

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman modern ini merupakan zaman dimana segala informasi bertebaran dan dapat diakses dengan cepat oleh semua pengguna sosial media, kecepatan penyaluran informasi ini biasa disebut viral. Viral dapat berbentuk baik ataupun negatif. Hal ini berdampak kepada seluruh aspek kehidupan tidak terkecuali dalam aspek agama. Penceramah atau yang biasa disebut *da'i* banyak yang mencoba salah satu dari kecanggihan teknologi yang ada dimasa sekarang ini yaitu sosial media. Fungsi media sosial bagi dai atau penceramah adalah sebagai tempat atau sarana menyampaikan dakwahnya. Para dai akan dengan sangat cepat terkenal layaknya public figure, seperti Ustad Abdul Somad, Ustad Adi Hidayat, dll. Didalam akun media sosial pribadi mereka, mereka dapat memiliki ratusan, atau bahkan sampai jutaan pengikut. Penggunaan akun media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok, Twitter memiliki dampak yang besar untuk kredibilitas seorang dai tersebut.

Layaknya di dunia nyata, para *da'i* juga memiliki topik bahasan yang berbeda beda dalam berdakwah di media sosial. Namun topik pembahasan dan pembawaannya antara dunia nyata dan dunia maya tidak akan jauh berbeda baik secara pakaian, diksi ataupun gaya penyampaian. Diksi adalah pemilihan kosa kata yang tepat untuk menyatakan sesuatu hal. Kridalaksana (2011:50) menyatakan bahwa diksi adalah pilihan kata dan kejelasan lafal untuk memperoleh efek tertentu dalam berbicara di depan umum atau dalam karang-mengarang. Pilihan kata merupakan suatu unsur yang penting, baik dalam dunia karang-mengarang maupun dalam dunia tutur setiap hari. Kridalaksana (2011:70) menyatakan bahwa gaya bahasa adalah pemanfaatan atas kekayaan bahasa oleh seseorang dalam bertutur atau menulis. Gaya bahasa merupakan cara khas dalam menyatakan pikiran dan

perasaan dalam bentuk tulisan atau lisan.

Para *dai* menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah mereka bukan tanpa alasan. Mereka melihat peluang dakwah yang sangat besar di media sosial terlebih khusus di Indonesia. Jika dilihat dari sisi demografi Indonesia, dilansir dari data oleh Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Kementerian Dalam Negeri, bahwa pertanggal 30 Juni 2022 jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 275.361.267 jiwa. Sedangkan data sensus tahun 2020 menyatakan bahwa generasi Z (8-23 tahun) terdiri atas 74,93 juta orang. Generasi terbesar kedua adalah dipegang oleh generasi X 58,65 Juta orang dari keseluruhan penduduk Indonesia kala itu. Sedangkan jika kita lihat dari aspek agama penduduk Indonesia didominasi oleh umat Islam sebanyak 236,53 juta jiwa (86,88%).

Bila kita lihat dari data di atas, ini merupakan peluang yang besar bagi *dai* untuk berdakwah kepada anak muda tanpa mengenyampingkan mad, u atau audiens lainnya. Ditambah lagi penggunaan internet pada anak muda yang sangat massif dilakukan. Para *dai* harus mencari strategi kembali untuk bagaimana menarik perhatian golongan muda agar berminat kepada agama. Sehingga tujuan dakwah para *dai* tercapai.

Media sosial yang terdapat di Indonesia cukup beragam antara lain Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok, dll. Untuk media sosial Youtube dilengkapi dengan beberapa fitur yang membantu sang creator dalam membuat karya. Contoh fitur yang disediakan Youtube antara lain Beranda, short, subscribe, koleksi, *dislike*, *like*, *comment* dan *share*.

Bedasarkan riset data yang dilakukan oleh *Business of Apps*, media sosial Youtube di dunia pertahun 2022 mencapai 2,4 miliar pengguna aktif. Angka tersebut naik sekitar 1,58% dari kuartal sebelumnya yang berjumlah sekitar 2,3 miliar pengguna aktif di dunia. Indonesia menempati urutan ketiga dalam peringkat pengguna Youtube terbanyak dengan jumlah 127 juta org. Melihat kenaikan angka tersebut menunjukkan bahwa media sosial Youtube yang dibuat di Amerika pada tanggal 14 Februari 2005 dan di prakarsai oleh Jawed Karim, Steve Chen dan Chad Hurley ini mengalami

penggunaan yang cukup banyak. Meskipun dengan pengguna sebanyak itu pendapatan Youtube tidak begitu memuaskan, pendapatan Youtube hanya sebesar US\$7,34 Miliar.

