

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi terus-menerus menjauhkan masyarakat dari kehidupan spiritual. Umat Islam yang sadar akan isu-isu kemanusiaan dan mempunyai kewajiban untuk mengatasinya dengan tindakan taktis yang berlandaskan ajaran Al-Quran, sangat mungkin untuk mengatasi isu-isu terkait globalisasi kontemporer dengan jawaban yang positif, sesuai, dan aman.

Seiring berjalannya waktu, internet pun mengalami perubahan. Informasi dapat disebarluaskan melalui berbagai situs dan aplikasi yang tersedia saat ini. Mengingat mayoritas individu di dunia saat ini sudah paham komputer dan hampir semua orang menggunakan internet untuk berbagai aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, dakwah melalui internet akan menjadi media yang sangat sukses di zaman modern ini.

Kajian tentang dakwah memiliki nilai penting dalam konteks masyarakat Muslim, terutama dalam memahami bagaimana pesan-pesan agama disampaikan dan diterima oleh khalayak. Kegiatan dakwah, terdapat tiga komponen penting, yaitu pelaku dakwah, pesan dakwah, dan sasaran dakwah. Pelaku dakwah atau yang juga dikenal sebagai da'i adalah orang yang melakukan dakwah. Dalam ilmu komunikasi, pelaku dakwah disebut sebagai komunikator yang bertugas menyampaikan komunikasi kepada orang lain.

Proses komunikasi juga termasuk dalam dakwah, namun tidak seluruhnya. Dakwah merupakan sarana komunikasi karena bersifat persuasif dan berisi seruan

agar masyarakat bertindak sesuai dengan keyakinan agama. Para pengkhotbah harus mampu menyesuaikan diri dengan media dengan menggunakannya sendiri, karena dakwah dapat dilakukan di mana saja, kapan saja, dan melalui sarana apa pun, termasuk media sosial.

Salah satu aspek dakwah yang berpengaruh signifikan terhadap efektivitasnya adalah media sosial. Para mubaligh memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan dakwahnya kepada khalayak sasaran. Dakwah berkembang dengan laju yang semakin meningkat seiring dengan perubahan zaman.

Salah satunya, dalam hal media sosial. Internet telah terbukti menjadi platform dakwah yang paling sukses dan efisien di zaman teknologi maju ini. Internet, yang memiliki puluhan juta bahkan mungkin ratusan juta pengguna, telah menciptakan budaya baru dan kini dihargai di banyak negara. Khususnya di Indonesia, jumlah orang yang menggunakan internet masih terus meningkat.

Fasilitas merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia modern untuk memudahkan cara dalam berdakwah. Generasi muda saat ini juga lebih menekankan pada teknologi, sehingga secara bertahap mereka mengadopsi gaya hidup yang lebih praktis.

Upaya harus dilakukan untuk menyebarkan ajaran Islam (dakwah) secara efektif yakni memanfaatkan keuntungan dari kehidupan modern. Hal ini agar khalayak yang dituju dapat menerima dakwah dengan baik maka harus ada rencana. Pada dunia dakwah salah satu cara untuk memastikan dakwah kita diterima oleh mad'u (orang yang mendengarkan) adalah dengan menyampaikan pesan dakwah secara baru dan berbeda dibandingkan dengan pendakwah lainnya. Salah satu cara

yang dapat digunakan adalah melalui media YouTube. Menggunakan media ini, mad'u dapat mendapatkan ilmu melalui tayangan visual dan audio. Hal ini akan membuat mereka lebih tertarik untuk mendengarkan ceramah yang disampaikan, terutama oleh para remaja.

Pada era digital seperti sekarang ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran agama Islam. Salah satu platform yang sangat populer digunakan adalah YouTube. Platform ini telah menjadi saluran komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas (Purwanto, dkk.2017: 94).

