

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Pada era digital ini, perkembangan media masa sangat berpengaruh dan berkaitan dengan kegiatan sehari-hari guna mencari informasi. Teknologi telah memudahkan masyarakat dalam mencari informasi lebih cepat. Media masa terbentuk karena adanya keterkaitan antara teknologi dan komunikasi dengan beragam bentuk media seperti media cetak, elektronik, atau media *online*. Media massa elektronik atau *online* yang didalamnya terdapat internet akan memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi dengan cepat.

Menurut penjelasan Nasrullah (2015:11), media sosial merupakan suatu *platform* yang memberikan peluang kepada pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya, serta membentuk hubungan secara virtual. Media sosial mempermudah komunikasi masyarakat, baik dalam menyampaikan pesan secara jarak jauh maupun dekat, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan media sosial.

Hal tersebut, berpengaruh pada kepemilikan *smartphone* yang semakin banyak dimiliki masyarakat terlebih karena aplikasi-aplikasi yang disediakan semakin canggih salah satunya aplikasi *Youtube* yang dimana biasanya masyarakat hanya mengendalikan televisi untuk melihat informasi berbentuk video, namun sekarang *Youtube* banyak digunakan masyarakat dalam mencari informasi dengan cepat.

Dengan segala kemudahannya, media sosial saat ini tidak hanya dimanfaatkan untuk tujuan informasi dan komunikasi semata. Perkembangan zaman telah mengubah media sosial menjadi suatu *platform* yang sangat beragam dalam fungsinya. Salah satu aspek yang dapat memberikan kemajuan bagi Islam adalah pemanfaatan media sosial sebagai alat atau medium untuk menyebarkan dakwah. Menurut definisi Nasaruddin Latif (dalam Hasan 2013:11), dakwah dalam Islam diartikan sebagai kegiatan baik dalam bentuk lisan maupun tulisan yang bertujuan untuk mengajak, menyeru, dan memanggil manusia agar patuh serta beriman kepada Allah Swt, berdasarkan ajaran Islam, syariat, dan akhlaq.

Ragam media sosial menjadi sarana bagi para *da'i* dalam melaksanakan dakwah, tergantung pada cara dan konten yang ingin mereka sampaikan. Sebagai contoh, *platform Twitter* dengan fitur *thread* seringkali digunakan oleh para *da'i* untuk menyebarkan pesan dakwah melalui tulisan. Sementara itu, dakwah melalui media *audio* bisa dilakukan melalui aplikasi *Spotify* atau *Noice*, memungkinkan pendengar untuk mendengarkan kapan saja dan di mana saja sesuai keinginan mereka (*on-demand*), sehingga mereka dapat mendengarkan dakwah sambil melakukan aktivitas lain. Selain itu, media *Youtube* juga menjadi pilihan yang efektif, karena keunggulannya dalam aspek audio visual. Dengan berbagai fitur yang tersedia, *platform* ini memungkinkan penggunaannya untuk membuat video dakwah baik yang berdurasi panjang maupun pendek.

Fenomena ini menjadikan pengguna *Youtube* semakin menjamur. Dalam hal ini *Youtube* dimanfaatkan oleh berbagai instansi perusahaan, atau lembaga dengan membuat akun *Youtube* untuk menyebarkan informasi, hiburan bahkan edukasi maupun dakwah. Di era *Internet of Things* mengajak para pendakwah untuk terlibat aktif dalam penggunaan media digital untuk berdakwah.

Semua *platform* digital dapat dilihat sebagai medium untuk penyebaran nilai-nilai keIslaman. Dakwah digital harus masuk kepada ranah media sosial untuk menyeimbangkan bahwa media sosial juga digunakan untuk menebarkan nilai-nilai kebaikan. Khususnya nilai keIslaman. Ini adalah sebuah tantangan baru di era digital bagi para pengajak kepada jalan Allah Swt. (Darajat, 2022:207-220).