Kelebihan dari media sosial Youtube dibandingkan media sosial yang lainnya adalah sang creator tidak perlu mementingkan subscribe untuk bisa mendapatkan *viewer*. Sebab konten Youtube akan datang dengan sendirinya kedalam branda penonton. Dengan catatan jika kontennya berkaitan dengan apa yang ditonton pengguna sebelumnya dan itu dinamakan algoritma. Mengutip dari *Social Pilot*, setiap menitnya youtube akan memutar 649 ribu jam video yang di tonton oleh pengguna Youtube dan lebih dari 500 jam video baru yang di unggah. Hal itu sangat menyulitkan untuk mencari video yang relevan dengan apa yang kita sering konsumsi.

Oleh karena kesulitan tersebut Youtube membuat sistem algoritma untuk memudahkan mencari video yang relevan dengan apa yang viewer konsumsi. Untuk fungsi utama algoritma adalah untuk memaksimalkan engagement, konten yang mereka cari dan kepuasan dari *viewer* itu sendiri. Untuk membuat video rekomendasi lebih personal, Youtube menggunakan 3 kategori, yaitu: Faktor eksternal, dimana Youtube mengacu pada topik, kinerja pesaing, dan trend saat ini

1. Personalisasi, Youtube memanfaatkan riwayat tontonan dan keaktifan pengguna.
2. Kinerja, Youtube menggunakan minat menonton video, durasi dalam menonton sebuah video, dan kepuasan terhadap video unggahan.

Dari ribuan bahkan jutaan *content creator* Youtube yang aktif, kanal Youtube yang bernama (Pemuda Tersesat) cukup menarik untuk diteliti. Kanal Youtube ini diperuntukan untuk generasi milenial yang bisa dilihat dari jenis pertanyaannya. Diprakarsai oleh dua *content creator* yang bernama Tretan Muslim dan Coki Pardede yang disandingkan dengan dai muda keturunan Nabi Muhammad SAW yang juga *content creator* yaitu habib Jafar. Konten yang mereka suguhkan bisa tergolongkan dengan

content yang out off the box yaitu dengan bahasan yang tidak terpikirkan sebelumnya. Kanal ini juga mempunyai tag line yang cukup unik yaitu “Tersesat....oh tersesat. Astagfirullah”, tagline ini dibuat bukan secara asal melainkan berdasarkan konsep acara yang berkaitan. Konsep acara yang diusung oleh kanal Youtube ini adalah dengan menjawab pertanyaan nyeleneh dari kolom komentar namun berhubungan dengan aspek keislaman. Seperti contoh pertanyaan:

1. “Bagaimana jika dosa dan pahala kita seimbang, apakah ada *injury time*?”.
2. “Jika kita sudah disurga dan memakan buah khuldi, apakah kita akan kembali lagi kedunia? ”
3. “Apakah boleh berkorban dengan daging olahan?”

Kanal Youtube ini juga cukup diminati, bisa dilihat dari jumlah subscribe yang berjumlah 718 Ribu *Subscriber* dengan rata-rata 1 juta viewer pervideo.

Dengan demikian, adapun alasan peneliti memilih akun Youtube Pemuda Tersesat adalah sebagai objek penelitian pada strategi pada konten dakwah. Pertama, memilih dan memanfaatkan Youtube sebagai sarana dakwah yang efisien dalam aspek ruang. Tentunya, pernyataan tersebut memberikan peluang besar terhadap para dai untuk menyiarkan keagamaan melalui media Youtube termasuk kanal Youtube Pemuda Tersesat ini dengan memberikan konten keislaman. Kemudian yang kedua, kanal Pemuda Tersesat ini konsisten terhadap postingan yang diunggahnya. Mereka memberikan konten islami yang sangat informatif, dan edukatif namun diselengi dengan candaan sehingga bisa menarik khalayak untuk melihat konten dakwah yang disajikannya. Ketiga, tiap konten yang diunggah selalu sesuai dengan sesuatu hal yang pernah atau tengah dialami masyarakat.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka pokok permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian ini yaitu strategi apa saja yang digunakan dalam kanal Youtube Pemuda Tersesat. Kemudian, dari pokok permasalahan tersebut dapat dirumuskan sejumlah masalah yang sesuai dengan aspek yang hendak diteliti berdasarkan teori yang digunakan yaitu teori Harrold Laswell dalam penelitian, di antaranya yakni :