Dakwah media online lebih efektif dan efisien. Melalui media online, dakwah akan mampu menyebar dengan cepat ke seluruh penjuru dunia dalam waktu yang sangat singkat. Di zaman sekarang, terdapat banyak pendakwah yang memodifikasi metode dakwah mereka dan menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Salah satu contohnya adalah KH Fakhruddin Al-Bantani, seorang da'i Indonesia yang menggunakan Channel YouTube sebagai media dalam berdakwah.

Pada konteks ini media YouTube terutama dalam bentuk video, semakin banyak digunakan dalam proses dakwah Islam. Video dakwah memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan yang lebih menarik dan dapat mempengaruhi emosi dan persepsi jamaah. Video-video dakwah juga memiliki potensi untuk menjadi viral dan mendapatkan penonton yang banyak, sehingga dapat mencapai target jamaah yang berbeda secara efektif.

Salah satu figur yang dikenal dalam dakwah Islam melalui media sosial YouTube yaitu KH Fakhruddin Al-Bantani. KH Fakhruddin Al-Bantani adalah seorang pembicara dan dai yang aktif dalam membuat konten dakwah di YouTube. Konten-konten yang diunggah oleh KH Fakhruddin Al-Bantani mencakup berbagai tema dan topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari umat Muslim.

Pada zaman sekarang, banyak sekali para pendakwah yang memodifikasi metode dakwahnya dan menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Ustadz Hanan Attaki misalnya, dia salah satu da'i Indonesia yang menggunakan Channel YouTube sebagai dalam berdakwah. Banyak sekali para pendakwah di era digital ini yang telah memiliki nama yang besar dan pengikut yang sudah berjuta-juta dan sudah banyak di kenal oleh kalangan masyarakat seperti ustadz adi hidayat, ustadz hanan attaki, ustadz abdul somad, dan masih banyak lagi.

Peneliti tertarik dengan salah satu pendakwah yang ada dikalangan masyarakat selain pada yang sudah disebutkan sebelumnya. Tetapi, masih perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami strategi komunikasi dalam dakwah Islam melalui YouTube, terutama dalam kaitannya dengan konten dakwah video KH Fakhruddin Al-Bantani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sudut pandang jamaah, metode komunikasi yang digunakan, serta pemahaman karakteristik jamaah terhadap konten dakwah tersebut.

KH Fakhruddin Al-Bantani adalah seorang ulama dan intelektual muslim yang telah memberikan kontribusi dalam pengembangan pemikiran Islam di masyarakat sekitar. Beliau juga mendirikan pondok pesantren Ghautsulibaad yang merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam di Indonesia. Konteks dalam konten KH

Fakhruddin Al-Bantani lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari yang melekat pada jamaah sebagai fondasi hidup beragama. Selain itu KH Fakhruddin Al-Bantani lebih mudah diakses dan ditemui dibandingkan dengan beberapa dai lain yang aktif berdakwah di media sosial.

Dapat dibuktikan dengan popularitas akun dakwah KH Fakhruddin Al-Bantani yang memiliki banyak subscriber di platform YouTube. Tentunya, ini menunjukkan adanya strategi yang digunakan oleh KH Fakhruddin Al-Bantani dalam menyampaikan pesan dakwah di media tersebut. Peneliti berusaha melihat strategi yang digunakan KH Fakhruddin Al-Bantani, baik dalam cara penyampaian pesan dakwah maupun media yang digunakan. Hal ini menarik bagi penulis untuk mengkaji lebih dalam strategi KH Fakhruddin Al-Bantani dalam menyampaikan pesan dakwah melalui YouTube.

Dakwah KH Fakhruddin Al-Bantani juga memiliki strategi agar pesan dakwah yang disampaikan menginspirasi masyarakat untuk melakukan kebaikan setelah mendengarkan dakwah dari KH Fakhruddin Al-Bantani. Strategi ini merupakan langkah-langkah yang direncanakan terlebih dahulu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada dasarnya, strategi adalah perencanaan dan manajemen yang bertujuan mencapai tujuan. Namun, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, tetapi juga harus mampu menunjukkan taktik operasional yang diperlukan.

