

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Zaman sekarang manusia dihadapkan dengan perkembangan pesat dalam era modern ini dimana segala sesuatu serba canggih dalam bidang teknologi dan segala sesuatu yang bersifat instan, misalnya saja media yang dapat digunakan untuk penyampaian pesan dahulu maupun sekarang baik melalui *audio* maupun *visual*, seperti radio, televisi, media cetak, dan lain sebagainya. Akan tetapi selain dari media yang disebutkan, radio menjadi media yang menyampaikan pesannya melalui suara, dengan menggunakan gelombang elektromagnetik dan masih bertahan dalam persaingan industri media lainnya. Oleh karenanya, radio masih dipandang cukup canggih pada zaman sekarang. Radio tetap bertahan dengan persaingan era milenial karena dapat didengarkan dengan mudah, dimanapun,

Banyak sekali hal yang dapat dilakukan untuk bisa menarik ketertarikan pendengar radio konvensional, salah satu tanda kemajuan teknologi era modern dan inovasi untuk memudahkan pendengar yakni radio *online*. Radio *streaming* adalah salah satu media konvensional yang mempunyai perkembangan teknologi yang modern, belakangan ini cukup populer dan terkenal dan radio konvensional telah memiliki situs radio melalui *streaming* sendiri bahkan mempunyai situs media social yang muda di akses dan didengarkan menggunakan jaringan internet. Sehingga radio *streaming*

sekarang menjadi sangat populer, mengingat kecanggihannya di era milenial yang memudahkan siapa pun mengakses internet dengan mudah dan cepat menggunakan *gadget* maupun laptop/computer. Pendengar setia radio kini tidak perlu repot mencari kemana-mana, hanya dengan menggunakan *gadget* pendengar dapat memilih channel radio yang diinginkan secara *online*. Walau dengan banyaknya kemajuan dan kemudahannya tetap saja tidak banyak membawa peningkatan pendengar secara konsisten. Dengan radio *streaming* pun pendengar hanya bisa memilih acara dan stasiun yang disukainya saja, belum lagi dibatasi dengan harus mengikuti secara jadwal yang dibuat oleh stasiun radio tersebut. Pendengarlah yang harus menyesuaikan dengan jadwal radio tersebut, padahal pendengar pasti memiliki kesibukannya masing-masing. Oleh karena itu kemunculan *podcast* menjadi salah satu solusi siaran konten *audio* yang dipandang efektif.

Podcast merupakan sebuah media melalui audio streaming yang memiliki segmentasi per episode, yakni menyajikan konten audio dan di sebar luaskan menggunakan internet sehingga memudahkan para pendengar untuk dapat mengakses audio tersebut tanpa harus terpaut oleh sebuah jadwal (dalam radio). Seperti Ipad yang merupakan sebuah perangkat computer serbaguna yang dilengkapi perangkat WI-FI dan didesain dan dipasarkan oleh Apple. Dilihat pada penyebutannya yakni podcast ini yang berawal dari sebuah aplikasi yang dikeluarkan oleh apple. Tetapi podcast kini bisa diakses oleh macam-macam media seperti ponsel. podcast juga

merupakan kumpulan rekaman suara asli atau juga bisa rekaman lain dalam sebuah acara, seperti drama, show, kajian islami, dan lain sebagainya yang mengandung unsur audio dan ber episode.

Konsep *podcast* mempunyai kesamaan yang signifikan seperti blog audio, umumnya dalam sebuah channel podcast memiliki tema yang umum dalam pembahasan contohnya tentang agama, pendidikan dan sebagainya, masing-masing saluran mempunyai part-part yang diberi judul sesuai tema yang dibahasnya. Di setiap partnya peminat bisa menentukan untuk mendengarkan judul yang mereka pilih dan mereka sukai, serta dapat melewati judul yang pendengar tidak sukai. Untuk mengakses *podcast* dapat dilakukan secara streaming atau bisa diunduh dan di dengarkan secara *offline* kapanpun dan dimanapun. Karena *podcast* adalah media audio berbasis rekaman yang dapat didengarkan Ketika *offline* maupun *online* tanpa terikat waktu penyiaran dan tidak melewati episode yang disukai, hal tersebut dapat dibidang *on demand*. *Podcast* sendiri mempunyai penyajian yang berbeda, yakni episode per episode, proses suatu episode di unggah oleh *podcaster* (para pembuat *podcast*) sesuai dengan hari yang di jadwalkan oleh seorang *podcaster*.

