

**PROSES PRODUKSI KONTEN DAKWAH DI CHANNEL YOUTUBE
TARBIYATUL BANIN**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah

Oleh:

Harirotul Luthfiyah

1901026044

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG

2023

NOTA PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Harirotul Luthfiyah
NIM : 1901026044
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam / Televisi Dakwah
Judul : **Proses Produksi Konten Dakwah Di Channel Youtube Tarbiyatul Banin**

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untuk segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 29 Maret 2023

Pembimbing,


Hj. Maya Rini Handayani, M.Kom
NIP: 197605052011012007

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185 Telepon (024) 7606405

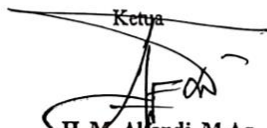
PENGESAHAN SKRIPSI


PROSES PRODUKSI KONTEN DAKWAH DI CHANNEL YOUTUBE TARBIYATUL BANIN

Oleh :
HARIROTUL LUTHFIYAH
1901026044

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 April 2023 dan dinyatakan telah LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

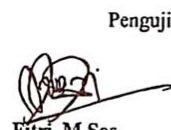
Susunan Dewan Penguji

Ketua

H.M. Alfandi, M.Ag.
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris

Adeni, M.A.
NIP.19910120 201903 1 006

Penguji I

Silvia Riska Fabtiar, M.S.I.
NIP. 19880229 201903 2 013

Penguji II

Fitri, M.Sos
NIP. 19890507 201903 2 021

Mengetahui,
Pembimbing



Hi. Maya Rini Handayani, M.Kom.
NIP. 19760505 201101 2 007

Disahkan oleh:
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal, 14 April 2023



Prof. Dr. Ryas Supena, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

HALAMAN PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya mengatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja keras saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 29 Maret 2023

Penulis



Harirotul Luthfiyah

NIM: 1901026044

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobil'alamin, bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan oleh penulis dengan judul “*Proses Produksi Konten Dakwah Di Channel Youtube Tarbiyatul Banin*”. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW semoga nantinya kita mendapatkan syafaatnya di yaumul qiyamah.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan tepat waktu tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Nilnan Nikmah, M.Si selaku sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Hj. Maya Rini Handayani, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dukungan untuk memberikan arahan dan banyak masukan kepada penulis selama proses penyusunan Skripsi.
5. Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A selaku wali dosen yang senantiasa mengarahkan dalam akademik perkuliahan.

6. Seluruh dosen dan staff yang telah mengajar dan memberikan ilmu, nasihat, dan kegiatan administrasi kepada penulis sehingga penulis menempuh pendidikan di Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Bapak Suparto dan Ibu Sulastri yang telah membiayai perkuliahan, memberikan dukungan serta doa. Tak lupa dengan kakak peneliti Aina Ulfah Azizah dan adik tersayang Athiyah Dea Mursyidah yang senantiasa telah menjadi penyemangat dalam meraih pendidikan yang tinggi.
8. Teman seperjuangan Mutiah Sofiyarini, Naila Aulia, Fina lu'luul dan seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan doa, semangat selama kuliah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
9. Tim Konten Kreator Yayasan Tarbiyatul Banin Bapak Nailu Alfin Rohmatullah S.Sos, Bapak Sulthon Anwar S.Kom dan Ibu Choerotun Nikmah,S.Pd yang telah memberikan izin serta tempat penelitian, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Media berita Online SMOL.ID yang telah memberikan izin menyelesaikan tugas akhir, doa, serta kesempatan untuk berkarya di bidang jurnalistik.

Akhir kata, penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini baik dari segi penyajian ataupun penulisan. Kritik dan saran dari pembaca akan sangat membantu bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, 29 Maret 2023

Penulis

Harirotul Luthfiah

NIM.1901026044

PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tua saya, Bapak Suparto dan Ibu Sulastri

Terima kasih yang senantiasa telah berjuang dengan penuh pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik anaknya, memberikan pendidikan terbaik kepada anaknya, serta doa yang selalu dipanjatkan untuk kesuksesan anaknya. Ridho dan doamu adalah salah satu hal terpenting dalam proses perjuanganku.

Untuk Almamaterku

*Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.*

MOTTO

“ Kelak kamu akan mengingat apa yang kukatakan kepadamu. Aku menyerahkan urusanku kepada Allah SWT. Sesungguhnya Allah Maha Melihat hamba-hambanya.”

(Q.S Ghafir ayat 44)

ABSTRAK

Harirotul Luthfiyah, 1901026044, Proses Produksi Konten Dakwah di Channel Youtube Tarbiyatul Banin.

Melihat fenomena perkembangan Youtube yang bukan hanya sekedar konten informatif umum akan tetapi banyak yang menyebarkan konten dakwah seperti halnya Youtube Tarbiyatul Banin. Youtube Tarbiyatul Banin ini merupakan salah satu media dakwah yang digunakan untuk menyebarkan konten-konten dakwah yang berkaitan dengan tema yang di usung. Tentu tema ini diangkat sesuai dengan program yang di usung yakni Tarbiyatul Banin Sowan. Program ini akan memberikan pengetahuan tentang momentum-momentum Islam yang di dalamnya berkaitan dengan meluruskan pemahaman ajaran dan perbedaan pendapat yang ada. Adapun tujuan dari adanya penelitian ini untuk mengetahui proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin. Skripsi ini menggunakan penelitian jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Prosedur memperoleh data peneliti menggunakan metode wawancara. Sementara untuk teknik analisa penelitian ini menggunakan teori Miles dan Huberman dengan tiga alur yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui wawancara yang dilakukan penulis dalam proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin dalam program “Tarbiyatul Banin Sowan”. Penelitian ini juga akan bersifat bahwa informasi akan sesuai dengan keadaan sebenarnya dan sebagaimana adanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin dengan menggunakan teori Gill Branston dan Roy Staford melalui tiga tahapan yang saling berkaitan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi tim melakukan serangkaian proses mulai dari penentuan tema, menyiapkan bahan produksi, pemilihan narasumber, melakukan pra riset, perjanjian dan penetapan lokasi syuting, merinci anggaran biaya produksi, menyiapkan peralatan produksi, dan melakukan *briefing* untuk keberlangsungan di tahap selanjutnya yaitu produksi. Sedangkan untuk tahap produksi ini tim produksi Tarbiyatul Banin akan mengerjakan tugas secara teknis untuk pengambilan gambar yang sesuai dengan konsep yang telah disepakati. Selanjutnya untuk tahap akhir yaitu pasca produksi tim produksi Tarbiyatul Banin akan melaksanakan evaluasi, *editing*, pemasaran/uji peninjauan, *finishing*, desain *thumbnail*, dan *description box*.

Kata Kunci: Proses Produksi, Youtube, Tarbiyatul Banin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Akademis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian.....	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	9
2. Definisi Konseptual.....	10
3. Sumber dan Jenis Data.....	11
4. Teknik Pengumpulan Data.....	12
5. Analisis Data.....	13
G. Sistematika penulisan.....	14
BAB II PROSES PRODUKSI KONTEN DAKWAH DI YOUTUBE.....	16
A. Proses Produksi.....	16
1. Pra Produksi.....	21
2. Produksi.....	22
3. Pasca Produksi.....	24
B. Konten dakwah.....	25
1. Konten.....	25

2. Dakwah	27
3. Konten Dakwah	32
C. Youtube	32
1. Pengertian dan Sejarah Youtube	32
2. Karakteristik Youtube	33
3. Youtube sebagai <i>New media</i>	34
BAB III PROSES PRODUKSI TARBIYATUL BANIN	36
A. Profil Youtube Tarbiyatul Banin.....	36
1. Sejarah Berdirinya Youtube Tarbiyatul Banin	36
B. Program Tarbiyatul Banin Sowan	36
1. Ide munculnya program “Tarbiyatul Banin Sowan”	36
2. Gambaran umum program “Tarbiyatul Banin Sowan”	37
3. Tujuan program	38
4. Manfaat program di produksi	38
5. Lingkup Target/Sasaran penonton.....	38
6. Format produksi.....	38
7. Unit produksi Program Tarbiyatul Banin Sowan	38
C. Proses Produksi Konten Dakwah di Channel Youtube Tarbiyatul Banin..	39
1. Pra Produksi	39
2. Produksi	43
3. Pasca produksi	44
BAB IV ANALISIS PROSES PRODUKSI CHANNEL YOUTUBE TARBIYATUL BANIN	49
A. Analisis Program Tarbiyatul Banin Sowan	49
1. Pra Produksi	50
2. Produksi	56
3. Pasca produksi	59
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran-saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peralatan Produksi Yayasan Tarbiyatul Banin	55
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar.1 Wawancara dengan Bapak Nailul Alfin Rohmatullah S.Sos 17 Oktober 2022.....	71
Gambar.2 Wawancara dengan Bapak Sulthon Anwar S.Kom dan Ibu Choerotun Nikmah, SPd.....	71
Gambar.3 Kantor Tim Kreator, Tempat peralatan produksi dan Editing Yayasan Tarbiyatul Banin	72
Gambar.4 Produksi Program Tarbiyatul Banin Sowan.....	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era digital penggunaan media sosial oleh masyarakat berguna untuk berkomunikasi dan sumber informasi, salah satunya Youtube. Youtube ialah situs dalam membagikan video, *mengupload*, serta video dapat ditonton. Dengan adanya Youtube masyarakat bisa menikmati salah satu keuntungan seperti sistem pengamanan yang mulai akurat, mudah diakses oleh masyarakat, serta tidak ada batas durasi yang ditetapkan oleh Youtube, menjadikan Youtube memiliki nilai tambah dibandingkan dengan media sosial lainnya. Jadi masyarakat cenderung lebih memilih Youtube (Mahmud, 2021 : 68-69).

Youtube platform media sosial yang memiliki kepopuleran akhir-akhir ini, pasalnya berbagai konten video yang diunggah banyak menarik perhatian masyarakat. Hal ini bisa dilihat hasil laporan pengguna Youtube di Indonesia per April 2022, menempati posisi ketiga di dunia, terdapat 127 juta pengguna Youtube atau mencapai 21,42 persen (Mahmudan, 2022). Adanya media Youtube yang lebih mudah diakses, terutama konten video yang disajikan dengan jumlah yang banyak, juga dapat menjadi media dakwah bentuk video ceramah.

Berdasarkan fenomena yang sudah ada, Youtube dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah umat muslim dalam penyampaian konten dakwah. Jika memanfaatkan Youtube seorang dai dapat merekam ceramahnya dengan kamera selanjutnya mengunggah sehingga dapat membuat masyarakat tertarik serta masyarakat dapat menonton secara fleksibel karena dapat diputar berulang-ulang. Pemanfaatan Youtube sebagai media dalam berdakwah ialah bentuk dari kemajuan di bidang teknologi yang berupa audio visual, sehingga Youtube dijadikan salah satu opsi seorang pendakwah dalam membuat video visual. Berdakwah menggunakan Youtube memiliki banyak keuntungan bagi para pendakwah, seperti tidak memerlukan biaya yang banyak, cukup

membuat rekaman video kemudian diupload serta dapat dilihat masyarakat luas (Syukur & Hermanto, 2021 : 134-135).

Youtube Tarbiyatul Banin merupakan media dakwah yang dikelola oleh yayasan Tarbiyatul banin itu sendiri dan telah aktif sejak bulan Februari 2022 hingga sekarang. Yayasan Tarbiyatul Banin ini tepat berada di daerah Desa Pekalongan, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati. Di channel Youtube tersebut terdapat satu-satunya program konten dakwah yakni “Tarbiyatul Banin Sowan”, dengan mengusung tema “sowan” atau dalam KBBI yang berarti ‘menghadap’ (pada orang yang diharuskan dihormati, contohnya raja, orang tua, ataupun atasan) (KEMDIKBUD), konten dakwah ini memiliki keunikan pada konsep yang sederhana yaitu dengan mendatangi rumah narasumber yang berlatar suasana rumah pembicara yang didalamnya terdapat percakapan santai antara dua orang seperti halnya sedang bersilahturahmi kepada seseorang dan tetap menjaga sopan santun didalamnya. Konten dakwah ini ditampilkan dalam bentuk *talkshow* yang dalam penyampaian materi bahasanya disesuaikan dengan perkembangan zaman sekarang. Dimana materi dalam program ini bersumber kitab-kitab yang biasanya dikenal dengan bahasa dan pembahasan yang berat, namun dalam program ini justru dikemas dengan penyampaian yang ringan sehingga terkesan tidak monoton. Selain itu program ini juga menyajikan pembahasan tentang peringatan hari besar Islam atau momentum bersejarah yang biasa kita lakukan tentu yang di bahas berisi tentang hal-hal yang tidak lepas dari agama Islam, bersifat keilmuan, dan permasalahan-permasalahan kehidupan sehari-hari. *Talkshow* memiliki ciri yaitu penggunaan percakapan secara sederhana dengan bahasa yang dapat berubah tergantung permissanya, tema yang digunakan penting, serta wacana ialah permasalahan viral pada masyarakat. Beberapa acara *talkshow* saat ini dipublikasikan melalui media sosial Youtube. Seperti halnya Tarbiyatul Banin mempublikasikan *talkshow* di Youtube. *Talkshow* ini memang peneliti menemukan narasumber dan moderator yang sama, namun pembahasan materi dakwah yang berbeda, hal ini menjadi kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) pada proses produksi di Tarbiyatul Banin. Narasumber yang

dihadirkan adalah tokoh agama yang berada di lingkup Tarbiyatul banin, dengan keilmuan para narasumber yang mendalami bidang keagamaan. Sehingga tujuan dapat memperkaya pengalaman dan ilmu bagi para pendengar.

Terlepas dari adanya konten yang di *upload* ke media Youtube terdapat proses produksi yang dilalui menurut Gill Branston dan Roy Stafford yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi adalah melakukan persiapan yang diperlukan seperti penelitian, penemuan ide, persiapan, dan desain. Tahap kedua adalah produksi, langkah yang dilakukan saat kerja utama selesai apabila konsep dijadikan produk yang meliputi unit dan peran produksi, serta hak cipta dan perizinan. Sedangkan pasca produksi merupakan selesainya dari produksi, biasanya seperti melakukan penulisan ulang dan *editing*, serta finishing. Itulah tahapan proses produksi yang baik, tetapi di dalam pembuatan video tersebut, dimungkinkan salah satu atau beberapa tahap tidak dilakukan, ataupun terdapat hal-hal lainnya yang diluar perkiraan.

Program Tarbiyatul Banin Sowan ini termasuk sarana yang memanfaatkan media baru yaitu platform Youtube untuk meng*upload* konten dakwahnya. Dimana Program ini ditampilkan dalam bentuk *talkshow* berdurasi 20 menit yang di dalam pemilihan lokasi produksinya berlatar suasana rumah pembicara seperti halnya besilahturahmi yang terdapat percakapan santai antara dua pembicara yang mengusung budaya sopan santun didalamnya, kemudian konten di rekam (*Tapping*), diolah dan diunggah pada waktu tepatnya moment-moment sejarah Islam. Pembahasan programnya tentang peringatan hari besar Islam atau momentum bersejarah. Program ini diproduksi pada beberapa bulan tertentu selama satu tahun, dimana bulan tersebut memang terdapat hari besar dan momentum bersejarah Islam untuk diangkat sebagai pembahasan di konten dakwah. Pemilihan *talent* dan target untuk produksi program ini memang masih difokuskan pada lingkup Tarbiyatul Banin. Adapun tujuan dari adanya program Tarbiyatul Banin Sowan ini berguna untuk meluruskan pemahaman terhadap ajaran yang

sering kali dikerjakan waktu momen-momen Islam tertentu, selain itu memberikan pengetahuan peristiwa sejarah atau momen penting dalam Islam dan juga menjawab mengenai permasalahan yang masih sering kali masih dibingungkan oleh *audiens* seperti persoalan perbedaan pendapat, ketentuan ibadah dan ajaran Islam dimoment-moment Islam tertentu. Sehingga harapannya dengan adanya program ini selain menambah pengetahuan tentang moemtum-momentum bersejarah dalam Islam oleh *audiens*, juga dapat menyikapi permasalahan dan menerima perbedaan pendapat terhadap ajaran yang biasa dikerjakan pada moment-momen tertentu.

Adapun tahapan proses produksi konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin ini meliputi pra produksi mulai dari temuan ide, persiapan hingga desain pada konten yang akan diproduksi, mulai dari penyusunan naskah pertanyaan sesuai dengan tema yang diangkat, pra riset mencakup mengkoordinasi naskah kepada narasumber untuk dipilah dan diseleksi, perjanjian jadwal syuting, serta pengecekan lokasi syuting. Sedangkan pada proses produksi ini meliputi unit dan peran produksi serta hak cipta dan perizinan, proses ini adalah tahap berkaitan dengan bagian teknis. Jadi pada proses ini tim produksi Tarbiyatul Banin akan otomatis menempatkan diri sesuai dengan jobdesk masing-masing meskipun dalam pengerjaannya selalu terjadi satu orang memegang beberapa teknis. Proses produksi Tarbiyatul Banin ini dikerjakan hanya tiga orang yakni Nailu Alfin Rohmatullah S.Sos bergerak sebagai tim kreatif, sekaligus kameramen, editor, *lightingmen*, dan *audioman*, Sulthon Anwar S.Kom sebagai kameramen, dan editor, Choirotun Nikmah,S.Pd sebagai bendahara dan properti. Sementara di pasca produksi dimana tahapan akhir setelah proses produksi yang meliputi *editing*, penjadwalan, uji pemasaran dan peninjauan, serta finishing. Hal ini seperti yang dilakukan oleh tim produksi Tarbiyatul Banin dalam Pasca produksi yakni melakukan *editing*, tahap seleksi konten sebelum di unggah di media Youtube, tahap evaluasi, dan lain sebagainya.

Selain itu terdapat juga kelebihan, hambatan, maupun kekurangan yang terjadi di proses produksi yakni adapun kelebihan terlihat dari segi SDM sumber daya produksi, dimana sistem peralatan sudah tertata bagus, sebab terdapat tunjangan dari BLK (Balai Latihan Kerja) Multimedia Tarbiyatul Banin yang merupakan satu-satunya wadah pelatihan multimedia yang berada di Yayasan Tarbiyatul Banin yang di selenggarakan oleh Kementrian Tenaga Kerja RI dan telah mendapatkan apresiasi kategori kreator wirausaha. Sehingga adanya tunjangan tersebut secara sistem peralatan media produksi ini sudah mumpuni untuk tahap produksi dalam menghasilkan visual konten dakwah yang baik.

Meski begitu adapula yang menjadi kekurangan di proses produksi adalah kru atau tim produksi masih sangat minim untuk segi pelaksanaan pembuatan konten dakwah program Tarbiyatul Banin Sowan. Namun begitu minimnya tim produksi dalam proses produksi di era media baru seperti Youtube ini merupakan salah satu hal yang wajar. Hal ini seperti yang telah diungkapkan oleh bahwa Eli M Noam pada teknik pengurangan resiko, dimana teknik ini dapat dilakukan dengan salah satu cara yakni membagi pekerjaan menjadi beberapa fase dengan masing-masing resiko yang berbeda, dengan kemungkinan untuk dilanjutkan atau tidak ke fase berikutnya. Inilah yang menjadi salah satu kritik terhadap produksi dimana masih terfokusnya produksi hingga distribusi pada orang yang sama. Apalagi sayangnya di Indonesia ini masih terdapat banyak industri media baru yang memaksakan pra produksi, produksi, dan distribusi konten media baru yang mana pada tim yang sama. Sehingga dengan ini membuat pekerjaan tidak efisien dan menyebabkan terlalu banyak beban kerja untuk satu atau dua orang (Vebrynda, 2022:172-173).

Selain itu juga terdapat kekurangan lain bahkan hambatan yang membuat produksi ini secara prosesnya masih perlu adanya perbaikan terutama untuk pemilihan dan penetapan sasaran *talent* yang masih sering kali menjadi kendala baik dari sisi Narasumber maupun moderator sehingga dengan ini

perlu ada yang diatasi agar konten dakwah ini dapat diproduksi lebih banyak dan berjalan sebagaimana mestinya. Serta diharapkan dapat terus dikembangkan kreativitas dan inovasi untuk dapat diterima oleh audiens yang lebih luas terutama pada program Tarbiyatul Banin Sowan, maka dengan ini peneliti ingin meneliti lebih lanjut Proses Produksi Konten Dakwah Di Channel Youtube Tarbiyatul Banin.

B. Rumusan masalah

Rumusan penelitian ini ialah bagaimana proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin yang menampilkan konten-konten dakwah atau momen-momen bersejarah dalam Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini ialah :

1. **Manfaat Akademis**, menambah kajian ilmu tentang proses produksi konten Youtube bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam, agar kedepannya dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya yang membahas tema yang sama.
2. **Manfaat Praktis**, menjadi inspirasi para konten kreator dan pengelola industri media, serta bahan evaluasi dalam memproduksi konten Youtube sehingga dapat menciptakan program lebih menarik, diminati, dan diterima oleh khalayak.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ialah menjelaskan mengenai ungkapan penelitian sebelumnya yang mempunyai penelitian dengan tema sama antara penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang. Tujuannya adanya tinjauan pustaka ini agar terhindar dari unsur plagiat dalam penulisan skripsi yang berjudul

Proses Produksi Konten Dakwah Di Channel Youtube Tarbiyatul Banin. Penelitian-penelitian tersebut di antaranya:

Pertama, penelitian berjudul “Analisis Proses Produksi Kanal Sarah Secharian Di Narasi TV”,(2020) oleh Lestari dari Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah. Penelitian Kanal Sarah Secharian di Narasi Tv ini bertujuan menganalisis proses produksi pembuatan konten yang terdiri dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi yang berisi mengenai kisah serta pengalaman seputar masalah yang dihadapi perempuan. Riset ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Riset ini memiliki kesamaan meneliti proses produksi konten yang berbentuk *talkshow* di media Youtube, metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian, dan penggunaan teori dalam penelitian Lestari menggunakan Fred Wibowo sedangkan peneliti sendiri sedangkan dalam penelitian peneliti sendiri menggunakan teori Gill Branston dan Roy Stafford dalam menganalisis proses produksi konten dakwah.

Kedua, penelitian mengenai “Proses Produksi Program Sentuhan Qalbu Di TVRI Yogyakarta Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19”, (2021) oleh Ana dan Vebrynda dari Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam UMY. Riset ini membahas proses produksi ialah pra produksi, produksi, serta pascaproduksi pada program sentuhan qalbu yang berisi mengenai acara yang mempunyai nilai aqidah, ibadah, syariat, dakwah Islamiyyah, ataupun muamalah. Riset ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Persamaan riset yaitu meneliti terkait dengan proses produksi dalam bentuk *talkshow* yang terdiri dari proses produksi, produksi, dan pasca produksi, dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu deskriptif kualitatif. Riset ini memiliki beda pada media yang digunakan untuk meneliti, di dalam penelitian Ana dan Vebrynda media yang diteliti dalam mengetahui proses produksi program Sentuhan Qalbu adalah media televisi, sedangkan penelitian ini media yang digunakan untuk mengetahui proses produksi menggunakan media Youtube. Selain itu juga berbeda dengan penggunaan teori, yang mana dalam penelitian Ana dan Vebrynda menggunakan Fred Wibowo sedangkan peneliti sendiri sedangkan

dalam penelitian peneliti sendiri menggunakan teori Gill Branston dan Roy Stafford dalam menganalisis proses produksi konten dakwah.

Ketiga, penelitian berjudul “Studi Deskriptif Tentang Proses Produksi Pembuatan Video Konten Youtube *Woodworker* oleh Adhie Pane”, (2022) oleh Ramadhana dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui proses produksi dalam menghasilkan konten mengenai *woodworker* yang merupakan seorang perajin yang membuat konten kerajinannya dalam mengisi kegiatan saat pandemi. Riset ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Riset ini memiliki kesamaan pada proses produksi konten di media Youtube. Sedangkan perbedaannya terletak pada perbedaan informan dalam mengumpulkan data pada penelitian, dan teori yang digunakan yang mana penelitian Ramadhana ini menggunakan teori Fred Wibowo, sementara penelitian sendiri menggunakan teori Gill Branston dan Roy Stafford dalam menganalisis proses produksi konten dakwah.

Keempat, penelitian tentang “Analisis Proses Produksi Program Acara Dakwah Serambi Iman Dalam TV Lokal’ (Studi Di TVRI Lampung)”, (2022) oleh Hikmah Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. Riset ini membahas mengenai produksi “Serambi Iman” yang meliputi pra produksi, produksi, pascaproduksi, program di kemas dalam bentuk *talkshow* yang membahas mengenai solusi terhadap permasalahan yang muncul di masyarakat dengan menggunakan pendekatan Islam. Riset ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Persamaan sama-sama meneliti proses produksi yang dikemas dengan *talkshow*, dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya media yang di teliti, peneliti Wulan menggunakan media televisi, sedangkan peneliti sendiri menggunakan media Youtube, serta pengumpulan data dalam informan.

Kelima, penelitian dengan judul “Dakwah Dalam Perspektif Organisasi Produksi (Studi: Konten Video Keislaman Youtube Bayt Al-Quran”, (2022) oleh Abbas dan Darajat dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui produksi konten-konten video kajian yang

disiarkan melalui Youtube yang dalam dakwah diisi oleh pada Dewan Pakar Pusat Studi Al-Qur'an dalam kajian di Masjid Bayt Al-Quran yang mulai dari proses pra produksi yang meliputi penentuan tema dan judul kajian, membagikan info kajian, persiapan tempat, dan alat, dan di produksi Youtube Bayt Al-Qur'an ini melaksanakan teknik *recording* dan *streaming*, sedangkan di pasca produksi lembaga Bayt Al-Quran melakukan proses *editing*, desain *thumblne*, membuat detail info video, menjadwalkan waktu publikasi, mempublikasikan melalui jaringan sosial media, merespon pertanyaan dan masukan serta melakukan evaluasi dan analisis konten. Persamaan penelitian melakukan riset proses produksi di media Youtube, menggunakan metode deskriptif analisis, dan teori yang dipakai yaitu teori Branston dan Stafford dalam menganalisis proses produksi. Sedangkan letak perbedaan objek penelitian dimana peneliti Abbas dan Darajat meneliti Youtube Bayt Al-Quran, sedangkan peneliti sendiri meneliti Youtube Tabiyatul Banin.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif ialah data deskriptif dihasilkan tentang orang melalui tulisan ataupun kata yang terucap serta mengamati perilaku (Salim, 2012: 45-46). Kemudian Sugiyono mengemukakan bahwa metode penelitian ini didasarkan pada filsafat postpositivisme ialah memberi pandangan realita sosial sebagai sesuatu utuh, kompleks, dinamis, makna penuh, serta hubungan interaktif. Penelitian dilaksanakan pada objek alami, objek yang perkembangan apa adanya, tidak dimanipulasi, serta hadirnya peneliti tidak memberikan pengaruh dinamika pada objek. Peneliti sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan dilakukan dengan menggali kebenaran informasi menggunakan sumber data seperti wawancara, dokumentasi, observasi atau disebut dengan triangulasi, sifat analisis datanya induktif serta makna general (Sugiono, 2013:8-9).

Pendekatan pada riset ini ialah pendekatan deskriptif. Metode deskriptif ini ialah metode dalam melakukan penelitian suatu kelompok objek, kondisi, manusia pada peristiwa sekarang. Metode ini memiliki tujuan membuat deskripsi, gambaran dengan sistematis, fakta serta akurat hubungan fenomena yang diteliti (Nazir, 2017: 43). Peneliti berusaha akan menganalisis bagaimana proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan sebagai penjelasan sekaligus batasan dari judul penelitian.

a. Proses Produksi

Proses Produksi merupakan cara, metode serta teknik dalam penciptaan konten yang didukung oleh sumber daya. Keberhasilan pembuatan konten perlu melewati proses produksi sesuai dengan Standard Operation Procedure (SOP) yakni pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tiga tahapan tersebut menurut Teori Gill Branston dan Roy Stafford terdiri dari (Stafford, 2003) :

- a) Pra produksi ialah tahapan paling utama yang penting untuk dilakukan guna keberlangsungan pada tahap proses produksi. Biasanya tahap ini meliputi penelitian/penemuan ide, persiapan, dan desain.
- b) Produksi adalah tahap yang dikerjakan ketika pekerjaan utama selesai, serta perwujudan dari hasil pra produksi. Tahap ini memvisualisasikan konsep naskah dan melibatkan bagian lain yang bersifat teknis. Tahapan ini meliputi unit dan peran produksi, serta hak cipta dan perizinan.
- c) Pasca produksi ialah tahapan terakhir atau penyempurnaan dilakukan sesudah hasil pelaksanaan produksi. Tahap ini meliputi penulisan ulang dan *editing*, serta finishing.

b. Program Tarbiyatul Banin Sowan

Program Tabiyatul Banin Sowan merupakan satu-satunya program dikelola oleh yayasan Tarbiyatul Banin, yang memang sumber daya produksinya ditunjang oleh BLK (Balai Latihan Kerja) Multimedia Tarbiyatul Banin dari program Kementrian Tenaga Kerja RI. Program ini ditampilkan dalam bentuk *talkshow* yang menyajikan pembahasan tentang peringatan hari besar Islam atau momentum bersejarah. Program ini diproduksi pada beberapa bulan tertentu selama satu tahun, dimana bulan tersebut memang terdapat hari besar dan momentum bersejarah Islam untuk diangkat sebagai pembahasan di konten dakwah. Tujuan dari adanya program Tarbiyatul Banin Sowan yang membahas mengenai peringatan hari besar dan momentum bersejarah Islam ini guna memberikan pemahaman, pengetahuan peristiwa sejarah atau momen penting dalam Islam dan juga jawaban permasalahan yang masih sering kali masih dibingungkan oleh audiens seperti persoalan perbedaan pendapat, ketentuan ibadah serta ajaran Islam. Harapan adanya program ini audiens dapat menambah pengetahuan sejarah Islam dan dapat menyikapi permasalahan dan menerima perbedaan pendapat. Penelitian ini dilakukan dengan analisis proses produksi oleh Gill Branston dan Roy Stafford. Unit analisis pada riset ini ialah proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data ialah jenis-jenis informasi yang diperoleh peneliti melalui subyek penelitian dan dari mana data dapat diperoleh. Biasanya sumber data ini berupa benda, hal, maupun orang tempat peneliti mengamati, membaca, atau bertanya mengenai data baik berupa orang, kertas dan tempat. Data yang dibutuhkan merupakan data bersumber dari *setting* dan subjek penelitian sekaligus mencerminkan objek penelitian baik topik maupun judul (Samsu, 2017: 94-95). Secara umum sumber data terbagi menjadi dua yakni sumber primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik data yang diperoleh melalui observasi maupun

wawancara kepada informan (Samsu, 2017: 94-95). Jadi dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan hanya sumber data primer yang diperoleh dari informan dengan cara wawancara beberapa pihak kru yang terlibat dalam proses produksi di channel Youtube Tarbiyatul Banin yakni Tim kreatif yakni Nailu Alfin Rohmatullah S.Sos, kameramen yakni Sulthon Anwar S.Kom, dan Choerotun Nikmah,S.Pd sebagai bendahara produksi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah penelitian untuk mendapatkan data. Pengumpulan data penelitian yang dilakukan pada Youtube Tarbiyatul Banin yaitu wawancara. Wawancara menurut Esterberg merupakan pertemuan antara dua orang yang bertanggung jawab untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiono, 2013: 232). Wawancara penelitian ini peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang terdiri dari dua narasumber dengan subjek yang telah ditentukan yaitu tim kreatif dan kameramen yang terlibat dalam proses produksi konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin. Penelitian ini akan menggunakan jenis wawancara semi terstruktur. Wawancara jenis ini termasuk dalam kategori wawancara mendalam. Wawancara ini bertujuan untuk menemukan permasalahan yang lebih terbuka, dimana pihak-pihak yang di wawancara diminta pendapat dan ide. Selama proses wawancara peneliti harus mendengarkan dengan seksama dan mencatat apa yang dikatakan informan (Sugiono, 2013: 233).

Melalui metode ini peneliti dapat memperoleh jawaban secara mudah dan terstruktur untuk mencapai tujuan penelitian, serta mendapatkan informasi secara jelas tentang proses produksi program “Tarbiyatul Banin Sowar”. Lokasi pelaksanaan wawancara ini peneliti akan menyesuaikan pada pilihan informan, baik di kantor Tarbiyatul Banin maupun di tempat Balai Latihan Kerja (BLK) Multimedia Tarbiyatul Banin.

Hasil wawancara ini akan mengungkapkan data untuk dianalisis mengenai proses produksi konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin.

5. Analisis Data

Analisis data sebagaimana dikemukakan oleh Bogdan adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan hasilnya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiono, 2013: 244).

Peneliti dalam menganalisis data menggunakan metode dari Miles dan Huberman, terdapat beberapa langkah (Sudaryana, 2018: 233-234) diantaranya:

- a. Pengumpulan data yaitu penelitian ini data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk menentukan strategi yang tepat dan fokus serta memperdalam data selanjutnya.
- b. Reduksi data yaitu proses memilih, memfokuskan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data mentah, yang dilakukan secara langsung di lapangan dan dilanjutkan selama pengumpulan data. Reduksi data ini dimulai ketika peneliti memfokuskan pada wilayah penelitiannya. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memilih data yang relevan dalam menjawab rumusan masalah, kemudian disederhanakan dan disusun secara sistematis, serta memaparkan hal-hal yang sesuai dengan penelitian.
- c. Penyajian data yaitu penyajian diperoleh dari berbagai jenis, jaringan kerja, atau keterkaitan kegiatan. Penyajian data ini berupa informasi yang disusun sesuai dengan hal yang berkaitan dengan proses produksi yang dilakukan oleh tim kreatif Tarbiyatul Banin dalam menyajikan konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin.
- d. Penarikan kesimpulan yaitu kegiatan mengumpulkan data, dimana peneliti harus memahami dan menangkap apa yang sedang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarah dan sebab akibat. Penarikan kesimpulan ini peneliti mengkonfirmasi

kebenaran selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ini apabila masih terdapat kekurangan maka akan ditambah peneliti guna bisa menjadi bahan evaluasi bagi industri media lainnya.

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui proses produksi konten dakwah Channel Youtube Tarbiyatul Banin, maka penelitian ini juga menggunakan analisis proses produksi oleh Gill Branston dan Roy Stafford yang terdiri dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

G. Sistematika penulisan

Guna memudahkan penelitian skripsi, sistematika penulisan telah dibuat peneliti sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Tentang Proses Produksi

Bab ini meliputi Proses produksi mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi; Konten Dakwah, Youtube.

BAB III: Gambaran Umum Objek Penelitian dan Paparan Data

Bab ini mencakup gambaran umum tentang Profil Tarbiyatul Banin, ide awal pembentukan, deskripsi Program Tarbiyatul Banin Sowon, tujuan program, manfaat program, lingkup target/sasaran penonton, format produksi, unit produksi program Tarbiyatul Banin Sowon, serta data wawancara proses produksi di Channel Youtube Tarbiyatul Banin.

BAB IV: Analisis Proses Produksi Channel Youtube Tarbiyatul Banin

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian berdasarkan analisis proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin berdasarkan teori Gill Branston dan Roy Stafford.

BAB V: Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang diteliti, serta mencantumkan saran, kata penutup, daftar pustaka, lampiran, dan biodata penulis.

BAB II

PROSES PRODUKSI KONTEN DAKWAH DI YOUTUBE

A. Proses Produksi

Sebelum konten dakwah di publikasikan lewat media sosial seperti Youtube untuk di nikmati masyarakat terdapat proses produksi didalamnya. Proses dalam KBBI berarti serangkaian tindakan, membuat serta mengolah untuk memberikan hasil (KEMDIKBUD). Keterangan tersebut ialah produk pada konten dakwah yang diproduksi oleh Tarbiyatul Banin dengan program “Tarbiyatul Banin Sowan”. Sedangkan produksi menurut Ibnu Kaldun ialah memanfaatkan tenaga dalam melakukan produksi sesuatu baik barang maupun jasa yang dapat terpenuhinya kebutuhan (Syamsuri, 2020: 169). Kesimpulan diatas bahwa proses produksi merupakan cara, metode, teknik agar barang dapat diciptakan dengan terdapatnya sumber daya (Muhammad Ibnu Abbas, Deden Mauli Darajat, 2022 : 46).

Adapun proses produksi di era *new media* menurut Eli N Noam bahwa kunci keberhasilan dalam produksi meliputi tiga tahap yakni (Noam, 2018: 30):

1. Teknik pengurangan resiko

Teknik pengurangan resiko menurut Noam meliputi peramalan pasar, pertanggung jawaban dan pergeseran ke pihak lain, diversifikasi, serta perlindungan nilai. Berikut ini adalah penjelasan mengenai teknik pengurangan resiko yakni:

a. Peramalan pasar

Peramalan pasar ini adalah penentuan target sasaran ternyata bukan hanya disesuaikan keinginan, akan tetapi bisa juga sesuai dengan perkembangan teknologi yang sedang populer digunakan oleh masyarakat (Vebrynda, 2022: 171).

b. Pertanggunggaan

Maksud dari pertanggunggaan menurut Noam ini adalah penentuan *budgeting* untuk kerugian yang dapat saja terjadi dalam produksi sebuah film. Hal ini berbeda dengan pengalokasian yang terjadi di produksi konten biasanya akan terjadi bukan perihal ekonomi namun nama baik. Sebab biaya produksi ditanggung oleh pengurus, tempat tertentu, maupun organisasi tertentu yang bukan tertuju kepada tim produksi. Biasanya biaya berupa konsumsi *talent* yang ikut serta dalam pembuatan video. Secara konsepnya Eli M Noam ini seharusnya pengurangan resiko ini dapat dilakukan dengan hal yang menyangkut produksi serta menjabarkan menjadi beberapa fase seperti membedakan tim produksi lapangan dan editor, dan bagian kru lainnya. Proses produksi besar tentu saja sangat mungkin terjadi, akan tetapi pergeseran resiko ini tidak dapat diaplikasikan pada produksi pendek pada *budgeting* yang terbatas (Vebrynda, 2022 : 172).

2. Diversifikasi

Diversifikasi yang dimaksud di sini lebih mengacu pada media yang digunakan dalam proses distribusi konten (Vebrynda, 2022 : 172). Jenis diversifikasi menurut Eli M Noam adalah produk perluasan, dimana perusahaan menggunakan keahliannya dalam satu area untuk meluas ke area yang terkait (Noam, 2018 : 33). Jadi penggunaan platform media ini termasuk pada peningkatan interaktivitasnya. Fitur perangkat komunikasi inovatif yang semakin interaktif (Woro Harkandi Kencana, 2020: 91).

3. Perlindungan nilai

Salah satu cara utama teknik pengurangan resiko pada perlindungan nilai adalah dengan cara membagi pekerjaan menjadi beberapa fase dengan masing-masing resiko yang berbeda, dengan kemungkinan untuk dilanjutkan atau tidak ke fase berikutnya. Seperti *talent*, produksi, dan pasca produksi dibedakan (Vebrynda, 2022: 172). Namun dalam

pelaksanaan inilah yang menjadi salah satu kritik terhadap produksi dimana masih terfokusnya produksi hingga distribusi pada orang yang sama.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Gruglulis dan Stayonava bahwa sistem *broadcasting* saat ini masih beroperasi relatif baru dan belum terstruktur sebab perubahan yang cepat organisasi industri kreatif cukup fleksibel (Arifianto, 2019: 164). Idealnya, produksi dilakukan oleh tim yang berbeda dengan yang merancang, begitupula dalam proses distribusi juga dikerjakan oleh orang yang berbeda, namun sayangnya di Indonesia ini masih terdapat banyak industri media baru yang memaksakan pra produksi, produksi, dan distribusi konten media baru yang mana pada tim yang sama. Hal ini yang membuat pekerjaan tidak efisien dan menyebabkan terlalu banyak beban kerja untuk satu atau dua orang (Vebrynda, 2022:172-173).

Sama seperti yang dijelaskan oleh Khan bahwa manajemen di era *new media* masih membutuhkan banyak penyesuaian. Mempelajari *new media* termasuk jejaring media sosial yang merupakan sebuah tantangan (Giulia Isetti, 2021: 14). Mulai dari perencanaan, produksi, hingga pasca produksi.

a) Faktor pengembangan produk

Faktor pengembangan produk berdasarkan penjelasan Eli M Noam merupakan proses menulis, meninjau, dan mengembangkan ide cerita dan konsep editorial. Menurutnya tema yang telah ditetapkan disesuaikan dengan target audiens. Baik dalam hal pengurangan resiko produksi ataupun pengembangan produk. Pengembangan produk yang disampaikan oleh Eli M Noam ini adalah memang baik jika selangkah lebih maju untuk memprediksi tema, akan tetapi tidak disarankan untuk melangkah lebih jauh untuk mengambil resiko menemukan target *audiens* (Vebrynda, 2022: 173).

Jadi sesuai dengan penjelasan diatas bahwa pengembangan produk ini termasuk sebagai *Quality control* sebelum dan evaluasi akhir yang sangat diperlukan untuk mengembangkan produk dengan cara penulisan, penyuntingan, pengoreksian serta pengembangan produk.

Hal ini seperti ungkapan Hamill bahwa kemampuan berfikir kreatif saat menggunakan media sosial harus fokus pada produksi pesan, bukan hanya teknologi yang dipakai. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamill bahwa keberhasilan kampanye digital bisa maksimal jika disajikan dengan sangat kreatif (Vebrynda, 2022: 174) .

b) Faktor struktur organisasi.

Faktor stuktur organisasi menurut Eli M Noam menjelaskan bagaimana organisasi memiliki pekerjaan sendiri-sendiri. Jadi secara ringkasnya dapat diartikan bahwa saat mengurus konten media dan bekerja sama dari berbagai unsur saat ini memang perlu untuk dilakukan.

Mempunyai berbagai macam konten video menurut Hasegawa dan Hiki dalam buku “*content production teknologi*”, bukan hanya mempertimbangkan penambahan kru dan unit kamera ataupun fasilitas *editing*. Akan tetapi perubahan dalam metode produksi konten itu sendiri. Seorang *content creator* perlu mempertimbangkan pemanfaatan bahan yang disimpan dengan baik (Vebrynda, 2022: 174). Hal ini bisa berupa pemanfaatan dari segi SDM (Sumber Daya Manusia) meliputi *talent*, ide cerita, peralatan, produksi suara, gambar, lokasi pengambilan gambar, dan lain sebagainya untuk menaikkan kualitas audiovisual.

Inilah yang perlu diperhatikan oleh seorang konten kreator mengingat bahwa seiring perkembangan industri konten media sosial terutama Youtube, jadi wajar saja jika akan semakin banyak pengguna baik yang mengkonsumsi ataupun memproduksi konten. Hal tersebutlah yang perlu adanya penanganan bagi konten kreator untuk fokus membuat, memproduksi, meng-*upload*, mendistribusikan konsepnya tentu harus

mengikuti banyak detail dan langkah dalam pembuatan konten yang kemudian konten dapat dinikmati bagi penonton (Irwansyah, 2021:145).

Hal di atas berkaitan seperti yang diungkapkan oleh Brasston bahwa Organisasi produksi merupakan teknik dan metode pencapaian kualitas media yang akan disajikan kepada khalayak. Hal-hal penting yang relevan di organisasi produksi yaitu:

a. Tujuan

Hal ini ditunjukkan untuk mendukung alasan diproduksi, kemungkinan besar tujuannya adalah untuk mendidik, memberi informasi, dan menghibur, jika bukan termasuk dari salah satu ini maka dimaksudkan untuk membujuk. Produksi akan dinilai sesuai dengan perluasan yang arahnya sesuai dengan tujuannya. Maka dari itu untuk mencapai tujuan ini membutuhkan kerja sama tim yang kuat (Stafford, 2003: 281).

b. Target Audiens

Target audiens dapat dilakukan dengan memeriksa dan meneliti profil audiens seperti usia, jenis kelamin, kelas sosial, serta perbedaan yang berdasarkan budaya mencakup agama, status pernikahan, atau keluarga, dan lain sebagainya, dan juga faktor-faktor lingkungan seperti lokasi geografis (Stafford, 2003: 281).

c. Biaya/Anggaran

Produksi media dalam sebuah kasus yang disampaikan oleh Gill Branston membutuhkan biaya yang jumlah besar untuk setiap episodenya (Stafford, 2003: 281). Menentukan biaya produksi program televisi untuk produser atau manajer adalah fase yang tidak mudah. Banyak hal tak terduga yang bisa terjadi kapan saja. Misalnya menambah anggaran produksi dengan memperpanjang waktu produksi, yang dapat menimbulkan biaya tambahan (Wibowo, 2007: 29-30)

Cara alternatif untuk memperoleh dana produksi media dapat melalui berbagai cara seperti penjualan langsung. Adapun metode lainnya yakni

sponsor atau iklan. Cara selanjutnya adalah dengan dukungan hibah yang memberikan beasiswa kepada produsen maupun tim produksi untuk menuntut ilmu dan menambah pengalaman (Handayani N. A., 2017 :116).

Menurut teori produksi organisasi yang diungkapkan Gill Branston dan Roy Stafford ini juga mengambil contoh kasus dalam produksi televisi maupun radio. Secara umum teori ini menjelaskan mengenai kegiatan produksi organisasi yang melalui beberapa tahap yakni pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Proses ini sama halnya yang diungkapkan oleh Fred Wibowo terkait sebuah organisasi yang melaksanakan proses produksi film atau televisi bukan hanya membutuhkan banyak peralatan, orang, biaya, namun perlu tahapan yang jelas dan efisien yang terdiri dari tiga bagian atau *Standard Operation Procedure* (SOP) (Wibowo, 2007: 38-39). Saat produk pertama kali dirancang, tim produksi akan melewati tahapan-tahapan ini. contohnya sebuah televisi atau radio memiliki tugas dalam tim tertentu disebut juga produksi untuk menghasilkan suatu produk. Begitu pula media dakwah online yang juga akan menghasilkan produk yang berupa konten dakwah (Stafford, 2003: 280).

1. Pra Produksi

Pra produksi ini ialah tahap awalan yang akan dilakukan, dikarenakan apabila tahapan ini dirinci dan dijalankan secara baik, berguna untuk keberlangsungan selama memproduksi (Wibowo, 2007: 39). Tahapan pra produksi terdiri dari:

1) Penelitian/Penemuan Ide

Riset merupakan komponen utama dari pra produksi. Sebab penelitian adalah bagian penting dari pekerjaan media ilmiah dan produksi, biasanya didahului dengan negosiasi singkat (Stafford, 2003: 288). Tahap ini produser memberikan temuan ide maupun gagasan dalam melakukan penelitian serta naskah yang tertulis ataupun penulis memberi perkembangan gagasan untuk jadi sebuah tulisan setelah dilakukannya riset (Wibowo, 2007: 39).

2) Persiapan

Persiapan yang baik sangat penting untuk produksi media yang efektif, dan sebelum pekerjaan audio, video, dan fotografi dilakukan di lokasi perusahaan produksi akan mengadakan serangkaian persiapan. Ini termasuk pemeriksaan yang meliputi sumber listrik, pencahayaan seperti contoh fasilitas ruang ganti, konsumsi, tempat pers, dan relasi publik juga penting. Ini adalah tugas utama seorang produser. Adapun Direktur, kameramen dan audioman juga akan memilih lokasi untuk alasan estetika dan mulai memasukkan kendala lokasi ke dalam *timeline* produksi (Stafford, 2003: 288). Tahap persiapan ini biasanya juga termasuk penyelesaian kontrak, perjanjian, surat-menyurat, pelatihan untuk para artis, membuat *setting*, serta alat yang dibutuhkan lengkap atau tidak. Persiapan yang dilakukan lebih baik apabila selesai sesuai yang disepakati (Wibowo, 2007:39).

3) Desain

Tahap ini seorang anggota penting dari tim produksi yaitu editor atau direktur seni bertanggung jawab atas unsur-unsur seni dan rancangan yang jelas dalam sebuah produk. Desain yang baik berarti produk bekerja dengan baik dengan pengguna, dan harus menjadi prioritas pertama untuk produksi media (Stafford, 2003: 290). Barang yang akan diproduksi harus ditentukan terlebih dahulu sesuai dengan fungsinya. Produk tersebut kemudian dirancang sesuai dengan ketentuan perusahaan. Manajemen umumnya memiliki berbagai pilihan bagaimana suatu produk dapat mencapai tujuan fungsionalnya (Muhammad Ibnu Abbas, Deden Mauli Darajat, 2022: 40).

2. Produksi

Proses produksi menurut Gill Branston dan Roy Stafford adalah tahap ketika pekerjaan utama selesai dilakukan pada konsep menjadi sebuah produk. Ini berguna untuk membahas siapa yang melakukan, apa dan

bagaimana peran didefinisikan dan diintegrasikan sebagai bagian dari tim produksi (Stafford, 2003: 290).

a. Unit dan Peran Produksi

Adapun unit yang berperan dalam mengerjakan proses produksi di perusahaan media menurut Gill Branston dan Roy Stafford yaitu produser, direktur atau *editing*, peneliti, tim kreatif, dan tenaga teknis dan administrasi. Adapun salah satu tugas produser yang bekerja sama dengan artis dan kru untuk mewujudkan rancangan sinopsis menjadi gambar yang bercerita.

Hal ini sama dengan Fred Wibowo yang pada tahapan ini produser berperan menggambarkan konsep dari *rundown* menjadi gambar yang bercerita agar penonton dapat menikmati. Tahap ini melibatkan bagian lain seperti daftar *shoot* atau *Shoot list* dan yang bersifat teknis (Fred Wibowo, 2007 :40). Dikarenakan visualisasi gagasan disaat *brainstorming* diharuskan dengan alat serta operator pada mengoperasikan alat atau *production services*. Secara teknis terdapat *technical director*, dan *maintenance engineering*, sedangkan operator dalam perangkat itu meliputi *cameramen*, *audioman*, *lightingman*, serta lainnya yang dikoordinasikan oleh departemen produksi seperti produser eksekutif, tim kreatif, maupun direktur produksi yang mengarahkan program di lapangan (Setyobudi, 2012: 55).

b. Hak Cipta dan Perizinan

Produk multimedia seringkali bersifat refensial dan intertekstual, menggunakan bahan yang telah *direcord* (rekam) sebelumnya. Dalam industri yang sangat komersial, hampir semua hal yang berkaitan dengan potensi komersial yang dapat digunakan dalam rilis lain akan dilindungi hak ciptanya. Industri telah mengembangkan dokumen khusus untuk produser media dan digunakan untuk mendapatkan izin (Putra, 2018: 30). Misalnya penggunaan *backsound* dalam konten dakwah. Hal ini perlu

adanya izin dari label, atau dapat juga seorang kreator menggunakan musik yang *no copyright* dengan pencantuman sebuah sumber didalamnya.

3. Pasca Produksi

Tahapan ini ialah tahapan terakhir yang dilakukan sesudah selesainya tahap produksi. Adapun tahap pasca produksi sebagai berikut:

1) Penulisan Ulang dan *Editing*

Menurut Gill Branston dan Roy Stafford tahap penulisan ulang dan *editing* ini dilakukan setelah syuting selesai, penulis skenario mencatat kembali hasilnya berdasarkan naskah dan gambar. Seperti nomer kode terdiri dari digit frame, detik, menit, dan jam yang tampil dalam gambar dan juga mencatat setiap shoot (Putra, 2018 : 31). Sutradara kemudian membuat *editing* kasar berdasarkan catatan tersebut ini dikenal dengan *editing offline*. Setelah tahap *editing offline* sudah sesuai dengan hasil yang diharapkan dan disepakati bersama, selanjutnya adalah proses naskah *editing*. Proses tersebut disertai uraian pada tulisan serta bagian yang akan diberikan *backsound*. Setelah itu hasilnya *shooting* asli serta *editing* naskah diberikan pada editor untuk tahap selanjutnya yaitu *editing online*.

On-line editing yaitu tahap yang dilakukan dengan cara memasukkan dan menyusun seluruh hasil gambar (*shoot*). Tahapan ini juga pemberian *effect-effect* gambar, keperluan transisi gambar supaya acara yang sedang produksi lebih bagus.

Mixing, tahapan ini di sesuaikan dengan program acara yang diproduksi. Proses ini dilakukan dengan cara menyeimbangkan antara suara efek, suara asli dan suara narasi, agar hasilnya tidak mengganggu dan terdengar dengan jelas. Biasanya proses ini meliputi penambahan suara musik, angin, hujan dan sebagainya (Wibowo, 2007: 42-47)

2) Penjadwalan

Menetapkan waktu penyelesaian proses produksi yang dilakukan oleh tim produksi ini tergantung pada perencanaan dan persiapan sebagai

suksesnya suatu produksi. Apalagi rencana yang bagus akan hilang jika keseluruhan tugas tidak dapat terselesaikan. Menghitung waktu di setiap produksi akan memakan waktu jika masih memastikan untuk mengetahui jadwal. (Stafford, 2003: 283). Jadwal ini sangat penting untuk media sosial dalam mengetahui produk akan dipublikasikan.

3) Uji pemasaran dan peninjauan

Sesudah dilakukan penyeleksian, kemudian tahap selanjutnya adalah uji pemasaran dan peninjauan terhadap produk yang akan dikeluarkan. Apabila terdapat keraguan dengan produk yang diproduksi, maka dibutuhkan uji pemasaran produk yang bertujuan untuk mengamati tanggapan audien. Walaupun beberapa orang mengatakan bahwa langkah ini menghasilkan produk yang lambat (Stafford, 2003:298).

4) *Finishing*

Gill Branston dan Roy Stafford pada tahap *finishing* ini mengatakan bahwa produk media yang paling berhasil adalah produk yang muncul dari hasil akhir yang berkualitas. Tampilan yang baik dengan ide yang diberikan pada pencahayaan, caption, maupun catalog yang dibentuk dengan hati-hati akan menaikkan audiens. Tahap ini merupakan tahap terakhir dari produksi sebelum produk dibagikan ke khalayak. Serta memeriksa materi yang telah diedit harus dalam kondisi baik dan layak tayang (Putra, 2018: 31).

B. Konten dakwah

1. Konten

a. Pengertian Konten

Konten menurut Charlene Burke adalah sesuatu yang mengisi sebuah ruang. Ruang yang dimaksud disini seperti *platform online*, hati, pikiran, dan lainnya (Digital, 2022). Jadi, konten ialah isinya media yang didalamnya terdapat maksud pesan informasi (Ardianto, 2017:32).

b. Jenis-jenis konten

Jenis-jenis konten menurut tujuannya terbagi menjadi empat (Edib, 2015:21-22) yaitu:

- a. Konten edukatif : konten isinya mengenai bermanfaatnya pengetahuan memiliki fungsi dalam nilai tambah konten.
- b. Konten informatif : Konten yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi bentuknya video, foto, ataupun tulisan.
- c. Konten review: konten ini berisikan tentang review kisah nyata dalam sebuah produk.
- d. Konten interaktif : konten yang berfungsi untuk berinteraksi dengan pengguna akun media sosial.

Menurut asumsi peneliti, penelitian ini konten yang disajikan dalam Youtube Tarbiyatul Banin termasuk dalam kategori konten edukatif dan informatif. Kategori konten Edukatif karena konten yang disajikan berupa pengetahuan tentang momentum dan bersejarah Islam. Selain itu sebagai konten infomatif karena konten ini memiliki tujuan untuk menambah wawasan masyarakat tentang berbagai pengetahuan keislaman dalam bentuk video berupa konten dakwah.

Adapun jenis-jenis konten berdasarkan bentuknya (Edib, 2015: 23-25) antara lain:

1. Status Tweet ataupun Quote : Konten ini sederhana bentuknya berupa status pada Facebook ataupun Tweet.
2. Artikel : Konten yang berupa tulisan panjang, seperti blog
3. Foto : Konten visual yang diposting pada Twitter, Facebook, dan sebagainya.
4. Gif : Konten dalam bentuk animasi yang sederhana.
5. Meme : Konten dalam bentuk gabungan dari tulisan dan gambar.
6. Infografis : Konten yang memadukan tulisan/teks dengan gambar/desain.

7. Video/vlog : Konten ini berupa gambar bergerak, yang biasanya video di *upload* di media sosial. Namun ada beberapa yang harus diperhatikan yaitu pemilihan durasi video, topik dan kualitatif dari video yang dijadikan sebuah konten
8. Podcast : Konten yang melewati adanya proses rekaman dan *editing*. Konten ini hanya diperlukan rekaman suara yang terkadang juga bisa dipadukan dengan video sebagai konten.
9. *Live streaming*: Konten yang dilakukan secara langsung tanpa melalui proses *editing*. Dalam hal ini diperlukan adanya persiapan lebih dahulu materi di sampaikan, *setting* tempat, dan sebagainya.

Jenis konten berdasarkan bentuknya pada penelitian ini ialah video. Konten dakwah video yang di *upload* di media sosial dengan memperhatikan ketentuan seperti pemilihan topik yang menarik untuk dibahas, pemilihan durasi video konten yang harus diperhatikan, serta kualitas video dihasilkan agar dapat dinikmati oleh masyarakat dalam menonton konten dakwah.

2. Dakwah

a. Pengertian dakwah

Secara bahasa, dakwah berasal dari *da'a-yad'u-da'watan* ialah mengajak, menyeru, ataupun memanggil. Secara istilah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana menuju jalan benar sesuai yang diperintahkan oleh Allah dalam mendapatkan kebahagiaan dunia serta akhirat (Amin, 2014: 3). Adapun dakwah menurut Natsir (Qadaruddin, 2019: 4) ialah usaha dalam memberikan seruan serta sampaian pada individu maupun keseluruhan umat pada konsep Islam mengenai cara pandang serta tujuan yang dicapai, di dalamnya terdapat *amar ma'ruf nahi mungkar*, disertai macam media serta cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalaman dalam kehidupan di masyarakat dan negara.

Kata *amar ma'ruf nahi mungkar* ini pada Al-Qur'an surah Al-imron ayat 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “ Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (QS. Al-imron ayat 104) (Kemenag, 2019).

Terdapat ragam pendapat Mufassir mengenai hukum berdakwah berdasarkan ayat tersebut. Ada yang menyatakan hukum berdakwah sebagai *fardu kifayah* dikarenakan dakwah bukan hanya sebuah proses yang memerlukan landasan fundamental dan filosofis, namun pengetahuan mengenai pendekatan, ushul, dan cara serta bijaksana juga diperlukan. Hal ini dikarenakan tidak semua kompetensi dimiliki oleh setiap muslim, melainkan sebagian figur kalangan ulama dan cendekiawan. Ada juga yang menyatakan *fardu ain* dalam hal ini diperuntukkan bagi setiap individu muslim dalam kerangka menghadirkan kebaikan dan mencegah keburukan (Rikza Maula, Muhammad Choirin, 2021 : 352-364).

b. Unsur-unsur dakwah

Unsur dakwah ialah suatu komponen yang ada pada tiap dakwah yang tidak bisa dipisah satu dengan lainnya (Surianti, 2021: 126). Adapun unsur-unsur dakwah yaitu :

a. Dai sebagai subyek dakwah

Menurut Enjang dan Aliyudin, dai adalah seseorang yang bertugas meluruskan akidah ketika terjadi kesalahan dan kekeliruan, memberikan motivasi umat dalam melakukan ibadah secara baik dan benar, *amar ma'ruf nahi mungkar*. Fungsi dai melakukan penolakan budaya atau tradisi dan adat istiadat yang merusak mad'u sebagai sasaran dakwah

yang bertentangan dengan syariat Islam. Selain itu dai juga harus mengimbangi dengan pengetahuan, pemahaman, serta pengalaman agama, memiliki sifat kepemimpinan, sabar, tidak mudah berputus asa akan cobaan, serta menghadapi rintangan agar proses dakwah bisa berjalan dengan baik (Surianti, 2021: 126-128).

b. Mad'u sebagai objek berdakwah

Mad'u merupakan sasaran berdakwah. Setiap mad'u mempunyai kesanggupan yang beda. Terdapat dua kemampuan yang dimiliki seorang mad'u sehingga sebagai acuan dai agar dakwah tersampaikan yaitu kesanggupan dalam berpikir yang memberikan arahan sejauh mana mad'u suka dalam berpikiran secara dalam, serta kesanggupan mad'u lebih suka pesan yang senang ataupun sedih. Mad'u terbagi menjadi tiga mad'u terpelajar, menengah, serta awam (Surianti, 2021: 128-130).

c. Materi-materi dalam berdakwah

Materi dakwah ialah pesan, materi ataupun suatu yang dapat dilakukan penyampaian dai pada mad'u terkait seluruh ajaran Islam yang terdapat pada kitab ataupun sunnah-Nya. Materi dakwah biasanya disesuaikan dengan dengan kondisi mad'u yang dibutuhkan (Surianti, 2021: 130-133).

d. Metode-metode dakwah

Metode ialah cara untuk melaksanakan sesuatu. Dalam hal ini, metode dakwah yang dikemukakan oleh Al-Bayanuni ialah cara yang digunakan saat melakukan dakwah serta strategi dakwah yang diterapkan (Surianti, 2021 : 134). Metode-metode dakwah juga dijelaskan di dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125

أُدْعُ 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 pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan

cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”, (QS. Surah An-Nahl ayat 125)(Kemenag, 2019).

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa terdapat tiga metode dakwah (Fahrurrozi, 2019: 116-117) yaitu:

- a. Metode *bi al hikmah* ialah dakwah dengan cara benar dari segi menyampaikan, penggunaan sumber, serta pengetahuan lain.
- b. Metode *Al-Mau'idah Al-Hasanah* ialah dakwah dengan memberi nasihat kebaikan serta memberikan peringatan pada orang lain menggunakan bahasa baik serta membuat hati tergugah dalam nasihat yang diterima.
- c. Metode *Al-Mujadalah* ialah metode dakwah dengan membantah dengan cara baik.

Metode dakwah dilihat dari bentuk penyampaian dibagi menjadi tiga (Fahrurrozi, 2019: 117) ialah:

- 1) *Dakwah bil lisan*, dakwah dengan cara lisan seperti debat, ceramah, orasi, dan lain lain.
- 2) *Dakwah bil kitabah*, dakwah yang menggunakan tulisan seperti artikel, buku agama, novel, dan lain sebagainya.
- 3) *Dakwah bil hal*, dakwah yang menggunakan tindakan secara langsung.

Berdakwah dengan memanfaatkan media sosial Youtube, seperti dalam penelitian ini termasuk menggunakan metode *dakwah bil lisan*, karena dakwahnya lebih menyampaikan ceramah secara lisan berbentuk audio visual melalui media sosial Youtube. Segi penyampaian dakwahnya menggunakan metode *bil al hikmah* dan *bil al-mau'idhah hasanah*, mengingat metode tersebut terdapat hal yang harus diperhatikan baik dalam segi menyampaikan, penggunaan sumber, serta pengetahuan lain yang seharusnya dilakukan dengan cara yang benar.

Serta dakwah hendaknya disampaikan dengan memberikan nasihat bahasanya yang baik guna mad'u bisa meneima. Kesimpulannya penelitian ini menggunakan metode *bil al hikmah* dan *bil al mau'idah hasanah* dalam menyampaikan dakwah yang dilakukan secara *bil lisan* dalam menyampaikan ceramah di media sosial Youtube.

e. Media dakwah

Media dakwah menurut Awaluddin Pimay ialah penggunaan saran oleh dai agar materi dakwah dapat disampaikan (Surianti, 2021: 142) Ada media yang digunakan dalam dakwah (Surianti, 2021: 144-147) yaitu :

1. Media mimbar

Mimbar ialah media ataupun sarana yang dimanfaatkan dai dalam memberikan sampaian mengenai nilai yang baik, gagasan, serta peringatan terkait kebaikan dengan cara mengajak, berinteraksi dan melakukan hal baik sesuai ajaran Islam pada masyarakat.

2. Media audio

Media audio ialah alat yang mengeluarkan bunyi pada radio dan lain-lain. Media ini bisa dianggap bagian terpenting pada saat dakwah dikarenakan bersifat secara langsung, tidak terdapat jarak, daya tarik yang dimiliki kuat, tidak memiliki hambatan pada baca dan tulis. Namun demikian juga harus memberikan kontribusi kepada mad'u, dikarenakan mad'u berbeda-beda pada saat menerima dakwah. Terdapat mad'u cenderung lebih suka mendengarkan maupun sebaliknya.

3. Media sosial

Media sosial menjadi ruang dan berpeluang untuk dai menyampaikan pesan agama serta nilai yang benar yang harus dikemas dengan singkat, padat, dan jelas. Ada jenis media sosial yang diperlukan untuk dakwah seperti *Twitter*, *Youtube*, *Facebook*, serta media sosial lain. Pemanfaatan media Youtube yang perlu diperhatikan

oleh dai adalah materi, waktu, dan cara yang disampaikan sehingga pesan dapat diterima oleh mad'u.

4. Media cetak

Media cetak yang digunakan berdakwah biasanya berupa majalah, buku, serta media lain. Penyampaian materi disarankan pada inti yang dibahas, penggunaan bahasa yang lugas agar mad'u bisa mengerti maksud isi materi. Keunggulan pada media ini selain memudahkan mad'u dalam menerima pesan dakwah, juga dapat menjangkau masyarakat luas, praktis, beban psikologi dai yang lebih ringan, serta dapat dibaca dimasa saja dan kapan saja.

Dari keempat jenis media dakwah diatas, penelitian ini penggunaan media dakwahnya menggunakan media sosial dalam menyampaikan konten dakwahnya.

3. Konten Dakwah

Berdasarkan kesimpulan diatas mengenai pengertian konten dan dakwah, dapat disimpulkan konten dakwah ialah penyampaian pesan, informasi, serta penyampaian isi oleh dai dengan menggunakan media sosial. Penyampaian materi di dalamnya tidak terlepas dari Al-Qur'an Hadits.

C. Youtube

1. Pengertian dan Sejarah Youtube

Youtube ialah jejaring sosial yang paling besar kategori video di dunia khususnya dalam bentuk video, film, dan audio. Youtube telah menjadi identik dengan layanan *streaming* video di internet, tetapi ada banyak media sosial dan jejaring sosial dengan fitur dan layanan serupa. Youtube menciptakan hubungan jejaring sosial antar penggunanya melalui bentuk interaksi yang terjadi di antara pengguna dari konten (terutama video) yang disediakan. Setiap pengguna memiliki hak yang sama untuk membagikan (mengunggah) file multimedia di Youtube, membagikan

URL video Youtube, berkomentar, menilai, dan berdiskusi ke media sosial dan jejaring sosial lainnya (Pratama, 2020 :231).

Youtube awal berdiri sejak tahun 2005 yang pusatnya di Kantor San Bruno, California. Teknologi yang digunakan *Adobe Flash* video dan HTML5 agar konten, film, music video dapat ditampilkan. Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, serta Jawed Karim. Mereka ialah karyawan perusahaan *PayPal* di Amerika Serikat. Penamaan Youtube diambil dari inspirasi kedai pizza serta restoran Jepang di San Mateo, California. Youtube pernah mencapai masa ditingkat internasional pada oktober 2006, dengan masuknya saham yang dibeli oleh Google berhargaUS\$ 1,65 miliar, dikarenakan kunjungan situs terbanyak kedua didunia yang didukung adanya akses yang bebas di beberapa negara seperti Cina serta Turki (Kevin David B. Mangole, 2017: 5-7).

2. Karakteristik Youtube

Ketersediaan fasilitas bagi pengguna dalam mengunggah dan mengakses video pada situs Youtube. Terdapat pula beberapa karakteristik (Handayani, 2020:127-128) antara lain:

1. Durasi yang tidak terbatas saat pengunggahan video. Youtube memiliki perbedaan pada media sosial lain yaitu batas durasi minimalnya waktu.
2. Sistem keamanan akurat. Di dalam Youtube terdapat pembatasan pengamatan yaitu tidak diperbolehkan video yang mengandung SARA dan ilegal. Serta adanya bentuk konfirmasi dilakukan sebelum mengunggah video.
3. Berbayar. Tawaran pengguna yang videonya diunggah serta memperoleh 1000 *views* akan dapat honorarium Youtube.
4. Menonton secara *offline* (tanpa biaya). Digunakan agar mempermudah pengguna saat videonya ditonton secara *offline* dengan mendownload dulu.

5. Editor yang disediakan sederhana. Video yang diunggah pada menu awal biasanya terdapat edit video. Untuk menu yang tersedia ialah potong video, filter warna, serta transisi.

Dari uraian diatas dapat peneliti simpulkan adanya karakteristik yang tersedia, proses pengunggahan konten dakwah bagi pengguna seperti pengelola media dapat memanfaatkan ketersediaan editor yang di dalamnya menyediakan beberapa menu seperti pemotongan video, transisi video, dan pemfilteran warna yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Serta akan menjadi keuntungan bagi pengguna Youtube jika mencapai 1000 penonton yaitu dengan mendapatkan honorarium. Selain itu dapat menguntungkan bagi pengguna yang ditunjukkan kepada penikmat konten seperti pelaku dakwah (mad'u) dalam menonton konten dakwah yang dapat memanfaatkan menonton secara *offline* tanpa adanya biaya secara *fleksible*.

3. Youtube sebagai *New media*

Seiring perkembangan zaman yang semakin canggih saat ini Youtube termasuk ke dalam *New media*. Seperti ungkapan Khan dan Aytes bahwa media baru adalah istilah yang merujuk pada media secara digital. Media baru mencakup platform media sosial seperti Facebook, Youtube, dan Twitter, serta teknologi posel misalnya tablet, seluler, ponsel pintar dan lainnya, dengan demikian efisien untuk mempertimbangkan teknologi komunikasi seluler terbaru sebagai keunggulan media baru, terutama dalam kemampuan media sosial (Giulia Isetti, 2021).

Menurutnya media baru juga akan memberikan kontribusi sangat besar untuk digitalisasi yang hampir semua bentuk ekspresi termasuk yang berkaitan dengan komunitas keagamaan dan spiritual. Selain itu, media digital telah mengubah bagaimana produsen dan pengguna memperoleh, menciptakan, memanipulasi dan bertukar informasi, gambar, jasa dan kebaikan konsekuensi yang nyaris revolusioner untuk

pembetulan dan pengembangan komunitas keagamaan dan spiritual (Giulia Isetti, 2021: 13-14)

Ditekankan oleh Terry Flew mengenai bentuk format isi media baru lebih merujuk menggabungkan dan mengintegritasikan data, teks, suara dan gambar dari segala format digital yang disebarakan melalui internet (Smith, 2014: 5).

Adapun karakteristik media baru atau bentuk informasi digital menurut Terry Flew yaitu (Smith, 2014: 5):

- a. Manipulasi ialah informasi digital dengan mudah diubah dan disesuaikan pada tahap penciptaan, penyimpanan, pengiriman, dan penggunaan.
- b. Dapat ditampilkan berarti informasi digital dapat dibagikan dan dipertukarkan dalam sejumlah besar pengguna secara simulasi, dan melintasi jarak yang sangat jauh.
- c. Padat ialah jumlah informasi digital yang sangat besar dapat disimpan dalam ruang fisik yang kecil seperti USB *flash drive* ataupun server jaringan.
- d. Kompresor hal ini jumlah kapasitas informasi digital masuk ke jaringan apapun yang dapat di kompres dan terurai bila diperlukan.
- e. Tidak berat sebelah, dimana informasi digital yang dibawa diseluruh jaringan tidak peduli bagaimana itu diwakili, yang memiliki, menciptakannya, atau bagaimana itu digunakan.

Youtube sebagai *new media* dalam penelitian ini ialah salah satu bentuk pendukung bagaimana pesan, terutama pesan dari konten dakwah yang telah diproduksi di channel youtube penelitian dapat tersampaikan dengan mudah kepada mad'u.

BAB III

PROSES PRODUKSI TARBIYATUL BANIN

A. Profil Youtube Tarbiyatul Banin

1. Sejarah Berdirinya Youtube Tarbiyatul Banin

Youtube Tarbiyatul Banin ini merupakan sebuah channel youtube yang didirikan oleh tim yayasan Tarbiyatul Banin sendiri sejak tahun 2022. Namun sebelum channel yayasan ini terbentuk ada beberapa hal yang melatarbelakangi Youtube ini di bentuk yaitu berawal dari suatu acara yang dilaksanakan pada saat masa pandemi Covid-19 datang, terdapat acara sebelumnya yang ditayangkan secara live pada bulan Ramadhan yaitu “ Ngaji pagi ke-NU-an” yang dilakukan setiap pagi dan dikhususkan untuk siswa Tarbiyatul Banin. Kemudian selang beberapa tahun kemudian pihak tim kreator dan yayasan melakukan diskusi untuk membuat channel Youtube.

Pembuatan youtube Tarbiyatul Banin ini dilatarbelangi selain karena suatu acara yang digelar sebelumnya juga hal lain yaitu atas dasar masukan dan keluhan dari para alumni yang merasa rindu kepada guru-gurunya. Kemudian akhirnya baik dari pihak tim creator dan yayasan memutuskan untuk membuat Youtube dimana dimana kontennya akan diisi oleh para guru-guru yang berada di Tarbiyatul Banin. Adapun misi di Youtube Tarbiyatul Banin ini disamakan pada misi yang ada di yayasan yakni “ Terdepan dalam Ilmu Terpuji dalam Laku”.

B. Program Tarbiyatul Banin Sowan

1. Ide munculnya program “Tarbiyatul Banin Sowan”

Program “Tarbiyatul Banin Sowan” ini berawal dari ide ketika tim kreator dan yayasan memutuskan untuk membuat youtube Tarbiyatul Banin atas dasar keluhan dari para alumni yang rindu dengan guru-gurunya. Kemudian tim kreator sebelumnya terlebih dahulu untuk mencoba membuat sebuah video dengan program yang memang belum membentuk “Tarbiyatul Banin Sowan”. Namun setelah dilakukan

observasi oleh para tim dan narasumber program tersebut di rasa tidak nyaman. Jika begitu nanti akan berpengaruh juga ke tim, lalu tim kreator mencoba lagi untuk mengganti ke program “Tarbiyatul Banin Sowan”, ternyata setelah dilakukannya produksi program ini lebih nyaman dan santai karena program ini lebih merujuk seperti halnya bertamu yang membicarakan suatu hal yang di dalamnya terdapat rasa ta’dim “Tarbiyatul Banin Sowan”. Jika dalam proses produksi ini nyaman dan santai di lakukan baik dari pihak tim produksi maupun narasumber maka secara otomatis akan dapat berpengaruh ke penonton. Inilah sisi lain yang ditunjukkan oleh tim pada proses produksi ini yakni narasumber. Tujuan dari adanya sisi lain yang ditunjukkan tersebut adalah agar sajian dari video ini dapat menarik dan enak di tonton oleh penonton. Kemudian setelah observasi tersebut akhirnya tim produksi memutuskan untuk menetapkan program “Tarbiyatul Banin Sowan” di Youtube Tarbiyatul Banin.

2. Gambaran umum program “Tarbiyatul Banin Sowan”

Program Tarbiyatul Banin Sowan pembahasan kontennya berisi tentang momentum-momentum yang dikemas dengan bahasa sekarang dan menggunakan sumber kitab sebagai rujukan akan tetapi dalam penjelasannya di buat se-ringan mungkin agar dapat di terima oleh pendengar. Program Tarbiyatul Banin sowan ini ditayangkan maksimal berdurasi 20 menit di channel Youtube Tarbiyatul Banin. Kemudian konten ini ditampilkan dalam bentuk berbentuk *talkshow* dimana akan terdapat dua percakapan santai antara dua orang seperti halnya sedang bersilaturahmi yang di dalamnya terdapat rasa ta’dim kepada seorang kiai atau sopan satun di dalamnya. Selanjutnya untuk memproduksi program ini tim akan melakukan perjanjian terlebih dahulu setelah itu melakukan sowan kepada kiai-kiai untuk mengobrol tentang hal yang berkaitan dengan momentum bersejarah Islam.

3. Tujuan program

Selain itu Youtube Tarbiyatul Banin ini juga memiliki tujuan dalam memproduksi kontennya yakni untuk mengobati rasa rindu para alumni kepada kiai-kiainya.

4. Manfaat program di produksi

Ada pula manfaat dari adanya konten “Tarbiyatul Banin Sowan” yaitu untuk memberikan pengetahuan keagamaan yang berkaitan dengan momentum-momentum Islam maupun lainnya sekaligus meluruskan pemahaman masalah pada ajaran-ajaran tertentu.

5. Lingkup Target/Sasaran penonton

Lingkup target market di Youtube Tarbiyatul Banin ini yakni alumni, siswa yang berada di unit Tarbiyatul Banin, sedangkan untuk penonton luar hanya dianggap sebagai bonus.

6. Format produksi

Format produksi program Tarbiyatul Banin Sowan adalah *tapping*, program tersebut tidak di tayangkan secara langsung, melainkan di tunda terlebih dahulu untuk melakukan pengambilan gambar dan serangkaian *editing* pengeditan sehingga tayangan tersebut menarik dan dapat diunggah setelah dianggap layak untuk di tayangkan ke media Youtube oleh tim produksi.

7. Unit produksi Program Tarbiyatul Banin Sowan

Berjalannya proses produksi program tarbiyatul banin sowan ini tak bisa lepas dari unit kru yang terlibat. Adapun unit yang berperan dan terlibat dalam mengerjakan proses produksi program Tarbiyatul Banin Sowan di Youtube Tarbiyatul Banin ini hanya terdiri dari tiga unit atau tiga orang saja yang meliputi tim kreatif, kameramen, dan bendahara yang sekaligus menangani berbagai property yang dibutuhkan. Beberapa orang tersebut bertanggungjawab atas berjalannya proses produksi program tarbiyatul Banin Sowan mulai dari pra produksi hingga pasca produksi.

C. Proses Produksi Konten Dakwah di Channel Youtube Tarbiyatul Banin

Proses produksi diperlukan untuk keberhasilan menghasilkan program yang baik. Proses produksi merupakan teknik atau metode pencapaian kualitas media yang akan disajikan kepada khalayak. Begitu pun konten dakwah di Youtube juga membutuhkan sebuah proses produksi agar dapat menghasilkan konten yang baik, layak, dan diterima oleh khalayak.

Program Tarbiyatul Banin Sowan ini merupakan satu-satunya program di Youtube Tarbiyatul Banin untuk menyebarkan konten dakwah, dengan berdurasi video maksimal 20 menit ini cukup untuk memberikan pembahasan materi yang telah ditetapkan yakni momentum-momentum bersejarah. Proses produksi program ini dilakukan pada jumlah momen-momen tertentu selama satu tahun. Program Tarbiyatul Banin Sowan ini memiliki proses produksi tersendiri untuk menjadi program yang layak dan ditunggu-tunggu oleh sasarannya diantaranya :

1. Pra Produksi

Menghasilkan sebuah konten dakwah di program Tarbiyatul Banin di channel Youtube tahap awal yang dilakukan adalah Pra produksi. ialah tahapan awal yang akan dilakukan, jika dikerjakan dengan baik sesuai rincian yang sudah ditentukan sebelumnya, maka akan bermanfaat untuk keberlangsungan selama proses produksi. Tahap pra produksi ini juga terdiri dari yakni penelitian/penemuan ide, persiapan, dan desain.

a. Penelitian/penemuan ide

Langkah penelitian atau penemuan ide yang dilakukan oleh kru pada tahap ini biasanya akan meliputi penentuan tema, pemilihan atau penetapan narasumber, menyiapkan bahan seperti penyusunan pertanyaan, dan melakukan pra riset.

Langkah awal di tahap penelitian atau penemuan ide adalah penentuan tema untuk konten dakwah yang akan diproduksi menurut hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti ini tema ini dilatarbelakangi oleh

topik-topik yang berkaitan dengan momentum-momentum Islam. Harapan dari adanya tema pembahasan ini dapat meluruskan berbagai persoalan ajaran sering dikerjakan dan diperdebatkan sehingga ini dapat menjadi pengetahuan tambahan mengenai sejarah yang ada di momen-momen tertentu, lebih menerima perbedaan pendapat dan mengetahui ketentuan ajaran Islam yang benar.

“Langkah awal yang kita lakukan tentu adalah menentukan tema yang akan diangkat menjadi materi pembahasan konten dakwah “program Tarbiyatul Banin Sowan” di channel Youtube. Tema yang ditetapkan oleh kru seputar momentum-momentum bersejarah Islam. Bidang program ini adalah pendidikan bidang keagamaan. Jadi untuk tujuan dari adanya pembahasan tema materi tersebut untuk meluruskan pemahaman tentang berbagai hal masalah ajaran yang sering dikerjakan pada momen-momen tertentu, mengatasi perbedaan pendapat serta pengetahuan lain yang tak lepas dari momen-momen tertentu. Contohnya seperti pada saat pembahasan tema mengenai malam satu suro di dalam pembahasan tersebut terdapat penjelasan mengenai pensucian jimat yang sebenarnya pensucian tersebut bukan dimaksudkan pada jimat akan tetapi jiwanya dengan cara berzikir.” (Anwar, kameramen, 18 maret 2023).

Sesudah penetapan tema dan konsep yang telah di sepakati oleh kru, kemudian Alfin menjelaskan langkah selanjutnya tim akan memilih *talent* (narasumber) sebagai da'i yang akan mengisi materi di program “Tarbiyatul Banin Sowan”. Ruang lingkup pemilihan narasumber di program “Tarbiyatul Banin Sowan” ini ialah guru-guru yang berada di lingkungan Tarbiyatul Banin dan dipilih berdasarkan yang telah mampu di bidangnya. Namun sayangnya dalam pemilihan narasumber masih menjadi kendala pada ketersediaan. Hal ini disebabkan oleh faktor lain seperti kondisi pekerjaan, kesibukan organisasi, mengurus pondok, dan lain sebagainya. Maka dari itu pihak tim harus mengatasi kendala tersebut supaya program ini akan tetap berjalan sebagaimana mestinya.

“Penentuan narasumber dari pihak tim masih menjadi kendala hal ini di sebabkan masih di lingkungan Tarbiyatul Banin. Penyebabnya adalah kesibukan narasumber karena jadwal yang padat profesi sebagai guru, organisasi. Pernah dari mengalami pergantian narasumber hingga 4 kali, padahal pihak tim sedang mengejar momen harinya. Pihak

Narasumber sebenarnya bukan bukan menolak hanya saja penyebabnya adalah jadwal yang padat dari pihak narasumber” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Setelah penentuan tema dan narasumber kemudian tim akan menyiapkan bahan konten. Alfin mengungkapkan bahwa bentuk bahan konten yang dipersiapkan oleh tim produksi adalah daftar pertanyaan yang akan di ajukan kepada narasumber yang di sesuaikan dengan tema yang diusung. Tema dalam program “Tarbiyatul Banin Sowan” fokus pada membahas mengenai momentum-momentum Islam.

“Pada saat pra produksi setelah penentuan tema narasumber langkah selanjutnya yang kita lakukan adalah jelas mempersiapkan bahan konten. Bahan konten ini bentuknya daftar pertanyaan yang nantinya akan di ajukan kepada narasumber. Bahan konten ini berkaitan dengan tema konten yang akan kita usung ke produksi. Misalnya pada momen Hari Raya Kurban maka dari tema tersebut pihak tim akan menyusun pertanyaan untuk dibahas di materi” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Setelah penyusunan bahan konten berupa daftar pertanyaan. Kemudian langkah yang dilaksanakan oleh tim selanjutnya yaitu melakukan pra riset. Menurut Alfin tahap ini kru akan berkoordinasi kepada narasumber dengan cara mengajukan daftar pertanyaan. Narasumber akan membenarkan, memilah, dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh tim produksi. Jadi tahapan ini tim akan tau gambaran terhadap isi materi yang akan diproduksi.

“Setelah penyusunan bahan konten berupa daftar pertanyaan. Kemudian tim akan melaksanakan ke tahap selanjutnya yaitu melakukan pra riset. Tahap ini tim akan berkoordinasi kepada narasumber dengan cara mengajukan daftar pertanyaan. Sesudah itu narasumber akan membenarkan dan memilah keperluan pertanyaan yang akan menjadi bahan materi di konten dakwah program “Tarbiyatul Banin Sowan”. Tahapan pra riset ini berguna untuk menanggulangi ketidakcocokan narasumber terhadap pertanyaan yang di ajukan untuk di bahas. Setelah daftar pertanyaan di ajukan narasumber akan menjawab pertanyaan, sehingga pada tahap ini tim sudah memiliki gambaran terhadap isi materi yang akan di produksi dan sampaikan di dalam konten dakwah program “Tarbiyatul Banin Sowan” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

2. Persiapan

Setelah tahap penelitian/penemuan ide ini dilaksanakan langkah berikutnya yang dilakukan oleh kru produksi adalah tahap persiapan. Tahapan ini biasanya termasuk dari penyelesaian kontrak, perjanjian, surat menyurat, membuat setting, serta alat yang akan dibutuhkan lengkap atau tidak, biaya, dan lain-lain.

Langkah persiapan yang dilaksanakan oleh kru adalah perjanjian dalam penentuan tempat lokasi syuting. Anwar dan Alfin mengatakan bahwa penentuan perjanjian di pra produksi Tarbiyatul Banin ini fleksibel dan cenderung di tentukan oleh adanya saran dari Narasumber, akan tetapi biasanya juga akan disarankan dari tim produksi.

“Waktu penentuan perjanjian narasumber ditentukan menyesuaikan dengan jadwal narasumber. Sedangkan untuk waktu perjanjian tempat produksi dari tim tidak ada sifatnya fleksibel, sebab terkadang dari pihak narasumber yang akan memilih secara pribadi” (Anwar, kameramen, 18 maret 2023).

“Hal tersebut juga dijelaskan oleh Alfin bahwa perjanjian waktu itu lebih ke ketersediaan narasumber di hari apa dan jam berapa. Lokasi terkadang disarankan oleh pihak narasumber akan tetapi juga biasanya dari tim akan memberikan saran yang sesuai dengan nama program “Tarbiyatul Banin Sowan” yaitu di rumah narasumber. Hal ini tentu juga terpengaruh oleh arti sowan dimana “Rasa ta’dim sama kiai masih kuat, layaknya santri yang ta’dim ke kiai” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Kemudian setelah melakukan penentuan lokasi dan perjanjian kepada narasumber, tahap selanjutnya adalah merinci biaya sesuai dengan keperluan produksi. Nikma mengatakan bahwa biaya produksi di channel Youtube Tarbiyatul Banin ini dapat dibilang tidak terlalu memerlukan anggaran yang besar yang hanya digunakan untuk pembelian konsumsi dan operasional kru masuk kepada honorarium. Sumber biaya produksi ini berasal dari Yayasan atau APBM Madrasah dari unit-unit yakni Infaq, pangkal, dan syukuran siswa.

“Biaya produksi ini bersumber dari yayasan atau APBM Madrasah, sumbernya di ambil dari masing-masing unit-unit yakni infaq, pangkal, syukuran. Keperluan rincian biaya produksi tersebut akan disesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan. Penanggungungan biaya produksi oleh yayasan itu biasanya meliputi operasional tim kreator, dan konsumsi. Operasional tim kreator ini dimasukkan ke anggaran honoranum dihitung dari jumlah produksi konten selama satu bulan. Sementara untuk narasumber biasanya lebih ke konsumsi yang berupa barang seperti memberikan buah tangan kepada narasumber yang berperan dalam video. Sedangkan persoalan masalah biaya sewa untuk peralatan produksi dari tim tidak pernah menyewa dikarenakan secara peralatan sudah lengkap” (Nikmah, Bendahara, 18 maret 2023).

Langkah berikutnya setelah rician anggaran produksi adalah menyiapkan beberapa peralatan yang dibutuhkan selama produksi. Anwar mengatakan bahwa ada beberapa perarlatan produksi yang dimiliki oleh Tarbiyatul Banin.

“Untuk peralatan yang dimiliki oleh Yayasan Tarbiyatul Banin itu ada 3 jenis kamera yaitu kamera Sony a6300, Sony a6400, dan Sony A7ii. Kemudian ada lima buah tripod yang digunakan untuk kamera dan lampu. Terdapat juga dua buah Mic Clip On, satu reflector, satu lighting, satu clapperboard, dua laptop, dan 16 komupter yang bisa dan mampu digunakan untuk mengedit.” (Anwar, kameramen, 18 maret 2023).

Tahap selanjutnya untuk beranjak ke produksi kru akan melakukan *briefing* terlebih dahulu. Alfin mengatakan bahwa pelaksanaan *briefing* ini dapat berguna untuk mengetahui *jobdesk* pada masing-masing tim saat produksi atau di lapangan.

“Tahap *briefing* ini dilakukan sebelum proses produksi agar nantinya pada saat di produksi tim sudah mengetahui *jobdesk* masing-masing. Tim akan menggambarkan bagian teknis, begitu juga gambaran moderator yang akan menempatkan diri selayaknya pemandu acara yang berperan untuk menyambut narasumber, dan memandu acara. Sementara bagian konsumsi akan mempersiapkan dan merinci kebutuhan produksi” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

2. Produksi

Setelah tahap pra produksi dilaksanakan oleh tim produksi, langkah selanjutnya krua akan melaksanakan tahap produksi. Tahap ini adalah langkah

memvisualisasikan konsep menjadi sebuah produk. Adapun produksi yang dikerjakan oleh tim produksi Tarbiyatul Banin diantaranya:

Langkah di produksi ini terdapat unit dan peran produksi. Menurut Alfin langkah ini berkaitan dengan bagian teknis akan secara otomatis menempatkan diri pada *jobdesk* masing-masing. Namun di lapangan justru pengerjaan di proses produksi Tarbiyatul Banin ini terkadang hanya dikerjakan dua atau tiga orang saja, hal ini membuat pekerjaan tidak efisien dan menyebabkan adanya beban kerja untuk satu orang atau dua orang.

“Bagian teknis pada proses produksi ini berdiri dari *lighting man*, *audioment*, dan *kameramen*. Posisi kamera pada program ini akan *setting* pada tiga posisi yakni dua kamera akan di arahkan ke narasumber dan moderator dengan menggunakan teknik *close up*, kemudian satu kamera akan menampilkan narasumber dan moderator dengan teknik *full shot* atau *one shot*. Jadi untuk teknik pengambilan gambar pada juru kamera terdiri dari *close up* dan *full shot/one shot*. Selanjutnya sebenarnya untuk kebutuhan divisi pada saat produksi sebenarnya memerlukan banyak bagian teknis, normalnya terdapat *lighting man* ada, *soundman*, *kameramen*, *astrada* satu dan *sutradara*. Akan tetapi kembali lagi kepada sanggupan para tim produksi. Dilapangan pekerjaan produksi ini dipegang hanya dua sampai tiga orang saja. Hal ini tim akan menyikapi dengan cara *setting* bagian teknis yang dapat di tinggal seperti *lighting*, audio, dan posisi kamera. Meski begitu bagian teknis ini tim akan tetap melakukan pengawasan untuk menghasilkan video yang diinginkan” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Pada saat berlangsungnya produksi, Alfin mengatakan bahwa justru ide judul muncul saat tahap produksi. Dengan demikian kru senantiasa memperhatikan materi yang disampaikan oleh narasumber.

“Penentuan judul pada program ini justru muncul ketika produksi. Para tim produksi akan mengamati materi yang di sampaikan oleh narasumber. Penentuan judul tersebut dipastikan tidak mengandung unsur hoaks dan sesuai dengan pembahasan di video. Proses produksi ini tim kreator tetap mengutamakan esensi dari program yakni “Sowan”. Setelah judul ini ditemukan saat produksi selanjutnya editor akan mengedit dan mengunggah konten di Youtube Tarbiyatul Banin” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022)

3. Pasca produksi

Setelah pengambilan gambar selesai di tahap produksi langkah selanjutnya adalah tahap pasca produksi. Pasca produksi ialah tahapan terakhir yang

dilakukan setelah selesainya tahap produksi. Tahapan ini terdiri dari beberapa hal berikut:

Tahap pasca produksi yang dilakukan oleh tim produksi sesudah pengambilan gambar adalah melakukan evaluasi. Menurut Anwar dan Alfin evaluasi ini merupakan bentuk tahapan yang dilakukan oleh kru untuk memperbaiki dan melihat kekurangan yang ada di dalam proses produksi agar kedepannya tidak terjadi kesalahan yang serupa dan memberikan konten yang menarik sesuai dengan kebutuhan media sosial. Pelaksanaan evaluasi ini biasanya dilakukan baik setelah pengambilan gambar dilakukan saat di produksi ataupun sesudah terbit.

“Pelaksanaan evaluasi ini terkadang dilaksanakan setelah terbitnya konten di channel Youtube atau biasanya juga dilakukan sesudah pengambilan gambar. Evaluasi ini biasanya lebih kepada masalah mengenai kendala saat pengambilan gambar. Tim akan mengevaluasi untuk memperbaiki produksi kedepannya dan mengatasi kendala yang telah terjadi dengan cara *editing*. Meskipun terdapat kendala tim produksi tidak melakukan pengambilan gambar secara ulang dikarenakan terpacu pada makna Sowan. Contoh kendala yang di alami biasanya ketika melaksanakan produksi di rumah narasumber biasanya mengalami kendala alamiah yaitu hujan sehingga gangguan suara akan ada. Pencahayaan kurang maka dibutuhkan lampu, ketika hujan akan di atasi dengan perengkapan payung, jika ada kebocoran suara saat produksi maka akan di atasi saat editing dengan menggunakan aplikasi *after effect*” (Anwar, kameramen, 18 maret 2023).

“Kemudian di lengkapi oleh penjelasan Alfin, bahwa “tahap evaluasi ini pasti akan dilakukan oleh tim kreator. Mengingat bahwa evaluasi ini berguna untuk memperbaiki dan melihat kekurangan. Tidak dapat di pungkiri bahwa sebagai narasumber hanya tau tim datang untuk sowan untuk menanyakan sesuatu yang berkaitan dengan hari-hari besar. Sedangkan untuk tim sendiri harus menyusun evaluasi untuk kedepannya seperti apa? Misal kendala suara bocor, kurang menarik karena tidak bisa memungkiri bahwa kebutuhan sosial media apalagi Youtube. Dikarenakan ranah Youtube itu harus ada sesuatu yang menarik. Seperti semacam iklan, bagaimana video tersebut menjadi menarik di tonton oleh khalayak, apalagi kalau kita bisa mengajak narasumber itu kemudian untuk lebih *enjoy* lagi. Itulah yang menjadi evaluasi tim kreator saat ini” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Adapun beberapa pembahasan yang masih menjadi bahan evaluasi yang dilakukan oleh tim produksi pada proses produksi program “Tarbiyatul Banin Sowan” yakni:

Pertama masih terdapatnya kendala dalam penentuan narasumber. Alfin mengatakan bahwa kendala saat penentuan narasumber yang akan menjadi da'i dalam mengisi program “ Tarbiyatul Banin Sowan” masih sering terjadi. Kendala ini disebabkan oleh kesibukan pekerjaan, keterbatasan lingkup, dan kesibukan lainnya yang sehingga menghambat terjadinya proses produksi pada program ini.

“Penentuan narasumber menjadi kendala bagi tim produksi. Dikarenakan yang sebelumnya telah dipilih terkadang belum bersedia berpartisipasi dalam program ini. Narasumber umumnya berlatang belakang sebagai sesepuh yayasan, pengasuh pondok pesantren, pengurus organisasi, hingga guru di Yayasan Tarbiyatul Banin kerap kali kesulitan membagi waktu ketika diminta menjadi narasumber” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Evaluasi selanjutnya tentang pemilihan narasumber yang belum profesional dan masih tergantung dengan ketersediaan. Dikatakan belum profesional yang dimaksud di sini ialah belum adanya penetapan sebelumnya yang akan menjadi narasumber, perjanjian, dan hal lain yang pada umumnya dilakukan saat pra produksi. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Alfin:

“Kendala moderator selalu ada, karena moderator selalu berganti-ganti dan biasanya pemilihan moderator itu di pilih pada saat produksi dan yang bersedia. Moderator ini biasanya dari guru maupun unit-unit yang ada di lingkup Tarbiyatul Banin dan tergantung ketersediaan. Memang untuk moderator ini sifatnya belum *professional*. Jadi *professional* yang dimaksudkan di sini adalah apabila di kasih *briefing* langsung bersedia dan ada sebuah perjanjian yang dipastikan, yang kemungkinan ada beberapa hal yang terkait seperti biaya transportasi dan sebagainya. Saat ini kita belum *professional* di dalam pemilihan dan penetapan moderator” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Selanjutnya yang masih menjadi evaluasi di tahap proses produksi di Tarbiyatul Banin mengenai kendala yang dialami saat proses produksi . Kendala ini biasanya terkait dengan masalah teknis seperti kebocoran suara

yang disebabkan oleh kondisi alamiah, seperti hujan, maupun kebisingan lainnya. Ini juga yang dijelaskan oleh Alfin.

“Kendala pada saat produksi lebih ke alamiah dan tidak berpengaruh di tim produksi. Contohnya apabila kita terkendala dengan kebisingan seperti suara hujan, dan lain sebagainya. Bagaimana caranya kendala ini dapat di atasi pada saat pasca produksi yaitu *editing*” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Setelah melakukan evaluasi langkah selanjutnya yang dilakukan oleh tim adalah tahap *editing*. Menurut Alfin tahap ini melalui dua tahap yaitu *editing offline dan online*.

“Tahap *editing offline* akan langsung dikerjakan setelah pengambilan gambar. Editor akan memasukkan berkas ke aplikasi Adobe premier kemudian memperatikan potongan video dan menggabungkan video dan audio sesuai dengan suara dan bibir baik narasumber maupun moderator. Pengerjaan *editing offline* ini biasanya dapat selesai rata-rata selesai 3 sampai 4 jam saja untuk *editing* yang masih mentah. *Editing* masih mentah itu belum terdapat penambahan lainnya seperti gambar, warna, *callor*, *crading*, dan sebagainya belum dimasukkan. Setelah pengerjaan *editing offline* ini selesai selanjutnya menuju ke *editing online*” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

“Setelah *editing offline* selanjutnya masuk ke *grading* dan menata suara (audio). *Grading* ini sebelumnya secara teknis pengambilan gambar warna dari kamera itu sudah di samakan pada saat produksi, jadi untuk *jumping* gambar dan warna itu tidak ada. Secara teknik langsung *jusment layer* sudah sama warnanya tinggal menambahkan untuk *bumper*. Waktu pengerjaan *editing online* ini kurang lebih 4 jam, ketika *editing* ini telah selesai dan penayangan masih lama tim akan menyimpannya terlebih dahulu, dan akan mengunggah ke Youtube tepat sebelum atau pada saat hari momentnya” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Sesudah selesainya tahap *editing*, maka tim akan melakukan penyeleksian kelayakan konten yang akan di tayangkan di Youtube Tarbiyatul Banin yang disebut dengan *finishing*. Tahap seleksi ini biasanya tim akan mengirimkan video kepada narasumber untuk mengetahui kelayakan konten yang akan di unggah di media Youtube. Akan tetapi pada tahap seleksi oleh narasumber ini sifatnya masih ditunjukkan bagi yang berkenan. Namun apabila dari pihak narasumber tidak melakukan revisi, maka tim akan meminta izin untuk di unggah ke Youtube. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Alfin.

“Setelah di edit selanjutnya tim akan mengirim hasil video yang telah di edit kepada narasumber. Akan tetapi ini sifatnya masih di tunjukkan kepada narasumber yang berkenan. Sebab ada beberapa narasumber yang tidak mementingkan pasca produksi. Namun terdapat perizinan untuk di *upload* ke Youtube. Hal ini bertujuan untuk di revisi terkait dengan kelayakan atau layak tidaknya konten tersebut untuk di unggah di Youtube. Selain itu adapun alasan tahap seleksi ini dilaksanakan, karena jika tidak dilaksanakan maka etika sowannya hilang, kembali ke esensi sowan lagi” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022).

Kemudian sesudah dilakukan penyeleksian, kemudian tahap selanjutnya melakukan uji pemasaran dan peninjauan terhadap produk yang akan dikeluarkan.

“Setelah terbitnya konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin Sowan ini biasanya tim akan melakukan pemasaran terhadap video yang telah di produksi. Pemasaran ini dilakukan dengan cara menyebarkan konten ke beberapa media sosial yang dimiliki yayasan Tarbiyatul Banin seperti facebook, dan grup whatshap. Meskipun terkadang dalam pemasaran ini masih terdapat sebagian orang yang mengabaikan” (Anwar, kameramen, 18 maret 2023)

Tahap terakhir yang dilakukan oleh editor sebelum konten dakwah ini diunggah ke Youtube, Alfin mengatakan bahwa akan menambahkan desain *thumbnail* dan *description box*.

“Sebelum di *upload* biasanya akan diberikan dan ditambahkan desain *thumbnail* ini berguna untuk menarik penonton dan memberikan kesan awal, desain ini meliputi judul, foto narasumber dan moderator, serta elemen lainnya seperti logo, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan tema. Selanjutnya juga akan menambahkan *description box* yang bertujuan untuk memberikan penjelasan singkat mengenai tema yang dikaji atau diangkat di dalam konten dakwah.” (Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022)

BAB IV

ANALISIS PROSES PRODUKSI CHANNEL YOUTUBE TARBIYATUL BANIN

A. Analisis Program Tarbiyatul Banin Sowan

Youtube Tarbiyatul Banin adalah media dakwah yang dikelola oleh yayasan Tarbiyatul Banin sendiri. Youtube Tarbiyatul Banin ini memiliki program “Tarbiyatul Banin sowan” dimana konten dakwahnya ditampilkan dalam bentuk berbentuk *talkshow* dan ditayangkan maksimal berdurasi 20 menit di channel Youtube Tarbiyatul Banin. Program ini berisikan tentang kontennya berisi tentang momentum-momentum yang dikemas dengan bahasa sekarang dan menggunakan sumber kitab sebagai rujukan akan tetapi dalam penjelasannya di buat se-ringan mungkin agar dapat di terima oleh pendengar. Manfaat dari adanya konten dakwah dalam program tarbiyatul Banin sowan ini selain untuk mengaji secara ringan juga meluruskan beberapa hal masalah terkait dengan pemahaman ajaran tertentu yang biasaya dikerjakan dan di tanyakan pada moment-moment dalam islam. Sehingga harapanya masalah tersebut dapat diluruskan pemahamannya dan tidak mempersalahkan lagi terkait dengan ajaran yang memiliki perbedaan pendapat (Wawancara kepada Alfin, Tim kreatif, 17 oktober 2022)

Pelaksanaan produksi program ini tak lepas dari tahapan yang akan dilalui yakni proses produksi. Ada tiga tahapan yang saling berkaitan dalam memproduksi program ini diantaranya pra produksi, produksi, dan pasca produksi (Stafford, 2003).

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi tim produksi dari Tarbiyatul Banin ini akan melakukan penelitian/penemuan ide yang terdiri dari penentuan tema, pemilihan atau penetapan narasumber, menyiapkan bahan seperti penyusunan pertanyaan, dan melakukan pra riset. Kemudian dilanjutkan untuk persiapan produksi seperti perjanjian dan penentuan lokasi syuting, anggaran biaya atau *budgeting* produksi, mempersiapkan kebutuhan alat produksi, dan melakukan briefing guna memberikan gambaran untuk ke tahap selanjutnya yakni produksi.

a. Penelitian/penemuan ide

Pada tahap penelitian/ penemuan ide dalam pra produksi ini tim produksi Tarbiyatul Banin akan melakukan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan tema, pemilihan atau penetapan narasumber, menyiapkan bahan produksi seperti penyusunan pertanyaan untuk pembahasan materi narasumber, dan melakukan pra riset.

1. Penentuan tema

Penentuan tema ini termasuk pada tahap paling awal di pra produksi kategori penelitian/penemuan ide. Penentuan tema ini juga merupakan langkah awal yang dilakukan oleh tim produksi Tarbiyatul Banin berguna untuk menentukan materi yang akan menjadi pembahasan diproduksi. Tema yang diangkat dalam produksi ini dilatarbelakangi oleh topik-topik yang telah ditetapkan oleh tim produksi yakni berkaitan dengan momentum bersejarah Islam. Tema-tema yang ditayangkan berkaitan dengan pembahasan mengenai pengetahuan sejarah, meluruskan berbagai masalah ajaran yang biasanya dikerjakan pada momen-momen tertentu, dan pengetahuan lain yang tak lepas dari penjelasan momen-momen tertentu seperti Hari Raya Idul Adha, Nifsu Sya'ban, Malam satu Suro, dan lain sebagainya. Tema konten ini diusung dengan genre Islami yang dibawakan oleh da'i sebagai narasumber. Harapan dari adanya tema

pembahasan ini adalah meluruskan berbagai persoalan ajaran sering dikerjakan dan diperdebatkan sehingga ini dapat menjadi pengetahuan tambahan mengenai sejarah yang ada di momen-momen tertentu, lebih menerima perbedaan pendapat dan mengetahui ketentuan ajaran Islam yang benar.

Jadi dalam penentuan tema di pra produksi termasuk dalam tahap penelitian/penemuan ini ditentukan berdasarkan topik yang telah disepakati oleh tim produksi Tarbiyatul Banin yaitu momentum bersejarah Islam. Penetapan tema ini disesuaikan dengan acuan kondisi atau tepat hari momen-momen dalam Islam. Tambahan pengetahuan mengenai sejarah, dan permasalahan yang masih sering diperdebatkan mengenai perbedaan pendapat dan ajaran yang biasanya dikerjakan di momen-momen Islam tertentu menjadi tolak ukur pada kesepakatan tema yang akan di usung dan dibahas di konten dakwah program “Tarbiyatul Banin Sowan” di channel Youtube Tarbiyatul Banin, dengan tujuan untuk meluruskan pemahaman yang masih menjadi permasalahan di masyarakat.

2. Pemilihan *talent*/ penetapan narasumber

Sesudah penetapan tema dan konsep yang telah di sepakati oleh kru, selanjutnya tim produksi Tarbiyatul Banin akan memilih *talent* (narasumber) sebagai da'i yang akan mengisi materi di program “Tarbiyatul Banin Sowan”. Ruang lingkup pemilihan narasumber di program ini ialah guru-guru yang berada di lingkungan Tarbiyatul Banin. Narasumber juga dipilih berdasarkan yang telah mampu di bidangnya. Namun sayangnya dalam pemilihan narasumber masih menjadi kendala pada ketersediaan. Hal ini disebabkan oleh faktor lain seperti kondisi pekerjaan, kesibukan organisasi, mengurus pondok, dan lain sebagainya. Maka dari itu pihak tim harus mengatasi kendala tersebut supaya program ini akan tetap berjalan sebagaimana mestinya.

3. Mempersiapkan Bahan Konten

Setelah penentuan tema dan narasumber selanjutnya tim produksi Tarbiyatul Banin akan menyiapkan bahan konten. Bentuk bahan konten yang dipersiapkan oleh tim produksi adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber yang akan menjadi pembahasan materi konten serta akan disusun sesuai dengan tema yang diusung. Tema dalam program “Tarbiyatul Banin Sowan” fokus pada membahas mengenai momentum-momentum Islam. Jadi untuk bahan konten yang berupa daftar pertanyaan yang diberikan kepada narasumber berkaitan dengan permasalahan dan pengetahuan lain yang berkaitan dengan materi pada momen-momen Islam tertentu. Momentum-momentum Islam ini diambil berdasarkan jumlah tanggal selama satu tahun.

4. Melakukan Pra Riset

Setelah penyusunan bahan konten berupa daftar pertanyaan. Kemudian tim produksi akan melaksanakan ke tahap selanjutnya yaitu melakukan pra riset. Tahap pra riset ini kru akan berkoordinasi kepada narasumber dengan cara mengajukan daftar pertanyaan. Peran narasumber dalam tahap ini akan membenarkan, memilah, dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh tim produksi. Jadi tahapan ini tim produksi Tarbiyatul Banin tau gambaran terhadap isi materi yang akan disampaikan oleh narasumber dan moderator saat produksi.

Berbagai tahap persiapan/penemuan ide diatas yang seharusnya tim produksi dapat menjadikan bahan sebagai naskah untuk panduan ke produksi, akan tetapi tahap ini justru kru Tarbiyatul Banin tidak menulis naskah secara tertulis. Hal ini disebabkan oleh konsep yang diusung sederhana hanya menampilkan konten berbentuk *talkshow* yang dapat diingat, sehingga dalam penulisan naskah secara tertulis tidak lagi diperlukan oleh tim produksi untuk panduan ke tahap produksi, meski begitu penulisan naskah ini akan ditulis jika dari pihak narasumber membutuhkan gambaran konsep yang akan di produksi.

Berdasarkan beberapa hasil diatas peneliti memahami bahwa penelitian/penemuan ide merupakan langkah awal yang sangat penting dan perlu dikembangkan dan didiskusikan secara bersama-sama oleh tim produksi yang ikut serta dalam proses produksi. Hasil diskusi dalam tahap penelitian/ penemuan ide di pra produksi menghasilkan sebuah tema yang diangkat dalam satu episode untuk satu tayangan, tema tersebut kemudian diangkat sebuah materi yang akan disampaikan oleh narasumber/ da'i di konten dakwah dalam program "Tarbiyatul Banin Sowan" di channel Youtube Tarbiyatul Banin.

b. Persiapan

Sesudah tahap penelitian/penemuan ide yang telah disepkati dengan langkah yang dibuat, kemudian akan memasuki tahap selanjutnya yakni persiapan. Tahap persiapan yang baik sangat penting untuk produksi media yang efektif, dan sebelum pekerjaan audio, video, dan fotografi dilakukan dilokasi perusahaan produksi yang akan mengadakan serangkaian persiapan (Stafford, 2003: 288). Setelah melakukan penelitian dan penemuan ide seperti penentuan tema, pemilihan narasumber, dan melakukan pra riset, selanjutnya tim biasanya akan melakukan berbagai persiapan yang penting dilakukan dengan baik agar di proses produksi, seperti halnya di persiapan ini tim akan melakukan langkah seperti perjanjian dan penentuan tempat lokasi *syuting*, anggaran biaya dan budgeting produksi, mempersiapkan alat yang dibutuhkan saat produksi, dan melakukan *briefing* untuk mengetahui *jobdesk* saat berlangsungnya tahap produksi.

Tahap persiapan yang dilakukan di tahap pra produksi ini biasanya termasuk pemeriksaan yang meliputi penyelesaian kontrak, perjanjian, surat menyurat, membuat *setting*, serta alat yang akan dibutuhkan lengkap atau tidak, biaya, dan lain-lain. Ini adalah tugas utama seorang produser. Adapun direktur, kameramen, audioment akan memilih lokasi untuk alasan estetika dan mulai memasukkan kendala lokasi ke dalam *timeline*

produksi (Stafford, 2003:288). Tahap persiapan dalam penelitian sangat penting yang dapat berguna keberhasilan di produksi. Mengingat sebelum ke tahap produksi hal-hal yang berkaitan dengan penyelesaian perjanjian, penetapan lokasi, biaya, dan fasilitas lainnya yang diperlukan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan di tahap selanjutnya yaitu produksi.

1. Perjanjian dan penentuan lokasi syuting

Waktu perjanjian dalam penentuan tempat lokasi kepada Narasumber di pra produksi Tarbiyatul Banin ini masih bersifat fleksibel. Penentuan lokasi syuting ini cenderung di tentukan oleh adanya saran dari Narasumber, akan tetapi biasanya juga akan disarankan dari tim produksi yang disesuaikan dengan makna program yang diangkat yakni “Tarbiyatul Banin Sowan” yang dalam lokasinya ini berhubungan dengan latar suasana rumah-rumah narasumber. Jadi untuk tahap perjanjian dan penentuan lokasi syuting yang dilakukan oleh tim produksi Tarbiyatul Banin ini *timeline*-nya belum ditetapkan sebagaimana mestinya dikarenakan masih bersifat fleksible hal ini dapat dikatakan bahwa langkah ini masih belum maksimal dilakukan oleh kru. Penetapan lokasi syuting ini narasumber memberikan saran, akan tetapi tim produksi juga akan senantiasa mengarahkan ke lokasi yang telah disepakati bersama yang sesuai dengan makna program “Tarbiyatul Banin Sowan” yakni berkaitan dengan rumah-rumah narasumber.

2. Merinci Anggaran Biaya atau *budgeting*

Proses produksi konten Youtube tentu tak lepas dari perlunya biaya produksi. Biaya produksi di channel Youtube Tarbiyatul Banin ini dapat dibbilang tidak terlalu memerlukan anggaran yang besar. Sumber biaya produksi ini berasal dari Yayasan atau APBM Madrasah dari unit-unit yakni Infaq, pangkal, dan syukuran siswa.

Penanggungn masalah biaya produksi konten oleh yayasan meliputi operasional tim kreator dan persoalan ekonomi seperti konsumsi,

sedangkan untuk masalah peralatan ketersediaan alat yang dimiliki di Tarbiyatul Banin ini sudah lengkap. Operasional tim kreator Tarbiyatul Banin ini dianggarkan sebagai honorarium yang di sesuaikan dengan jumlah konten yang diproduksi dalam satu bulan. Sementara persoalan ekonomi dalam produksi ini digunakan sebagai konsumsi narasumber yang berbentuk buah tangan, dan kru yang terlibat dalam proses produksi. Jadi untuk perincian anggaran biaya produksi ini bersumber dari Yayasan Tarbiyatul Banin yang berasal dari unit-unit seperti Infaq, pangkal, dan syukuran siswa. Anggaran biaya produksi ini digunakan untuk operasional kru dan konsumsi narasumber.

3. Persipan alat

Pelaksanaan proses produksi program Tarbiyatul Banin Sowan ini dibutuhkan adanya alat untuk merekam dan menyunting hasil dari rekaman. Adapun kepemilikan alat yang dibutuhkan saat produksi meliputi:

Tabel 1. Peralatan Produksi Yayasan Tarbiyatul Banin

No	Nama Alat	Jumlah
1.	Kamera Sony a6300	1
2.	Kamera Sony a6400	1
3.	Kamera Sony A7ii	1
4.	Tripod Kamera	4
5.	Tripod lampu	1
6.	Mic Clip On	2
7.	Reflector	1
8.	Lighting	1
9.	Laptop	2
10.	Komputer	16
11.	Clapperbord	1

4. Melakukan *Briefing*

Sebelum beranjak ke produksi kru akan melakukan *briefing* terlebih dahulu. Pelaksanaan *briefing* ini dapat berguna untuk mengetahui *jobdesk* pada masing-masing tim saat produksi atau di lapangan. Tahap ini tim

akan menggambarkan bagian teknis, begitu juga gambaran moderator yang akan menempatkan diri selayaknya pemandu acara yang berperan untuk menyambut narasumber, dan memandu acara. Sementara bagian konsumsi akan mempersiapkan dan merinci kebutuhan produksi.

Temuan berbagai sumber dan hasil wawancara diatas bahwa tahapan persiapan yang dilakukan setelah langkah penelitian dan penemuan ide ini semua tim produksi dari program konten dakwah bertindak untuk menetapkan secara matang untuk menyelesaikan ide dan semua kebutuhan yang diperlukan dalam proses produksi. Tahap persiapan yang dilakukan oleh tim produksi Tarbiyatul Banin ini meliputi perjanjian dan penentuan tempat lokasi *syuting*, anggaran biaya dan budgeting produksi, mempersiapkan alat yang dibutuhkan saat produksi, dan melakukan *briefing* untuk mengetahui *jobdesk* saat berlangsungnya tahap produksi

2. Produksi

Tahap selanjutnya dalam proses produksi setelah pra produksi adalah produksi. Tahap produksi adalah tahap ketika pekerjaan utama selesai dilakukan pada konsep menjadi sebuah produk. Tahap ini berguna untuk membahas siapa yang melakukan, apa dan bagaimana peran didefinisikan dan diintegrasikan sebagai bagian dari tim produksi (Stafford, 2003:290). Adapun produksi yang dikerjakan oleh tim produksi Tarbiyatul Banin diantaranya:

a. Unit dan peran produksi

Pada saat produksi bagian teknis akan secara otomatis menempatkan diri pada *jobdesk* masing-masing untuk mewujudkan rancangan sinopsis/naskah menjadi gambar yang bercerita. Pengerjaan secara teknis di produksi Tarbiyatul Banin ini hanya dikerjakan dua atau tiga orang saja. Hal tersebut yang membuat pekerjaan menjadi tidak efisien dan menyebabkan adanya beban kerja untuk satu orang atau dua orang. Padahal bagian peran produksi unit-unit organisasi memerankan fungsinya masing-masing serta diperlukan

keahlian khusus dan pengetahuan seperti produser, direktur, editor, tenaga teknis, tenaga administrasi, dan tim kreatif (Stafford, 2003:293-294).

Kebutuhan divisi pada saat produksi sebenarnya memerlukan banyak bagian teknis, normalnya terdapat bagian *lighting man*, *soundman*, kameramen, astrada satu dan sutradara. Akan tetapi tim produksi Tarbiyatul banin ini masih mengandalkan kepada sanggupan para kru. Sehingga dilapangan pekerjaan produksi ini dipegang hanya dua sampai tiga orang saja. Keterbatasan dan kesanggupan kru tersebut tim produksi Tarbiyatul Banin menyikapi dengan cara *setting* bagian teknis yang dapat di tinggal seperti *lighting*, audio, dan posisi kamera. Meski begitu bagian teknis ini tim akan tetap melakukan pengawasan untuk menghasilkan video yang diinginkan.

Secara pelaksanaan produksi bagian teknis yang dikerjakan oleh tim produksi Tarbiyatul Banin ini justru mengacu pada pernyataan yang di sampaikan oleh Gruglulis dan Stayonava bahwa sistem *broadcasting* saat ini masih beroperasi relatif baru dan belum terstruktur sebab perubahan yang cepat organisasi industri kreatif cukup fleksibel (Arifianto, 2019: 164). Idealnya, produksi dilakukan oleh tim yang berbeda dengan yang merancang, begitupula dalam proses distribusi juga dikerjakan oleh orang yang berbeda, namun sayangnya di Indonesia ini masih terdapat banyak industri media baru yang memaksakan pra produksi, produksi, dan distribusi konten media baru yang mana pada tim yang sama. Hal ini yang membuat pekerjaan tidak efisien dan menyebabkan terlalu banyak beban kerja untuk satu atau dua orang (Vebrynda, 2022:172-173).

Selain keperluan bagian teknis, tahap produksi ini juga menyesuaikan format acara yang telah ditetapkan di tahap pra produksi. Tahap ini tim produksi Tarbiyatul Banin juga akan mengatur mewujudkan naskah menjadi gambar yang bercerita berjenis *tapping*. *Tapping* merupakan perekaman adegan dari naskah dalam bentuk audio/video, pelaksanaan perekaman Tarbiyatul Banin ini di dalam studio atau tetap sesuai dengan saran tempat lokasi yang telah di sepakati yaitu rumah-rumah narasumber. Kemudian format

produksi tersebut diwujudkan oleh bagian teknis yaitu juru kamera yang akan berusaha mengarahkan tiga posisi kamera kepada narasumber dan moderator dengan menggunakan jenis *shot medium close up, full shot, dan one shot*. Dengan demikian moderator selaku pemandu acara harus benar-benar memperhatikan pembahasan materi yang disampaikan oleh narasumber yang mengarahkan pembicara sesuai dengan tema yang telah ditentukan. Pelaksanaan pengambilan gambar ini memiliki ketentuan durasi tayang maksimal 20 menit, namun apabila rekaman video tersebut melebihi batas durasi yang ditentukan dan terdapat isi materi diluar topik, maka bagian *editing* akan memilah bahan yang dijadikan konten dan menghapus bagian bahan isi materi yang diluar pembahasan.

Analisis peneliti berdasarkan teori dan hasil wawancara menghasilkan bahwa tahap produksi (pelaksanaan) ini merupakan bagian terpenting dalam sebuah program, pada tahap ini tim produksi melakukan syuting di dalam ruangan yang berlatar rumah-rumah narasumber dengan berformat *tapping* atau kegiatan merekam naskah menjadi audio/video. Selain itu proses produksi dibutuhkan kerjasama antar tim untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Namun yang menjadi ketidaksesuaian pada teori Branston ini terletak pada bagian teknis, yang seharusnya pekerjaan ini dilaksanakan sesuai dengan tugas masing-masing disertai dengan keahlian khusus dan pengetahuan, akan tetapi secara pelaksanaannya justru pekerjaan tidak efisien karena hanya dibebankan oleh satu hingga tiga orang saja dan didasarkan pada kesanggupan para tim produksi.

b. Ide judul muncul saat produksi

Ketika melaksanakan tahap produksi tim produksi justru menemukan ide judul yang akan diunggah di youtube Tarbiyatul Banin ini muncul ketika saat produksi, kru senantiasa memperhatikan materi yang disampaikan oleh narasumber. Penentuan judul tersebut juga dipastikan oleh tim produksi tidak mengandung unsur hoaks dan sesuai dengan pembahasan di video. Proses produksi ini tim kreator tetap mengutamakan esensi dari program yakni

“Sowan”. Setelah judul ini ditemukan dan pengambilan gambar telah terselesaikan saat produksi selanjutnya tim akan melakukan tahap berikutnya yaitu pasca produksi.

3. Pasca produksi

Tahap terakhir dari proses produksi adalah pasca produksi. Pasca produksi ialah tahap akhir yang meliputi pelaksanaan *editing* video, melakukan evaluasi pada hasil akhir produksi. Setelah bahan utama dibuat dan dirancang, maka layak untuk dijadikan produk akhir, ini juga membutuhkan beberapa aktivitas yang berbeda. Branston dan Stafford menyusun tahap akhir dalam pasca produksi sebagai berikut:

1. Evaluasi

Evaluasi ini merupakan bentuk tahapan yang dilakukan oleh kru untuk memperbaiki dan melihat kekurangan yang ada di dalam proses produksi agar kedepannya tidak terjadi kesalahan yang serupa dan memberikan konten yang menarik sesuai dengan kebutuhan media sosial. Pelaksanaan evaluasi ini bisanya dilakukan baik setelah pengambilan gambar dilakukan saat di produksi ataupun sesudah terbit. Pelaksanaan evaluasi ini juga untuk menunjang kebutuhan sosial media khususnya Youtube di Tarbiyatul Banin kedepannya. Sebab ketika telah memasuki ranah Youtube harus membutuhkan sesuatu yang menarik agar konten yang telah di produksi ini dapat diterima oleh penonton.

Proses evaluasi ini merupakan tahap yang penting dilakukan seluruh tim produksi dikarenakan langkah ini berguna untuk memperbaiki dan melihat kekurangan proses produksi untuk perbaikan kedepan agar tidak terjadi kesalahan yang serupa dan memberikan konten yang menarik sesuai dengan kebutuhan media sosial. Proses evaluasi program “Tarbiyatul Banin Sowan” membahas banyak masalah yang mempengaruhi keseluruhan proses produksi. Adapun beberapa bahasan evaluasi yang dilakukan oleh tim produksi pada proses produksi program “Tarbiyatul Banin Sowan” yakni:

1. Ketersediaan dan penentuan Narasumber

Penentuan narasumber dalam proses produksi merupakan salah satu hal sangat penting dalam menunjang keberhasilan sebuah proses produksi, sebab narasumber ini adalah orang yang akan mengisi dan memberikan materi di konten dakwah youtube Tarbiyatul Banin. Namun tak dapat dipungkiri bahwa di dalam tahap evaluasi penentuan narasumber sering terjadi kendala bagi tim produksi untuk menjadi da'i dalam mengisi program "Tarbiyatul Banin Sowan". Hal ini dikarenakan yang sebelumnya telah dipilih terkadang belum bersedia berpartisipasi dalam program ini. Narasumber umumnya berlatang belakang sebagai sesepuh yayasan, pengasuh pondok pesantren, pengurus organisasi, hingga guru di Yayasan Tarbiyatul Banin. Adapun kendala penentuan narasumber tersebut terjadi karena kondisi lain seperti kesibukan pekerjaan, keterbatasan lingkup, dan kesibukan lainnya sehingga kerap kali masih menjadi kesulitan dalam membagi waktu untuk menjadi narasumber dan dapat menghambat terjadinya proses produksi pada program ini.

2. Kendala pemilihan Moderator

Kendala saat proses produksi ini juga terjadi pada pemilihan moderator. Moderator ini biasanya dipilih dari pihak guru maupun unit-unit yang ada di lingkup Tarbiyatul Banin dan tergantung ketersediaan. Pemilihan moderator dalam proses produksi ini sifatnya masih belum bisa dikatakan sebagai profesional dan masih tergantung dengan ketersediaan. Dikatakan belum profesional yang dimaksud di sini ialah belum adanya penetapan sebelumnya yang akan menjadi narasumber, perjanjian, transformasi, ketersediaan langsung jika diberikan *briefing*, dan hal-hal lain yang pada umumnya di lakukan saat pra produksi.

3. Kendala saat produksi

Kendala yang dialami saat proses produksi biasanya terkait dengan masalah teknis seperti kebocoran suara yang disebabkan oleh kondisi alamiah, seperti hujan, maupun kebisingan lainnya. Kendala ini tim produksi

masih mengatasi dengan cara *editing*, dan memanfaatkan peralatan lainnya, dengan demikian kendala ini kru masih belum maksimal dilakukan oleh kru karena masih terpacu dengan makna program yang di usung, hal ini membuat kesalahan produksi yang telah terjadi tidak dilakukan pengulangan lagi oleh tim produksi Tarbiyatul Banin.

2. *Editing*

Tahapan *editing* ini dilaksanakan setelah pelaksanaan pengambilan gambar di produksi. Tahapan *editing* ini melalui dua tahap yakni *editing offline* dan *online*. Adapun aplikasi yang digunakan pada tahap ini diantaranya: *Adobe premier, Adobe Audition, After effect*. Setelah pengambilan gambar di produksi selanjutnya editor akan mengerjakan editing kasar berdasarkan catatan *shot* atau disebut dengan *editing offline*. Setelah hasil *editing offline* ini telah di sepakati bersama kemudian dilanjutkan ke *editing online* (Stafford, 2003). Tahap *editing offline* akan langsung dikerjakan setelah pengambilan gambar. Editor akan memasukkan berkas ke dalam aplikasi Adobe premier kemudian memperatikan potongan video dan menggabungkan video dan audio sesuai dengan suara dan bibir baik narasumber maupun moderator. Pengerjaan *editing offline* ini bisanya dapat selesai rata-rata selesai 3 sampai 4 jam saja untuk *editing* yang masih mentah. *Editing* masih mentah tersebut belum terdapat penambahan lainnya seperti gambar, warna, *callor*, *crading*, dan sebagainya belum dimasukkan. Setelah pengerjaan *editing offline* ini selesai selanjutnya menuju ke *editing online*.

Setelah *editing offline* selanjutnya tim akan melakukan *editing online*. *Editing online* merupakan tahap untuk kelengkapan video yang digabungkan pada saat *editing offline*. Pada tahap ini editor akan menambahkan beberapa elemen, efek maupun transisi yang disesuaikan dengan kebutuhan baik suara maupun video (Stafford, 2003). Editor menambahkan *bumper* untuk menjadi ciri khas program “Tarbiyatul Banin Sowan” berupa logo. Editor juga memberikan efek transisi setiap perpindahan kamera sehingga halus. Kemudian juga pemberian efek perubahan warna dan menata suara untuk

lebih menghasilkan video gambar yang tajam dan suara yang jernih serta menanggulangi kebocoran suara. Waktu pengerjaan *editing online* ini kurang lebih 4 jam, ketika editing ini telah selesai dan penayangan masih lama tim produksi akan menyimpannya terlebih dahulu, dan akan mengunggah ke Youtube tepat sebelum atau pada saat hari momentnya.

3. *Finishing*

Sesudah selesainya tahap *editing*, maka tim akan melakukan penyeleksian kelayakan konten yang akan di tayangkan di Youtube Tarbiyatul Banin. Tahap seleksi ini biasanya tim akan mengirimkan video kepada narasumber untuk mengetahui kelayakan konten yang akan di unggah di media Youtube. Akan tetapi ini sifatnya masih di tunjukkan kepada narasumber yang berkenan. Sebab ada beberapa narasumber yang tidak mementingkan pasca produksi. Namun terdapat perizinan untuk di *upload* ke Youtube. Hal ini bertujuan untuk merevisi terkait dengan kelayakan atau layak tidaknya konten tersebut untuk di unggah di Youtube. Selain itu adapun alasan tahap seleksi ini dilaksanakan, karena kembali kepada makna program yang diangkat yaitu “Tarbiyatul Banin Sowan”. Kemudian sesudah tahap seleksi ini dilakukan dan telah mendapatkan izin dan dikatakan layak baik dari pihak narasumber maupun tim, maka selanjutnya konten akan di unggah ke Youtube.

4. Uji pemasaran/ peninjauan

Sesudah dilakukan penyeleksian, kemudian tahap selanjutnya adalah uji pemasaran dan peninjauan terhadap produk yang akan dikeluarkan. Apabila terdapat keraguan dengan produk yang diproduksi, maka dibutuhkan uji pemasaran produk yang bertujuan untuk mengamati tanggapan audien. Walaupun beberapa orang mengatakan bahwa langkah ini menghasilkan produk yang lambat (Stafford, 2003:298). Setelah terbitnya konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin Sowan ini biasanya tim produksi akan melakukan pemasaran terhadap video yang telah di produksi. Pemasaran ini dilakukan dengan cara menyebarkan konten ke beberapa media sosial yang dimiliki

yayasan Tarbiyatul Banin seperti facebook, dan whatsapp. Tahap uji pemasaran/peninjauan yang dilakukan oleh Tarbiyatul Banin ini digunakan untuk menyebarkan konten dakwah yang telah diproduksi, akan tetapi dalam langkah ini masih belum dikatakan maksimal sebab dalam uji pemasaran/peninjauan ini sasaran masih mengabaikan terhadap *link search* konten dakwah yang disebarkan melalui media sosial facebook dan whatsapp oleh tim produksi.

5. Desain Thumbnail

Desain *thumbnail* ini merupakan hal terpenting untuk menarik penonton. Desain *thumbnail* ini adalah gambaran awal video yang sudah di *upload* di Youtube guna memberikan kesan awal kepada penonton. Desain *thumbnail* dalam program “Tarbiyatul Banin Sowan” ini meliputi judul, foto narasumber dan moderator, serta elemen desain lainnya seperti logo, dan lain sebagainya yang menggambarkan tentang tema yang dibahas dalam video.

6. Description box

Description box ini merupakan penjelasan singkat mengenai tema yang dikaji termasuk hal yang penting dalam produksi konten video di Youtube. *Description box* ini akan dibuat secara singkat sesuai dengan topik yang diangkat oleh tim produksi di konten video channel Youtube Tarbiyatul Banin. *Description box* ini juga memiliki tujuan untuk menciptakan minat penonton untuk mencari lebih lanjut mengenai tema yang telah dijelaskan secara singkat pada kolom deskripsi di Youtube.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis mengenai proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin, peneliti menyimpulkan bahwa proses produksi yang diterapkan pada konten dakwah yang difokuskan pada program Tarbiyatul Banin Sowan ini menggunakan tiga proses produksi yang saling berkaitan. Adapun proses produksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin yang ditinjau dari teori Gill Braston dan Roy Staford diantaranya:

Pertama, pra produksi, tim produksi Tarbiyatul Banin akan menetapkan tema sesuai dengan topik yang telah ditetapkan tepat pada tanggal momentum-momentum bersejarah Islam. Setelah penetapan tema ini selesai selanjutnya tim produksi Tarbiyatul Banin akan menyiapkan bahan konten berupa daftar pertanyaan yang sesuai dengan tema yang diajukan ke narasumber, kemudian tim akan menentukan siapa narasumber yang akan menyampaikan materi di konten dakwah, sesudah ditetapkan narasumber kru akan melakukan pra riset guna untuk memilah dan mengetahui gambaran isi materi yang akan diproduksi, lalu tim akan melakukan perjanjian dan penetapan lokasi syuting saat pelaksanaan produksi, perjanjian dengan pihak narasumber ini masih bersifat fleksible dan penetapan lokasi syuting ini adalah rumah-rumah narasumber yang berdasarkan makna program yang diusung yaitu Sowan. Setelah dilakukan perjanjian dan penetapan lokasi syuting kru akan merinci anggaran dan peralatan produksi yang dibuthkan, dan langkah terakhir yang dilakukan oleh tim Tarbiyatul Banin adalah melakukan *briefing*, hal ini untuk mengetahui gambaran *jobdesk* pada masing-masing kru.

Kedua, produksi, pada tahap produksi tim produksi Tarbiyatul Banin melakukan serangkaian kegiatan produksi yang dilaksanakan di dalam lokasi syuting tepatnya rumah-rumah narasumber. Pada tahap ini kru akan bertugas untuk melakukan set up lokasi dan bertugas untuk pengambilan gambar sesuai

dengan teknik angle yang tepat dan sesuai dengan untuk layak ditayangkan. Namun pada tahap ini Tarbiyatul Banin justru tidak sesuai dengan teori Branston dan Staford. Sebab di tahap ini, baru muncul ide dan menentukan judul yang seharusnya dilakukan pada pra produksi, kemudian kru yang terlibat dalam teknis ini masih terbatas bahkan pengerjaan dibebankan oleh satu hingga tiga orang saja. Meskipun di tahap ini secara kru yang terlibat secara teknis kurang, tetapi tidak mengurangi kualitas gambar yang baik.

Ketiga, pasca produksi, tim produksi Tarbiyatul Banin melakukan evaluasi setelah pengambilan gambar hal ini tentu berguna untuk perbaikan konten dakwah pada program “Tarbiyatul Banin Sowan” kedepannya, setelah dilakukannya evaluasi. Proses *editing* ini kurang lebih dikerjakan dalam hitungan jam yaitu masing-masing 4 jam baik pada saat pengerjaan editing *offline* maupun *online*. Setelah berlangsungnya proses editing kemudian melakukan *finishing* untuk menyeleksi kelayakan konten yang telah diproduksi dan perizinan untuk di unggah ke media Youtube, pelaksanaan seleksi konten dan perizinan ini di lakukan oleh narasumber dan tim kreatif. Setelah konten yang diproduksi dan diedit dinyatakan layak untuk di tonton oleh khalayak selanjutnya tim produksi Tarbiyatul Banin juga melakukan pemasaran/uji peninjauan konten dakwah ke media yang dimiliki oleh yayasan Tarbiyatul Banin yaitu Facebook dan Whatsapp. Pemasaran/uji peninjauan ini berguna untuk mengamati tanggapan audien dan mempromosikan konten dakwah yang telah diproduksi kepada khalayak. Selanjutnya sebelum konten dakwah yang diproduksi oleh tim Tarbiyatul Banin di unggah di Youtube kru juga akan memberikan desain *thumbnail* dan *description box* yang berguna untuk menarik khalayak dan memberikan penjelasan singkat mengenai materi yang di sampaikan di konten dakwah Tarbiyatul Banin.

B. Saran-saran

Sesudah diteliti dan di analisis data channel Youtube Tarbiyatul Banin ini hendaknya mengikuti aturan Gill Branston di tahap produksi, selanjutnya

peneliti akan memberikan saran untuk kemajuan Youtube Tarbiyatul Banin khususnya “Tarbiyatul Banin Sowan” yakni:

1. Penentuan judul di konten dakwah channel Youtube Tarbiyatul Banin ini seharusnya telah ditetapkan di saat pra produksi, sehingga pada saat tahap produksi berlangsung Tim dapat fokus dengan masing-masing *jobdesk* bagian teknis.
2. Kru produksi yang masih terbatas jumlahnya sebaiknya ditambah agar tiga pekerjaan tidak lagi dibebankan pada satu orang. Hal ini bertujuan agar pekerjaan saat proses produksi menjadi maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Amin, S. M. (2014). *Sejarah Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Edib, L. (2015). *Menjadi Kreator Di Era Digital*. Yogyakarta: Diva Press.
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Fahrurrozi, dkk. (2019). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kemenag. (2019). *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Noam, E. M. (2018). *Media and Digital Management*. New York: Palgrave macmillan.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pratama, P. A. (2020). *Sosial Media Dan Sosial Network*. Bandung: Informatika.
- Qadaruddin, M. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Bandung: CV. Penerbit Qiara Media.
- Salim, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Medan: Citapustaka Media.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian : Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*. Jambi : Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Setyobudi, C. (2012). *Broadcasting TV*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudaryana, B. (2018). *Metodologi penelitian Teori Dan Praktek Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiono. (2013). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta .
- Surianti, S. (2021). *Ilmu Dakwah*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Syukur, A., & Hermanto, A. (2021). *Konten Dakwah Era Digital*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.

- Smith, T. F. (2014). *New media An Introduction*. Kanada: Oxford University Press.
- Stafford, G. B. (2003). The Media Student's Book. In Routledge, *The Media Student's Book* (p. 278). London: Routledge
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Giulia Isetti, d. (2021). *Religion In The Age Of Digitalization Frome New media To Spiritual Machines*. London: Routledge Taylor dan Prancis Group .

Sumber Jurnal

- Arifianto, C. D. (2019). Symbolic Interaction of Director of Photography in Film Production Organizing at Camera Departement . *Jurnal Komunikator Vol. 11, No. 2* , 164
- Handayani, R. (2020). Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi. *Jurnal Hikmah Vol. 15, No. 1* , 127-128.
- Handayani, N. A. (2017). Problematika Produksi Program Dakwah Religi Televisi "Islam Itu Indah". *Universitas Muhammadiyah Pro. DR. Hamka dan Universitas Indonesia* (p. 116). Jakarta : SIMAKIP UHAMKA .
- Hendra Junawan, N. L. (2020). Eksistensi Media Sosial, YouTube, Instagram, dan WhatsApp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Vol. 4 No.1* , 47-48.
- Irwansyah, C. I. (2021). Kolaborasi Produksi Konten Youtube melalui Multi-Channel Network: Studi pada Kreator Sandy SS dengan Collab Asia. *Jurnal riset Komunikasi Jurkom Vol.4 No.1* , 145.
- Jafar, I. (2013). Wawasan Baru Dalam Pembacaan Ayat-ayat Media Dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh Vol. 14, No. 1* , 40.
- Kevin David B. Mangole, d. (2017). Pemanfaatan Youtube Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi Vol.6, No.4* , 5-7.
- Mahmud, H. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Of Social Religion Research Vol. 6, No.1* , 68-69.

- Muhammad Ibnu Abbas, Deden Mauli Darajat. (2022). Dakwah Dalam Perspektif Organisasi Produksi Konten Video Keislaman Youtube Bayt Al-Quran. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah Meyarsa Vol.3, No. 1* , 46.
- Reynata, A. V. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa . *Komunikologi Vol. 19 , No. 2* , 98.
- Putra, R. A. (2018). Tayangan Film Televisi (FTV) Perspektif Produksi Organisasi. *Jurnal Translitera* , 30.
- Rikza Maula, Muhammad Choirin. (2021). Hukum Dakwah Dalam Surah Ali Imron :104 Perspektif Mufassir Klasik Dan Modern. *Jurnal Al-Quran Dan Hadits Vol. 9, No.2* , 352-364.
- Syamsuri, S. Y.-M. (2020). Analisis Konsep Produksi Menurut Muhammad Hasan As-Syaibani Dalam Kitab Al Kasb. *Jurnal Al Tijarah* , 169.
- Woro Harkandi Kencana, M. (2020). The Implementation of Mass Media Digital Platform in Inodnesia . *Jurnal Komunikator Vol. 12, No. 2* , 91.
- Vebrynda, R. (2022). Manajemen Produksi Konten 'SKETSAMU' Di Youtube Muhammadiyah Channel . *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Vol. 21, No. 2* , 172-173.

Sumber Internet

- Digital, T. S. (2022, Juni 22). *Konten: Pengertian, Jenis, Serta Etika dalam Pembuatannya*. Retrieved Oktober 9, 2022, from Sasana Digital: <https://sasanadigital.com/apa-itu-konten/>
- KEMDIKBUD. (n.d.). *KBBI DARING*. Retrieved September 3, 2022, from KBBI DARING: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Sowan>
- Mahmudan, A. (2022, Mei Rabu). *Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia Pada 2022*. Retrieved Oktober Senin, 2022, from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>

Sumber Wawancara

Wawancara dengan Bapak Nailu Alfin Rohmatullah S.Sos selaku tim kreatif di yayasan Tarbiyatul Banin, 17 Oktober 2022

Wawancara dengan Bapak Sulthon Anwar S.Kom selaku kameramen di tim produksi Yayasan Tarbiyatul Banin, 18 Maret 2023

Wawancara dengan Ibu Choerotun Nikmah,S.Pd selaku bendahara dan property di Yayasan Tarbiyatul Banin, 18 Maret 2023

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Wawancara kepada Bapak Nailu Alfin Rohmatullah S.Sos selaku tim kreatif di yayasan Tarbiyatul Banin, 17 Oktober 2022

Gambar.1



Wawancara kepada Bapak Sulthon Anwar S.Kom selaku kameramen dan Ibu Choerotun Nikmah,S.Pd selaku bendahara serta property di tim produksi Yayasan Tarbiyatul Banin, 18 Maret 2023

Gambar.2



Kantor Tim Kreator, Tempat Peralatan dan Editing di Yayasan Tarbiyatul Banin

Gambar.3



Produksi Program Tarbiyatul Banin Sowan

Gambar.4

Lampiran Draf Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana ide awal munculnya Channel Youtube Tarbiyatul Banin?
2. Apa nama program konten dakwah di youtube Tarbiyatul Banin?

3. Bagaimana gambaran umum konten dakwah di Channel Youtube Tarbiyatul Banin?
4. Siapa yang terlibat dan apa saja tugas dalam proses produksi konten dakwah di Channel Youtube Tarbiyatul Banin ?
5. Bagaimana proses pra produksi konten dakwah di Tarbiyatul Banin?
6. Bagaimana dengan pemilihan narasumber pada konten dakwah di Tarbiyatul Banin?
7. Mengapa memilih latar tempat suasana rumah narasumber sebagai pemilihan lokasi *syuting* untuk diproduksi?
8. Pada saat pra produksi identik dengan *budgeting*, lalu bagaimana sistem *budgeting* konten dakwah ini ?
9. Apakah terdapat kendala dalam pemilihan narasumber dan pembawa acara dalam proses produksi konten dakwah di Tarbiyatul Banin ?
10. Bagaimana tahap produksi konten dakwah di Tarbiyatul Banin?
11. Bagaimana tahap pasca produksi konten dakwah di Tarbiyatul Banin?
12. Apa saja aplikasi yang digunakan dalam proses *editing* konten dakwah Tarbiyatul Banin?
13. Bagaimana tahap produksi konten dakwah di Tarbiyatul Banin?
14. Peralatan apa saja yang dibutuhkan dalam memproduksi konten dakwah di channel Youtube Tarbiyatul Banin?
15. Bagaimana pengambilan gambar konten pada saat berlangsungnya proses produksi?
16. Apakah ada kendala pada saat menjalankan proses produksi?
17. Penulis mengamati konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin dalam lokasi *syuting* memilih suasana rumah narasumber, apa keuntungan dan kendalanya?
18. Bagaimana tahap pasca produksi konten dakwah di Tarbiyatul Banin?
19. Apa saja aplikasi yang digunakan dalam proses *editing* konten dakwah Tarbiyatul Banin?
20. Berapa lama proses *editing* konten dakwah di Tarbiyatul Banin?

21. Apakah ada pelaksanaan evaluasi terhadap konten dakwah di Youtube Tarbiyatul Banin?
22. Setelah proses produksi, apakah terdapat seleksi konten dakwah sebelum di *upload* ke channel Youtube Tarbiyatul Banin? Dan siapa yang menyeleksinya?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Harirotul Luthfiyah
Nim : 1901026044
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 05 Juli 2001
Alamat : Ds. Ngastorejo RT04/01, Kecamatan Jakenan,
Kabupaten Pati, Jawa Tengah
Jenis Kelamin : Perempuan
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Email : harirotulluthfiyaeh@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN Ngastorejo
2. MTs Taris Tambahmulyo
3. MA Tarbiyatul Banin
4. UIN Walisongo Semarang

Semarang, 01 April 2023

Harirotul Luthfiyah

NIM: 1901026044