Pada konteks ini, strategi yang dimaksud adalah pendekatan yang digunakan oleh KH Fakhruddin Al-Bantani, seorang tokoh agama, dalam menyampaikan pesan dakwah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya video yang ia bagikan melalui

platform media sosial YouTube. Pada berbagai kegiatan dakwah, KH Fakhruddin Al-Bantani menunjukkan respon yang sangat baik di tengah kondisi yang ada.

Oleh karena itu, peneliti tertarik membuat penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah KH Fakhruddin Al-Bantani Di Media YouTube”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi komunikasi dalam media sosial melalui YouTube, pada konten dakwah video KH Fakhruddin Al-Bantani. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang jenis-jenis strategi yang digunakan dalam dakwah Islam melalui YouTube, serta dampaknya terhadap efektivitas dakwah (Prasetya, 2021:5).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah :

1. Bagaimana KH Fakhruddin Al-Bantani memahami sudut pandang jamaah dalam berdakwah?
2. Bagaimana KH Fakhruddin Al-Bantani menyusun pesan dalam berdakwah?
3. Bagaimana metode komunikasi KH Fakhruddin Al-Bantani dalam berdakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk memahami cara KH Fakhruddin Al-Bantani memahami sudut pandang jamaah dalam berdakwah.
2. Untuk memahami cara KH Fakhruddin Al-Bantani menyusun pesan dalam berdakwah.

3. Untuk memahami metode komunikasi KH Fakhruddin Al-Bantani dalam berdakwah.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian dapat dirinci dengan manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat secara Akademis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai contoh yang berguna untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana dinamika dan tantangan dalam melakukan dakwah di media digital, serta strategi yang efektif untuk menjangkau jamaah yang lebih luas.

2. Manfaat secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi para praktisi dakwah yang ingin menggunakan media sosial, khususnya YouTube, sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Analisis terhadap strategi komunikasi KH Fakhruddin Al-Bantani dapat memberikan wawasan praktis bagi organisasi keagamaan atau individu yang ingin meningkatkan efektivitas komunikasi mereka di platform YouTube. Selain itu, penelitian ini juga membahas tentang bagaimana pesan dakwah disampaikan dan diterima oleh pengikutnya di media YouTube dapat membantu dalam pengembangan konten dakwah yang lebih relevan dan menarik bagi jamaah online.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik yang relevan. Diantaranya adalah:

1. Penelitian skripsi yang ditulis oleh Tri Hardianti jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2021 yang berjudul “Strategi Komunikasi Ustad Hanan Attaki Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media YouTube”. Fokus penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh ustad Hanan Attaki dalam menyampaikan pesan dakwah di media YouTube. Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis ialah subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang digunakan.
2. Penelitian jurnal yang ditulis oleh Akmal Muhamad Zaini dan Hilman Mauludin. jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2022 yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Ustaz Marzuki Imron (Ustaz Naruto) Di Youtube”. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Ustaz Marzuki Imron, yang juga dikenal sebagai Ustaz Naruto, dalam aktivitas dakwahnya, termasuk strategi dakwah yang digunakan melalui platform Youtube sebagai salah satu media dakwah utama. Selain itu, akan dibahas juga tanggapan dari penonton terhadap video dakwah yang diproduksi oleh Ustaz Marzuki Imron dan tersebar di platform Youtube. Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis ialah subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang digunakan.


3. Penelitian skripsi yang ditulis oleh Puji Ashari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2023 yang berjudul “Strategi Komunikasi Ustadz Abdul Somad Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di YouTube”. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah Ustad Abdul Somad dalam berdakwah melalui media YouTube serta mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam menyampaikan pesan dakwah di YouTube. Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis ialah subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang digunakan.
4. Penelitian jurnal yang ditulis oleh Muhammad Zaenal Muttaqin. jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2021 yang berjudul “Strategi Dakwah Ustadz Ramdan Fawzi di Masa Pandemi”. Fokus penelitian ini adalah Untuk memahami aktivitas, taktik, dan dampak dari taktik dakwah yang dijalankan oleh Ustad Ramdan Fawzi. Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis ialah subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang digunakan dan teori yang digunakan.
5. Penelitian skripsi yang ditulis oleh Mutiara Indah. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2023 yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Buya Yahya Di Youtube”. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bahwa strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya. Hasil penelitian