Pembuatan *podcast* dilakukan dengan mudah dan murah, tidak sama halnya dengan penyiaran radio konvensional yang memerlukan berbagai macam alat untuk menciptakan media tersebut, lain halnya dengan podcast yang hanya membutuhkan sebuah alat untuk merekam yang baik dan internet untuk mengakses hasil rekaman podcaster. Untuk mengunggah

podcast dapat dilakukan tanpa melalui tahap editing, atau dapat disebutkan untuk pengunduhan *podcast* ini dapat bersifat natural, tetapi bisa juga jika ingin lebih maksimal lagi dalam kontennya yakni dengan melakukan editing terlebih dahulu. Proses produksi dalam membuat sebuah *podcast* yang mudah dan tidak memakan banyak biaya, menjadi kesempatan besar bagi khalayak untuk membuat *podcast* mereka masing-masing, atau sebuah kelompok.

Menikmati *podcast* yang ringan dan mudah membuat orang lebih memilih menyukainya, media audio seperti *podcast* banyak dijadikan sebagai media sasaran untuk efektivitas pendengar, terutama dibidang media dakwah. Hakikatnya, setiap media mempunyai peknimat dan segmentasinya masing-masing. Begitupun dengan *podcast*.

Walau belum memiliki audiens sebanyak konten lainnya, *podcast* tumbuh dengan daya jualnya sendiri disertai dengan branding media tersebut yang mempunyai khas kemudahan bagi para pendengar. Sebagai medium yang baru menginjak di kancah *platform*, pertumbuhan *podcast* sangat bergantung pada kualitas serta konten yang bervariasi yang telah disajikan, eksistensi *podcast* pun dipengaruhi oleh aspek sosial, tren dan cara akses ke *podcast* itu sendiri.

Dakwah merupakan aktivitas yang bersifat mengajak dan menyeru, membimbing umat manusia untuk senantiasa melakukan kebaikan juga atas apa yang diperintahkan dan petunjuk dari Allah SWT dan Rasul-Nya dengan ketentuan aqidah dan syariat islam. Dakwah dilakukan dengan

perancangan matang dan terkonsep yang bisa dilakukan oleh kelompok organisasi maupun individu dengan target sasaran umat berkelompok ataupun perorangan guna mengimani, mengetahui dan dapat menerapkan aspek kehidupan yang berasal dari ajaran Islam. Oleh karenanya dakwah bukan saja sebuah tugas yang mengharuskan dipikirkan dan dilakukan seraya berlalu begitu saja, tetapi sebuah tugas yang wajib bagi seluruh pengikutnya (Aziz, 2004:37). Diawali pada zaman nabi, dakwah kini membawa banyak sekali perkembangan bahkan begitu pesat.

Perkembangan dakwah di zaman modern sekarang tidak terlepas dengan campur tangan teknologi, bahkan seharusnya kemajuan teknologi akan memudahkan dakwah yang di kemas secara mudah dan efisien.

