as-syam

#### I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: الشَّيْخُ السَّلَامُ ditulis Syaikh al-Islām atau Syakhul-Islām

## J. Pengecualian

Sistem transliterasi tidak berlaku pada:

1. Konsonan kata Arab yang lazim pada bahasa Indonesia dan terdapat pada Kamus Bahasa Indonesia, seperti al-Qur'an, hadis, mazhab, syari'at, lafaz, dll.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku al-Hijab, laTahzan, dll.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, seperti Quraish Shihab, dll
4. Nama penerbit Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Mizan, Hidayah, dll.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Islam adalah Agama yang di turunkan oleh Allah SWT kepada seluruh umat manusia di muka bumi ini dengan melalui utusan-Nya yaitu Nabi Muhammad SAW. Agama Islam adalah agama “*rahmatan lil ‘alamin*”, yakni agama yang mengandung berbagai ajaran kebaikan didalam kehidupan, baik dari segi hubungan manusia dengan Tuhannya, hubungan manusia dengan manusia, sampai hubungan manusia dengan makhluk lain, dan sejak itu pula terjadilah kegiatan dakwah yang di lakukan oleh Rasulullah SAW.

Dakwah sendiri merupakan upaya untuk memotivasi orang lain agar berbuat baik dan mengikuti jalan petunjuk, serta melakukan amar ma’ruf nahi munkar dengan tujuan mendapatkan kesuksesan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>1</sup> Pada dasarnya, dakwah dapat dipahami sebagai upaya untuk menghimbau atau mengajak orang lain ke arah Islam. Karena dalam dakwah terdapat penyampaian informasi ajaran Islam berupa nasihat, pesan, peringatan, pendidikan, pengajaran, serta ajakan untuk berbuat baik dan larangan untuk berbuat mungkar.

Sudah selayaknya, bagi kaum muslim yang beriman melakukan kegiatan dakwah ini sebagai bentuk dari sebuah kewajiban, Sebagaimana firman Allah SWT :

---

<sup>1</sup> Ahmad Zuhdi, *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan* (Bandung: Alfabeta, 2016), 18.

وَالْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ. (١٠٤)

*Artinya : “Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, memerintahkan kepada ma’ruf dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang – orang yang beruntung” (QS. Ali – Imron : 104)<sup>2</sup>*

Oleh karena itu, menyebarkan serta mengamalkan ajaran agama Islam kepada orang lain adalah kewajiban bagi setiap muslim, hal ini pun dianggap sebagai penyambung tugas Rasulullah SAW dalam berdakwah.

Sebagaimana hadist yang telah diriwayatkan oleh imam Bukhori sebagai berikut :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

*Artinya : “Sampaikanlah dariku meskipun hanya satu ayat” (HR. Imam Bukhari)*

Menerangkan bahwasannya Nabi Muhammad SAW. memerintahkan untuk menyampaikan perkara agama dari beliau walaupun hanya sedikit, hal ini bertujuan agar setiap perkara dari Nabi Muhammad SAW dapat segera tersambung dan tersampaikan seluruhnya, juga sebagai salah satu penyambung dakwah Rasulullah SAW.

Tentu dalam kegiatan berdakwah harus kita perhatikan beberapa unsur – unsur dakwah, seperti halnya media dakwah atau yang biasa disebut dengan *wasilah* dakwah. Pada zaman Rasulullah dan para sahabat, berdakwah masih menggunakan media yang sangat terbatas, yakni berkisar pada dakwah

<sup>2</sup> Al – Qur’an Al – Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia, (Kudus : Menara Kudus, 2006), 63.

*qauliyah bi al-lisan* (ucapan yang baik) dan dakwah *fi'liyyah bi al-uswah* (perbuatan yang baik), ditambah dengan penggunaan media *rasail* (surat) yang sangat terbatas. Satu abad kemudian, dakwah menggunakan media *qashah* (cerita) dan *muallafat* (karangan tertulis) mulai diperkenalkan, media yang disebut terakhir bisa berkembang dengan pesat dan bertahan hingga saat ini.<sup>3</sup> Pada abad ke-14 Hijriah, kita mengalami perkembangan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi secara pesat, hal ini juga mempengaruhi laju dalam proses kegiatan berdakwah, dalam rangka inilah, dakwah dengan menggunakan media – media baru seperti surat kabar, majalah, cerpen, cergam, piringan hitam, kaset, film, radio, televisi, stiker, lukisan, iklan, pementasan di arena pertunjukan, puisi, nyanyian, musik, dan media seni lainnya dapat mendorong dan membantu para *da'i* dalam menjalankan tugasnya.<sup>4</sup>

Aktivitas dakwah pada masa kini tidak hanya dapat dilakukan secara konvensional saja, namun di era digital ini berdakwah sudah dapat dilakukan melalui berbagai media, bukan hanya melalui media cetak dan elektronik saja, namun berdakwah kini bisa dilakukan melalui media sosial, seperti YouTube, Instagram, Facebook dan Twitter. Media sosial saat ini menjadi suatu hal yang sangat diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan, baik anak – anak hingga orang dewasa, hal tersebut dikarenakan karakteristik yang dimiliki oleh media sosial yang begitu praktis dan mudah digunakan. Selain itu, kehadiran media sosial juga dapat mempermudah proses komunikasi yang

---

<sup>3</sup> IrzumFarihah. 2013. Media Dakwah Pop. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, (online), Vol. 1, No. 2, (<https://www.academia.edu/download/56502896/432-1803-1-PB.pdf>, diakses 1 April 2021)

<sup>4</sup> Ali Yafie, *Teologi Sosial Telaah Kritis Persoalan Agama dan Kemanusiaan* (Yogyakarta: KLPSM, 1997), 91 – 92.

dilakukan oleh manusia baik dalam bentuk tulisan, lisan, audio maupun visual dengan cepat. Maka dari itu penggunaan media sosial dalam proses penyampaian dakwah ini merupakan salah satu cara yang kreatif terutama pada era digital saat ini untuk menarik perhatian *mad'u* atau jamaah dengan jangkauan pendengar yang lebih luas.

Salah satu media sosial yang bisa digunakan untuk berdakwah adalah media sosial YouTube, saat ini YouTube menempati posisi teratas sebagai video sharing yang paling populer.<sup>5</sup> Media sosial YouTube memiliki slogan “*Broadcast Yourself*” yang pengunjungnya bisa menikmati sajian video – video dengan beragam tema dan kategori, salah satunya tema Islam dalam kategori dakwah, dengan adanya YouTube memberikan kemudahan bagi masyarakat dibelahan bumi mana saja untuk bisa mengikuti kegiatan dakwah dalam bentuk audio visual. YouTube tentunya memiliki perbedaan tersendiri dalam menyeru, jika dibandingkan dengan dakwah konvensional yang memiliki ruang terbatas dan biaya berlebih, tetapi dengan media sosial YouTube tidak memiliki batasan ruang, waktu, siapapun dan kapanpun bisa dilakukan. Sehingga dengan adanya media sosial YouTube yang ada saat ini para ulama, *da'i* maupun lembaga dakwah yang lainnya mampu mengintegrasikan media sosial YouTube sebagai salah satu media dalam berdakwah.

Sebagai salah satu lembaga dakwah yang tertua, Pondok Pesantren kini juga mulai merambah ke dunia media sosial perihal sarana dalam

---

<sup>5</sup> Laksamana Media, *YouTube dan Google Vidio : Membuat, Mengedit dan Upload Vidio* (Jakarta: MediaKom, 2009), 83

berdakwah, tak terkecuali bagi Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang memilih YouTube sebagai salah satu media dalam berdakwah, selain untuk media dalam berdakwah channel YouTube Darussalam Blokagung juga mengunggah video berisikan informasi seputar kepesantrenan. YouTube Darussalam Blokagung mulai berdiri tahun 2013 meskipun tercatat aktif mengisi konten video mulai pada tahun 2016<sup>6</sup>, saat ini jumlah pengikut YouTube Darussalam Blokagung mencapai 12.500 *subscriber* dengan jumlah 335 video sedangkan dari segi jumlah penontonnya bisa mencapai 1000 penonton jika diambil rata-ratanya, peneliti melihat video yang besar jumlah penontonnya tergantung pada tema - tema tertentu.<sup>7</sup>

Terlepas dari itu, YouTube Darussalam Blokagung mengambil langkah yang bagus dengan mengunggah beberapa video bertemakan dakwah yang dapat dinonton oleh siapa saja dan dimana saja asal terhubung dengan koneksi internet. YouTube memiliki jangkauan yang sangat luas tidak hanya di daerah tertentu, namun semua orang dari berbagai belahan dunia dapat menonton video tersebut, ini adalah sebuah manfaat yang besar bagi media lokal seperti YouTube Darussalam Blokagung, kita dapat juga menjadi orang tercepat yang dapat menonton video yang baru diunggah dengan menggunakan fitur berlangganan (*subscrib*) yaitu berlangganan video tanpa harus membayar sekalipun.

---

<sup>6</sup> Hasil Wawancara dengan ketua redaktur YouTube Draussalam Blokagung A. Fahmi Nur Fuad, April 2021

<sup>7</sup> Akun YouTube Darussalam Blokagung <https://www.YouTube.com/channel/UCXFQerdRIAutOtPPhtFrNDg> diakses pada tanggal 1 April 2021

Dalam ilmu komunikasi, terdapat salah satu komponen penting dalam komunikasi yakni efek atau *feedback* dari komunikan, efek atau perubahan diharapkan terjadi pada komunikan bukan saja pada seseorang melainkan kepada orang banyak atau masyarakat. Justru khalayak atau penerima pesan yang terdiri dari banyak orang, menjadi sasaran pesan komunikasi yang diharapkan efektifitasnya. Efek adalah unsur penting dalam keseluruhan proses komunikasi. Efek bukan hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima (komunikan) terhadap pesan yang dilontarkan oleh komunikator, melainkan efek dalam komunikasi merupakan paduan sejumlah “kekuatan” yang bekerja dalam masyarakat, dimana komunikator hanya dapat menguasai satu kekuatan saja, yaitu pesan – pesan yang dilontarkan.<sup>8</sup>

Begitu juga dalam proses berdakwah yang diharapkan agar para *mad'u* dapat mengerti daripada pesan yang disampaikan oleh *da'inya*. Selain itu juga diharapkan para *mad'u* yang diposisikan sebagai komunikannya tersebut agar dapat memberi efek. Dalam kata lain, mereka mengikuti atau melakukan daripada pesan – pesan dakwah yang sudah disampaikan oleh pendakwahnya. Apabila hal tersebut terjadi, maka proses dakwah yang dilakukannya berarti sudah efektif.

Pemilihan tema dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana keefektifan penggunaan YouTube sebagai media dakwah pada *channel* YouTube Darussalam Blokagung. Adapun fokus pemilihan *channel* Darussalam Blokagung sebagai objek penelitian dikarenakan peneliti merupakan salah satu santri di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

---

<sup>8</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Pratik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 153, 163

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam dengan judul **“Efektifitas YouTube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi).”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian pada konteks masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka fokus penelitian dalam skripsi yang berjudul Efektifitas YouTube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi) ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah efektifitas penggunaan YouTube sebagai media dakwah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung ?
2. Konten seperti apakah yang efektif digunakan untuk berdakwah ?
3. Apa saja hambatan – hambatan yang terjadi dalam berdakwah melalui media YouTube ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan lanjutan yang ingin dicapai adalah :

1. Mendeskripsikan bagaimana efektifitas penggunaan YouTube sebagai media dakwah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung
2. Menjelaskan konten seperti apakah yang efektif untuk digunakan dalam berdakwah.

3. Untuk mengetahui hambatan – hambatan yang terjadi dalam berdakwah melalui media YouTube.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini ditinjau dari segi teoritis dan praktis adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis : hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu dakwah, terlebih pada kajian media massa, khususnya media online. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti berikutnya.
2. Manfaat praktis : penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi instansi yang menggunakan YouTube sebagai salah satu media dalam berdakwah, khususnya kepada pihak Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

#### **E. Definisi Istilah**

Ada beberapa definisi atau penjelasan istilah yang akan diuraikan peneliti sebagai berikut :

##### **A. Efektifitas**

Efektifitas mengandung arti “keefektifan” (*effectiveness*) pengaruh, efek keberhasilan, kemandirian atau kemujaraban. Pengukuran keberhasilan dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan.<sup>9</sup> Disimpulkan bahwa keefektifan pengukuran tersebut dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

---

<sup>9</sup> Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 85.

Efektifitas dalam kaitan ini untuk mengukur sejauh mana tercapainya target atau tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya. Selama Pondok Pesantren Darussalam memakai YouTube tentunya perlu dilihat keefektifan penggunaan YouTube sebagai media dalam berdakwah, sehingga dapat diukur sejauh mana keefektifan pemakaian YouTube tersebut.

## B. Dakwah

Dakwah adalah sebuah upaya untuk mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan di dunia dan di akhirat.<sup>10</sup>

Menurut pendapat Syekh Ali Mahfudz dalam buku Metode dakwah karangan Munzier Suparta, dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>11</sup>

## C. Media Dakwah

Istilah media bila dilihat dari segi etimologis berasal dari bahasa latin yakni Median, yang berarti perantara. Pengertian secara semantik dari media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai perantara (alat) untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian media dakwah bisa diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat atau

---

<sup>10</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali, 2012), 1.

<sup>11</sup> Munzier Suparta, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2003), 7.

perantara menjalankan aktivitas dakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang telah direncanakan.<sup>12</sup>

Media dakwah memiliki peran yang amat penting bagi kelangsungan aktivitas dakwah, karena media tidak hanya sekedar perantara yang sifatnya penunjang, akan tetapi fungsi media dakwah ini bisa disetarakan dengan unsur dakwah lain seperti subyek, metode, materi maupun obyek dakwah, media mempunyai peran penting dalam menentukan efektifitas dan efesiensi dalam aktivitas dakwah.<sup>13</sup>

#### D. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, Wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, Wiki, dan jejaring sosial utamanya Facebook, Instagram, YouTube dan Twitter merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan masyarakat di seluruh dunia.<sup>14</sup> Tak mengherankan, kehadiran media sosial menjadi fenomenal, Facebook, Twitter, YouTube, hingga Path adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh banyak khalayak. Bahkan, ada sebuah fakta bahwa pengguna sebuah media sosial jauh lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk sebuah negara, media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (users) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai

---

<sup>12</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madani, 2016), 131.