*Youtube* merupakan salah satu aplikasi siaran yang didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jaweb Karim. Aplikasi *Youtube* berfungsi untuk mengunggah video yang akan kita bagikan kepada publik selain itu, kini *Youtube* memiliki fitur *streaming* atau video live yang dapat langsung diberi komentar oleh penonton pada kolom komentar yang telah disediakan. Selain itu, video yang diunggah di *Youtube* bisa kita tonton berulang-ulang. Hal tersebut yang membedakan antara televisi dan *Youtube* (Fakhruroji, 2017).

Salah satu lembaga yang menggunakan *Youtube* sebagai media untuk memberikan informasi, hiburan dan edukasi maupun dakwah adalah Pondok Pesantren Sukamanah. Pondok Pesantren Sukamanah menggunakan *Youtube* sebagai suatu wadah yang didalamnya terdapat video informasi, hiburan, dan edukasi berupa dakwah yang bertujuan agar masyarakat yang melihat akun

*youtube* Pondok Pesantren Sukamanah bisa mengikuti dan melihat kegiatan-kegiatan pengajian maupun kegiatan peringatan hari besar di Pondok Pesantren Sukamanah melalui video yang diunggah pada kanal *Youtube* yang bernama @pesantren.sukamanah.

Pemilihan judul pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana lembaga pendidikan pondok pesantren dalam mengelola media sosial *Youtube* sebagai media dakwah. Selain itu, *Youtube* juga merupakan salah satu aplikasi yang digunakan dalam kegiatan penyiaran yang relevan dengan jurusan komunikasi dan penyiaran Islam.

Adapun fokus pemilihan kanal Pesantren Sukamanah sebagai objek penelitian dikarenakan kanal ini merupakan media yang dibuat pada tanggal 15 Juli 2017 milik salah satu pengurus pondok pesantren yang kemudian digunakan sebagai kanal lembaga pesantren pesantren dengan 13.500 *subscriber*, 1.289.839 *viewers* dan 1.057 video yang berisi tentang berbagai kegiatan *up to date* di Pondok Pesantren Sukamanah dan diantaranya 320 video dakwah yang meliputi kegiatan ceramah, pengajian, Sejarah dan pidato pada setiap konten dakwah tersebut ada 8-10 komentar yang berupa pertanyaan maupun tanggapan dari *viewers* pada data yang saya dapatkan di bulan Oktober 2023. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam dengan judul “Pengelolaan Media Dakwah Melalui *Youtube* di Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Sukamanah”.

Telah ada beberapa penelitian sebelumnya yang mengulas tentang media dakwah. Salah satunya dilakukan oleh Raihannisa Fitriah pada tahun 2022

dengan judul "Strategi Konten Dakwah melalui Akun Tiktok: Studi Deskriptif pada konten Tiktok @yudhidarmawan." Dalam penelitiannya, Raihannisa membahas strategi pembuatan konten dakwah (Fitriah, 2022). Penelitian kedua dilakukan oleh Moch. Raffka Yusuf dengan judul "*Youtube* sebagai Media Dakwah: Studi Deskriptif Program Kulkas di Kanal *Youtube* Aang Ridwan Official." Fokus penelitian ini adalah pada pengemasan dakwah dan analisis isi materi konten *Youtube* (Yusuf, 2021). Sementara itu, penelitian ketiga yang dilakukan oleh Syahir berjudul "Pengelolaan Jurnal Wardah" menitikberatkan pada pengelolaan media dakwah dengan objek penelitian berupa website (Syahir, 2016).

Melihat dari tiga penelitian tersebut, peneliti merasa tertarik untuk mengeksplorasi pengelolaan media dakwah di pondok pesantren (ponpes) dari perspektif yang berbeda. Fokus penelitian ini adalah melihat tahapan-tahapan yang digunakan oleh Ponpes Sukamanah dalam berdakwah, khususnya dalam pengelolaan sumber, pesan, dan saluran serta target audiens pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi kontribusi ilmiah yang membuka wawasan para *da'i* dan lembaga pendidikan lain mengenai luasnya ranah dakwah, terutama dalam bentuk program atau tayangan *audiovisual*.

Peneliti berharap dengan dilaksanakannya penelitian ini membuat pesantren yang diteliti menjadi referensi bagi pondok pesantren lainnya yang belum mengoptimalkan *platform* digital sebagai media dakwah dan informasi dalam memanfaatkan era digitalisasi. Terlebih lagi, penelitian ini sebagai titik

keberangkatan untuk pondok pesantren dalam melakukan sistematisasi konten terhadap video, gambar, atau audio yang akan diunggah melalui *platform* digital.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti memfokuskan tulisan ini pada konsep bagaimana kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah memberikan informasi dan edukasi serta hiburan melalui *Youtube*. Dan diajukan dalam pertanyaan sub masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan sumber (*source*) konten dakwah pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah?
2. Bagaimana pengelolaan pesan (*message*) dalam konten dakwah pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah?
3. Bagaimana pengelolaan saluran (*channel*) pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah?
4. Bagaimana target penonton (*receiver*) pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari fokus penelitian diatas. Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, diantaranya:

1. Untuk mengetahui sumber (*source*) konten dakwah pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah.
2. Untuk mengetahui pengelolaan pesan (*message*) dalam konten dakwah pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah.

3. Untuk mengetahui pengelolaan saluran (channel) pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah.
4. Untuk mengetahui target penonton (*receiver*) pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu rujukan atau referensi dalam ruang lingkup komunikasi dan penyiaran Islam pada mata kuliah administrasi dakwah dan jurnalisme dakwah serta dapat memberikan referensi bagi perkembangan kajian media dakwah. Khususnya media dakwah pada lembaga pendidikan pondok pesantren.

##### 2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi lembaga pendidikan yang menggunakan *Youtube* dalam memberikan sajian dakwah, informasi, hiburan atau edukasi, serta mampu memberikan panduan serta pemahaman mengenai pengelolaan media khususnya kepada pihak Pondok Pesantren Sukamanah.

## E. Kajian Penelitian yang Relevan

Berikut ini merupakan kajian studi literatur sebagai bahan komparasi penelitian yang dimuat dalam began berikut:

*Tabel 1.1 Penelitian yang relevan*

<b>Judul</b>	<b>Peneliti</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Strategi Konten Dakwah Melalui Akun Tiktok: Studi Deskriptif pada Konten Tiktok @yudhidarmawan	Raihannisa Fitriah 2022 (Skripsi)	Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif.	Fokus penelitian lebih mengarah terhadap strategi konten pada akun tiktok
<i>Youtube</i> Sebagai Media Dakwah: Studi Deskriptif Program Kulkas di Kanal <i>Youtube</i> Aang Ridwan Official	Moch Raffka Yusuf 2021 (Skripsi)	Penelitian terhadap media <i>Youtube</i> sebagai objeknya	Fokus penelitian terhadap program kanal <i>Youtube</i> secara spesifik
Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital	Wahyu Budiantoro 2021 (Jurnal)	Digitalisasi dakwah menyesuaikan dengan era modern	Fokus penelitian mengarah pada perkembangan dakwah
Pengelolaan Digital Pr dalam Mengemas Konten Dakwah di Instagram @masjidtrans	Wulan Mulya Asih, Khoiruddin Mukhtar, Yusuf Zaenal Abidin 2020 (Jurnal)	Media dakwah yang digunakan sama dan jenis penelitiannya kualitatif.	Objek penelitian berfokus kepada media sosial Instagram



Pengelolaan Digital <i>Public Relations</i> Dinas Kehutanan Jawa Barat dalam Sosialisasi ”Hutan Lestari” Melalui Akun Instagram @dishut_jabar: Studi Deskriptif pada Akun Instagram @dishut_jabar	Bima Fauzi Permana 2022 (Thesis)	Mengkaji tentang pengelolaan suatu <i>platform</i> digital untuk menyampaikan informasi	Objek penelitian berfokus kepada media sosial Instagram
--	---	--	--

Sumber: Observasi Penulis

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut peneliti menemukan banyak aspek yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti teliti. Tetapi, penelitian ini pun memiliki distingsi dan layak untuk diteliti.

Begitu banyak penelitian ilmiah yang dilakukan di berbagai instansi terkait pemanfaatan, pengelolaan, dan pengembangan media sosial, karena di era teknologi seperti sekarang sangat memungkinkan bagi instansi untuk memperluas jaringan mereka dalam mempromosikan atau bahkan menginformasikan terkait suatu hal.

## F. Landasan Penelitian

### 1. Landasan teoretis

#### a. Teori Komunikasi *S-M-C-R* (Berlo)

Dalam model komunikasi David K. Berlo (1960), unsur-unsur utama komunikasi terdiri atas *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran atau media), dan *Receiver* (penerima). Selain itu,

terdapat tiga unsur tambahan yaitu *feedback* (tanggapan atau umpan balik), efek, dan lingkungan. Sumber bisa terdiri dari individu ataupun kelompok orang. Komunikasi dakwah mencakup segala bentuk komunikasi yang mengandung dan menyampaikan pesan dakwah, seperti ajakan untuk mengikuti jalan yang benar sesuai perintah Allah Swt atau seruan untuk melakukan kebaikan dan meninggalkan perbuatan buruk (Atabik, 2014:120).

Saputra (2011) menghubungkan dakwah dan komunikasi, menganggap dakwah sebagai proses informasi nilai-nilai yang memerlukan suatu proses pengkomunikasi. Ajaran Islam yang disampaikan dalam dakwah merupakan kumpulan pesan yang dikomunikasikan kepada manusia. Ketika melibatkan partisipasi atau tanggapan mad'u, serta implementasi ajaran keagamaan sebagai hasil dari proses dakwah, terlihat kesesuaian antara proses komunikasi dan proses dakwah. Oleh karena itu, banyak yang menyatakan bahwa proses dakwah sebenarnya adalah proses komunikasi itu sendiri (Atabik, 2014:120-121).

Komunikasi berperan sebagai sarana dakwah, di mana seorang da'i menyampaikan pesan-pesan keagamaan menggunakan simbol-simbol verbal dan nonverbal. Simbol-simbol verbal melibatkan ucapan dan tulisan yang mudah dipahami, sementara simbol-simbol nonverbal dalam dakwah mencakup gerakan, ekspresi wajah, pakaian,

tindakan, atau perilaku, serta situasi lingkungan, yang memiliki makna di luar aspek linguistik (Ma'arif, 2010:36).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa teori komunikasi dakwah adalah suatu pola penyampaian pesan dakwah oleh seorang da'i, yang berisi pesan tentang ajaran Islam dengan tujuan mengajak, mempercayai, mempelajari, mengamalkan, dan menyebarkan kepada individu atau kelompok agar berperilaku sesuai dengan ajaran yang disampaikan. Para da'i mengembangkan dakwah berdasarkan kemampuan mereka memahami dan memberi makna pada peristiwa komunikasi dakwah serta mengidentifikasi peluang yang ada. Pemilihan model komunikasi oleh da'i berperan dalam menarik perhatian mad'u (Sulastri, 2013:22).

## 2. Landasan Konseptual

Seorang peneliti menyatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai media dakwah Islam cukup efektif. Pada dasarnya, kehadiran dakwah akan senantiasa eksis sebab kegiatan dakwah bersifat fleksibel dan dinamis dengan berbagai bentuk pendekatan sesuai tuntutan zaman.

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. Jhon A. Bryne (dalam Ali Hasan, 2010:29) mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Pengelolaan adalah kata lain dari manajemen yang memiliki makna sebuah proses yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Seluruh proses tersebut ditujukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Munir, 2003:2-7).

Dakwah adalah mengajak dan membimbing, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk di alihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka dapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

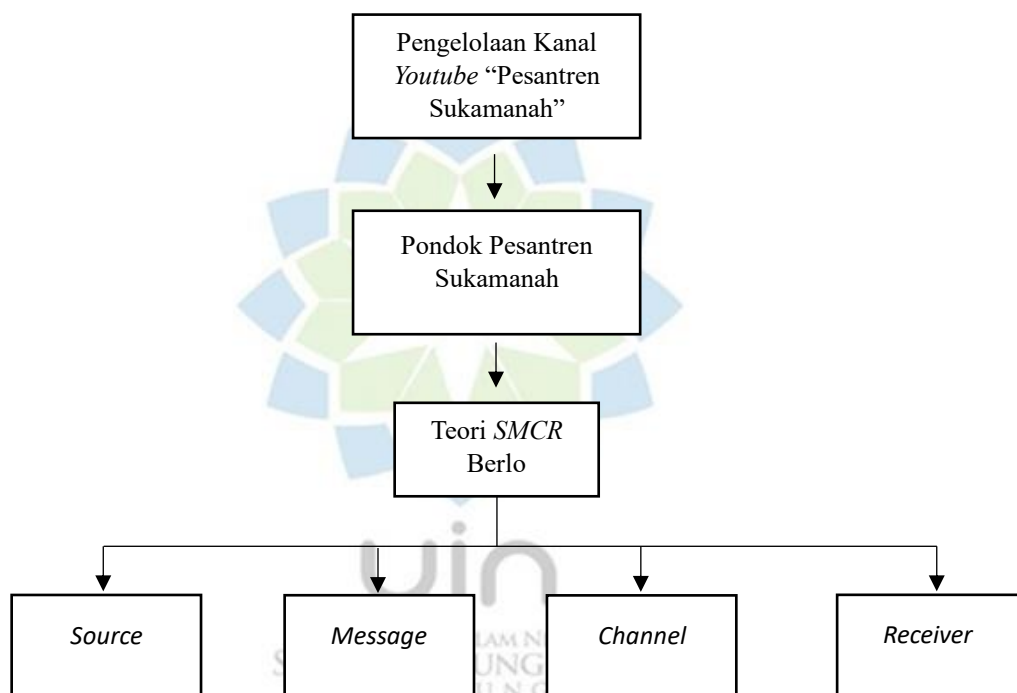
Media *Youtube* menjadi salah satu media yang digunakan untuk berdakwah. Berbagai individu, instansi, perusahaan, bahkan lembaga banyak memanfaatkan *Youtube* sebagai media yang digunakan sehari-hari baik itu untuk menunjang hiburan, edukasi, informasi maupun dakwah. Salah satunya yaitu lembaga pendidikan Pondok Pesantren Sukamanah. Pondok Pesantren Sukamanah menggunakan kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah sebagai media lembaga yang memfokuskan pada konten informasi, hiburan dan dakwah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode penulisan 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 instrument 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).

Maka dari itu, kerangka konseptual dapat di gambarkan dengan skema berikut:

*Bagan 1.1 Kerangka Konseptual*



(Sumber: Observasi Peneliti, Oktober, 2023)

Pengelolaan dakwah adalah suatu kepemimpinan yang berfungsi dan peranannya sebagai manajer suatu organisasi atau lembaga dakwah yang bertanggung jawab atas jalannya semua fungsi manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan” (Mughtarom, 2007:37). Konsep pemikiran yang dibuat sebagaimana

kebutuhan untuk memperdalam pengelolaan media dakwah pada lembaga dan bertujuan untuk menjadi acuan penulis dalam kegiatan penelitian.

## **G. Langkah-langkah Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Lokasi penelitian adalah merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan topik yang dipilih. Dengan pemilihan lokasi ini, peneliti diharapkan menemukan hhal-hal yang bermakna dan baru (Al Muchtar, 2015:243).

Lokasi penelitian yang akan peneliti bahas adalah kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah. Pesantren K .H Zainal Musthofa Sukamanah ini terletak di Desa Sukarapih, Kec. Sukarame, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. Alasan peneliti memilih objek penelitian pada lembaga pendidikan ini karena terdapat kesesuaian topik masalah yang akan diteliti. Pada akun *Youtube @pesantren.sukamanah* ini diunggah beberapa konten, diantaranya dakwah, informasi, dan hiburan.

### **2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Paradigma Penelitian**

Mempelajari dan memahami fenomena baru dibutuhkan sebuah konteks yang disebut paradigma. Paradigma ialah satu cara peneliti untuk memahami sebuah masalah atau fenomena tertentu dengan

kriteria untuk menguji guna ditemukannya penyelesaian masalah (Guba&Lincoln, 1998).

Paradigma konstruktivisme digunakan dalam hal ini oleh peneliti. Kebenaran merupakan realitas sosial yang relatif menurut paradigma konstruktivis, yang memandang realitas sosial sebagai produk kemampuan berpikir seseorang (Bungin, 2008:5). Alasan peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena makna teks dalam penelitian ini tidak bisa dilihat secara langsung, melainkan peneliti akan berusaha membentuk konstruksi realitas di bagian-bagian teks teks, sehingga penelitian ini memperhatikan peristiwa, proses dan otentitas dokumen.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan penelitian yang fokus pada eksplorasi kondisi alami objek penelitian, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan melalui berbagai teknik yang saling mendukung, analisis dilakukan secara induktif, dan penekanan lebih pada makna daripada generalisasi (Abdussanad, 2021).

Pendekatan yang digunakan dalam meneliti kanal *Youtube* @pesantren.sukamanah yaitu dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan pendekatan ini, peneliti berusaha untuk mendeskripsikan secara naratif dengan data-data yang didapatkan

secara faktual. Fokus penelitian ini akan mengarah kepada pengidentifikasian penerapan teori yang mendukung strategi dan model komunikasi dakwah secara digital pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah mengingat keunikan inovasi dakwah kontemporer yang tetap mampu mempengaruhi penonton.

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode studi kasus. Menurut Suharsimi Arikunto (dalam Satori dan Komariah, 2010:23), studi kasus adalah pendekatan yang dilakukan secara menyeluruh, terperinci, dan mendalam terhadap gejala tertentu.

Menurut Basuki (dalam Susanti dan Mufattahah, 2008:9), studi kasus adalah jenis penelitian atau studi masalah khusus yang dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif atau kuantitatif, dengan sasaran individu atau kelompok, atau masyarakat secara keseluruhan. Menurut Stake (1995), tujuan studi kasus adalah untuk mendapatkan pemahaman yang optimal tentang kasus yang dipelajari daripada untuk membuat generalisasi. Kasus dapat kompleks atau sederhana, dan waktu belajar dapat pendek atau panjang, tergantung pada jumlah waktu yang dialokasikan untuk berkonsentrasi (dalam Susanti dan Mufattahah, 2008:9).

Salah satu pendekatan yang digunakan adalah pendekatan satu kasus, yang berarti bahwa penelitian hanya berfokus pada satu unit kasus (Yona, 2006:77). Berdasarkan hal itu, peneliti berkonsentrasi pada satu subjek



tertentu dan mempelajarinya sebagai studi kasus, data dalam studi kasus ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, atau dari semua pihak yang terlibat.

#### 4. Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif dengan menggunakan analisis penulisan deskriptif. Data yaitu keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan sebagai bahan dasar kajian. Ada banyak jenis data berdasarkan kriteria tertentu yang bisa didapat dari mana saja, bisa lewat hasil survei, pengisian kuesioner, wawancara, pengamatan langsung, observasi, pengambilan data sekunder, dan lain-lain (Parwito, 2007:9). Data harus diolah terlebih dahulu agar menghasilkan informasi atau berupa kesimpulan yang berguna dan menjawab pertanyaan dari penelitian yang diadakan. Informasi dari data yang dikumpulkan bisa berguna untuk bahan pengambilan keputusan atau menambah wawasan bagi para peneliti dan pihak-pihak terkait.

Jenis data kualitatif akan menghasilkan data yang dapat diperoleh melalui hasil pengamatan, wawancara, kumpulan data konten yang diunggah, redaksi dalam video juga kalimat yang tertuai dalam kolom komentar. Adapun jenis data yang akan diperoleh adalah:

- 1) Data terkait pengelolaan sumber (*source*) konten dakwah pada kanal *Youtube @pesantren.sukamanah*.
- 2) Data terkait pengelolaan pesan (*message*) konten dakwah pada kanal *Youtube Pesantren Sukamanah*.

3) Data terkait pengelolaan saluran (*channel*) akun *Youtube* @pesantren.sukamanah

4) Data terkait target penonton (*receiver*) kanal *Youtube* @pesantren.sukamanah

#### 5. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek darimana data di dapat (Zuldafrial, 2012:46). Jika dilihat dari sumber datanya, dapat digunakan sumber primer dan sekunder untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2009:225). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ditinjau dari dua unsur, yaitu:

##### a) Sumber Data Primer

Data primer adalah informasi yang berasal dari suatu sumber informasi yang berkaitan dengan suatu objek tentang masalah yang peneliti teliti (Sumber informan) (Sadiah, 2015:87). Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari kanal *Youtube* @pesantren.sukamanah yakni mengenai unggahan konten sekaligus tim media *Youtube* @pesantren.sukamanah sebagai sumber data primer.

##### b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain sebagai pelengkap bagi data primer (Sunnyotno, 2013:21). Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal ilmiah, artikel, buku, situs web yang berkaitan sebagai tambahan data sekunder. Data ini juga untuk menambah data primer, jika data tersebut kurang menjawab dari

pertanyaan penelitian ini sehingga dapat memenuhi tujuan dari penelitian yang akan peneliti teliti.

## 6. Informan atau Unit Analisis

### a. Informan

Pengertian informan penelitian adalah orang-orang yang bisa memberikan informasi, dimana informan penelitian tersebut bisa berupa orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti (Sukandarumidi, 2007:97). Pada penelitian kualitatif posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi. Karena itu, narasumber disebut informan (orang yang memberikan informasi, sumber informasi, sumber data) atau disebut juga subjek yang diteliti. Karena informan merupakan aktor atau pelaku yang ikut menentukan berhasil atau tidaknya penelitian berdasarkan informasi yang diberikan.

Informan pada penelitian ini terdapat 3 orang. Adapun informan utama pada penelitian ini adalah seorang santri yang sekaligus menjadi ketua tim media pondok pesantren Sukamanah, yaitu Dicky Muhammad Shiddiq, kemudian Firman Muhammad Fajar selaku editor/desainer, dan Fahmi Muhammad sebagai videographer konten. Unit analisis pada penelitian ini adalah konten kanal Youtube @pesantren.sukamanah yang berisi konten-konten dakwah dan kegiatan dipondok pesantren Sukamanah.

b. Unit Analisis

Unit analisis adalah “bagian terkecil dari data yang dapat diberi kode.” Unit analisis dapat berupa kata, kalimat atau potongan teks yang relevan dengan tujuan penelitian (Saldana:2021). Unit analisis data pada penelitian ini berupa objek penelitian pada kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah. Maka dari itu, unit analisis yang digunakan adalah potongan dari isi video mengenai edukasi, hiburan dan dakwah. Dan juga mananyakan kepada narasumber tentang hal-hal yang sesuai dengan topik pembahasan serta permasalahan yang ada dalam penelitian.

7. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013:20) mengungkapkan teknik pengumpulan data sebagai Langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian tersebut adalah untuk mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang diambil oleh peneliti untuk mendapatkan jawaban yang luas dan tidak terbatas adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Sutrisno Hadi (2017:145) menyatakan bahwa mengingat dan memperhatikan objek penelitian merupakan proses observasi psikologis dan biologis. Di penelitian kualitatif, terkhusus dalam ilmu sosial dan humaniora, observasi merupakan salah satu pilar utama dari semua teknik pengumpulan data (Adler, 1987:389).

Dari hal diatas, maka peneliti akan mengkaji informasi terkait pengelolaan sumber, pesan, saluran, dan penerima pada kanal *Youtube* @pesantren.sukamanah serta pelaku kreatif yang terlibat.

b. Wawancara

Teknik wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, wawancara (*interview*) adalah peristiwa atau proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dengan sumber informasi atau responden melalui komunikasi langsung (Yusuf, 2014). Peneliti memilih wawancara dengan menyiapkan beberapa pertanyaan yang itu merupakan turunan dari fokus penelitian diatas. Wawancara tersebut akan dilakukan kepada tim media pondok pesantren atau pelaku kreatif dalam pembuatan konten kanal *Youtube* @pesantren.sukamanah.

c. Dokumentasi

Peneliti memanfaatkan dokumentasi sebagai alat untuk melihat ke dalam benda-benda tertulis. Dengan menggunakan pengetahuan yang diperoleh diatas sebagai landasan, peneliti akan melihat data dari kanal *Youtube* @pesantren.sukamanah antara lain jumlah like yang diterima setiap unggahan, berhubungan dengan audiens atau *mad'u* melalui komentar, dan kegiatan dakwah melalui unggahan video yang dilakukan oleh Pesantren Sukamanah.

## 8. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, karena sumber data serta teknik pengumpulan data banyak dan beragam maka dapat diuji validitas sebagaimana dikatakan valid apabila terdapat informasi yang sama dari sumber yang berbeda atau dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda. Setelah terkumpulnya data-data yang dibutuhkan, peneliti akan menguji keabsahan data tersebut dengan menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik yang menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda namun dari sumber yang sama untuk memperoleh data (Sugiyono, 2012:327). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur, studi dokumentasi, dan studi pustaka untuk sumber yang sama dalam penelitian ini.

## 9. Teknik Analisis Data

Studi ini menggunakan analisis data interaktif Miles dan Huberman (1984). Model analisis data interaktif memiliki tiga langkah, yaitu sebagai berikut:

### a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum data, mengumpulkan lalu memilih bagian penting berfokus pada pokoknya, dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2009: 407). Ini merupakan tahap awal proses pemilahan data, pemusatan perhatian serta pengorganisasian.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam rangka mengembangkan penelitian adalah yang terjadi pada tahap ini. Biasanya, data ditampilkan sebagai ikhtisar, table, atau sebagai tautan antar kategori.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti mencapai tahap akhir pengumpulan data yang sebelumnya telah dirancang dengan status sementara. Pada bagian ini diharuskan untuk bisa menjawab pertanyaan pada fokus penelitian. Proses yang akan diaplikasikan untuk menganalisis data dalam penelitian ini, antara lain:

1. Pengolahan data dengan mengklasifikasikan konten *Youtube* yang di unggah oleh kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah sesuai dengan tujuan penelitian yang akan membahas fokus penelitian.
2. Pemeriksaan materi rahasia, lalu diskusikan bagaimana pengelolaan sumber, pesan, saluran, dan targer penerima dalam kanal *Youtube* Pesantren Sukamanah sebagai media dakwah.
3. Kesimpulan sementara yang ditarik dari temuan penelitian.
4. Melakukan analisis dan verifikasi data.
5. Ringkasan temuan penelitian.