Dakwah dan teknologi memiliki keterkaitan yang tidak bisa di pecahkan dengan kehadiran zaman modern. Jika berbicara tentang dakwah kontemporer yang hadirnya ini membawa kemudahan untuk dapat diterima oleh khalayak masa kini, perkembangan teknologi harus di perhatikan agar sesuatu yang di hadirkan di masa mendatang mudah di terima oleh semua kalangan, dan tentunya tidak ketinggalan zaman. Teknologi bukan sebuah hal yang dilarang, walau Ketika zaman Nabi belum ditemukan adanya teknologi yang berkembang cepat. Di era yang penuh dengan kecanggihan ini pun teknologi yang berkembang tidak semua mengandung nilai positif, tentu ada hal yang dapat dilebihkannya juga kurangnya untuk manusia. Adapun memanfaatkan hadirnya perkembangan teknologi yang mengandung informasi dan menjadi media dakwah Islam memudahkan

umat muslim untuk menyebarkan kebaikan serta ilmu yang bermanfaat bagi kaumnya, namun kemajuan teknologi pun tergantung bagaimana dan oleh siapa. Seperti halnya orang tersebut memanfaatkan teknologi secara baik hasilnya pun akan baik, Adapun sebaliknya, maka pengguna disini berperan penting dalam menentukan apa yang ia gunakan. Oleh sebab itu sebagai juru dakwah dituntut piawai memanfaatkan teknologi dan kecanggihan informasi saat ini, salah satunya melalui media *audio* dakwah yakni *podcast*.

Hal utama yang menjadi sebuah pertimbangan bahwa podcast ini dapat dijadikan sebagai media audio dakwah yakni berkaitan dengan perkembangan teknologi berdasarkan perkembangan konsep dakwah, tepatnya pada konten audio visual “podcast” sebagai platform audio yang mudah diakses online dan offline melalui ponsel pintar maupun computer. Memanfaatkanya dalam media audio dakwah, yakni termasuk dalam bagian dari proses kulturasi dakwah sebagaimana kita diwajibkan beradaptasi dengan kecanggihan teknologi, dengan mempertimbangkan peluang dan menjurus ke budaya masyarakat. Karena seharusnya dakwah mampu mencampuri wilayah kultur untuk dapat dijadikan sebagai kecondongan masyarakat, oleh karenanya podcast dijadikan media audio dakwah supaya dapat memberikan ketertarikan dalam bidang dakwah. dengan demikian berdasarkan latar belakang peneliti ingin mengkaji lebih mengenai **Respon Subscriber Terhadap Pesan Dakwah Di Podcast Youtube Arif**

Rachman (Studi Deskriptif Tentang Subscriber Terhadap pesan dakwah di Podcast Youtube Akun@Arif Rachman)

B. Fokus Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan podcast *Youtube* sebagai media dakwah terhadap *subscriber* akun@Arif Rachman?
2. Bagaimana respon *subscriber* terhadap pesan dakwah di podcast youtube @ArifRachman?

C. Tujuan Penelitian

Adapun acuan pada latar belakang masalah yang dikemukakan tersebut maka harapan yang ingin dicapai antara lain :

1. Agar mengetahui bahwa penerapan *Youtube* sebagai media dakwah pada Para pengikut/subscribe akun@Arif Rachman.
2. Agar mengetahui bagaimana respon *subscriber* terhadap pesan dakwah di podcast *youtube* akun@Arif Rachman.

D. Kegunaan penelitian

1. Praktis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang respon subscriber terhadap pesan dakwah di podcast youtube.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan tentunya menjadi acuan bagi peneliti di bidang sama, atau juga pada masyarakat luas bahwa podcast juga dapat menjadi sarana dakwah.
2. Teoritis
 - a. Memberikan wawasan dibidang keislaman melalui podcast pengajian islam
 - b. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan tolak ukur untuk melaksanakan penelitian yang sebidang secara lebih dalam lagi.