<sup>13</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah...*, 133

<sup>14</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), 104.

portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio maupun video.<sup>15</sup>

Menurut hadi purnama, media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus diantaranya adalah :

- a. Jangkauan (*reach*) : Daya jangkauan media sosial mencakup skala kecil hingga skala global.
- b. Aksesibilitas (*accessibility*) : Media sosial lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang sangat terjangkau baik dimanapun dan kapanpun.
- c. Penggunaan (*usability*) : Media sosial relatif lebih mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan ataupun pelatihan khusus.
- d. Aktualitas (*immediacy*) : Media sosial dapat memancing respon khalayak lebih cepat.<sup>16</sup>

#### E. YouTube

YouTube merupakan sebuah media sosial yang berisikan kumpulan video seperti video clip, film pendek, serial televisi, trailer film, video blog, video tutorial dan masih banyak lagi. Pengguna YouTube dapat dengan bebas mengakses video baik yang diunggah sendiri maupun video yang diunggah pengguna yang lain. Walaupun pengguna tidak mendaftarkan akunnya, mereka tetap bisa melihat postingan video pada situs YouTube tersebut.

---

<sup>15</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi* (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2016) 2.

<sup>16</sup> Hadi purnama, *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication* (Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011) 116.

YouTube berbeda dengan televisi konvensional, videonya dapat diputar berulang-ulang oleh penonton. Televisi hanya dapat ditonton saat disiarkan, tidak hanya itu YouTube menyajikan konten yang sangat bervariasi, berbagai macam video yang sudah ada dalam situs ini dapat ditonton secara gratis. Baik dari penyaji konten maupun penonton juga dapat berbagi video yang dimilikinya, asalkan terhubung dengan koneksi internet. Tentu ini menjadi kelebihan tersendiri baginya.

Kelebihan tersebut dimanfaatkan oleh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung untuk mengunggah beberapa video dengan bertemakan dakwah pada akun YouTube miliknya. Pondok Pesantren Darussalam Blokagung mulai bergabung dengan YouTube pada bulan Desember 2013 lalu dan mulai aktif mengunggah konten video pada tahun 2016 sampai sekarang. Untuk saat ini Darussalam Blokagung telah memiliki pelanggan (subscriber) sebanyak 12.500 dan kurang lebih sekitar 335 video yang sudah diunggah ke dalam akun tersebut.<sup>17</sup>

#### **F. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini peneliti membagi sistematika penulisan menjadi tiga bagian utama, yakni : bagian awal, bagian inti dan bagian akhir. Semua bagian tersebut saling berhubungan dan mendukung satu sama lain. Gambaran atas masing – masing bagian tersebut terbagi atas beberapa BAB sebagai berikut :

---

<sup>17</sup> Akun YouTube Darussalam Blokagung  
<https://www.YouTube.com/channel/UCXFQerdRIAutOtPPhtFrNDg> diakses pada 1 April 2021

## BAB I

Bab I ini merupakan pendahuluan, bab ini berisi tentang gambaran umum untuk memberi pola pemikiran bagi seluruh penelitian yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan.

## BAB II

Didalam Bab II ini berisikan tentang Kajian Pustaka yang membahas tentang teori Efektifitas, teori Media Massa, YouTube dan kajian tentang Dakwah. Juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

## BAB III

Berisikan metode penelitian yang membahas tentang jenis dan metode pendekatan yang digunakan oleh penulis, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, tahap – tahapan dalam penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB IV

Merupakan paparan data dan analisis, yang didalamnya membahas tentang temuan – temuan lapangan oleh penulis, juga memaparkan hasil data yang diperoleh oleh penulis selama menjalani masa penelitian.

## BAB V

Merupakan pembahasan yang memuat gagasan penulis terkait antara temuan terhadap teori serta penafsiran dan penjelasan dari temuan atau teori yang diungkap dari lapangan.

## BAB VI

Merupakan penutup, bab ini bertujuan untuk mempermudah para pembaca dalam mengambil intisari dari hasil penelitian.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah melakukan pengkajian terhadap penelitian – penelitian terdahulu yang memiliki kedekatan judul dengan skripsi yang akan penulis teliti. Hal ini dilakukan guna untuk mengetahui agar skripsi yang akan penulis tulis berbeda dari penelitian – penelitian sebelumnya.

Berikut beberapa karya ilmiah yang memiliki kedekatan judul terhadap skripsi yang ditulis peneliti, antara lain :

1. Penelitian dengan judul “Efektifitas TV YouTube IAIN Salatiga Sebagai Media Penyebaran Informasi dan Dakwah” oleh Nur Rohim (2019) dari Fakultas Dakwah, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Salatiga, mengemukakan bahwa channel YouTube IAIN Salatiga sudah bagus namun kurang menarik, diakses hanya karena mendengar informasi sekilas dan diakses karena tahu, selain itu pada penelitian ini juga mengungkapkan bahwa TV YouTube IAIN Salatiga ini masih kurang namun memiliki peluang agar bisa terus berkembang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah sama – sama membahas mengenai media sosial yakni YouTube selain itu pendekatan yang digunakan juga sama yaitu pendekatan kualitatif. Adapun perbedaannya adalah, penelitian ini mengambil subjek YouTube TV IAIN Salatiga sedangkan penulis mengambil subjek pada akun YouTube Darussalam Blokagung.

2. Penelitian dengan judul “Efektifitas YouTube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)” oleh Ali Akbar (2018) dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Banda Aceh, mengungkapkan bahwa efek yang didapat penonton dengan mencari informasi di YouTube terdiri dari efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan efek berhayal, kemudian YouTube sangat efektif bagi Serambi On TV dalam penyebaran informasi dikarenakan penggunaannya yang praktis, jumlah *suscriber* yang semakin bertambah, bisa mendapatkan penonton yang luas (global), dan mengikuti perkembangan zaman. Adapun hambatan - hambatan dalam penyebaran informasi melalui media YouTube adalah terganggunya koneksi jaringan internet yang lambat, server YouTube yang terkadang bermasalah dan sulitnya menjangkau daerah - daerah tertentu yang belum terkoneksi dengan internet.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah sama - sama membahas tentang media sosial YouTube dan sama dalam penggunaan pendekatan yakni pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini melakukan penelitian pada akun YouTube sebagai media penyebaran informasi, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah studi pada akun YouTube sebagai media dakwah.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti, Judul Penelitian, Tahun</b>	<b>Fokus Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Nur Rohim (2019) “Efektifitas TV YouTube IAIN Salatiga Sebagai Media Penyebaran Informasi dan Dakwah” mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.	Untuk mengetahui tingkat efektifitas TV YouTube IAIN Salatiga sebagai media penyebaran informasi dan dakwah pada mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Dakwah IAIN Salatiga.	Peneliti mengatakan, bahwa channel YouTube IAIN Salatiga sudah bagus namun kurang menarik, diakses hanya karena mendengar informasi sekilas dan diakses karena tahu, selain itu pada penelitian ini juga mengungkapkan bahwa TV YouTube IAIN Salatiga ini masih kurang namun memiliki peluang agar bisa terus berkembang.
2.	Ali Akbar (2018) “Efektifitas YouTube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)” mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Banda Aceh	Untuk mengetahui tingkat efektifitas dan hambatan - hambatan Serambi On TV sebagai media penyebaran informasi.	Penelitian ini mengungkapkan bahwa efek yang didapat penonton setelah mencari informasi di YouTube Serambi On TV adalah terdiri dari efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan efek berhayal. Kemudian YouTube sangat efektif bagi Serambi On Tv dalam penyebaran informasi dikarenakan penggunaannya yang praktis, jumlah <i>subscriber</i> yang semakin bertambah, mendapatkan penonton

			yang luas (global) dan mengikuti perkembangan zaman. Adapun hambatan – hambatan dalam penyebaran informasi melalui media YouTube adalah terganggunya koneksi jaringan internet yang lambat, server YouTube yang terkadang bermasalah dan sulitnya menjangkau daerah – daerah tertentu yang belum terkoneksi dengan jaringan internet.
--	--	--	---

## B. Kajian Teori

### 1. Konsep Efektifitas

Menurut etimologi efektifitas merupakan serapan dari bahasa Inggris yaitu *effective*. Kata serapan ini menjadi efektif kemudian berubah menjadi efektifitas. Sedangkan menurut istilah efektifitas berarti dapat membawa hasil, sedangkan menurut kegiatan belajar mengajar pengertian efektifitas adalah kegiatan berkenaan dengan sejauh mana sesuatu yang telah direncanakan atau diinginkan yang dapat terlaksana.<sup>18</sup>

Disebut efektifitas apabila sesuatu yang telah dirancang atau direncanakan telah terwujud atau terealisasikan. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh H. Emerson yang dikutip Handyaningrat dalam bukunya yang berjudul pengantar studi ilmu administrasi dan manajemen,

<sup>18</sup> Zakiah Drajat, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 126.

yang menyatakan bahwa *“Efektifitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”*.<sup>19</sup>

Selanjutnya Steers dalam bukunya yang berjudul efektifitas organisasi kaidah perilaku (alih bahasa Magdalena), mengemukakan bahwa *“Efektifitas adalah jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarnya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya”*.<sup>20</sup>

Kemudian, menurut pendapat Mahmudi dalam bukunya Manajemen kinerja sektor publik, mendefinisikan efektifitas, sebagai berikut *“Efektifitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan”*.<sup>21</sup>

Dari beberapa pendapat diatas mengenai efektifitas, dapat disimpulkan bahwa efektifitas adalah sebuah tolak ukur, untuk mengetahui sejauh mana apa yang sudah dirancang atau direncanakan telah direalisasikan atau terwujud. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat dalam bukunya yaitu teori efektifitas dalam kinerja karyawan, yang menjelaskan bahwa *“Efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai.*

---

<sup>19</sup> Soewarno Handayani, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen* (Jakarta: Haji Masaguna, 1994), 16.

<sup>20</sup> M Steers Richard, *Efektifitas Organisasi Kaidah Perilaku*, Alih Bahasa Magdalena (Jakarta: Erlangga, 1985) 87.

<sup>21</sup> Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik* (Yogyakarta: UPP AMO YKPN, 2005) 92.

*Dimana semakin besar presentase target yang dicapai maka semakin tinggi efektifitasnya”.*<sup>22</sup>

## 2. Ukuran Efektifitas

Mengukur efektifitas suatu program kegiatan bukanlah suatu hal yang sederhana, karena *efektifitas* dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut produktivitas, maka seorang manajer produksi memberikan pemahaman bahwa efektifitas berarti kualitas dan kuantitas (output) barang dan jasa.

Tingkat efektifitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.

Menurut efektifitas Stewart, L Tubbs dan Silvia Moss (2000) dalam sudut pandang komunikasi adalah suatu komunikasi dipandang efektif apabila komunikasi tersebut menimbulkan lima hal, yaitu :<sup>23</sup>

- 1) Pengertian, yaitu penerimaan yang cermat dari isi stimulasi seperti yang dimaksudkan komunikator
- 2) Kesenangan, yaitu tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan bentuk pengertian, melainkan mengupayakan orang agar merasa senang.

---

<sup>22</sup> Hidayat, *Teori Efektifitas Dalam Kinerja Karyawan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986) 35.

<sup>23</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1985) 13 - 16

- 3) Memengaruhi sikap, yaitu dimana sikap maupun tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis, sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri (komunikasi persuasif)
- 4) Hubungan sosial yang baik, yaitu kita tergantung dan menghubungkan diri dalam orang lain dalam interaksi dan asosiasi (*inclusion*), pengendalian dan kekuasaan (*control*), serta cinta dan kasih sayang (*affection*).
- 5) Tindakan, yaitu hasil kumulatif semua proses komunikasi, bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi tetapi juga faktor – faktor yang memengaruhi perilaku manusia.

Dalam penelitian ini, efektifitas dakwah diukur dengan menggunakan konsep efektifitas dari Stewart, L Tubbs dan Silvia Moss (2000).

### 3. Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat – alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.<sup>24</sup>

Sedangkan media sendiri adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan, dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat – alat yang digunakan untuk

---

<sup>24</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Depok : PT Raja Grafindo, 2016), 140.

menyampaikan pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (khalayak) secara serentak. Sebuah media bisa disebut media massa jika memenuhi karakteristik sebagai berikut :<sup>25</sup>

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadi dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Adapun jenis – jenis media massa dibedakan menjadi dua, yakni media lama dan media baru :

a. Media Lama

Pada dasarnya media lama adalah teknologi produksi dan penyimpanan informasi yang dipilah menjadi dua kategori, yakni media

---

<sup>25</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, 141

cetak dan media elektronik<sup>26</sup>. Penggunaan media ini terutama media cetak dan media elektronik ini didominasi oleh media massa, mengingat jumlah sirkulasi produksi informasi bermedia ini sangat tinggi. Media tersebut merupakan pioner dalam menyebarkan atau menyampaikan informasi kepada khalayak. Proses penyebaran ini dimulai dari pencarian informasi atau berita oleh wartawan atau jurnalis, proses penulisan berita atau informasi, pengeditan, pencetakan hingga distribusi. Sehingga informasi ini sampai ke tangan khalayak. Proses yang panjang tersebut perlu dilakukan secara cepat, tepat dan akurat, sehingga informasi yang disampaikan masih termasuk informasi yang *up to date*.

#### 1) Media Cetak

Media ini terdiri dari surat kabar, tabloid, majalah, buletin/jurnal dan lain sebagainya. Media cetak merupakan media massa yang pertama kali muncul pada tahun 1920 an. Pada awalnya media cetak digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada tujuan tertentu. Namun seiring berkembangnya kebebasan pers maka media cetak inipun juga berkembang fungsinya, seperti edukasi dan infotaimen atau hiburan.