1. Siapa pengisi acara dalam kanal Youtube Pemuda Tersesat.
2. Bagaimana materi yang disajikan dalam akun dilakukan kanal Youtube Pemuda Tersesat.
3. Bagaimana menentukan *mad'u* atau *viewer* pada kanal Youtube Pemuda Tersesat.
4. Bagaimana cara penyampaian konten dakwah yang dilakukan dilakukan kanal Youtube Pemuda Tersesat
5. Bagaimana Respon yang dihasilkan oleh *mad,u* atau *viewer* sehabis menonton tayangan di kanal Youtube Pemuda Tersesat

## C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan untuk dapat memperoleh data penelitian melalui Kanal Youtube Pemuda Tersesat:

1. Untuk mengetahui kredibilitas pengisi acara di Kanal Youtube Pemuda Tersesat
2. Untuk mengetahui materi apa saja yang disajikan dalam akun Kanal Youtube Pemuda Tersesat
3. Untuk mengetahui klasifikasi *mad'u* atau *viewer* dalam kanal Youtube Pemuda Tersesat
4. Untuk mengetahui cara penyampaian konten dakwah yang dilakukan Kanal Youtube Pemuda Tersesat
5. Untuk mengetahui respons *mad'u* terhadap konten dakwah pada tiap postingan Kanal Youtube Pemuda Tersesat

#### **D. Kegunaan penelitian**

Penelitian ini memiliki kegunaan secara akademis dan praktis yaitu :

##### **1. Kegunaan Secara Akademis**

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan baru khususnya dalam kajian ilmu dakwah dan tabligh dalam melaksanakan kegiatan dakwah melalui media sosial Youtube sebagai media penyiaran dakwah bagi civitas akademika jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

##### **2. Kegunaan Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru kepada aktivis dakwah dengan cara memanfaatkan media sosial salah satunya Youtube sebagai sarana untuk berdakwah. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa membuka pemahaman baru khususnya bagi masyarakat luas agar bisa mendayagunakan media sosial dengan bijak dan positif.

#### **E. Kajian yang Relevan**

Demi menghindari plagiarisme dari penelitian ini, maka dari itu peneliti menguraikan beberapa penelitian yang sekiranya serupa dan relevan dengan penelitian peneliti. Adapun penelitiannya sebagai berikut :

- 1. Penelitian Yang Pertama Berjudul : Penelitian Yang Pertama Berjudul: Strategi Konten Dakwah Melalui Akun Tiktok (Studi Deskriptif Pada Konten Tiktok @Yudhidharmawan) Oleh Raihanissa Fitria (2022).** Peneliti Tersebut Menggunakan Analisis Studi Deskriptif Yang Sama Dengan Penelitian Ini Namun Yang Membedakannya Adalah Peneliti Menggunakan Objek Akun Kanal Youtube “Pemuda Tersesat”

2. Selanjutnya, Penelitian Yang Dilakukan Oleh Roni (2020), Yang Berjudul Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial (Online) Adapun Analisis Yang Digunakan Penelitian Ini Adalah Analisis Studi Deskriptif. Maka Dari Itu, Yang Membedakan Penelitian Ini Adalah Objek Penelitiannya Yaitu Strategi Ustadz Hanan Attaki Dalam Berdakwah.
3. Penelitian Yang Dilakukan Oleh Tiara Rahmadaniar (2018) Yang Berjudul: Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdailycom Dalam Mensosialisasikan Jilbab. Adapun Analisis Yang Digunakan Penelitian Ini Adalah Analisis Studi Deskriptif. Perbedaan Antar Penelitian Yang Terlihat Adalah Penelitian Ini Menggunakan Sarana Dakwahyang Berbeda Yaitu Akun Instagram.
4. Penelitian Yang Berbentuk Skripsi Oleh Nurrochman (2014) Yang Berjudul: Strategi Dakwah Melalui Pemasaran Media Online Pada Situs [www.sahabataqsa.com](http://www.sahabataqsa.com). Perbedaan Yang Mencolok Adalah Penggunaan Sarana Dakwah Yang Berbeda Dan Objek Yang Berbeda.
5. Untuk Penelitian Terakhir Yang Dilakukan Oleh Ais Zuli (2020) Yang Berjudul : Implementasi Strategi Dakwah Melalui Sosial Media Youtube Di Yayasan Masjid Menara Makan Sunan Kudus (Studi Kasus Channel Menara Kudus). Sebagai Pembeda Yakni Perbedaan Dalam Studi Kasusnya.