E. Landasan pemikiran

1. Hasil penelitian sebelumnya

Dari beberapa jurnal dan skripsi sebagai hasil akhir penelitian terdahulu yang sesuai dengan yang sedang teliti oleh peneliti, yakni : Peneliti yang menjadi rujukan penulis yang pertama skripsi dari Galuh Woro Shinto yang berjudul “Podcast Sebagai Media Distributor Baru Dalam Dunia Penyiaran” dengan tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana podcast memproduksi progam episode dan sirkuit untuk pendengar serta untuk mengetahui tanggapan para pendengar perihal episode dari program podcast pojokan, peneliti tersebut lebih cenderung dengan kehadiran podcast sebagai wadah baru dalam dunia audio visual dan peran kehadiran tersebut, serta lebih mendalami tatacara segmentasi yang dihadirkan per episode untuk mengetahui pendengar yang

mempunyai alasan untuk setia menunggu dan mendengarkan podcast per episode.

Peneliti kedua yang menjadi rujukan penulis adalah skripsi dari Isma Mutiawati yang berjudul “Dakwah Di Media Social” (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram) bertujuan dari peneliti tersebut yakni mencari lebih dalam serta dapat faham dalam menggunakan bentuk dakwah bil lisan, bil hal, dan bil Qalam melalui media social Instagram. hal ini terkait dengan banyaknya generasi pemuda zaman sekarang yang menggunakan platform Instagram sebagai bahan pokok utama dalam kehidupan, karena Instagram sudah menjadi mata pencaharian kalangan muda zaman sekarang, dengan mengandalkan kekuatan Instagram yang luar biasa untuk membuat viral suatu konten maupun produk. Maka dari itu peneliti memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah yang menjembatani untuk kemajuan teknologi dengan proses dakwah, dengan membuat video tentang nuansa dakwah yang menarik, dan akan sangat berguna bagi dampak atau orang yang mengakses tersebut ketika sedang berada dimanapun dan kapanpun.

2. Kajian Teoritis

Di era sekarang teknologi berkembang sangat pesat dan orang-orang kini beralih untuk lebih menggunakan sebuah media, bisa itu media cetak seperti majalah, surat kabar, dan lain senagainya. Media eletronik diantaranya radio dan televisi. Media di era milenial sekarang sudah menjadi bagian dari kebutuhan pokok mereka, namun tidak semua orang. Media sangat berperan penting dalam komunikasi massa, oleh karenanya

hal tersebut dapat tercapai, dan pada dasarnya komunikasi massa ini sebuah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Komunikasi memang melibatkan kontak secara menyeluruh, atau perorangan. Sehingga dapat menimbulkan dampak yang luas, serta memberikan feedback dalam jumlah tertentu pula. Menurut Effendy ada tiga macam bentuk media dalam komunikasi massa, yaitu media cetak atau pers, media *audio*, dan media *audio visual* (Effendy, 2003:313).

a. Media cetak

Media cetak mempunyai sifat yang signifikan, media cetak diharuskan aktif dan cermat mengolah informasi yang diberikan. Media cetak menyampaikan pesanya melalui huruf-huruf mati, sehingga informasi yang ada pada media cetak harus disusun agar mudah di pahami oleh massa. Dalam media cetak juga di haruskan memakai bahasa baik dan benar, dan harus menghindari kata-kata yang tidak perlu sehingga pesan harus menjadi komunikatif dan efektif.

Media cetak mempunyai fisik yang berbentuk cetakan yang biasanya tersedia langsung di depan pembaca, serta dapat di ulas dan dibaca Kembali lain waktu. Media cetak dalam proses produksinya memerlukan waktu dan tidak bisa segera disebar (Effendy, 2000; 141). Namun di era sekarang media cetak sudah berkembang sangat pesat dan menjadi media cetak elektronik *online*, yaitu media cetak dalam wajah internet. Penggabungan media cetak dengan internet ini lebih praktis dan hemat, sehingga pembaca

kebih memilih media yang mura dan dapat di akses kapanpun dan dimanapun.

b. *Media Audio*

Media audio adalah media yang menggunakan *audio* (suara) dalam penyampaian pesanya. Media massa ini biasanya berbentuk siaran secara langsung maupun tidak langsung (rekaman), informasi yang di peroleh oleh massa pun lebih luas, karena distribusi media *audio* sendiri tidak seperti media cetak yang memakan waktu yang lama dan melalui tahap-tahap tertentu, sedangkan media *audio* hanya dengan membaca atau dapat secara langsung menyampaikan informasi kepada pendengar.