---

<sup>26</sup> <https://sites.google.com/site/kmnnewmedia/student-of-the-month/medialamavsmediabaru>  
diakses pada 20 juli 2021

## 2) Media Elektronik

Setelah media cetak munculah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara, kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampaian pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan suara sekaligus gambar yang lebih dikenal dengan media audio visual.<sup>27</sup>

### b. Media Baru

Media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi massa digital dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia maya tanpa bertatap muka langsung dengan bantuan internet. Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cangkupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.<sup>28</sup>

Media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan kepada khalayak melalui media teknologi *digital* atau yang sering disebut dengan jejaring teknologi komunikasi dan informasi. Yang termasuk kategori media baru adalah internet, website, komputer multimedia. Internet lebih dikenal sebagai media baru, namun sebenarnya internet merupakan salah satu bentuk dari media baru.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Depok : PT Raja Grafindo, 2016), 74

<sup>28</sup> Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa* ( Jakarta: Alfabeta, 2011), 148.

<sup>29</sup> Nawiroh Vera, *Komunikasi massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016) 88.

Proses penyampaian pesan melalui media pun mengalami pergeseran yang signifikan. Jika media lama selama ini merupakan pusat informasi dan informasi itu diberikan secara satu arah, kini media baru hadir menjadi lebih interaktif. Khalayak tidak lagi sekedar menjadi objek yang terpapar informasi saja, tetapi khalayak kini telah terlibat lebih aktif karena teknologi menyebabkan interaksi di media baru bisa terjadi.<sup>30</sup>

**Tabel 2.2**  
**Persamaan dan Perbedaan Media Lama dan Media Baru**

Media Lama	Media Baru
Memproduksi dan mendistribusikan pesan	Selain memproduksi dan mendistribusikan pesan, media baru juga bisa melakukan pertukaran atas pesan – pesan tersebut
Bergerak dalam ruang publik, karenanya terikat oleh aturan – aturan tertentu	Selain bergerak dalam ruangan publik juga ke dalam ruangan privat individu yang menggunakannya.
Berada dalam organisasi yang kompleks	Organisasinya tidak kompleks bahkan satu atau dua orang dapat menjalankannya
Biaya mahal	Biaya relatif murah
Meliputi media cetak, elektronik (radio & televisi)	Meliputi media sosial, media <i>online</i> , seperti media cetak yang diubah dalam format <i>digital</i> , TV online dan radio <i>streaming</i>
Informasi selalu bersifat formal dan dapat dipertanggung jawabkan	Informasi pada situs tertentu tidak bersifat formal sehingga kredibilitas

<sup>30</sup> Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kenca Prenada Media Group, 2014) 1.

	informasi tidak dapat dipertanggung jawabkan
Harus menunggu informasi pada jam yang dijadwalkan	Mudah dalam mencari informasi yang ingin didapatkan tidak terbatas pada jadwal tertentu
Khalayak tidak terhubung pada media dan semua pengguna	Para pengguna dapat terhubung secara langsung
Umpan balik bersifat tertunda dan tidak langsung	Umpan balik dapat disampaikan secara langsung seperti “komentar”

Sumber : Nawiroh Vera (2016)

Adapun karakteristik media baru yang membedakannya dengan media lama adalah sebagai berikut :<sup>31</sup>

#### 1) Network

Karakteristik media baru yang pertama adalah network yakni mempersyaratkan harus adanya jaringan, pada awalnya konsep network merupakan term yang berkaitan dengan dunia komputer, namun dengan perkembangan teknologi saat ini alih – alih dianggap sebagai mesin, jejaring komputer digunakan sebagai alat untuk menghubungkan satu sama lain yang diwujudkan melalui koneksi tersebut. Media baru tidak hanya berusaha menghubungkan satu individu dengan individu lainnya, tetapi juga mampu menciptakan sebuah pola hubungan baru yang mungkin belum dapat dilakukan oleh media sebelumnya.

---

<sup>31</sup> Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2019), 60.

## 2) Information

Media baru melihat informasi tidak hanya sebagai sebuah pesan sebagaimana adanya, tetapi melihat informasi itu sebagai sesuatu yang *in – formation*, sesuatu yang selalu dibentuk dengan sejumlah tujuan tertentu.

## 3) Interface

Konsep *interface* sering dipandang dengan istilah antarmuka, *interface* memudahkan interaksi yang terjadi antara manusia dengan benda – benda teknologi. Kemudian konsep *interface* ini semakin mengemuka ketika kita sedang berupaya untuk memahami hubungan antara manusia dan mesin, yang kemudian disebut dengan virtual dan fisik.

## 4) Archive

Arsip dalam media baru adalah alat multimedia yang mengatur data audio dan visual atau gabungan dari keduanya, seperti halnya sebuah teks dan didukung dengan *software* yang mendorong partisipasi pengguna. Arsip juga merupakan alat yang bersifat material atau virtual untuk menyimpan data dengan design yang disesuaikan dengan masyarakat dan kebudayaan kontemporer. Arsip dalam media baru bersifat individual dan kolaboratif serta merupakan bentuk baru dari memori yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan data seseorang.

#### 5) Interactivity

Interaktivitas menjadi salah satu konsep kunci untuk menjelaskan media baru karena merupakan salah satu ciri khas dari media baru. Melalui fitur interaktifitas, media baru menyuguhkan cara baru dalam berkomunikasi dimana dianggap lebih membebaskan, memberdayakan dan memperluas gerak manusia dalam aktivitas komunikasi. Itulah sebabnya beberapa kalangan meyakini bahwa karakter interaktifitas media baru ini akan mengantarkan manusia pada apa yang disebut dengan demokrasi komunikasi. Interaktifitas ini juga sering dianggap sebagai salah satu diferensi penting antara bentuk media baru yang bersifat digital dan bentuk media lama yang bersifat analog.

#### 6) Simulation

Simulasi dalam media baru ini diyakini memberikan hal yang positif, yakni untuk menghadirkan realitas meski dengan berbagai keterbatasan. Dengan pemahaman semacam ini, teknologi media baru dipandang sebagai agen aktif dalam perubahan kebudayaan manusia karena pada titik tertentu teknologi media baru memproduksi simulasi yang mengaburkan batasan – batasan antara yang “rill” dan yang virtual. simulasi dalam media baru ini lebih dari sekedar informasi virtual dua dimensi, melainkan penggunaannya seolah – olah menjadi bagian dari objek tersebut.

#### 4. YouTube

YouTube merupakan situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, YouTube juga mempunyai berbagai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang sedang mengakses video tersebut. Didalamnya terdapat berbagai video seperti video tutorial, video musik, berita dan lain lain. Walaupun penonton tidak mendaftarkan akunnya, mereka akan tetap bisa melihat berbagai macam jenis postingan video pada situs yang sering diakses masyarakat saat ini.<sup>32</sup>

YouTube memiliki beberapa visi misi atau asas kebebasan seperti berikut :<sup>33</sup>

1. Misi kami adalah memberikan kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukan dunia kepada setiap orang
2. Kami yakin setiap orang berhak menyampaikan pendapat, dan dunia akan menjadi tempat yang lebih baik jika kita bersedia mendengar, berbagi dan membangun komunitas melalui kisah – kisah yang kita miliki.

Misi kebebasan yang dimiliki oleh YouTube kemudian dipaparkan kembali melalui empat pilar, yakni :<sup>34</sup>

1. Kebebasan Berekspresi

Kami yakin setiap orang harus punya kebebasan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, mengadakan dialog terbuka, dan kebebasan berkreasi dapat menghasilkan suara, format dan kemungkinan baru.

---

<sup>32</sup> Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, (Jakarta : PT Elexmedia Komputindo, 2008) 1.

<sup>33</sup> <https://www.YouTube.com/intl/id/about/>, diakses tanggal 26 Juli 2021

<sup>34</sup> <https://www.YouTube.com/intl/id/about/>, diakses tanggal 26 Juli 2021

## 2. Kebebasan Mendapatkan Informasi

Kami yakin setiap orang harus memiliki akses yang mudah dan terbuka untuk mendapatkan informasi. Selain itu, video adalah media yang paling berpotensi untuk pendidikan, membangun pemahaman dan mendokumentasikan peristiwa di dunia, baik yang besar maupun kecil.

## 3. Kebebasan Menggunakan Peluang

Kami meyakini bahwa setiap orang harus punya peluang untuk ditemukan, membangun bisnis dan meraih sukses sesuai keinginannya sendiri. Mereka jugalah yang menentukan hal apa saja yang populer, bukan pihak – pihak tertentu.

## 4. Kebebasan Memiliki Tempat Berkarya

Kami meyakini bahwa setiap orang perlu menemukan komunitas yang saling mendukung satu sama lain, menghilangkan perbedaan, melampaui batas – batas diri dan berkumpul bersama atas dasar minat dan passion yang sama.

Selain dari misi kebebasan yang telah dipaparkan diatas, YouTube juga dilengkapi dengan fitur – fitur yang menarik seperti berikut :<sup>35</sup>

### 1. Mencari Video

Situs ini merupakan situs perkumpulan berbagai macam video yang telah diunggah, maka sangat jelas penggunaanya dapat mencari berbagai macam jenis video dengan cara mengetikkan kata kunci pada kolom pencarian.

---

<sup>35</sup> Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013) 84.

## 2. Memutar Video

Setelah pengguna mendapatkan video yang diinginkannya, pengguna bisa memutar videonya hanya dengan mengklik video tersebut. Dan untuk memperlancar dalam pemutaran video maka diperlukanlah koneksi jaringan yang stabil.

## 3. Mengunggah (*mengupload*) Video

Pengguna yang telah mendaftar akun YouTube dapat mengunggah video ke dalam akunnya. Semakin besar kapasitas video yang diunggah maka akan mempengaruhi waktu dalam mengunggah video tersebut.

## 4. Mengunduh (*mendownload*) video

Video yang ada di YouTube bisa di unduh secara gratis oleh penonton. Ada berbagai cara dalam mengunduh video di YouTube seperti meng *copy alamat URL* yang ada pada video tersebut lalu dipastekan ke dalam situs download video seperti [www.savefrom.net](http://www.savefrom.net), adapun cara mendownload video yang lain bisa dicari melalui *shearching* di Google.

## 5. Berlangganan (*suscribe*)

Fitur gratis ini mempunyai fungsi agar pengguna bisa berlangganan (*suscribe*) video terbaru dari akun yang sudah pengguna klik tombol *suscribenya*. Dan pemberitahuan video terbaru tersebut bisa langsung didapatkan pengguna melalui kotak masuk yang ada dalam email pengguna.

## 6. Siaran langsung (*streaming*)

Fitur siaran langsung adalah fitur yang dimiliki oleh pengguna maupun pemilik konten di YouTube yang tentunya sangat berguna asalkan terkoneksi dengan jaringan internet, hal tersebut berfungsi untuk menyiarkan video yang sedang berlangsung saat itu juga.

## 5. Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa arab yaitu يدعو - دعوة - دعا (*da'a - yad'u - da'watan*) yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu, mendo'a, atau memohon.<sup>36</sup> Adapun dakwah secara istilah telah banyak dipaparkan oleh para tokoh dengan berbagai pengertian :

### c. Menurut A. Hasjmy

Dakwah islamiyah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.<sup>37</sup>

### d. Menurut Sayyid Quthub

Dakwah adalah sebuah usaha untuk mewujudkan sistem Islam dalam kehidupan nyata dari tataran yang paling kecil seperti keluarga, hingga yang paling besar seperti Negara atau *ummah*, dengan tujuan mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Mahmud Yunus, *Kamus Bahasa Arab Indonesia* (Jakarta: Hidakarya, 1990), 126.

<sup>37</sup> A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al- Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), 18.

<sup>38</sup> A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 29.

e. Menurut Prof. H.M. Thoha Yahya Omar

Dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>39</sup>

f. Menurut Hamzah Yaqub

Dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah dan kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasull-Nya.<sup>40</sup>

g. Menurut Masdar Helmy

Dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran – ajaran Allah (Islam) termasuk *amar ma'ruf nahi munkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>41</sup>

Sehingga dapat diartikan bahwa pengertian dakwah adalah kegiatan menyampaikan pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (Islam) kepada objek (individu, kelompok, masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan penuh kesadaran agar tercapainya tujuan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dakwah memiliki beberapa komponen yang sangat penting dan harus diperhatikan, hal ini bertujuan agar kegiatan dakwah dapat berlangsung dengan baik dan dapat mencapai sasaran dakwah, adapun komponen – komponen dalam dakwah sebagai berikut :

---

<sup>39</sup> Thoha Yahya Umar, *Islam dan Dakwah* (Jakarta, Zakia Islami Press, 2004), 67.

<sup>40</sup> Asmuni Syukir, 19

<sup>41</sup> Moh. Ali Aziz, 6

a. Subjek Dakwah (*Da'i*)

Yang dimaksud dengan subjek dakwah adalah pelaku dakwah atau orang yang menjalankan aktivitas dakwah, mereka sering disebut *da'i* atau *mubaligh*. Subjek dakwah bukan hanya dapat dilakukan oleh seorang atau beberapa orang saja, tetapi juga bisa berbentuk sebuah lembaga atau organisasi.<sup>42</sup>

b. Objek Dakwah (*Mad'u*)

Objek atau sasaran dakwah adalah orang yang mendapatkan atau menerima pesan dakwah, sasaran dakwah ini berarti seluruh umat manusia, baik dirinya sendiri maupun orang lain, atau dengan kata lain masyarakat luas.<sup>43</sup>

c. Materi Dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah adalah pesan – pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subjek dakwah kepada objek dakwah. Materi dakwah meliputi seluruh ajaran Islam yang termuat dalam al –Qur'an dan sunnah Rasul, yang pada pokoknya meliputi tiga hal, yaitu :<sup>44</sup>

1) Aqidah, yang meliputi :

- a) Iman kepada Allah
- b) Iman kepada Malaikat-Nya
- c) Iman kepada kitab – kitab-Nya
- d) Iman kepada rasul-rasul-Nya
- e) Iman kepada qadla dan qadar

---

<sup>42</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang, Madani, 2016), 50

<sup>43</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah...*, 60

<sup>44</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang, Madani, 2016), 77

## 2) Syari'ah, meliputi

- a) Ibadah
- b) Muamalah, segala peraturan yang mengatur hubungan antara sesama manusia, baik yang seagama maupun tidak seagama, antara manusia dengan kehidupannya, dan antara manusia dengan alam sekitarnya.