## F. Landasan Pemikiran

### 1. Landasan Teoritis

Untuk tercapainya tujuan penelitian, peneliti menggunakan 4 teori. Teori yang dimaksud adalah teori komunikasi dari Harold Lasswell, teori jarum suntik hipodermik dan teori *uses dan gratification*. Teori-teori tersebut digunakan karena sangat menunjang proses penelitian ini.

Suatu strategi dalam perencanaan komunikasi dipilih pasti tidak jauh dari unsur komunikasi. Harold D. Lasswell menjelaskan pengertian

komunikasi akan terjawab jika memenuhi beberapa pertanyaan. Pertanyaan yang dimaksud adalah 5W sebagai berikut ini: Who, What, Which, Whom, With. Dengan demikian, terdapat beberapa unsur komunikasi yang terdiri dari komunikator, media, efek, dan pesan/isi. Sebelum menyampaikan suatu komunikasi terdapat strategi yang harus direncanakan. Wijaya (2015: 58) berpendapat bahwa perencanaan komunikasi mesti diawali dengan langkah-langkah berikut:

- a. Menetapkan komunikator. Peran komunikator sangatlah besar sebab komunikator adalah faktor utama dalam aktivitas komunikasi. Komunikator merupakan pihak yang mengirimkan pesan keadan komunikan. Oleh sebab itu komunikan haru memiliki kredibilitas, kekuatan, daya tarik.
- b. Menentukan siapa yang akan menjadi target sasaran dari pesan yang ingin disampaikan. Target bisa diartikan komunikan atau dalam hal ini mad'u. Kebutuhan dari target cukup beragam, Komunikator harus mengetahui kebutuhan dari target atau komunikan. Sehingga komunikator dapat menyelaraskan antara strategi dan kebutuhan dari target atau komunikan.
- c. Menyusun isi atau pesan yang akan diberikan kepada komunikan. Pesan dapat diartikan sebagai “barang” yang di inginkan oleh target atau komunikan tersebut. Setelah disampaikan, komunikan akan menerima yang akan menimbulkan efek atau pengaruh.
- d. Menetapkan media. Dalam menetapkan media atau sarana penyampaian pesanharus mempertimbangkan tujuan dan model dari pesan. Penetapan media ditujukan agar penyampaian pesan lebif efektif dan efisien. Sebagai contoh jika pesan ditujukan untuk khalayak ramai sebaiknya menggunakan media dengan cakupan yang lebih besar pula seperti media massa.
- e. Efek atau pengaruh dalam komunikasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau



perbuatan seseorang

Teori kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori jarum hipodermik (teori peluru) yang memiliki arti media massa dapat menimbulkan pengaruh dengan terarah, kuat dan langsung. Teori ini merupakan aliran komunikasi yang satu arah, dengan maksud media massa terarah pada khalayak ramai.

Teori yang terakhir adalah *uses & gratification* yang diprakarsai oleh pakar komunikasi Katz dan Gurevic. Mereka berasumsi bahwa media mampu memenuhi kebutuhan khalayak. Pendekatan teori *uses & gratification* menitik beratkan dengan apa yang dilakukan orang terhadap media yaitu dengan menggunakan media sebagai “pemuas” bagi dirinya sendiri (Rakhmat, 2004: 217).