Sama halnya dengan media cetak, media *audio* pun mempunyai aturan dalam penyampaian informasi, pengucapan dan kata-katanya harus disusun dan ditata sehingga memudahkan pendengar menangkap informasi yang di dengar. Media *audio* sendiri mempunyai kelebihan dapat membuat pendengarnya aktif karena pendengar dapat menggambarkan sendiri apa yang di sampaikan oleh pembawa pesan.

c. *Media Audio Visual*

Awal kemuculan media *audio visual* hanya bisa dinikmati melalui perangkat televisi saat itu. Namun di era sekarang melalui teknologi yang sangat canggih dimana manusia berdampingan dengan tekhnologi, merubah layer computer yang dapat menyerupai televisi. Tidak hanya di televisi, media *audio visual* terus bertambah dan berkembang dari televisi menjadi macam-macam layanan video online.

Media *audio visual* dapat didengar dan dilihat yang membuat masyarakat lebih tertarik pada media ini. Bisa dikatakan media *audio visual* adalah media “hidup” karena dapat mengganti suasa atau kejadian yang sedang berlangsung melalui imajinasi pendengar dan bisa menyajikan peristiwa langsung di rumah pendegar atau penonton.

3. Landasan Konseptual

“Secara etimologi dakwah berasal dari Bahasa arab, kata dakwah berbentuk dari isim Masdar yaitu يدعو دعا menjadi bentuk masdar دعوة دعوة yang berarti mengajak atau menyeru.”(Toto Tasmara, 2001:43). Dakwah mengandung pengertian sebagai seruan atau ajakan (bentuk lisan), tulisan, perilaku dan lain-lain yang dilakukan dalam keadaan sadar juga terkonsep berupaya untuk saling memberikan pengaruh kebaikan untuk diri sendiri maupun kelompok, agar munculnya pengertian, sadar, juga sikap yang mengarah pada hal yang tidak dikendalikan oleh paksaan yang berfokus pada pengahyartan, dengan maksud agar esensi dakwah terletak pada dorongan, motivasi, serta ajakan bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi untuk keuntungan pribadinya sendiri, bukan untuk kepentingan juru dakwah atau juru penerang (H.M. Arifin, 2004:42).

Secara umum dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah rencana yang diharapkan untuk menuju yang lebih baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah. Perwujudan dakwah bukan hanya sekedar cara untuk meningkatkan pemahaman berperilaku dan pandangan hidup, namun dakwah mempunyai sasaran yang lebih luas daripada itu sendiri. QS.an-Nahl ayat 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara yang baik dan bijaksana, serta nasihat dan berdebat secara bijaksana dan baik pula:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

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

Metode dakwah adalah salah satu unsur dakwah yang sangat berperan dalam berdakwah. Dengan adanya metode dakwah da'i mencari cara atau jalan untuk menyampaikan materi dakwah agar dapat diterima oleh khalayak luas. Dalam perkembangannya dakwah harus dapat menggapai berbagai golongan masyarakat, salah satu usaha da'i dalam mewujudkan hal ini adalah dengan melakukan dakwah media sosial maupun media lainnya yang ruang lingkup media tersebut banyak diakses oleh berbagai kalangan

ataupun golongan masyarakat salah satunya adalah media *audio visual* “*podcast*”. Maka penelitian ini berfokus pada dakwah di media audio visual yang dimaksud atau dibatasi pada *podcast* islami sebagai dakwah media audio visual di era milenial.