ini memperlihatkan bahwa Buya Yahya menerapkan strategi komunikasi dakwah dengan menggunakan bahasa sederhana, memadukan materi dakwah dengan kehidupan sehari-hari, memasukkan unsur humor, berinteraksi aktif dengan jamaah dengan menjawab pertanyaan mereka, memilih tema dakwah yang sedang tren di masyarakat, dan menyampaikan pesan dengan bahasa yang lembut dan ramah. Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis ialah subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang digunakan dan teori yang digunakan.



Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

No	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Tri Hardianti (2021, Skripsi)	<i>Strategi Komunikasi Ustad Hanan Attaki Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media YouTube</i>	Subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif	Objek penelitian yang digunakan adalah ustad Hanan Attaki, sedangkan objek penelitian penulis adalah KH Fakhruddin Al-Bantani
2.	Akmal Muhammad Zaini dan Hilman Mauludin (2022, Skripsi)	<i>Strategi Komunikasi Dakwah Ustaz Marzuki Imron (Ustaz Naruto) Di Youtube</i>	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Serta Subjek penelitian tentang penggunaan media social YouTube sebagai sarana dakwah	Objek penelitian yang digunakan adalah Ustaz Naruto, sedangkan objek penelitian penulis adalah KH Fakhruddin Al-Bantani
3.	Puji Ashari (Skripsi, 2023)	<i>Strategi Komunikasi Ustadz Abdul Somad Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di YouTube</i>	Subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif	Objek penelitian yang digunakan adalah ustad Abdul Somad, sedangkan objek penelitian penulis adalah KH Fakhruddin Al-Bantani
4.	Muhammad Zaenal Muttaqin (Jurnal, 2021)	<i>“Strategi Dakwah Ustadz Ramdan Fawzi di Masa Pandemi”</i>	Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis ialah subjek penelitian	Perbedaannya terletak pada objek yang digunakan yakni Ustadz Ramdan Fawzi dan teori yang digunakan

			tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif.	adalah teori strategi dakwah Abu Al-Fath Al-Bayanuni seda sedangkan objek penelitian penulis adalah KH Fakhruddin Al-Bantani dan teori yang digunakan adalah teori strategi dakwah Arifin Anwar.
5.	Mutiara Indah (Skripsi, 2023)	<p><i>“Strategi Komunikasi Dakwah Buya Yahya Di Youtube”</i></p> 	Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis ialah subjek penelitian tentang penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana dakwah dan metode penelitian yaitu kualitatif.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang digunakan yakni Buya Yahya sedangkan objek penelitian penulis adalah KH Fakhruddin Al-Bantani.

Sumber : Data observasi tahun 2024

F. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan teori strategi dakwah menurut Arifin Anwar dalam bukunya yang berjudul Strategi Dakwah Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi.

Arifin Anwar (2015: 53), menjelaskan bahwa strategi dakwah harus memiliki empat rumusan, yakni :

1. Agar komunikasi berhasil, komunikator perlu memahami sudut pandang jamaah agar tidak terjadi kesenjangan yang mengakibatkan pesan tidak tersampaikan dengan benar.
2. Tahap menyusun pesan melibatkan penentuan tema dan materi. Keberhasilan komunikator dinilai berdasarkan kemampuannya untuk menarik perhatian jamaah.
3. Menetapkan metode komunikasi yang teratur dan terencana yang berkaitan dengan cara penyampaian pesan.

Penggunaan kedua teori ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, dengan menggunakan teori komunikasi dan teori strategi dakwah, maka akan menjawab mengenai komunikator, pesan apa, media apa, komunikasi, dan efeknya yang dilandasi dari perumusan pesan, penggunaan metode, serta media dengan tepat.