## 2. Kerangka Konseptual

Di dalam agama islam, dakwah merupakan serangkaian kegiatan mengajak sesama manusia ke sebuah tujuan. Tujuan yang dimaksud adalah memberikan panduan hidup yang sesuai dengan ajaran islam. Kegiatan Dakwah memiliki peran yang sangat strategis untuk maju mundurnya agama islam. Dakwah memiliki fungsi sebagai upaya memperbaiki masyarakat yang memiliki sifat ahilyah kepada sifat yang islami. Keberhasilan dakwah ini akan membawa agama islam untuk tetap bertahan dalam menghadapi perubahan zaman yang bersifat fluktuatif. Fluktuatif yang dimaksud adalah naik turunnya keadaan zaman. Namun jika dakwah ini gagal maka akan berdampak ketertinggalan umat islam terhadap zaman itu sendiri. Oleh karena kekhawatiran itu, dakwah harus berinovasi, memodifikasi atau memiliki terobosan secara terus menerus seiring berkembangnya zaman. Kreativitas dalam dakwah harus tetap bergulir seperti pada unsur dakwah: *da'i*, *mad'u*, materi dakwah, metode dakwah, dan media yang dipakai.

Salah satu inovasi yang harus dilakukan dalam dakwah adalah media atau sarana dakwah. Media merupakan aspek penting dalam keberhasilan kegiatan dakwah. Media merupakan sarana perantara antara *da'i* dan *mad'u*

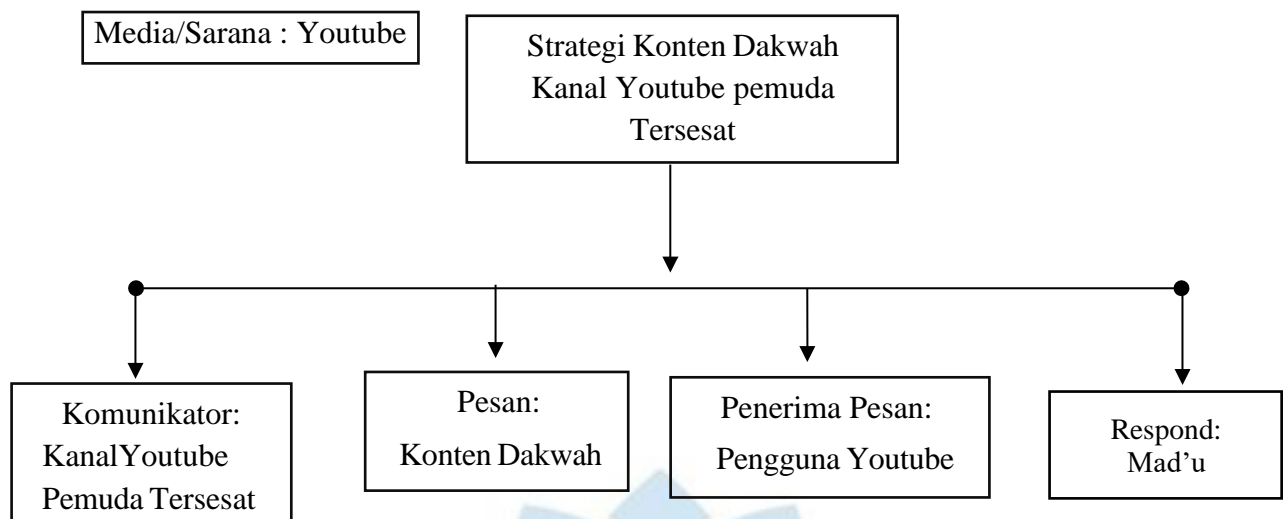
dalam menyampaikan ajaran islam. Kemajuan teknologi membuat masyarakat atau pasar memiliki akses menerima informasi yang beragam secara instan dan cepat. Sehingga media sosial memiliki sifat yang strategis dalam penyebaran islam

Dakwah merupakan kegiatan keagamaan yang efisien tidak harus selalu di mimbar melainkan dapat dilakukan di media mana saja. Seiring dengan kemajuan zaman seorang *da'i* harus kreatif dalam menyampaikan dakwahnya tersebut. Seorang *da'i* harus memperhatikan audiens baik dari aspek demografi maupun topografinya.