Podcast media audio on demand podcast dapat dinikmati melalui saluran internet kapanpun dimanapun, media audio visual ini tidak memerlukan banyak peralatan dan biaya, sehingga seorang individu dapat menawarkan suara mereka secara individualis kepada khalayak global secara serentak (Baran, 2012; 286). *Podcast* sendiri mempunyai bermacam macam konten yang dapat ditentukan oleh podcaster, seperti halnya konten *podcast* islami (*podcast* pengajian) bernuansa islami yang dibungkus dalam audio visual, melihat *podcast* yang praktis dan bisa didengarkan kapanpun dan dimanapun. Kepopuleran *podcast* di Indonesia di pengaruhi semakin populernya Spotify (layanan music alir).

Banyaknya peminat *podcast* di Indonesia konten islami pun hadir dengan berbagai alasan. Terutama adanya kalangan yang ingin belajar agama, tetapi memiliki keterbatasan waktu, dengan begitu *podcast* islami hadir dengan praktis, dengan hanya mendengarkan atau menyimak syiar agama 10-15 menit melalui platform *spotify* atau *youtube*. *Podcast* islami gaya baru ini juga membuat orang-orang berumur yang malu mencari ilmu secara langsung bisa terselamatkan, syiar agama juga selalu adaptif dengan medium perkembangan zaman. Selepas SMS, Youtube, Instagram hingga

podcast, akan berkembang terus merasuk lewat teknologi-teknologi informasi masa depan.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian mencakup pendekatan dan jenis penelitian objek, metode penelitian, jenis data, Teknik pengumpulan data, dan analisis data.

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Melalui penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif ini, menjadikan penelitian ini berfokus pada suatu status kelompok objek, individu, status sistem pemikiran, suatu kondisi tertentu, dan suatu peristiwa yang terjadi sekarang. Bertujuan untuk menciptakan gambaran, deskripsi, atau lukisan secara tersusun, actual dan factual terhadap bukti-bukti, karakter yang diiringi jalinan antarfenomena yang teliti (Nazir, 1988). Pemakaian metode penelitian fenomenologi ini, peneliti mengarahkan pada penjelasan arti kejadian yang pengalaman yang didasari dan telah di lalui dan terjadi pada individu.

Fenomologi merupakan aliran yang membahas tentang gejala yang menonjol dan dapat dilukiskan tanpa meninggalkan ciri khas. Fenomologi digambarkan tanpa meninggalkan bidang evidensi. Dapat juga disebut sebagai suatu pemikiran "*a way of looking at things*" (Edmund Husserl, 1938).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada para pengikut/subscribe Podcast Youtube Akun@Arif Rachman karena Arif Rachman Hidayat yang memanfaatkan teknologi modern seperti *youtube* untuk dapat mengamalkan ilmu dan kajian islam.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan pengolahan data yang diterima dan dipakainya metode tersebut, bisa didapati dalam wujud dokumen, manusia, atau yang lain sebagainya (Sutopo, 2006:56-57).

Peneliti juga menggunakan dokumen, foto, juga narasumber dalam pengambilan fakta-fakta dan informasi dalam sumber peneliti.

a. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diberikan secara langsung oleh pengumpul dan disajikan dalam catatan dan saksi di lapangan (Sanapiah, 1989:391). Jadi, data ini didapatkan dari lapangan langsung tentang gambaran yang terjadi, mendapati permasalahan yang ada, yang hasilnya mendapatkan jawaban dalam seluruh pertanyaan peneliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengikut/subscribe dan Arif Rachman Hidayat sebagai pemilik akun youtube.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010:193) sumber data sekunder merupakan sumber pengumpulan data yang disajikan secara tidak langsung. Data sekunder ini maksudnya didapatkan dari oranglain, atau juga dokumen, seperti buku, jurnal, internet, dan file yang mendukung lainnya.