## 3) Akhlaq

- a) Akhlaq terhadap Allah SWT
- b) Akhlaq terhadap Makhluq

d. Metode *Dakwah (Thariqoh)*

Adapun yang dimaksud dengan metode dakwah adalah tata cara menjalankan dakwah agar mencapai tujuan dakwah yang telah direncanakan, sebagaimana yang telah tertulis dalam al – Qur'an surat an – Nahl ayat 125 :<sup>45</sup>

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْهُمْ يَأْتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (١٢٥)

*Artinya : “serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan cara hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang – orang yang mendapat petunjuk”(QS. An – Nahl : 125)<sup>46</sup>*

Dari ayat tersebut dapat ditarik pengertian bahwa dakwah harus dilakukan dengan cara sebagai berikut :

<sup>45</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang, Madani, 2016), 104.

<sup>46</sup> Al – Qur'an Al – Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia, (Kudus : Menara Kudus, 2006), 281.

1) Bil Hikmah (Kebijaksanaan)

yaitu cara – cara penyampaian pesan – pesan dakwah sesuai dengan keadaan penerima dakwah. Bil hikmah mempunyai arti bermacam – macam salah satunya kebijaksanaan diartikan sebagai macam seperti “kekuatan kebenaran dan ketajaman kebenaran”. Istilah dakwah bil hikmah artinya ketajaman penilaian terhadap pilihan – pilihan cara dan tujuan untuk mengajak orang lain masuk islam.<sup>47</sup>

2) Mau'idzah Hasanah

yaitu nasehat yang baik, berupa petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati agar nasehat tersebut dapat diterima, berkenan di hati, enak didengar, dan menyentuh perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar, dan tidak boleh mencaci/ menyebut kesalahan objek dakwah atau *mad'u* sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah bukan propaganda yang memaksakan kehendak kepada orang lain.

3) Mujadalah atau diskusi

apabila dua metode di atas tidak mampu diterapkan dikarenakan objek dakwah mempunyai tingkat kekritisian tinggi seperti ahli kitab, orientalis, filsuf dan lain sebagainya, dalam metode ini perlu diterapkan hal – hal sebagai berikut :

---

<sup>47</sup> Ridzuan, *Memahami Etika Dakwah Lintas Budaya* (Salatiga: IAIAN Salatiga Press, 2009), 8.

- a) Tidak merendahkan pihak lawan atau menjelek – jelekan, mencaci, karena tujuan diskusi untuk mencapai sebuah kebenaran
- b) Tujuan diskusi semata – mata untuk mencapai kebenaran sesuai dengan ajaran Allah.
- c) Tetap menghormati pihak lawan sebab setiap jiwa manusia mempunyai harga diri.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dakwah memiliki berbagai cara untuk mengajak umat islam berbuat baik dengan cara yangbaik pula. Karena Islam adalah agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh kedamaian dan tanpa ada paksaan, dengan tujuan agar *mad'u* atau objek dakwah dengan sendirinya sadar akan menjalani dan melaksanakan apa yang menjadi perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

e. Media Dakwah (*Wasilah*)

Wasilah (media) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk penyampaian materi dakwah kepada *mad'u*. Penggunaan media dakwah yang tepat dapat menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media – media dan alat – alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektifitas dakwah.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Samsul Munir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), 14.

Untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah yaqub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam :<sup>49</sup>

- 1) Lisan, penyampaian pesan dakwah yang paling sederhana, yakni melalui pidato atau ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan, yakni penyampaian pesan – pesan dakwah melalui karya tulis seperti surat mneyurat (korespondensi), surat kabar, majalah, dan sebagainya. Dalam era modern saat ini tentu termasuk melalui media sosial ataupun media online.
- 3) Lukisan, yakni menyampaikan pesan – pesan dakwah melalui larya seni lukis seperti gambar, karikatur, cerita bergambar (cergam), komik dan sebagainya.
- 4) Audio visual, yakni menyampaikan pesan dakwah melalui karya audio visual seperti film, iklan, sinema, dan sebagainya yang dipublikasikan melalui media masa seperti televisi, radio, media sosial dan media online.
- 5) Akhlaq, yakni perbuatan nyata yang mnecerminkan nilai dan ajaran islam agar menjadi inspirasi bagi sasaran dakwah.

### **C. Kerangka Konseptual**

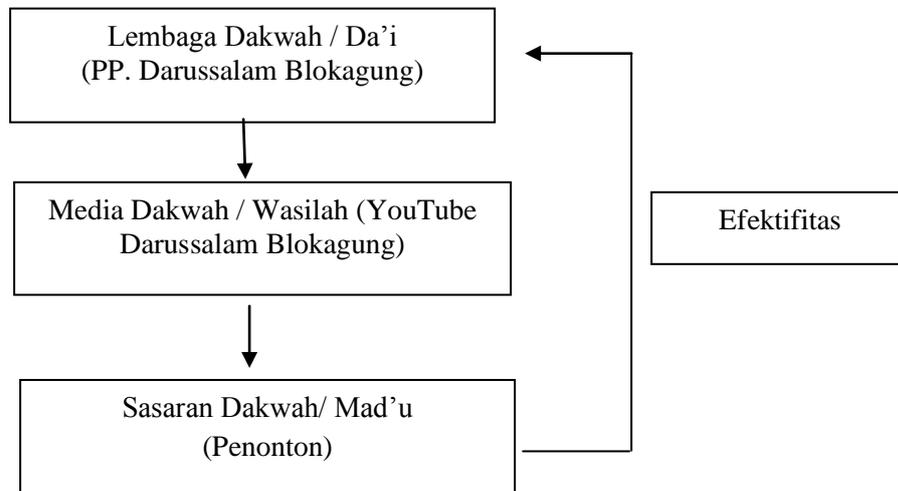
Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengungkap makna dibalik efektifitas penggunaan media dakwah, yang disini menggunakan media sosial

---

<sup>49</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah, Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Malang: Madani, 2016), 131.

berupa YouTube dengan studi kasus pada akun YouTube Darussalam Blokagung, dengan begitu dapat disimpulkan konsep sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian dengan metode kualitatif didefinisikan oleh Bogdan dan Tylor dalam bukunya Lexi J. Moleong diartikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi dalam hal ini variabel atau hipotesis tetap perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.<sup>50</sup>

Menurut Rahmat Kriyantono penelitian kualitatif memiliki tujuan menjelaskan secara mendalam tentang sesuatu, menggunakan pengumpulan data yang mendalam pula. Dalam riset kualitatif banyaknya data populasi dan sampel tidak menjadi prioritas, melainkan kualitas data yang didapatkan menjadi kunci jawaban. Maka tidak perlu mencari data dari populasi dan sampel yang lain apabila jawaban yang sudah terkumpul dapat menjawab latar belakang penelitian.<sup>51</sup>

Menurut Erickson (1968), penelitian kualitatif adalah usaha menemukan dengan hasil gambaran secara naratif kegiatan yang dilakukan beserta dampak yang terjadi.<sup>52</sup>

Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti

---

<sup>50</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2017), 4.

<sup>51</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 56.

<sup>52</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawa, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi, CV Jejak, 2007), 7.

pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) yaitu peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>53</sup>

Dari ulasan diatas, maka penelitian ini menggunakan penelitian lapangan tanpa menggunakan prosedur statistik. Penulis memilih menggunakan pendekatan deskriptis kualitatif melalui pendekatan wawancara terstruktur (*structures interview*). Dalam hal ini penulis akan mengadakan penelitian kepada informan yang terpilih dengan batasan tertentu agar mendapatkan data – data yang lengkap dan akurat mengenai pendapat mereka tentang efektifitas penggunaan YouTube Darussalam Blokagung sebagai media dalam berdakwah.

## **B. Lokasi Penelitian (Waktu)**

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di kantor redaksi YouTube Darussalam Blokagung yang berada di kantor yayasan lantai 3 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, Desa Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi. Batasan tempat untuk penelitian ini adalah masih dalam wilayah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung dan wilayah negara Indonesia, peneliti tidak akan mengejar data tersebut apabila di luar wilayah yang telah disebutkan.

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 April – 31 Mei 2021.

Apabila belum sampai tanggal berakhir penelitian sudah ditemukan hasil

---

<sup>53</sup> Sugiyono, Metodologi *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi Mixed Method* (Bandung Alfa Beta, 2016), 13- 14

yang maksimal, maka penelitian dapat dihentikan setiap saat. Selain itu apabila tanggal yang ditentukan belum didapati hasil yang maksimal, maka penelitian akan tetap dilanjutkan.

### **C. Kehadiran Peneliti**

Sebagaimana yang sudah dijelaskan diatas, metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Dalam metode kualitatif ini kehadiran peneliti dilapangan sangat dibutuhkan untuk memperoleh informasi sebanyak mungkin dan mencari kebenaran dari informasi yang diperoleh.

Dalam metode kualitatif, peneliti memiliki peran yang sangat penting, sebagai pengamat yang mengendalikan memperhatikan sedetail mungkin pada hal – hal yang kecil. Oleh karena itu peneliti harus hadir dan terjun langsung ke lokasi penelitian agar mendapatkan informasi yang akurat.<sup>54</sup>

### **D. Subjek Penelitian**

Dalam penentuan informan, penulis menggunakan teknik purposive *sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti dalam menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.<sup>55</sup>

Untuk mendapatkan informasi yang akurat, maka ditentukan subjek penelitian sebagai berikut :

---

<sup>54</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2017), 141

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2016), 219.

1. Redaktur YouTube Darussalam Blokagung
2. Penanggung Jawab Multimedia Darussalam
3. 6 orang yang sering mengakses YouTube Darussalam Blokagung

## **E. Sumber Data**

Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata – kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain – lain<sup>56</sup>.

Untuk mempermudah sumber data pada penelitian ini, penulis membagi sumber data menjadi dua, yaitu data primer dan data skunder :

### **1. Data Primer**

Peneliti memperoleh sumber data primer berasal dari jawaban yang ditanyakan kepada informan yang telah disebutkan pada subjek penelitian diatas dengan melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi.

### **2. Data Skunder**

Sumber data skunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung melalui media perantara berbentuk catatan maupun laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.<sup>57</sup>

Sumber data sekunder berbanding terbalik dengan data primer, data skunder dapat diperoleh dari buku, jurnal, artikel, majalah atau koran serta hasil penelitian yang lainnya. Sumber data skunder dalam penelitian ini berupa foto, catatan dan informasi mengenai penelitian.

---

<sup>56</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2017), 157.

<sup>57</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers), 138.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada tahap ini bertujuan agar data yang diperoleh valid dan dapat dipertanggung jawabkan, maka data diperoleh melalui :

### 1. Observasi

Dalam artian luas, observasi mencakup pengamatan yang dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengamatan yang tidak langsung misalnya melalui kuisioner dan tes.<sup>58</sup> Observasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat perkembangan penonton (termasuk dalam segi jumlah penonton serta komentar) yang ada pada akun YouTube Darussalam Blokagung, lebih jelasnya di setiap video yang bertemakan dakwah.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu untuk memperoleh informasi yang dikehendaki,<sup>59</sup> selain itu wawancara dalam penelitian ini merupakan teknik penulis dalam mengumpulkan data primer.

Wawancara ini digunakan dalam mengumpulkan data melalui beberapa informan yang telah dipaparkan terlebih dahulu dalam subjek penelitian.

---

<sup>58</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif , Teori dan Aplikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 76.

<sup>59</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 186.

### 3. Dokumentasi

Metode ini sering digunakan untuk memperlengkap data selain observasi, kuesioner dan wawancara. Tujuan penelusuran dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.<sup>60</sup> Dokumentasi dalam hal ini diantaranya foto wawancara dengan pihak narasumber yang dibutuhkan demi kelengkapan data juga aktivitas pada akun YouTube Darussalam Blokagung.

## G. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai di lapangan.<sup>61</sup> Analisis data kualitatif digunakan bila data – data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata – kata, kalimat – kalimat, atau narasi – narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi.<sup>62</sup>

Menurut Miles dan Huberman pada bukunya Sugiyono mengungkapkan bahwa dalam mengolah data kualitatif dilakukan melalui tiga jalur, diantara adalah :<sup>63</sup>

#### a. Reduksi Data

Merupakan proses bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan

---

<sup>60</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 118.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 89.

<sup>62</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 118.

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 246.

mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi data akan memberikan gambaran yang jelas, dan peneliti sudah dalam melakukan pengumpulan data, lalu kemudian melanjutkan ke tahap berikutnya.

b. Penyajian Data

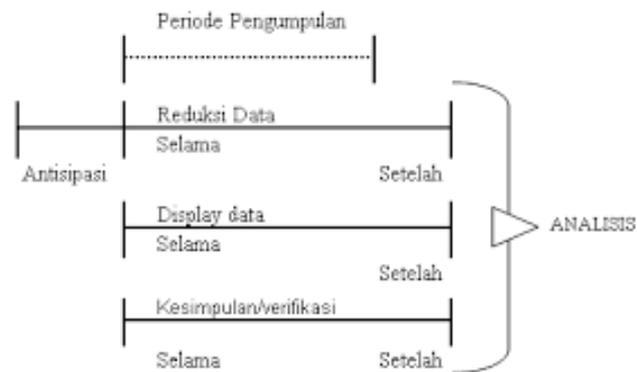
Setelah data direduksi, kegiatan selanjutnya adalah penyajian data. Ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

c. Penarikan Kesimpulan

Merupakan hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan setelah melalui proses verifikasi. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat terlebih dahulu, dan masalah tersebut dapat berkembang dan diamati setelah penelitian saat berada dilapangan.

Aktivitas dalam analisis data dengan *flow model* diatas dapat ditunjukkan dengan bagan sebagai berikut :

**Gambar 3.1**  
**Flow Model**



## H. Keabsahan Data

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid, maka diperlukan untuk memeriksa keabsahan data. pemeriksaan keabsahan data bisa dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan *membercheck*.<sup>64</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik Triangulasi dalam uji keabsahan data. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzim membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori, dalam hal ini penulis menggunakan Triangulasi sumber dan teori :

1. Triangulasi Sumber adalah teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

<sup>64</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 270.

2. Triangulasi Teori adalah teknik untuk menguji kredibilitas data dengan menggunakan sejumlah perspektif atau teori dalam menafsirkan seperangkat data.

### **I. Tahap – tahap penelitian**

Adapun tahap – tahap dalam penelitian ini di bagi menjadi tiga tahap, yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap penyelesaian :

1. Tahap persiapan : meliputi menyusun rencana penelitian, perizinan ke tempat penelitian, observasi, mengajukan proposal penelitian dan sidang proposal.
2. Tahap pelaksanaan : karena peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, maka peneliti sebagai pengumpul data langsung ikut serta dilapangan dalam penelitian, juga dalam tahap ini peneliti melaksanakan analisis data dan uji keabsahan data.
3. Tahap penyelesaian : dalam tahap ini peneliti sudah melaksanakan rangkaian analisis data dan keabsahan data, maka peneliti menarik kesimpulan dari fenomena lapangan dan dikorelasikan dengan teori yang telah diambil oleh peneliti, kemudian memaparkan pada tulisan karya ilmiah berdasarkan buku panduan yang telah disepakati oleh Institut Agama Islam Darussalam.

## BAB IV

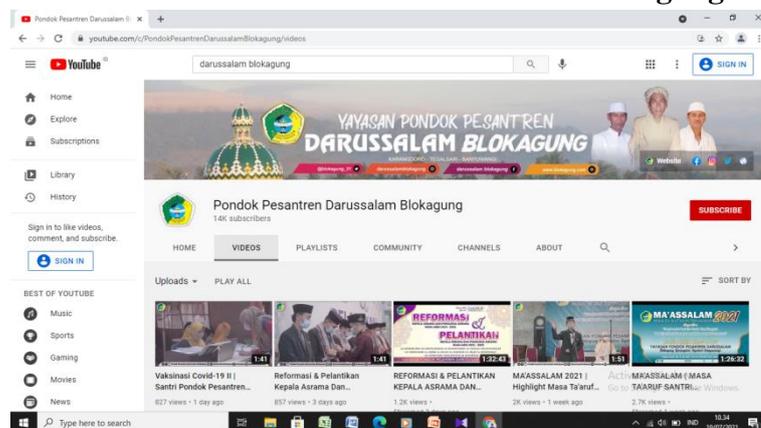
### PAPARAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Umum YouTube Darussalam Blokagung

##### 1. Sejarah terbentuknya YouTube Darussalam Blokagung

Melihat teknologi media yang mulai berkembang pesat, pondok pesantren Darussalam Blokagung mulai merambah dunia media sosial YouTube pada awal tahun 2013, akun YouTube tersebut didaftarkan oleh sekretaris pondok pesantren Darussalam Blokagung masa abdi 2013/2015 dengan menggunakan alamat email [ponpes.darussalam1951@gmail.com](mailto:ponpes.darussalam1951@gmail.com). Pada awalnya akun YouTube tersebut hanya difungsikan sebagai arsip video acara – acara besar tertentu di pondok pesantren seperti acara Haul dan Imtihan, kemudian seiring dengan berjalannya waktu konten YouTube tersebut mulai mengalami pergeseran fungsi, yakni yang semula hanya sebagai alat untuk arsip video acara, kini sudah beralih fungsi sebagai media informasi seputar kepesantrenan dan sebagai media dakwah.

**Gambar 4.1**  
**Halaman Awal YouTube Darussalam Blokagung**

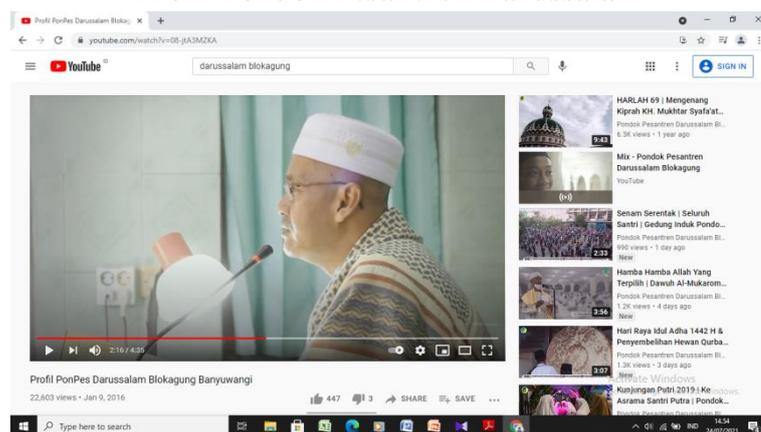


Pada awalnya *channel* akun YouTube tersebut bernama “Pesantren Blokagung” dengan video pertamanya adalah acara Haul dan Imtihan pondok pesantren Darussalam Blokagung tahun 2013, acara tersebut direkam oleh kameramen swadaya yang bekerja sama dengan pondok pesantren karena pada saat itu pesantren belum mempunyai peralatan sendiri.

“waktu pertama kali upload video itu video haul dan imtihan Pondok Darussalam, itupun pake tenaga kameramen swadaya yang mau bekerjasama dengan pondok soalnya belum mempunyai peralatan sendiri seperti kamera besar, tripot dan kabel SDI, videonya model streaming tapi nanti di arsipkan”.<sup>65</sup>

Kemudian disusul konten video profil pondok pesantren Darussalam Blokagung yang diupload tahun 2015 itupun merupakan video hasil swadaya dari instansi media yang ingin membuat profil tentang Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

**Gambar 4.2**  
**Profil Pondok Pesantren Darussalam**



Isi konten videopun terus mengalami perkembangan mulai tahun 2016 – 2017, bukan hanya video acara besar pondok pesantren saja, namun juga video acara seperti diklat, lomba gema takbir, kalam pengasuh, ucapan – ucapan hari besar nasional, *streaming* pengajian kitab kuning, dakwah dan juga informasi –

<sup>65</sup> Wawancara dengan kepala redaktur YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Fahmi Nur Fuad, 17 Juli 2021

informasi terkait seputar kepesantrenan, kemudian ditahun yang sama pula nama akun YouTube tersebut diubah menjadi “Darussalam Blokagung” dengan menggunakan email bisnis baru yang khusus digunakan untuk media sosial Pondok Pesantren Darussalam sedangkan email yang lama dikhususkan untuk penggunaan kepentingan kepesantrenan, perubahan nama akun YouTube tersebut dikarena untuk menyesuaikan dengan nama – nama media sosial milik Pondok Pesantren Darussalam yang lain, seperti nama akun instagram, twitter dan fanspage facebook.

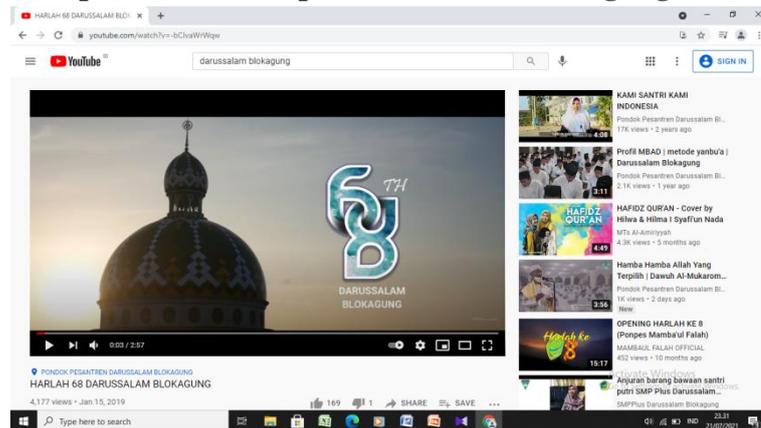
Nama akun YouTube Darussalam Blokagung mulai semakin dikenal masyarakat luas semenjak mengikuti Festival Film Santri di Banyuwangi pada tahun 2018, dari yang semula jumlah suscriber hanya berkisar ratusan saja kini semakin bertambah hingga mencapai ribuan jumlah suscribernya, dengan mengupload 2 judul film yang berbeda yakni “Kami Santri Kami Indonesia” dan “Paham”, Darussalam Blokagung mendapatkan juara kedua untuk judul film “Paham” dan untuk film yang satunya lagi masih belum beruntung dalam meraih juara. Pada saat itupun YouTube Darussalam Blokagung belum mempunyai anggota tim yang tetap, masih mengandalkan orang – orang yang mau berswadaya dengan media YouTube Darussalam Blokagung, isi kontennya pun terkadang masih banyak yang berasal dari swadaya (bukan karya sendiri).

**Gambar 4.3**  
**Film Pendek “Paham !”**



Ditahun 2019 mulailah terbentuk tim MMD (Multimedia Darussalam) yang merupakan tim khusus untuk mengelola YouTube Darussalam Blokagung, termasuk untuk konten YouTube Darussalam Blokagung ini berada dibawah naungan tim MMD. Tim ini terdiri dari beberapa devisi yang memiliki fokusnya masing – masing, dengan berdirinya tim MMD maka konten pada akun YouTube Darussalam pun sudah tidak mengandalkan swadaya lagi, meskipun dalam proses pembuatan konten video masih menggunakan alat seadanya seperti waktu live streaming masih menggunakan kamera handycame dan mengedit video masih menggunakan aplikasi edit di Handphone. Berdirinya tim MMD ini bersamaan dengan hari lahir Pondok Pesantren Darussalam yang ke – 68 pada 15 Januari 2019 dan video pertama yang di upload oleh tim MMD adalah video ucapan harlah Pondok Pesantren Darussalam yang ke – 68.

**Gambar 4.4**  
**Ucapan Harlah Ponpes Darussalam Blokagung ke 86**



Ketika peristiwa kluster pesantren virus covid-19 menyerang di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung pada Agustus 2020, MMD merupakan tim yang ikut serta berperan aktif dalam penyebaran informasi terkait keadaan terkini Pondok Pesantren Darussalam pasca terserang covid-19, terlihat dari konten video pada akhir tahun 2020 sampai awal 2021 banyak mengupload tentang keseharian dan kesehatan santri, dengan bantuan dan kekompakan dari berbagai pihak covid-19 di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung bisa diselesaikan dengan baik. Ditahun 2021 pula lah MMD telah mempunyai peralatan yang memadai untuk melakukan kegiatan terkait pembuatan konten video, seperti Fimob Rigel, kamera Sony NX 100 dan tripot besar untuk live streaming, kamera Sony A6400, kabel SDI, dan perlatan yang lainnya, sehingga untuk saat ini MMD telah bisa membuat konten tanpa swadaya instansi lain.

**Gambar 4.5**  
**Logo MMD (Multimedia Darussalam)**



## 2. Alamat Redaksi YouTube Darussalam Blokagung

Redaksi channel YouTube Darussalam Blokagung beralamat di lantai 3 gedung yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, Jl. PP. Darussalam Blokagung, Desa Karangdoro, Kecamatan Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi. Telpon (WA) : 082232311131.

Info kontak lain bisa diakses diantaranya alamat *email* : ponpes.darussalam1951@gmail.com, fanspage *facebook* : Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, akun *twitter* @Blokagung, akun *Instagram* @Darussalamblokagung dan situs web [www.blokagung.net](http://www.blokagung.net).

## 3. Susunan tim MMD YouTube Darussalam Blokagung

Tim MMD ini memang tidak terstruktur secara resmi, namun tim MMD ini memiliki divisi dan konsentrasi pada bidang masing – masing, diantaranya :<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan informan Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

Pimpinan Redaktur	: Ahmad Fahmi Nur Fuad
MMD Official	: Kholid Asrori
MMD Kreator (Video & Editor)	: Ahmad Qusyairi Ahmad Sudrajad M. Kholil Izzudin Faiq Al Fawas
MMD Narasi	: Ahmad Nur Hafid
MMD Fotografi	: Abu Yazid Bastomi
MMD Musik	: Ilham Khoiru Jaza
MMD Design & Animator 3D	: M. Ghufron
MMD Streaming	: Khotib Ibrahim Dani Farhani Nur Hidayatullah

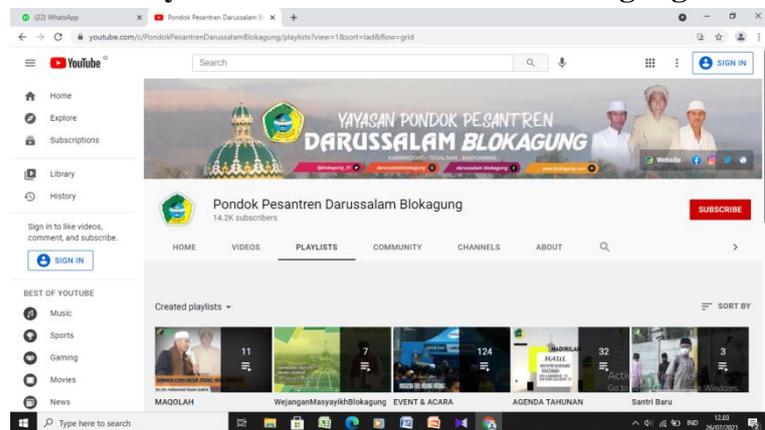
#### 4. Playlist YouTube Darussalam Blokagung

Playlist atau kumpulan video di YouTube bukan hanya berfungsi untuk mengelompokan video berdasarkan kategori tertentu saja, namun pembuatan playlist juga dapat menambah jumlah *viewers* akun YouTube Darussalam Blokagung, adapun playlist YouTube Darussalam Blokagung terdiri dari :

- a. Maqolah
- b. Wejangan Masyayikh
- c. Ivent dan Acara
- d. Agenda Tahunan

- e. Santri Baru
- f. Kegiatan Santri
- g. Kajian Pesantren
- h. Kurikulum
- i. Blokagung Reborn
- j. Sholawat Banjari
- k. Pesantren Tangguh
- l. Lagu Blokagung
- m. Cover Lagu
- n. Short Movie
- o. Film Santri
- p. Guyonan Santri
- q. Profil PP. Darussalam Blokagung

**Gambar 4.6**  
**Playlist YouTube Darussalam Blokagung**



## B. Efektifitas Penggunaan YouTube Sebagai Media Dakwah

Berdasarkan data hasil wawancara dan observasi peneliti mendapatkan hasil temuan bahwasannya penggunaan YouTube sebagai media dakwah dikatakan efektif dikarenakan hal yang telah direncanakan atau pesan (materi dakwah) yang ingin disampaikan oleh *da'i* (Pondok Pesantren Darussalam Blokagung) bisa tersampaikan dengan baik dan diterima baik pula oleh *mad'u* (penonton) melalui media YouTube Darussalam Blokagung. Hal tersebut dilakukan peneliti dengan menggali informasi dengan narasumber yang telah di tetntukan sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Informan Penelitian**

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Alamat
1.	Ahmad Kavın Adzka	20 th	Penanggung Jawab MMD	Blokagung
2.	Ahmad Fahmi Nur F.	26 th	Kepala Redaktur	Blokagung
3.	Ahmad Qusyairi	20 th	Editor YouTube Darussalam Blokagung	Blokagung
4.	Rini Handayani	23 th	Tenaga Pengajar	Songgon
5.	Ilma Nafia	20 th	Mahasiswa	Tegalsari
6.	Roni Trilaksono	23 th	Tenaga Pengajar	Tegaldlimo
7.	Andariatul Afifah	26 th	Wiraswasta	Tamansari
8.	Rehan Nur khoiriyah	19 th	Mahasiswa	Bali
9.	Fathin Qomariyah	23 th	Wiraswasta	Lampung

Sumber penelitian (2021)

Seperti yang telah dipaparkan pada Bab II bahwasannya dalam pengukuran komunikasi yang efektif menurut Stewart, L Tubbs dan Silvia Moss (2000) setidaknya harus bisa menimbulkan 5 hal, yakni adanya pengertian, kesenangan, memengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik, dan tindakan. Berdasarkan narasumber di atas, Hal tersebut dapat dipaparkan dengan beberapa hal seperti berikut :

1. Menimbulkan Pengertian atau Pesan dapat Diterima dan Dipahami

Berkenaan dengan komunikasi yang efektif, setelah melihat konten YouTube Darussalam Blokagung penonton dapat menerima dan memahami dengan maksud daripada isi pesan konten tersebut. Fathin Qomariyah selaku alumni Pondok Pesantren Darussalam Blokagung mengatakan bahwasannya dengan menonton konten YouTube Darussalam Blokagung dapat dapat memperoleh pengetahuan bahwasannya keadaan di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung semakin membaik dan juga konten YouTube Darussalam Blokagung dapat menambah wawasan keilmuan perihal agama.

“kadang isinya ngaji – ngaji gitu, jadi ya menambah wawasan dan pengetahuan agaman pastinya, tapi kadang juga menampilkan kegiatan santri – santri saat ini, nah itu memberikan informasi juga bahwasannya keadaan di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung sana baik – baik saja”<sup>67</sup>.

Sama halnya dengan Fathin Qomariyah, Ilma Nafia juga mendapatkan pemahaman setelah menonton YouTube Darussalam Blokagung terkait dengan isi kontennya, ilma juga menambahkan ia dapat mengetahui

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan informan Fathin Qomariah, 17 Juli 2021

tentang perkembangan dan kondisi Pondok Pesantren Darussalam beserta santri – santrinya.

“banyak pengetahuan yang saya dapat dari menonton YouTube Darussalam Blokagung, contohnya ijazah dari blokagung biar terus bisa mengamalkannya walaupun udah gak dipesantren lagi, atau kegiatan keseharian santri – santri blokagung, jadi kita bisa tau kan bagaimana perkembangan pesantren blokagung itu seperti apa sekarang”.<sup>68</sup>

Andariyatul Afifah juga mengatakan mendapatkan pengetahuan saat mengakses konten YouTube Darussalam Blokagung dan mendapatkan pengingat untuk melakukan amalan – amalan ibadah.

“banyak pengetahuan yang didapat salah satunya bisa menambah ilmu dan mengingatkan kembali untuk melakukan amalan – amalan ibadah dari para Masyayikh”.<sup>69</sup>

YouTube Darussalam Blokagung selain menghadirkan konten tentang kegiatan atau perkembangan pondok pesantren, menurut saudari Rehan setelah menonton konten YouTube Darussalam Blokagung dia mendapatkan banyak tambahan pengetahuan tentang ilmu yang dulu pernah didapatkan sewaktu dipesantren.

“pengetahuan yang saya dapat ya banyak, seperti akhlaqul karimah, akhlaq kepada guru, teman, tentang barokah dan masalah, jadi seperti belajar sewaktu dulu dipesantren”.<sup>70</sup>

## 2. Menimbulkan Kesenangan

Sebuah komunikasi tidaklah melulu tentang memberikan pengertian atau pemahaman semata, akan tetapi juga bisa memberikan ketenangan ataupun kesenangan. Komunikasi seperti ini bisa menjadikan sebuah hubungan menjadi lebih hangat, akrab dan lebih menyenangkan.

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan informan Ilma Nafia, 17 Juli 2021

<sup>69</sup> Wawancara dengan informan Andariyatul Afifah, 16 Juli 2021

<sup>70</sup> Wawancara dengan informan Rehan Nur Khoiriyah, 16 Juli 2021

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya rasa senang terhadap informan setelah menonton konten di YouTube Darussalam Blokagung, menurut penuturan informan, rasa senang mereka lebih banyak mengarah kepada konten yang berbau intertainment atau hiburan, namun ada juga beberapa yang merasa senang jika menonton konten yang berisikan hal – hal tentang keilmuan. Hal tersebut dituturkan oleh Ilma sebagai berikut :

“saya senang sih kalo lihat konten kegiatan santri di YouTube Darussalam Blokagung itu, apalagi yang santri pas kegiatan senam, lucu gitu lihatnya, mereka seneng jadi yang ngelihat juga ikut seneng, apalagi pas konten ivent – ivent besar di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, acara lomba – lomba gitu, menarik banget buat saya”.<sup>71</sup>

Adapun Andariyatul afifah menyatakan bahwa kesenangannya ketika melihat konten YouTube Darussalam Blokagung adalah konten yang berisikan live streaming dan tentang keilmuan.

“ketika live streaming pengajian ahad legi, live ngaji masyayikh, kegiatan besar Pondok Pesantren, prosesi wisuda, karena pas melihat acara live streaming itu kita serasa masih berada dalam lingkup pesantren, jadi kita seperti sedang *flashback* dan seneng bisa mengenang masa – masa pas nyantri”.<sup>72</sup>

Roni Trilaksono dan Rehan mengatkan hal yang sama terkait kesenangan dalam mengankses konten YouTube Darussalam Blokagung, bahwaannya kesenangan yang mereka dapatkan dengan meonton konten YouTube Darussalam Blokagung adalah ketika melereka menonton konten yang berisikan infotainment atau hiburan.

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan informan Ilma Nafia, 17 Juli 2021

<sup>72</sup> Wawancara dengan informan Andariyatul Afifah 16 Juli 2021

“kalau saya sih seneng pas lihat festival sholawatan - sholawatn gitu, suaranya bagus – bagus, apalagi yang melantunkan itu santri blokagung, adem dengernya”.<sup>73</sup>

“senengnya pas saya lihat hiburan santri, seperti sholawatan, gebyar ekstrakurikuler, haftatul imtihan, pokoknya seneng deh, bangga juga”.<sup>74</sup>

### 3. Menimbulkan Pengaruh dan Sikap

Kita sering melakukan komunikasi untuk memengaruhi orang lain atau biasa disebut dengan komunikasi persuasi, hal ini ditandai dengan adanya proses pengaruh pendapat, sikap dan tindakan orang sehingga orang tersebut seperti bertindak atas kehendaknya sendiri.

Menurut hasil wawancara dalam penelitian ini, peneliti cenderung melihat pengaruh yang besar didalam konten YouTube Darussalam Blokagung ini terletak pada konten – konten kalam pengasuh atau wejangan – wejangan Masyayikh Pondok Pesantren. Hal tersebut dituturkan oleh Rini handayani yang mengatakan bahwa :

“kalau wejangan – wejangan pengasuh itu sangat memengaruhi saya dalam kegiatan sehari – hari, misalnya untuk lebih rajin dalam beribadah dan membuat saya semakin senang dalam melakukan hal – hal kebaikan yang sesuai dengan perintah agama”<sup>75</sup>

Sedangkan menurut Roni Trilaksosno, konten wejangan pengasuh itu membuat dia sadar akan keseharusan menjaga akhlaqul karimah baik ketika didalam pesantren maupun diluar pesantren

“kalau saya ya, di video kalam – kalam pengasuh itu membuat saya sadar akan pentingnya akhlaqul karimah atau budi pekerti yang baik, sikap saya terhadap sesama, terhadap yang dibawah saya maupun terhadap yang lebih tua daripada saya”.<sup>76</sup>

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan informan Roni Trilaksono 16 Juli 2021

<sup>74</sup> Wawancara dengan informan Rehan Nur Khoiriyah 16 Juli 2021

<sup>75</sup> Wawancara dengan informan Rini Handayani 16 Juli 2021

<sup>76</sup> Wawancara dengan informan Roni Trilaksosno 16 Juli 2021

Adapun menurut Rehan Nur Khoiriyah setelah melihat konten di YouTube Darussalam Blokagung yang berupa kalam Masyayikh, Rehan merasakan ketentraman dan kedamaian dijiwa karena seperti mendapat siraman rohani dari penuturan Masyayikh secara langsung.

“bahasanya pengasuh itu kan enak didengarkan ya, terus yang namanya dakwah kan siraman rohani, *jadi seperti otomatis iki enek seng ngedem - ngedem ati*”.<sup>77</sup>

Dengan demikian dapat diartikan bahwasannya konten video tentang kalam pengasuh ataupun wejangan masyayikh di YouTube Darussalam Blokagung dapat menimbulkan pengaruh dan sikap terhadap penonton.

#### 4. Hubungan Sosial yang Semakin Baik

Manusia sebagai makhluk sosial sudah pastinya tidak bisa hidup sendiri dan harus hidup berdampingan bersama orang lain, dengan demikian dalam hidup bersama dengan orang lain haruslah memerlukan komunikasi yang baik agar tetap bisa untuk menjaga keberlangsungan hidup sosial tersebut.

Hasil wawancara dengan informan dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan sosial yang baik setelah melihat konten Youtube Darussalam Blokagung. hal tersebut diungkapkan oleh Andariyatul afifah yang mempunyai hubungan emosial lebih dengan Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam walaupun telah menjadi alumni Pondok Pesantren tapi masih sering melakukan silaturahmi dengan para pengasuh.

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan informan Rehan Nur Khoiriyah 16 Juli 2021

“walaupun telah menjadi alumni, saya tetap terus berusaha menjalin silaturahmi dengan Pesantren, misalnya, dengan terus mendukung dan mengikuti media sosial salah satunya seperti channel Youtube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung dan juga sesekali sowan ke *ndalem* para pengasuh ketika dimungkinkan”

## 5. Tindakan

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa setelah informan menonton tayangan yang ada di YouTube Darussalam Blokagung dapat merubah tindakan mereka, baik dalam segi kehidupan sehari – hari maupun dalam segi peningkatan ibadah kepada Allah SWT. Hal ini dituturkan oleh Fathin Qomariyah sebagai berikut :

“Banyak yang saya lakukan setelah melihat konten di YouTube Darussalam Blokagung itu, seperti wirid – wirid, amalan – amalan yang bagus di keseharian itu saya juga terapin di keseharian saya”.<sup>78</sup>

Sedangkan menurut Roni Trilaksono, setelah menonton YouTube Darussalam Blokagung ia mau dan mampu melaksanakan kegiatan yang berkaitan tentang kesunahan – kesunah dalam beribadah

“walaupun belum semuanya isi konten dakwah di YouTube Darussalam itu saya kerjakan, tapi ada lah seperti puasa sunah, terus sholat – sholat sunah itu saya sudah kerjakan”.<sup>79</sup>

Berbeda dengan Ilma Nafia, ia menuturkan setelah menonton konten di YouTube Darussalam Blokagung ia merasakan pencerahan dan mampu untuk melakukan penyelesaian terhadap masalahnya, seperti ketika melihat konten tentang pengajian Masyayikh ia akan melakukan perintah – perintah yang telah dilontarkan Masyayikh dan mendapatkan penyelesaian dari masalahnya

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan informan Fathin Qomariyah 17 Juli 2021

<sup>79</sup> Wawancara dengan informan Roni Trilaksono 16 Juli 2021

“kadang saya juga mnecarai solusi dikonten YouTube Darussalam Blokagung ya seperti ceramah – ceramah itu, masuk itu kehati, saya juga langsung praktik”.<sup>80</sup>

### C. Kelebihan YouTube sebagai Media dalam Berdakwah

Selain pada pengukuran efektifitas pada 5 indikator diatas, YouTube telah dipilih oleh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung untuk menjadi salah satu media yang efektif untuk berdakwah dikarenakan kemudahannya dalam mengaksesnya, jangkauannya yang luas dan telah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut juga dituturkan oleh salah satu informan Fathin Qomariyah sebagai berikut :

“ya bagus, sekarang kan media dakwah itu banyak, jadi kalau Pondok Pesantren Darussalam Blokagung itu tidak memakai YouTube itu bakal ketinggalan zaman juga, lagian kalau di YouTube kan semua orang bisa ngelihat bahkan alumni atau masyarakat luas yang lain ikut menjadai penontonnya, kalo hanya dakwah didalam pondok ya yang tau hanya santri – santrinya saja, yang luar gak tau. Juga kelebihanya kalau memakai YouTube itu semua orang bisa memakainnya, kalau pengen lihat dakwah tinggal ngetik gitu langsung muncul, bisa dengerin juga ngelihat video juga.”<sup>81</sup>

Kemudian hasil wawancara peneliti dengan Ilma Nafia mengemukakan bahwasannya dengan memakai YouTube sebagai media dakwah kita telah membantu untuk menekan konten konten negatif yang beredar di media sosial saat ini dan seharusnya konten – konten tentang keagamaan seperti di YouTube Darussalam Blokagung lebih diperbanyak lagi.

“kita kan harus mengikuti perkembangan zaman ya, kalau bisa malah semua media sosial diisi dengan konten – konten keagamaan seperti di YouTube Darussalam Blokagung, soalnya saat sekarang ini aplikasi – aplikasi media sosial itu sering dijajah dengan konten - konten negatif,

<sup>80</sup> Wawancara dengan informan Ilma Nafia 17 Juli 2021

<sup>81</sup> Wawancara dengan informan Fathin Qomariyah 17 Juli 2021

jadi kita perlu untuk menambahkan konten – konten yang islami (positif). Kalau kelebihannya YouTube kan durasinya lama, bisa buat tontonan dan gak perlu scrol cepet – cepet”<sup>82</sup>.

Sedangkan menurut penuturan Rini Handayani tentang kelebihan YouTube dibandingkan dengan media yang lain dalam penyampaian materi dakwah adalah YouTube bisa diakses tanpa harus mendaftarkan akun terlebih dahulu, bisa diakses oleh semua orang dan memiliki kelebihan di audio visualnya.

“Kalau YouTube kan gak perlu daftar akun – akunan, pokoknya punya aplikasinya langsung bisa nonton YouTube. Kalo yang Instagram kan harus punya akun dulu dan gak semua usia suka main Instagram, juga kalo di Instagram kan gambarnya saja kalo twitter kan tulisan saja, ya enak di YouTube ada suara sama gambarnya. enakan pake YouTube lah pokoknya.”<sup>83</sup>

Sehingga kelebihan – kelebihan yang ada pada YouTube tersebut bisa menjadi salah satu faktor pendukung untuk berdakwah melalui media sosial bagi Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

#### **D. Konten YouTube yang Efektif untuk Berdakwah**

Menurut hasil wawancara pada penelitian ini, penuturan dari beberapa informan menyatakan bahwa bentuk konten dakwah yang diminati oleh informan sangatlah beragam, mulai dari pengajian live streaming ataupun ceramah – ceramah dari para pengasuh, hal ini dituturkan oleh Andariyatul Afifah sebagai berikut :

“pengajian live streaming itu yang paling bagus menurut saya juga ceramah – ceramah, soalnya itu penting banget buat kita apalagi yang

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan informan Ilma Nafia 17 Juli 2021

<sup>83</sup> Wawancara dengan informan Rini Handayani 16 Juli 2021

sudah tidak dipondok atau mungkin yang belum bisa masuk ke pondok, kita membutuhkan hal itu”<sup>84</sup>

Sedangkan menurut penuturan Roni Trilaksono sebagai berikut :

“dakwah yang efektif di YouTube itu ya seperti tausiah ringan gitu aja trus sedikit membawa tawa itu yang lebih masuk”<sup>85</sup>

Sehingga bisa diartikan bahwasannya konten dakwah yang banyak diminati oleh penonton bisa berupa ceramah atau tausiah yang ringan serta di selingin dengan humor.

Adapun untuk mendapatkan konten video yang menarik banyak penonton diperlukan beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti yang telah dituturkan oleh Ahmad Qusyairi editor YouTube Darussalam Blokagung menyatakan bahwa agar sebuah konten video memiliki peminat penonton yang banyak bisa dilakukan dengan hal – hal berikut :

#### 1. Pemilihan cover timeline (*thumbnail*)

Menurut Ahmad Qusyairi, sebelum penonton melihat isi video yang di *channel* YouTube pasti akan melihat covernya terlebih dahulu, cover yang disebut disini adalah *thumbnail*, yakni gambar yang pertama kali muncul dilayar video pilihan yang akan ditonton sebelum mengkliknya, jadi pemilihan thumbnail ini adalah hal yang penting dan sangat perlu diperhatikan.

“penonton itu pasti melihat video dari covernya dulu, kalo covernya menarik videonya akan di klik dan dilihat, nah pemilihan cover ini biasanya diambil dari salah satu frame didalam video, semisal video tentang kedatangan santri baru, itu yang saya ambil untuk menjadi cover timelinenya adalah gambar anak kecil santri baru yang sedang membawa tas dan digandeng dengan orangtuanya, atau sewaktu

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan informan Andariyatul Afifah 16 Juli 2021

<sup>85</sup> Wawancara dengan informan Roni Trilaksono 16 Juli 2021

wejangan dari pengasuh, makan cover yang saya pilih adalah gambar Masyayikh yang sedang mengaji atau sedang memberikan kalam. Cover ini bisa dari screnshoot atau dari design grafis yang didesign khusus oleh tim designer”<sup>86</sup>

## 2. Judul yang menarik

Setelah pemilihan cover yang menarik, tingkat kedua untuk mendapatkan jumlah penonton yang banyak dalam sebuah konten video adalah pemilihan judul video yang menarik, namun judul video ini harus selaras dengan isi konten video tersebut dan tidak mengandung unsur kontradiktif.

“biasanya kan kalau di YouTube – YouTube lain banyak mbak, judulnya apa isinya apa, nah itu yang membuat penonton merasa kecewa, harusnya pemilihan judul itu harus sesuai dengan isi video tersebut. Pemilihan judul ini memang sangat penting karena terkait isi video, pemilihan kata yang tepat agar penonton merasa tertarik dan penasaran untuk melihat video tersebut.”<sup>87</sup>

## 3. Kestabilan Video

Untuk membuat penonton nyaman dengan tayangan video di channel YouTube Darussalam Blokagung, Ahmad Qusyairi menyatakan bahwasannya kestabilan video merupakan hal yang ia utamakan.

“kalau videonya banyak goyang – goyang, jadi gak enak dilihat, bikin gak nyaman mata, bikin pusing mbak, jadi sebisa mungkin di edit pake stabilizer, juga pas ngambil video diusahakan jangan terlalu banyak goyang agar bisa di beri stabilizer di aplikasi edit video”<sup>88</sup>

## 4. Color grading

Color grading disini adalah editing warna dalam video, jika editing warna didalam video bagus maka akan banyak menarik minat para penonton.

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

<sup>87</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

<sup>88</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

“ada kalanya color grading itu tinggal nambah sedikit – sedikit dari warna asli video, tapi adakalanya yang warnain sendiri, jadi pas ngambil video itu dibuat warna flat, nanti pas ngedit baru dikasih warna sendiri, itu biasanya saya lakukan soalnya saya kurang puas dengan pengambilan warna dari kamera”<sup>89</sup>

##### 5. Pemilihan musik yang sesuai dengan tema video

Pemilihan musik ini biasa disebut dengan *background*, setiap video pasti diberi *background* agar penonton lebih merasa hidup selama menonton video di YouTube Darussalam Blokagung. Dalam pemilihan *background* ini bisa dengan memakai musik *Copyright* ataupun dengan memakai musik editing sendiri.

“biasanya kalau cuma video – video cinematic biasah saya pake musik copyright, tapi kalau acara – acara besar tertentu baru memakai musik editan sendiri, tapi kalau musik editan sendiri itu lama jadi butuh persiapan yang lama.”<sup>90</sup>

Dengan demikian konten YouTube Darussalam bisa mendapatkan banyak minat penonton dengan menerapkan hal – hal yang telah diungkapkan di atas, sehingga proses pemberian materi dakwah lewat media YouTube bisa berjalan secara efektif dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan oleh mad'u.

#### **E. Hambatan – Hambatan Berdakwah Melalui Media YouTube**

Dalam ilmu komunikasi segala hal yang menghalangi kelancaran dalam berkomunikasi disebut dengan gangguan atau hambatan (*noise*),<sup>91</sup> Adapun gangguan ini bisa berasal dari pihak komunikator, komunikan maupun media. Tentunya dalam pemakaian YouTube sebagai media dakwah memiliki hambatan - hambatan seperti koneksi jaringan yang tidak stabil, kurangnya

<sup>89</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

<sup>90</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

<sup>91</sup> Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi* (Yogyakarta : Media Pressindo, 2006), 9.

konsistensi dari para tim dalam mengunggah konten di YouTube juga koordinasi yang kurang diatasa sesama tim.

#### 1. Jaringan yang kadang tidak stabil

Salah satu kendala dalam mengunggah video di YouTube adalah jaringan yang kurang stabil, karena saat pengunggahan video dibutuhkan koneksi yang sangat cepat, juga ketika sedang melaksanakan acara live streaming, koneksi internet yang cepat sangatlah harus diperhatikan, hal tersebut seperti yang dikatakan Ahmad Qusyairi sebagai berikut :

“kalau sewaktu upload video di YouTube dan koneksinya lemot itu mengganggu banget, jadi butuh koneksi yang cepat, apalagi pas live streaming, bisa macet – macet kalo koneksinya tidak lancar”<sup>92</sup>

#### 2. Kurangnya Konsistensi dalam mengupload konten

Dalam setiap konten yang diupload di YouTube Darussalam Blokagung memiliki jadwal tersendiri dan telah disusun sedemikian rupa agar konten YouTube Darussalam tetap eksis di dunia maya dalam mengisi konten perihal menyeru kedalam hal kebaikan, akan tetapi kurangnya konsisten dari tim dalam mencari atau mengupload konten di YouTube Darussalam Blokagung menjadikan hambatan bagi redaksi agar bisa tetap eksis di media sosial, hal tersebut disampaikan oleh Qusyairi sebagai berikut :

“sebenarnya jadwal untuk konten itu sudah ada, konten ini setiap apa, konten ini setiap apa, tapi ya dari kita (tim) belum konsisten dengan jadwal itu, jadi masih jarang – jarang, ada yang waktunya upload tapi belum selesai *dateline*, malahan ada yang belum cari bahan, jadi konsistennya kurang”<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

<sup>93</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

3. Jarak antara kantor dengan domisili tim redaksi yang jauh

Kantor redaksi YouTube Darussalam Blokagung yang berada diluar kawasan dalam Pondok Pesantren menjadikan proses untuk melakukan pengolahan konten video menjadi sedikit terhambat, karena kebanyakan domisili tim berada didalam pesantren maka ketika keluar kawasan Pondok Pesantren harus melewati jadwal jaga buka tutup gerbang sehingga tidak bisa memaksimalkan dalam proses pembuatan konten di kantor redaksi.

“yang membuat malas ya kalau harus ada jam keluar masuk gerbang, soalnya kantornya kan ada diluar kawasan pesantren, jadi ya kurang maksimal pas proses pengolahan kontennya”.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> Wawancara dengan editor YouTube Darussalam Blokagung Ahmad Qusyairi 18 Juli 2021

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan teori, pemaparan data dan hasil penelitian ditemukan bahwa penggunaan YouTube sebagai media dakwah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung dinilai sudah efektif karena media portal berbagi video ini banyak diminati masyarakat umum karena mudahnya dalam penggunaan dan jangkauannya yang luas. Dibandingkan dengan media sosial yang lain jika hanya melihat gambar saja tanpa ada suara maka akan menimbulkan banyak persepsi, juga ketika hanya membaca kemudian merasa kesulitan untuk membayangkannya maka masyarakat akan mencari hal yang dinginkannya melalui internet, yakni akan mencari media audio visual seperti YouTube.

Terlepas dari banyaknya kemudahan dalam penggunaan YouTube sebagai media dakwah, konten atau materi dakwah yang dikemas dan diunggah di YouTube Darussalam Blokagung merupakan salah satu konten yang bisa menekan konten - konten negatif di media sosial saat ini, sehingga akan ada baiknya ketika konten dakwah seperti di YouTube Darussalam Blokagung ini lebih diperbanyak.

Temuan dalam penelitian ini menyatakan bahwa adanya 5 hal yang ditimbulkan oleh informan setelah menonton konten dakwah di YouTube Darussalam Blokagung merupakan indikator efektifitas dalam berkomunikasi, maka secara tidak langsung pesan – pesan yang telah direncanakan oleh da'i bisa tersampaikan kepada sasaran dakwah (mad'u) dengan tepat. 5 hal tersebut adalah

adanya pengertian atau pesan dapat dipahami, kesenangan, pengaruh dan sikap, hubungan sosial yang semakin membaik dan adanya tindakan.

1. Menimbulkan pengertian

Hal yang membuktikan bahwa penggunaan YouTube sebagai media dakwah yang efektif bagi Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang pertama adalah adanya pemahaman materi dakwah yang ada didalam konten YouTube Darussalam Blokagung bisa dimengerti oleh para informan yang mengakses YouTube Darussalam Blokagung, hal tersebut membuktikan bahwa apa yang diterima oleh ma'du adalah sejalan dengan apa yang dimaksudkan oleh da'i.

2. Menimbulkan kesenangan

Selain pengertian, dakwah menggunakan media YouTube bagi Pondok Pesantren Darussalam Blokagung dinilai efektif karena bisa membangun rasa senang diantara para penonton (*mad'u*). Hal tersebut terbukti ketika para informan berhasil mendapatkan rasa senang karena terhibur dan bahagia karena bisa mengenang kembali masa – masa ketika masih di Pesantren.

3. Menimbulkan pengaruh dan sikap

Berdakwah melalui media YouTube Darussalam Blokagung telah dianggap efektif karena menimbulkan pengaruh dan sikap pada pengguna. Terbukti pada hasil wawancara kepada informan yang menyatakan bahwa konten wejangan masyayikh dapat memengaruhi informan dalam kegiatan sehari – hari dan dapat menerapkan sikap akhlaqul karimah terhadap sesama, yang lebih kecil maupun yang lebih tua.

#### 4. Adanya hubungan sosial yang baik

Dengan menonton Youtube Darussalam Blokagung, informan yang sekaligus alumni tersebut telah turut serta dalam mendukung media sosial Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, informan juga semakin merasakan kedekatan emosional karena dapat terus mengikuti perkembangan Pondok Pesantren Darussalam yang kemudian diwujudkan dengan bentuk sowan ke *ndalem* pengasuh agar terus terhubung dengan Pondok Pesantren.

#### 5. Tindakan

Menimbulkan tindakan nyata memang merupakan indikator efektifitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tindakan, haruslah terlebih dahulu berhasil menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap atau menumbuhkan hubungan yang baik. Tindakan adalah hasil komulatif seluruh proses komunikasi.<sup>95</sup>

Dengan adanya tindakan yang dilakukan oleh para informan setelah mengkases konten dakwah di YouTube Darussalam Blokagung maka penggunaan YouTube dalam berdakwah bisa dinilai efektif, terbukti dengan adanya informan yang melakukan berbagai macam wirid, amalan dan perintah yang diterangkan dalam video dakwah YouTube Darussalam Blokagung.

Setelah penggunaan YouTube sebagai media dakwah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang telah dinilai efektif, kemudian ada beberapa jenis konten dakwah yang banyak diminati oleh para informan

---

<sup>95</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1985) 16

selaku pengakses YouTube Darussalam Blokagung, yakni konten dakwah yang berupa pengajian live streaming, tausiah atau ceramah ringan yang diiringi dengan sedikit canda agar bisa mengundang tawa.

Adapun beberapa hambatan dalam penggunaan YouTube sebagai media dakwah bagi Pondok Pesantren Darussalam Blokagung adalah adanya koneksi internet yang kurang stabil sehingga membuat proses upload video maupun live streaming menjadi sedikit terkendala, kemudian kurangnya konsistensi pada tim redaksi dalam membuat konten sesuai jadwal yang telah ditentukan dan adanya jarak yang jauh antara kantor redaksi dengan domisili tim redaksi, sehingga membuat proses pembuatan konten juga mengalami sedikit kendala.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari penelitian skripsi yang berjudul “Efektifitas Penggunaan YouTube Sebagai Media Dakwah (Studi pada Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)” ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Penggunaan YouTube sebagai media dakwah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung telah dinilai efektif dikarenakan telah menimbulkan 5 hal yakni : a) mad'u mampu memahami pesan yang disampaikan oleh da'i melalui media YouTube. b) penonton merasa senang dengan konten yang ditampilkan pada akun YouTube Darussalam Blokagung. c) adanya perubahan sikap dan perilaku mad'u setelah menonton konten Youtube Darussalam Blokagung d) memperkuat hubungan emosional penonton dengan pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.
2. Konten yang dinilai efektif untuk berdakwah menurut penonton (*mad'u*) adalah konten dakwah yang berupa ceramah ataupun tausiah ringan yang diiringi dengan sedikit *guyonan* atau hal yang lucu.
3. Adapun hambatan yang dialami oleh tim redaksi dalam melakukan dakwah melalui media YouTube adalah jaringan yang kurang stabil ketika melakukan upload video juga ketika sedang membuat live streaming acara tertentu, kurang konsistennya tim redaksi dalam

memproduksi konten dakwah yang telah dijadwalkan dan jarak antara kantor redaksi dengan domisili tim redaksi yang jauh.

## **B. Saran – saran**

Dengan adanya penelitian yang telah peneliti lakukan dan telah tertuangkan pada bab – bab sebelumnya, maka peneliti ingin memeberikan saran atau masukan, sehingga masukan yang peneliti tulis bisa tersampaikan dan akan memberi manfaat, baik kepada penonton YouTube Darussalam Blokagung maupun piha redaktur YouTube Darussalam Blokagung. Serikut saran maupun masukan :

1. Diharapkan kepada pihak redaksi YouTube Darussalam Blokagung agar tetap bisa menjaga konsistensi untuk terus memberikan konten dakwah melalui YouTube yang diharapkan oleh banyak masyarakat luas, sehingga Pondok Pesantren Darussalam akan tetap bisa eksis berdakwah di era digital ini.
2. Bagi penonton channel YouTube Darussalam Blokagung diharapkan agar terus *continue* dalam mengikuti perkembangan konten YouTube Darussalam Blokagung dikarenakan kontennya yang sarat akan keilmuan dan manfaat yang banyak.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anggito, Albi dan Setiawa, Johan. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arief, Barda Nawawi. 2003. *Kapita Selekta Hukum Pidana*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persaja.
- Drajat, Zakiah. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- El Ishaq, Ropingi. 2016. *Pengantar Ilmu Dakwah, Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*. Malang: Madani.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Pratik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fakhruroji, Moh. 2019. *Dakwah di Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Handyaningrat, Soewarno. 1994. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Haji Masaguna.
- Hasjmy, A. 1974. *Dustur Dakwah Menurut Al- Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Hidayat. 1986. *Teori Efektifitas Dalam Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Ismail, A. Ilyas dan Hotman, Prio. 2011. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kindarto, Asdani. 2008. *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT Elexmedia Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMO YKPN.
- Mc Quail, Denis. 2011. *Teori Komuikai Massa*. Jakarta: alema Humaika.
- Media, Laksamana. 2009. *YouTube dan Google Video, Membuat, Mengedit dan Upload Video*. Jakarta: MediaKom.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja

Rosdakarya.

- Muhtadi, Asep Saeful. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Munir, Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencaa Prenada Media Group
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Kounikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial diEra Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Richard, M Steers. 1985. *Efektifitas Organisasi Kaidah Perilaku*, Alih Bahasa Magdalena. Jakarta: Erlangga.
- Ridzuan. 2009. *Memahami Etika Dakwah Lintas Budaya*. Salatiga: IAIN Salatiga Press, 2009.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi Mixed Method*. Bandung Alfa Beta.
- Suparta, Munzier. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yokyakarta : Media Pressindo.
- Syamsul, Asep dan Romli, M. 2014. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Thoha Yahya. 2004. *Islam dan Dakwah*. Jakarta: Zakia Islami Press.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yafie, Ali. 1997. *Teologi Sosial Telaah Kritis Persoalan Agama dan Kemanusiaan*. Yogyakarta: KLPSM.

Yunus, Mahmud. 1990. *Kamus Bahasa Arab Indonesia*. Jakarta: Hidakarya.

Zuhdi, Ahmad. 2016. *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*. Bandung: Alfabeta.

Online :

Akun YouTube Darussalam Blokagung.

<https://www.YouTube.com/channel/UCXFQerdRIAutOtPPhtFrNDg>

IrzumFarihah. 2013. Media Dakwah Pop. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*,

(online), Vol. 1, No. 2,

(<https://www.academia.edu/download/56502896/432-1803-1-PB.pdf>,

diakses 1 April 2021)

Misi YouTube <https://www.YouTube.com/intl/id/about/>

Media dan Lama Media Baru

<https://sites.google.com/site/kmnnewmedia/student-of-the-month/medialamavsmediabaru>

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Fatma Izzatun Nafi'ah

NIM : 16121110003

Program : Gelar Sarjana Sosial (S. Sos.)

Institusi : Sarjana IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi

Dengan sungguh – sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 31 Juli 2021

Saya yang Menyatakan,



Fatma Izzatun Nafi'ah

NIM : 16121110003



**INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM**  
**IAIDA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM**  
**TERAKREDITASI**  
**BLOKAGUNG - BANYUWANGI**

Alamat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085258405333, Website: www.iaida.ac.id, E-mail: laidablokagung@gmail.com

Nomor : 31.5/ 76.46 /IAIDA/FDKI/C.3/ VI/2021  
Lamp. : -  
Hal : **PENGANTAR PENELITIAN**

Kepada Yang Terhormat:  
**Ketua Tim Redaksi Akun Youtube**  
**Pondok Pesantren Darussalam Blokagung**  
di –  
tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : FATMA IZZATUN NAFFAH  
NIM /NIMKO : 16121110003 /2016.4.071.0411.1.000315  
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat : Tegalsari, Tegalsari, Banyuwangi.  
HP : 082139271241  
Dosen Pembimbing : Abdi Fauji Hadiono, M.H., M.Sos.

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga/instansi yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi.  
Adapun judul penelitiannya adalah:

**“Efektifitas Penggunaan Youtube Sebagai Media Dakwah ( Studi Kasus Akun Youtube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi) ”**

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Blokagung, 11 Juli 2021  
Dekan,



**Agus Bahaqi, S.Ag., M.I.Kom**  
NIPY. 3150128107201



مؤسسة البغدادي (السلوة) للدراسات  
**KABID KOMUNIKASI DAN PUBLIKASI**  
**YAYASAN PONDOK PESANTREN DARUSSALAM**

MENTERI HUKUM DAN HAM RI NO : AHU- 4237.AH.01.04. Tahun 2010

website : [www.blokagung.net](http://www.blokagung.net) e-mail : [ponpes.darussalam@yahoo.com](mailto:ponpes.darussalam@yahoo.com)

UNIT PENDIDIKAN : PESANTREN PUTRA PUTRI, TAHFIDZ, MADRASAH DINIYAH, MUADALAH, PESANTREN KANAK-KANAK, TPQ, PAUD, TK, SD, Ibtis, SMP, SMA, SMK, MA, IAIN, AKD DAN MA'HAD ALY

Alamat : Blokagung 02/IV, Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur 68485 Telp. (0333) 845972, Fax. (0333) 847124 HP. 0852 8899 1951, 0856 0086 1951

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 31.78/05/KOMPUB/MMD/VII/2021

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : AHMAD KAVIN ADZKA  
Jabatan : Penanggung Jawab Team Multimedia  
Pondok Pesantren Darussalam Blokagung

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa, saudara yang namanya tercantum dibawah ini benar-benar telah melaksanakan penelitian di Multimedia Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, sebagai tugas akhir untuk penyusunan skripsi dengan judul "*Efektifitas Penggunaan Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun Youtube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi*" :

Nama : FATMA IZZATUN NAFI'AH  
TTL : Banyuwangi, 05 Desember 1998  
NIM / NIMKO : 16121110003/ 2016.4.071.0411.1.000315  
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI)  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)  
Alamat : Dusun Krajan I RT 010 RW 002 Desa Tegalsari Kec. Tegalsari  
Kab. Banyuwangi

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.  
Blokagung, 28 Juli 2021

Penanggung Jawab Team Multimedia  
Pondok Pesantren Darussalam Blokagung

AHMAD KAVIN ADZKA



## DOKUMENTASI



Wawancara dengan kepala redaktur YouTube Darussalam Blokagung



Wawancara dengan Editor YouTube Darussalam

## **Pedoman Wawancara dengan Penonton Youtube Darussalam Blokagung**

Nama :  
Umur :  
Alamat :  
No. Hp :

1. Bagaimana tanggapan anda mengenai hadirnya YouTube khususnya channel Darussalam Blokagung ?
2. Pengetahuan apa yang didapat dengan menonton tayangan di YouTube Darussalam Blokagung ?
3. Kenapa memilih untuk menonton konten di Youtube Darussalam Blokagung?
4. Konten jenis apa yang menarik dan yang anda sering tonton di Youtube Darussalam Blokagung ?
5. Apakah anda menemukan hiburan di YouTube Darussalam Blokagung? Hiburan apa yang anda temukan?
6. Bagaimana tanggapan anda mengenai dakwah yang ada di YouTube Darussalam Blokagung ?
7. Setelah menonton konten dakwah di YouTube Darussalam Blokagung apakah menentukan (merubah) perilaku anda, bisa diberikan contohnya?
8. Kelebihan apa yang ada di YouTube dibanding dengan media lain dalam berdakwah?
9. Apakah mengakses konten dakwah di YouTube Darussalam Blokagung dapat terpisah dari permasalahan anda? Jika iya/ tidak apa alasannya?
10. Apakah anda memperoleh kenikmatan jiwa setelah menonton konten dakwah yang ada di YouTube Darussalam Blokagung? Alasannya?
11. Menurut anda efektifkah Darussalam Blokagung dalam menggunakan YouTube sebagai media dakwah? Alasannya ?
12. Menurut anda, konten dakwah seperti apakah yang banyak diminati ?

## **Pedoman Wawancara dengan redaktur YouTube Darussalam Blokagung**

Nama :  
Umur :  
Alamat :  
No. Hp :

1. Bagaimana sejarah terbentuknya YouTube Darussalam ?
2. Dimanakah alamat redaksi YouTube Darussalam berada ?
3. Bagaimanakah struktur redaksi YouTube Darussalam?
4. Konten apa saja yang biasanya diupload dalam YouTube Darussalam?
5. Menurut anda apa kelebihan YouTube dibanding media lain dalam penyampaian materi dakwah ?
6. Bagaimana membuat penonton agar tertarik melihat konten (dakwah) yang dibagikan di YouTube ?
7. Apa saja hambatan - hambatan yang dirasakan selama membuat konten dakwah YouTube Darussalam ?

## RIWAYAT HIDUP



Fatma Izzatun Nafi'ah dilahirkan di Banyuwangi pada tanggal 05 Desember 1998, anak keempat dari empat bersaudara pasangan Bapak Nur Kholis Roji dan Ibu Siti Zulaikah. Alamat Dusun Krajan 1, RT10/RWII, Tegalsari, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur. Hp. 082139271241, email [fatma5izza@gmail.com](mailto:fatma5izza@gmail.com).

Pendidikan dasarnya telah ditempuh di MI Mifathul Hidayah Tegalsari dan lulus pada tahun 2010, kemudian ia melanjutkan jenjang sekolah menengah pertamanya di Mts Negri Genteng tamat pada tahun 2013 dan melanjutkan jenjang sekolah menengah atasnya di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yakni di MA Al – Amiriyyah Blokagung tamat pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan studi di Institut Agama Islam Darussalam dengan mengambil Progam studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama di Pondok Pesantren ia juga sekolah di Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah mulai jenjang ula – ‘ulya dan lulus pada tahun 2020, sebagai mahasiswa ia juga aktif dalam kegiatan kemahasiswaan baik ekstra kampus seperti PMII maupun intra kampus seperti DEMA Fakultas, DEMA-I dan Senat Mahasiswa.