Media sosial seperti Youtube mungkin bisa menjadi solusinya. Sejumlah *da'i* dan Masyarakat kebanyakan telah menjadikan Youtube sebagai salah satu sumber informasi yang primer. Salah satu *da'i* yang merambah dakwahnya ke media sosial Youtube adalah Habib Jafar Alhaddad dalam kanal Youtube Pemuda Tersesat. Dalam chanel Pemuda Tersesat, Habib Jafar Al-Haddad menjawab pertanyaan nyeleneh dari *mad'u* dengan perspektif islam namun dibawakan dengan gaya anak muda.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016: 9).

Apabila keempat teori (komunikasi dari Harold Lasswell teori jarum suntik hipodermik dan teori uses and gratification) digunakan maka strategi dakwah akan menghasilkan efek pada *mad'u*. Maka dari itu, kerangka konseptual dapat digambarkan dengan skema berikut :



**Gambar 1.1 Gambar Konseptual**

## G. Langkah-langkah penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Peneliti menetapkan lokasi penelitiannya pada kanal Youtube “Pemuda Tersesat”. Akun Youtube ini menjabarkan perihal keislaman dengan cara yang cukup unik. Mereka akan menjawab pertanyaan yang nyeleneh dari pennton namun tetap masuk akal perihal masalah keislaman.

### 2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma adalah cara mendasar untuk melakukan persepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas (Harmon dalam Moleong, 2004:49). Pendekatan penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang berdasarkan fenomenologi dan paradigma konstruktivisme dalam mengembangkan suatu ilmu pengetahuan (Muslim, 2016:78). Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk penelitian ini. Analisis pendekatan deskriptif kualitatif diperoleh kemudian

dituangkan dalam bentuk gambar, tulisan ataupun perilaku yang terdapat dalam akun Youtube "Pemuda Tersesat".

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:2). Dikarenakan hal tersebut maka peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif tersebut merupakan jenis penelitian kualitatif yang sering digunakan untuk menganalisis suatu fenomena, keadaan maupun kejadian secara sosial.

Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang didapat. Dengan menggunakan metode tersebut akan terfokus pada analisis strategi konten dakwah pada tiap konten yang terdapat di kanal Youtube "Pemuda Tersesat". Maka dari itu, diharapkan peneliti dapat menganalisis strategi konten dakwah yang dilakukan pada kanal Youtube "Pemuda Tersesat" melalui metode penulisan deskriptif kualitatif.

### 4. Jenis data dan Sumber data

Sumber data adalah kajian yang diambil untuk menunjang penelitian. Adapun sumber data yang diambil dalam penelitian terbagi menjadi dua : *Pertama*, data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:456). Peneliti mengumpulkan sendiri data dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan yaitu dari kanal Youtube "Pemuda Tersesat". *Kedua*, data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya

lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018:456). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber skunder yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal yang dapat menunjang penelitian ini. Adapun buku yang digunakan peneliti guna melengkapi hasil penelitian tersebut salah satunya berjudul Media Sosial (Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial) karangan Shiefti Dyah Alyusi. Sedangkan jurnal yang hendak digunakan peneliti yakni karya tulis Abdul Karim dengan judul dakwah melalui media.

Dalam hal ini peneliti menggunakan data kualitatif dengan gaya penulisan deskriptif. Jenis data tersebut dapat diperoleh melalui proses pengamatan, wawancara, kumpulan data unggahan baik video atau gambar, kalimat yang tertuai dalam caption konten tersebut, komentar dari *subscriber*. Data yang disebutkan dapat diperoleh dan didapati dari kanal Youtube “Pemuda Tersesat” Secara kualitatif, jenis data tersebut adalah :

1. Data mengenai perencanaan konten dakwah yang dilakukan akun Kanal Youtube “Pemuda Tersesat”
2. Data mengenai pengorganisasian konten dakwah yang dilakukan dalam konten akun Kanal Youtube “Pemuda Tersesat”
3. Data mengenai pelaksanaan terhadap konten dakwah akun Kanal Youtube “Pemuda Tersesat”
4. Data mengenai evaluasi yang dilakukan kanal Youtube Pemuda tersesat terhadap konten dakwah di Youtube

##### **5. Informan dan Unit Analisis**

Informan pada penelitian ini adalah seorang *da'i* yaitu Habib Jafar Al Haddar dan dua pembawa acara yaitu komika yang bernama Tretan Muslim dan Coki Pardede. Sedangkan unit analisis pada kali ini adalah konten kanal Youtube “Pemuda Tersesat” berisi pertanyaan dari *subscriber* atau penonton yang berisi kebingungan dalam ajaran islam namun di sampaikan dengan cara yang nyeleneh

dan dijawab oleh pakar agama yaitu Habib Jafar bersama dua *host* acara.