4. Fokus Penelitian

Peneliti mengambil focus pada efektivitas *Youtube* akun @ Arif Rachman Hidayat sebagai Media Dakwah (studi kasus para pengikut/subscribe). Guna menggali lebih dalam focus tersebut, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Adapun penggunaannya melukan pengamatan secara terbuka, yang dihadapkan dengan fenomena secara realita dan pendekatan emosional antar peneliti dan informan, sehingga mendapatkan data yang relevan. Didampingi dengan teori komunikasi Laswell, yang mana mengungkap sebuah acuan komunikasi yang dikemas dengan sederhana dan diaplikasikan pada media komunikasi yang didasari konteks yang dikaji oleh peneliti berupa landasan pada teori yang mencakup *Youtube* dan media dakwah.

5. Teknik Penentuan Respon Penonton

Dalam menentukan informan, penulis menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan diambil berdasarkan pada tujuan tertentu (tujuan penelitian). Pertimbangan tertentu ini misalnya dipilih orang yang memiliki wewenang sehingga bisa menjadi pintu untuk menggali informasi lebih luas. Purposive sampling tidak terkait pada

jumlah tertentu sebagaimana sampel yang lain, tetapi berdasarkan pada subjek yang dirasa paling berkompeten dalam memberikan data penelitian (Yahya,2010:97).

Dalam menentukan pengambilan respon penonton dari periode 1 Agustus - 15 Oktober 2020, penulis memilih penonton yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a) Penonton yang menyaksikan dan memberi komentar terhadap di channel youtube Arif Rachman
- b) Penonton yang memahami macam-macam respon ; kognitif, afektif dan psikomotor.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yang relevan ini , yakni sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara yakni sebuah pertemuan antara dua orang yang saling bertukar informasi dan gagasan atau ide melalui sesi tanya jawab, sehingga dapat disimpulkan makna dalam suatu kajian topik tertentu (Sugiyono, 2013: 231). Digunakannya wawancara ini untuk menghasilkan informasi yang didapat soal pendapat para pengikut/subscribe akun chanel @Arif Rachman mengenai *Youtube* sebagai media dakwah.

Penelitian yang dicantumkan juga hasil dari dokumen, foto dan data dari catatan yang didapat peneliti dari infroman, sehingga dapat dilampirkan juga

sebagai bukti bahwa peneliti terjun langsung untuk bertanya kepada para pengikut/subscribe akun chanel @Arif Rachman untuk melanjutkan penelitian.

b. Observasi

Observasi yaitu suatu proses yang tersusun dalam berbagai psikologis dan biologis, dan juga secara kompleks (Sutrisno Hadi, 2013: 145). Dua hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah observasi adalah ingatan dan pengamatan. Tujuan dari observasi itu sendiri yakni untuk mencari data dan pendapat dari para subscriber akun chanel @Arif Rachman dalam Efektivitas *Youtube* sebagai media dakwah untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan gambaran yang valid.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yakni sebuah catatan yang disajikan dalam sebuah foto atau peristiwa yang terjadi (Sugiyono, 2013: 240). Dokumen tersebut banyak bentuknya, bisa seperti foto tulisan, gambar, atau sebuah karya. Seperti karya monumental yang berbentuk catatan harian, sejarah, biografi, peraturan dan lain sebagainya, sedangkan karya yang berbentuk dokumen meliputi film, patung, lukisan, dan karya seni lainnya. Peneliti mendapatkan sebuah dokumentasi yang diperlukan untuk pendukung file bukti yakni dengan foto, panduan wawancara, dan juga catatan-catatan penting.

d. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner (angket) Kuisisioner adalah daftar yang berisikan suatu rangkaian mengenai suatu hal atau suatu bidang yang harus dijawab dan dikerjakan oleh responden. Kuisisioner sangat berguna bagi peneliti dalam

rangka menghimpun bahan-bahan keterangan dari orang banyak baik mengenai pendapat, sikap/perasaan maupun keinginannya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuisisioner yaitu dengan cara mengedarkan formulir pertanyaan yang diajukan secara tertulis seperlunya. Tipe kuisisioner yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup berbentuk pilihan dimana responden diminta untuk memilih salah satu dari sekian kemungkinan jawaban atau alternatif yang telah disediakan.