2. Kerangka Konseptual

Strategi adalah pendekatan komprehensif terhadap konsepsi, pengorganisasian, dan penyelesaian tugas secara tepat waktu. Strategi yang baik terdiri dari koordinasi tim kerja, tema menyeluruh, elemen pendukung yang tepat, implementasi ide yang rasional, pendanaan yang efisien, dan strategi untuk mencapai tujuan secara efektif. Para ahli mendefinisikan strategi sebagai pola sasaran, sasaran, atau sasaran rencana dan program, dengan mengutip Kenneth Andrew sebagai salah satu sumbernya. Strategi penting untuk mencapai tujuan tersebut diartikulasikan dengan cara seperti

mendefinisikan bisnis yang akan dijalankan dan jenis organisasi apa yang akan atau akan dibangun (Rinta,dkk.2022: 200).

Kata latin “communis” (yang berarti menciptakan atau membangun kesatuan antara dua individu atau lebih) dari sinilah kata “komunikasi” berasal. Kata kerja “communico” (yang berarti membagi) juga merupakan sumber kata “komunikasi”. Karena ilmu komunikasi merupakan ilmu yang berlandaskan logika dan perlu disusun dan diterapkan secara metodis, maka pada hakikatnya ilmu komunikasi membahas ilmu yang diperoleh melalui proses berpikir, baik yang berkaitan dengan alam (alam) maupun kehidupan sosial (kehidupan masyarakat). secara umum. Meskipun demikian, dia memusatkan perhatiannya pada kontak antar manusia. Ilmu komunikasi, menurut Berger dan Chaffe, adalah studi tentang bagaimana sistem tanda dan simbol diproduksi, digunakan, dan dipengaruhi sambil mengembangkan teori yang dapat diuji dan diterapkan secara luas untuk menjelaskan peristiwa (Inah, 2013: 179).

Pengertian pesan dakwah yang dikemukakan oleh Aziz dalam jurnal Tabligh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Secara bahasa maudlu al-dakwah menggambarkan pesan dakwah sebagai sesuatu yang disampaikan da'i kepada Mad'u. Sedangkan yang dimaksud dengan frasa adalah setiap dan seluruh bahan atau sumber daya yang akan digunakan atau disalurkan oleh da'i kepada mad'u dalam rangka melaksanakan kegiatan dakwah (Ismail,dkk. 2018:25).

Para da'i menggunakan media dakwah sebagai alat untuk mengkomunikasikan hikmah yang akan diajarkannya. Seiring berjalannya waktu, media dakwah telah berkembang dari mimbar ke mimbar, dan para khatib semakin kreatif dalam menyebarkan prinsip-prinsip ajaran Islam melalui akun media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui ponsel pintar. Karena meningkatnya penggunaan telepon pintar sebagai alat komunikasi, penggunaan telepon seluler tidak hanya terbatas pada SMS dan percakapan telepon; itu juga mencakup fungsi tambahan (Wibowo, 2019: 345).

Menurut Widada (2018) menyatakan bahwa media sosial adalah platform online yang dapat dimanfaatkan masyarakat dengan mudah untuk memenuhi tuntutan komunikasi mereka. Media online yang memfasilitasi kontak sosial disebut media sosial dalam perspektif lain.

Implementasi media sosial memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mengubah perdebatan menjadi komunikasi. Media sosial berkembang lebih cepat tidak hanya di negara-negara kaya tetapi juga di negara-negara berkembang seperti Indonesia, negara asal kita. Tentu saja, banyak orang yang memanfaatkan media sosial, dan perkembangannya yang pesat pada akhirnya dapat menggantikan model media sosial tradisional atau fungsi media massa dalam penyebaran pengetahuan.

Tidak hanya itu, Indonesia menduduki peringkat ke 5 di dunia dalam pemakai akun twitter. Media sosial dan internet dapat digunakan untuk

keperluan bisnis selain untuk penyediaan data. Contoh penggunaan tersebut termasuk memulai toko online dan usaha serupa lainnya.

Menurut Widada (2018), media sosial adalah platform kehadiran pengguna yang mendorong partisipasi dan kerja tim. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai media online (perantara) yang membantu masyarakat menjaga hubungan sosialnya.

Menurut Sukrillah et al., (2017), media sosial adalah istilah yang menggabungkan makna komunikasi tatap muka berbagi antar individu, atau berbagi satu lawan satu dan media publik berbagi dengan khalayak luas, atau berbagi tanpa memperhatikan karakteristik individu.

G. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah yang dijalankan dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan, yakni :

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di rumah produksi video YouTube yakni RTQ TV yang beralamatkan di Jl. Anggrek, RT.001, RW.005, Larangan Indah, Kec. Larangan, Kota Tangerang, Banten. Lokasi penelitian ini merupakan tempat produksi konten dari video YouTube KH Fakhruddin Al-Bantani.

2. Paradigma dan Pendekatan

Menurut Ritzer (1980) dalam Jurnal Sosiologi Reflektif, paradigma adalah pandangan dasar dari seorang ilmuwan tentang substansi masalah yang harus dipelajari oleh suatu disiplin ilmu pengetahuan. Paradigma membantu merumuskan hal-hal berikut: 1) apa yang harus dipelajari; 2) persoalan apa yang harus dijawab;

3) bagaimana cara menjawabnya; 4) aturan-aturan yang harus diikuti untuk menjawab persoalan tersebut. Paradigma seperti jendela yang memungkinkan orang untuk melihat dunia luar dan menjelajahi dunia dengan pandangan mereka. Paradigma dapat diartikan sebagai: a) sekumpulan asumsi, dan b) keyakinan tentang: yaitu asumsi yang dianggap sebagai kebenaran yang sudah diterima secara umum (Malik dan Nugroho, 2016: 66).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktif, yakni pengamatan dan objektivisme sebagai cara untuk menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan, dan menyikini bahwa realitas itu ada dalam bentuk berbagai macam konstruksi mental berdasarkan pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik dan tergantung pada orang yang melakukannya sehingga tidak bisa digeneralisir.

Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Penelitian kualitatif fokus pada realitas alami konstruksi sosial, interaksi antara peneliti dan subjek penelitian, serta situasi yang mempengaruhi penelitian secara tajam. Tujuan utamanya adalah untuk mencari jawaban terhadap pertanyaan penelitian mengenai bagaimana pengalaman sosial dibentuk dan diberikan makna (Pradoko,2017: 8).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang sangat mengandalkan data lapangan yang diperoleh melalui informan, responden, dokumentasi, dan observasi di setting sosial yang berhubungan dengan subjek yang diteliti. Pada pelaksanaannya, peneliti mengamati responden secara langsung,

berpartisipasi dalam setting sosial tersebut, dan menyatu dengan budaya yang ada (Nurdiani, 2014: 1111).

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Penelitian kualitatif ditandai dengan penekanan pada kualitas atau fitur-fitur penting dari sifat suatu layanan. Ketika produk atau jasa berbentuk peristiwa, kejadian, atau gejala sosial, signifikansi peristiwa tersebut yang dapat berfungsi sebagai alat pengajaran yang berguna untuk pengembangan konsep teoretis adalah hal yang paling penting. Penelitian kualitatif dapat direncanakan untuk mendukung tindakan, isu-isu sosial, teori, praktik, dan kebijakan (Wijaya, 2020:8).

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu wawancara kepada KH Fakhruddin Al-Bantani dan observasi pada media sosial YouTube merupakan data utama yang diharapkan dapat menjawab pokok permasalahan yang diteliti.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui peneliti ke pustakaan untuk mencari konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan penulis skripsi ini data sekunder diperoleh dari wawancara dengan tim produksi dan sumber data yang diperoleh langsung dari video yang diposting oleh akun KH Fakhruddin Al-Bantani,

dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini seperti buku-buku, surat kabar internet, majalah, catatan, dan serta dokumentasi.

5. Informan atau Unit Analisis

Seleksi informan dilakukan berdasarkan kemampuan mereka dalam memahami permasalahan dengan baik, memiliki pengetahuan yang relevan terkait objek penelitian, serta memiliki data yang akurat. Dalam penelitian ini, informan yang peneliti gunakan adalah objek penelitian itu sendiri yakni KH Fakhruddin Al-Bantani, Asisten KH Fakhruddin Al-Bantani, dan tim media YouTube KH Fakhruddin Al-Bantani.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010: 192) Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan indra, sehingga tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata.

Observasi dapat dilakukan langsung atau tidak langsung dengan memerlukan ketelitian dan kecermatan dalam prosesnya. Pada praktiknya, observasi memerlukan alat pendukung seperti daftar catatan, alat perekam, kamera, dan lain-lain sesuai dengan kebutuhan. Observasi yang dilakukan peneliti yaitu dengan cara mengamati postingan dakwah KH Fakhruddin Al-Bantani di akun YouTube-nya. Adapun yang peneliti lakukan yang pertama yaitu dengan mengikuti akun YouTube KH Fakhruddin Al-Bantani. Selanjutnya yang kedua ialah mengamati dakwah beliau di akun YouTube.

b. Wawancara

Wawancara adalah kumpulan pertanyaan yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dari narasumber mengenai masalah penelitian yang sedang diteliti. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur. Pada sesi wawancara, peneliti akan mengajukan pertanyaan kepada narasumber yang berkaitan dengan penelitian. Narasumber dalam sesi wawancara ini adalah KH Fakhruddin Al-Bantani, Asisten KH Fakhruddin Al-Bantani, dan tim media YouTube KH Fakhruddin Al-Bantani.

c. Dokumentasi

Menurut Arikunto, dokumentasi berasal dari kata dokumentasi yang artinya barang-barang yang tertulis yaitu dengan membaca dan mempelajari dokumentasi, buku-buku data kearsipan yang berhubungan dengan penelitian teknik dokumentasi. Pada penelitian ini di dapat dari postingan-postingan yang ada di YouTube KH Fakhruddin Al-Bantani. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi data-data documenter berupa laporan kegiatan.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Menguji keabsahan data atau kepercayaan data penelitian kualitatif melibatkan beberapa langkah yang meliputi perluasan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, penggunaan referensi, dan member check. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu. Triangulasi data ada 3, yakni :

- a. Triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber bisa dilakukan dengan memverifikasi informasi yang sudah dikumpulkan dari berbagai sumber.
- b. Triangulasi teknik. Teknik triangulasi ini dapat diaplikasikan dengan memeriksa data dari sumber yang sama, tetapi menggunakan metode yang berbeda.
- c. Triangulasi waktu. Triangulasi waktu bisa dilakukan dengan mengevaluasi ulang data dari sumbernya dan tetap menggunakan metode yang sama, tapi dalam waktu atau kondisi yang berbeda.

Triangulasi yang peneliti gunakan adalah triangulasi teknik yakni dengan melakukan verifikasi data kepada sumber yang sama, tetapi menggunakan metode yang berbeda (Mekarcise, 2020: 150).

8. Teknik Analisis Data

Tahapan dimana data diolah dan digunakan hingga berhasil menyimpulkan kebenaran yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan penelitian dikenal dengan teknik analisis data (Hardianti, 2021: 46).

Analisis data menggunakan model Miles dan Hoberman digunakan dalam penelitian ini. Analisis data model Miles dan Hubermen dibagi menjadi tiga tahap:

- a. Tahap Reduksi Data, tahapan reduksi data meliputi pemilihan data, pengklasifikasian, pengarahannya, penghapusan data yang tidak relevan, dan penyusunannya sehingga dapat diambil kesimpulan dan verifikasi.
- b. Tahap Penyajian Data, Analisis dokumen, temuan, dan hasil observasi yang disajikan secara naratif digunakan untuk melakukan penyajian data.

- c. Membuat Kesimpulan, Langkah terakhir dalam proses analisis data adalah menarik kesimpulan, di mana penulis mendeskripsikan, mengevaluasi, dan menafsirkan informasi yang dikumpulkan dari penelitian. Membuat kesimpulan tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan hasil akhir dari penelitian yang akan dilakukan.