## 6. Teknik Pengumpulan data

### a. Observasi

Observasi adalah sebuah kegiatan manusia yang menggunakan panca indra sebagai alat bantu utamanya (Morissan, 2017:143). Dengan kata lain kemampuan observasi seorang manusia dinilai dari hasil kerja panca indra.

Teknik observasi yang dinilai tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengamati strategi atau upaya konten dakwah yang terkandung dalam kanal Youtube “Pemuda Tersesat”. Observasi dilakukan untuk mendapatkan bahan acuan yang dapat direlevansikan dalam penelitian.

### b. Wawancara

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wawancara adalah Tanya jawab dengan seseorang yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya mengenai suatu hal yang akan dimuat dimedia. Peneliti memilih wawancara semi terstruktur dengan menyiapkan beberapa pertanyaan yang mencakup 5W+1H, disamping itu peneliti juga mengajukan pertanyaan sendiri selama proses wawancara. Data wawancara dapat dijadikan bahan acuan yang komperhensif, jujur, mendalam dan akurat dalam penelitian.

### c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu cara untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku arsip, tulisan angka, dokumen, dan gambar yang berupa laporan berupa keterangan yang dapat menunjang proses penelitian (Sugiyono,

2018:476). Peneliti akan memperoleh data dengan cara dokumentasi dengan mengumpulkan data-data berupa gambar yang diambil langsung dari unggahan konten dari kanal Youtube “Pemuda Tersesat”. Hal ini dapat membantu peneliti untuk mengetahui strategi apa yang digunakan untuk dakwah dalam kanal Youtube “Pemuda Tersesat”

## 7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Kriteria keabsahan data dapat dilihat dari 4 aspek, yaitu: (1) kepercayaan (*credibility*), (2) keteralihan (*transferability*), (3) kebergantungan (*dependability*), (4) kepastian (*confirmability*) dikutip dari (Moloeng, 2010:324). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

### a. Kepercayaan (*credibility*)

Menurut (Moloeng, 2010:324) derajat kepercayaan mempunyai fungsi:

- 1) Melaksanakan penelaahan yang berifat mencari informasi sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penelitiannya dapat tercapai.
- 2) Kedua, memperlihatkan derajat kepercayaan hasil-hasil penelitiannya dengan jalan pembuktian oleh peneliti.

### b. Keteralihan (*transferability*)

Konsep validitas menyatakan bahwa generalisasi dapat berlaku dan diterapkan pada semua konteks dalam populasi yang sama dengan catatan penemuan yang didapatkan bisa merepresentasikan populasi tersebut.

Sedangkan keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Dengan demikian peneliti akan bertanggung jawab untuk menyiapkan data deskriptif secukupnya .

c. Kebergantungan (*dependability*)

Kriteria ini merupakan paradigma alamiah dengan menggunakan dua persoalan yang menjadi bahan pertimbangan, kemudian menjadi suatu kesimpulan untuk menggantinya.

d. Kepastian (*confirmability*)

Kriteria ini melakukan pemastian bahwa sesuatu hal itu objektif atau tidak dan bergantung pada persetujuan dari beberapa orang terhadap hal tersebut. Seperti contoh bahwa pengalaman seseorang itu bersifat subjektif sedangkan jika disepakati oleh beberapa orang atau lebih barulah dapat dikatakan objektif. Jadi dalam hal ini objektivitas-subjektivitasnya suatu hal itu bergantung pada orangnya.

Umumnya, teknik keabsahan data pada penelitian kualitatif memakai teknik triangulasi. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda (Patton dalam Lexy J. Moleong, 2010:330-331) Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur, studi dokumentasi, dan studi pustaka untuk sumber yang sama dalam penelitian ini. Dapat dikatakan bahwa peneliti akan mengumpulkan data melalui sumber yang sama. Peneliti memperoleh data dengan mengumpulkan data kanal Youtube “Pemuda Tersesat”. Kemudian, peneliti akan menguji keabsahan data dengan teknik triangulasi.