7. Analisis Data

Teknis analisis yang digunakan yakni data deskriptif yang digunakan untuk melakukan penelitian secara kelompok, atau objek, kondisi, peristiwa masa kini, atau system pemikiran. Jenis metode ini mengemukakan tentang fenomena social yang terjadi pada saat-saat tertentu (Sugiyono, 2012). Adapun Langkah-langkah yang dapat dilakukan yakni sebagai berikut :

a. Pengolahan Data

Dalam proses pengumpulan data yang terkumpul, selanjutnya dikaji Kembali menuju pengolahan secara matang, yang bertujuan untuk menyimpulkan data secara singkat dan tersusun sehingga mudah untuk dianalisis.

b. *Display* Data (Penyajian Data)

Setelah data diproses secara sederhana (reduksi), peneliti menggunakan data tabel dalam penggambaran pencapaian penelitian, sehingga dapat mudah dipahami dan dapat melakukan perencanaan selanjutnya.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Segala tahapan telah diselesaikan, lanjut pada menarik kesimpulan dan memverifikasi data yang telah dikumpulkan untuk dapat selanjutnya disimpulkan sehingga mendapatkan jawaban untuk penyelesaian rumusan masalah.

8. Validitas Data

Validitas yakni derajat yang menjadi hasil akhir penelitian, yang dilihat dari apa yang terjadi pada objek sesuai dengan data yang dikemukakan peneliti sesuai dengan catatan (Sugiyono, 2010: 117).

Validitas ini dipandang penting karena untuk mendapatkan hasil yang akurat dan pengabsahan data ini, harus terus melakukan proses keabsahan data dengan penelitian kualitatif. Ada empat uji validitas yaitu :

a. Uji Validitas (*Credibility*)

Uji validitas ini dengan menggunakan triangulasi dilakukan untuk mengetahui yang hasilnya tersebut telah dianalisis khususnya informan, pembimbing, juga *expert opinion /practitioner* (Sugiyono, 2008: 274).

b. Uji Kebergantungan (*dependability*)

Uji ini berfokus pada proses audit yang dilaksanakan pada penelitian menggunakan kualitatif. Prosedur yang ditentukan pada penentuan focus atau problem penelitian. Lalu melakukan tahapan terjun lapangan, menganalisis, uji keabsahan data, selanjutnya menarik intisari yang dapat dibuktikan (Sugiyono, 2008: 277).

c. Uji Kepastian (*Comfirmability*)

Uji ini berkaitan pada pengesahan juga penegasan dari data yang didapatkan yang berasal dari informan, dimana penelitian kualitatif inilah objektif apabila data tersebut menghasilkan kebenaran dan kesesuaian data dengan narasumber (Sugiyono, 2008:273).

Validasi data dengan *expert judgment*, berharap menjadikan instrument dari penelitian ini diperoleh dari penganalisisan catatan yang akurat. Proses triangulasi dilakukan, diawali dengan mempersiapkan apa saja yang harus dibutuhkan, alat bantu untuk mengumpulkan data, proses observasi lapangan, dan analisis sehingga mendapatkan intisari dari hasil penelitian sehingga *credibility* dan *confirmability* serta *extra opinion* yang didapat dari informan diharapkan akurat dan bisa dipertanggungjawabkan.

9. Rencana Jadwal Penelitian

Penyusunan jadwal penelitian dilakukan sebagai batasan waktu untuk peneliti dalam menentukan hasil dari penelitian.

Tabel 1.1 Skema Alur Kegiatan Jadwal Penelitian

NO	Kegiatan	BULAN					
		Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Observasi Awal						
2.	Menyusun Proposal						
3.	Bimbingan Proposal						
4.	SUPS (Seminar Usulan Proposal Skripsi)						
5.	Pengumpulan Data Penelitian						
6.	Pengolahan Data Penelitian						
7.	Penyusunan Hasil Penelitian						
8.	Sidang Munaqosah						
9.	Revisi						



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG