

**EVALUASI KUALITAS KONTEN DAKWAH PADA
YOUTUBE "KATA USTADZ"**



SKRIPSI

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

Oleh:

Fatur Rachman Sikumbang

1601026149

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel

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, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Fatur Rachman Sikumbang
NIM : 1601026149
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi: Komunikasi Penyiaran Islam/ Televisi
Judul : Evaluasi Kualitas Konten Dakwah Channel
Youtube Kata Ustadz

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Semarang, 20 Juni 2023

Pembimbing II,

Nilnan Ni'mah M.S.I
NIP. 19800202 200901 2 003

Farida Rachmanwati, M.Sos
NIP. 199107082019032021

SKRIPSI
EVALUASI KUALITAS KONTEN DAKWAH YOUTUBE “KATA
USTADZ”

Disusun Oleh:

Fatur Rachman Sikumbang
1601026149

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2023
dan dinyatakan lulus memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial
(S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang



Nilnan Ni'mah M.Si.
M.Sos.

NIP. 19800202 200901 2 003
199107082019032021

Sekretaris



Farida Rachmanwati,

NIP.

Penguji I



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd.
M.Si, P.h. D.

NIP. 19660209 199303 2 003
200801 2 016

Penguji II



Nadiatus Salama,

NIP. 19780611

Mengetahui, Pembimbing



Nilnan Ni'mah M.Si.
NIP. 19800202 200901 2 003

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal 2023



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.

NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

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

Semarang, 19 Juni 2023

Penulis,

Fatur Rachman Sikumbang
NIM. 1601026149

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, dan Hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Evaluasi Kualitas Konten Dakwah Youtube Kata Ustadz". Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di yaumul qiyamah, kelak.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan serta motivasi dari pihak lain, secara langsung maupun tidak langsung. Sekiranya peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. 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.
4. Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A. selaku wali studi sekaligus pembimbing pertama atas ilmu yang diberikan, serta telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Nilnan Ni'mah, M. Si selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam sekaligus dosen pembimbing atas ilmu yang diberikan, serta telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk mengarahkan dalam proses pengerjaan skripsi.
6. Farida Rachmawati, M.Sos selaku dosen pembimbing kedua atas ilmu yang diberikan, serta telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran dan kesabarannya untuk mengarahkan peneliti dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa serta dukungan.

8. Keluarga besar Walisongo TV yang sudah memeberikan banyak pengalaman dan pembelajaran khususnya di bidang media.
9. Terakhir, terimakasih kepada segenap pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun turut membantu dalam proses penyelesaian skripsi.

Akhir kata peneliti berharap semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan baik materi maupun non materi mendapat balasan dari Allah SWT, Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum mencapai kesempurnaan, namun peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang

Semarang, 19 Juni 2023
Penulis,

Fatur Rachman Sikumbang
NIM. 1601026149

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, setelah melalui proses yang sangat panjang, suka maupun duka serta lika liku kehidupan dalam menyelesaikan skripsi ini akhirnya menghasilkan sebuah karya yang memberikan ketenangan bagi penulis. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Ayah Satari dan Alm. Ibu Vetty Kurnely, sebagai orang tua penulis yang telah membesarkan, merawat dengan kelapangan dada serta kesabaran yang sangat luas. Kasih sayang yang penuh tulus dari keduanya telah membentuk dan mendidik penulis menjadi pribadi yang tangguh di perjalanan kehidupan ini.
2. Keluarga keluarga kecil Kontrakan Pandana Merdeka, Kos Gendani, KPI 2016 serta yang lainya di semarang yang selalu menjadi tempat kembali dan memberikan semangat serta doa nya.
3. Semua pihak yang telah dengan kelapangan hati dan penuh kesabaran membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua teman teman yang dengan ketulusan hatinya penuh kesabaran selalu membersamai selama proses panjang ini.

MOTTO

“Hidup ini seperti mengendarai sepeda. Untuk menjaga keseimbanganmu, kamu harus terus berjalan”

- Albert Einstein

“Jobs fill your pocket. But, adventures fill your soul”

- Jaime Lyn Beatty

ABSTRAK

Fatur Rachman Sikumbang (1601026149), Evaluasi kualitas konten dakwah Youtube Kata Ustadz. Skripsi Program Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Berkembangnya media sosial terutama Youtube sangat memungkinkan untuk pemanfaatan media dakwah sebagai sarana menyampaikan nilai-nilai agama. Pentingnya peran konten dakwah di zaman teknologi seiring berkembangnya teknologi digital yang memudahkan pesan dakwah untuk disebarluaskan ke berbagai penjuru dunia.

Perancangan konten dakwah yang relevan dan berkualitas perlu memperhatikan faktor penyampaian pesan yang baik. Banyaknya kreator pada media sosial Youtube rentan dengan konten dakwah yang dapat menimbulkan kesalahpahaman serta memicu adanya konflik. Oleh karena itu, peneliti mengambil fokus penelitian tentang evaluasi kualitas konten dakwah Youtube Kata Ustadz.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi kualitas konten dakwah pada Youtube Kata Ustadz. Teknik analisis yang digunakan yakni analisis isi menurut Krippendorff dengan enam tahapan analisis meliputi pengunitan, penyamplingan, pencatatan, penyederhanaan, konteks, (analisis) dan hasil. Dengan metode pengumpulan data teknik dokumentasi dan meneliti sebanyak lima episode tayangan. Penulis menggunakan angket yang bertujuan sebagai pengajuan lembar validasi kepada Rochana Asri Nofiarti selaku *Content Creator* sebagai ahli media dan ahli materi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Youtube kata Ustadz merupakan channel Youtube yang berfokus pada segmentasi pasar generasi X dan Z, yaitu anak muda yang tertarik pada kemasan dakwah yang ringkas dan menarik. Sehingga memudahkan pemirsa sebagai mad'u untuk memahami ajaran Islam. Hasil dari evaluasi kualitas konten Youtube Kata Ustadz menunjukkan kelayakan di angka 96% yang mana dapat dijadikan referensi untuk para da'i lainnya untuk terus menyebarluaskan nilai-nilai agama Islam.

Kata Kunci : Kualitas konten, Konten dakwah Youtube, Youtube Kata Ustadz

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN	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	4
C. Tinjauan Pustaka	4
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II EVALUASI KUALITAS KONTEN DAKWAH	17
A. Evaluasi	17
B. Konten Dakwah	18
C. Evaluasi kualitas konten dakwah	24
D. Youtube	26
BAB III KONTEN KONTEN DAKWAH PADA YOUTUBE “KATA USTADZ”	31
A. Deskripsi Youtube Kata Ustadz	31
B. Visi dan Misi	35
C. Logo Channel Youtube Kata Ustadz	36

D. Program Kata Ustadz	36
BAB IV EVALUASI KUALITAS KONTEN DAKWAH YOUTUBE KATA USTADZ.....	38
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	61
C. Penutup.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar konten viewers terbanyak per Maret 2023.....	10
Tabel 1.2 Instrumen Angket Validasi Ahli Media	11
Tabel 1.3 Tabel Instrumen Penilaian.....	14
Tabel 1.4 Tabel interpretasi hasil uji validasi	14
Tabel 4.1 Tabel pertanyaan episode tema zina	39
Tabel 4.2 Tabel pertanyaan episode hijab.....	45
Tabel 4.3 Tabel pertanyaan episode aurat.....	50
Tabel 4.4 Tabel pertanyaan episode aurat.....	52
Tabel 4.5 Tabel pertanyaan episode adzan.....	56
Tabel 4.6 Hasil Validasi Ahli Media dan Ahli Komunikasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Youtube yang paling sering ditonton di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2023 .	2
Gambar 3.1 Beranda Channel Youtube Kata Ustadz.....	31
Gambar 3.2 Tampilan <i>Youtube</i> Kata Ustadz.....	32
Gambar 3.3 Data Youtube Analytical Channel Youtube Kata Ustadz	33
Gambar 3.4 Playlist Channel Youtube Kata Ustadz	34
Gambar 3.5 Logo Kata Ustadz.....	36
Gambar 4.1 Cuplikan Ustadz Taufiqurrahman.....	40
Gambar 4.2 Komentar pemirsa terkait episode zina	43
Gambar 4.3 Komentar pemirsa terkait episode zina	44
Gambar 4.4 Cuplikan episode Hijab	44
Gambar 4.5 Cuplikan episode Hijab	46
Gambar 4.6 Cuplikan komentar pemirsa episode Hijab	48
Gambar 4.7 Cuplikan komentar pemirsa episode Hijab	48
Gambar 4.8 Judul tema Youtube Kata Ustadz : Aurat.....	49
Gambar 4.9 Judul Tema Youtube Kata Ustadz : Azab alam kubur	51
Gambar 4.10 Cuplikan Episode Azab Kubur.....	54
Gambar 4.11 Cuplikan Episode Azab Kubur.....	54
Gambar 4.12 Reaksi Ustadz Taufiqurrahman merespon jawaban talent	55
Gambar 4.13 Cuplikan penyampaian dakwah ustadz taufiqurrahman.....	58

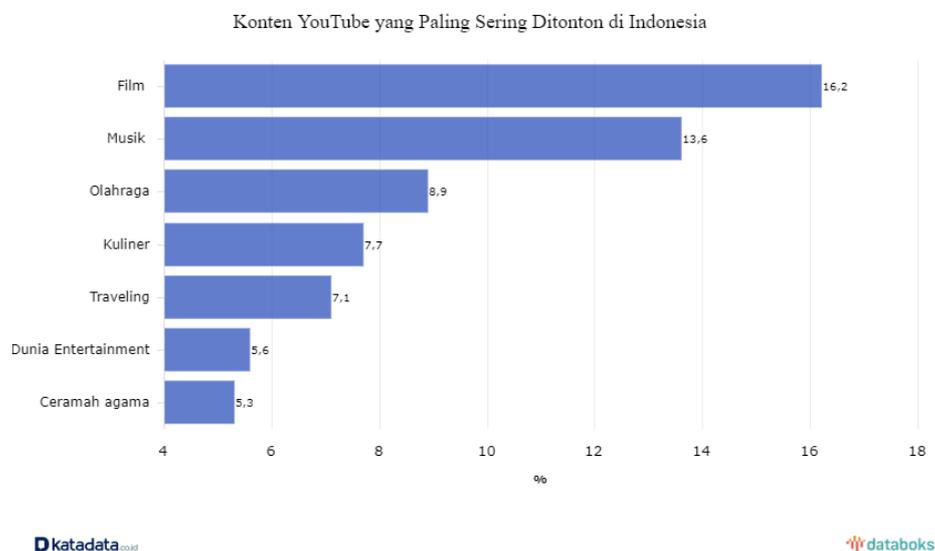
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Praktik dakwah di era modern ini tidak hanya dilakukan oleh para ulama saja, melainkan yang memiliki ilmu dapat menyebarkannya melalui media – media *online* agar dapat tersebar luas manfaatnya. Berkembangnya teknologi yang sangat cepat di zaman generasi milenial dapat menjadi peluang untuk berdakwah dan menyebarkan nilai – nilai islam. Kemunculan media sosial pun memudahkan individu maupun kelompok untuk berinteraksi secara daring. Setiawan mengatakan, *new media* yang bersifat interaktif memiliki unsur *audio visual* (termasuk animasi) dan disebut juga interaktif, karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pengguna secara aktif.

Gambar 1.1 Konten Youtube yang paling sering ditonton di Indonesia

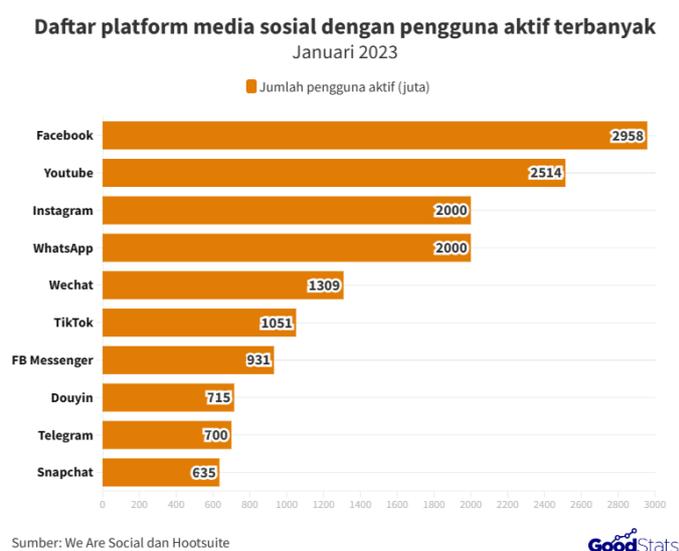


Kehadiran internet memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai macam informasi melalui media sosial, salah satunya Youtube. Youtube merupakan media sosial berbasis situs web yang digunakan untuk berbagi video, seperti video klip, film, musik, dakwah, melihat siaran langsung dan berbagai video yang dibuat oleh pengguna Youtube. Menurut Hajar (2018),

Youtube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video, mulai dari video klip, film dan juga video-video yang dibuat oleh pengguna youtube. Youtube dirancang sebagai situs berbagi video yang dapat mencari suatu informasi video maupun melihat video siaran langsung. Jumlah pengguna Youtube di Indonesia sekitar 93,8 persen dari total keseluruhan pada rentang umur 16 hingga 64 tahun. Adapaun rata-rata durasi penggunaan Youtube berkisar di angka 25,9 jam perbulan. “Medsos dan platform streaming video terpopuler di Indonesia 2020 berdasarkan rata-rata penggunaan per bulan” *wearesocial.com*. Maraknya penggunaan media sosial dari remaja hingga dewasa merupakan peluang sekaligus tantangan bagi para da’i yang mulai memperhatikan bagaimana penyampaian, pengemasan dan pembuatan konten dakwah yang menarik menggunakan fitur – fitur yang tersedia di media sosial.

Youtube berkembang sebagai media dakwah dan merupakan media sosial yang paling banyak diakses terutama oleh generasi X. “Youtube, media sosial paling banyak diakses generasi X”. Ini merupakan bukti bahwa youtube sebagai platform populer yang sering diakses masyarakat untuk berbagai kepentingan, seperti mencari hiburan, info teknologi, perjalanan wisata, video permainan, eksperimen, kuliner, edukasi hingga dakwah.

Gambar 1.2 Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2023



Menurut data survey menyebutkan Youtube menempati peringkat kedua dari daftar platform media sosial yang paling banyak digunakan pada 2023. *Wearesocial.com* mengatakan bahwa Youtube berkembang sebagai media dakwah dan merupakan media sosial yang paling banyak diakses terutama oleh generasi X, “Youtube, media sosial paling banyak diakses generasi X”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Youtube memungkinkan dan efektif sebagai media dakwah. Pemanfaatan Youtube sebagai media komunikasi memiliki sisi positif sebagai sarana menyampaikan nilai – nilai agama seperti halnya yang dilakukan beberapa Ustadz, Ulama, maupun Kelompok seperti : Ustadz Hanan Attaki, Buya Yahya, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat, Syubbanul Wathon, Gontor Tv, Pondok Lirboyo, dan Kata Ustadz.

Kata Ustadz merupakan channel Youtube yang memproduksi konten video dakwah berbasis *digital*. Kata Ustadz merupakan suatu hasil produksi oleh Viva Group untuk mengembangkan usaha digitalnya dibawah naungan PT. Viva Media Baru atau dikenal dengan VDVC (Viva Digital Venture Company). Channel Youtube Kata Ustadz menyediakan informasi seputar dakwah yang mengambil tema dari kehidupan terkini sehari – hari di masyarakat. Kelebihan inilah yang menjadikan channel Youtube ini menarik perhatian masyarakat untuk mengikuti, berkomentar serta menyebarkan ke platform media sosial lainnya. Sejak bulan Februari 2015, Kata Ustadz telah mengunggah sebanyak 143 video dan meraih angka 1.040.000 *subscribers* atau pengikut sejak bulan Maret 2021. Hingga perbulan Maret 2023 telah mencapai angka 1,87 juta *subscribers*.

Menghadapi banyaknya tantangan dan arus informasi yang semakin besar, para ulama ataupun kreator dituntut untuk melakukan inovasi dalam pengemasan konten. Pentingnya peran konten dakwah di zaman teknologi seiring berkembangnya teknologi digital yang memungkinkan dan memudahkan pesan dakwah untuk disebarluaskan dari dan ke berbagai penjuru dunia. Munanda, (2020) mengatakan bahwa kini menjadi tuntutan da'i dan

mubaligh agar menghadirkan konten dakwah yang relevan, berkualitas serta mudah diakses oleh masyarakat. Perancangan konten dakwah yang relevan dan berkualitas, perlu diperhatikannya faktor – faktor dalam penyampaian pesan dakwah yakni memastikan pesan dakwah sesuai dengan ajaran agama islam dan tidak menimbulkan kesalahpahaman maupun memicu adanya konflik. Oleh karena itu, evaluasi kualitas konten dakwah di Youtube sangat penting dilakukan untuk memastikan bahwa konten yang disajikan sesuai dengan ajaran agama dan tidak merugikan masyarakat. Pembuat konten dakwah maupun da'i pun harus memastikan pesan yang disampaikan menggunakan kata kata verbal yang baik, tidak mengandung unsur ujaran atau penyebaran kebencian, merendahkan kelompok atau agama lainnya.

Maka dari penjabaran tersebut, penulis tertarik untuk mengevaluasi kualitas konten dakwah pada Youtube Kata Ustadz.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menuliskan rumusan masalah dalam penelitian ini “Mengevaluasi kualitas konten dakwah Youtube Kata Ustadz?”

C. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan hasil beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya, yang memiliki kesesuaian maupun kemiripan dengan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penulis akan mendeskripsikan penelitian sebelumnya yang mempunyai relevansi dengan judul diatas. Adapun beberapa literatur terkait adalah sebagai berikut :

Pertama, Jurnal Ulfatu Sa'diyah yang berjudul “Evaluasi Informasi berbasis web pada konten kanal Youtube “Kok bisa?”. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, Tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana evaluasi informasi berbasis web pada konten kanal Youtube “Kok Bisa?”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian tersebut yaitu

peneliti menemukan 2 tema yaitu konten informasi di Channel Youtube “Kok bisa?” dan evaluasi konten informasi kanal Youtube “Kok bisa?”. Evaluasi konten kanal Youtube “Kok bisa?” diketahui bahwa pengarang dari sumber informasi tersebut merupakan pengarang yang memiliki keahlian atau pengetahuan yang sesuai dengan bidangnya. Kemudian indikator kedua adalah *Accuracy* (ketepatan). Dari analisis yang dilakukan, diketahui bahwa informasi yang disampaikan dalam video yang dibuat memang akurat, sesuai dengan fakta. Indikator ketiga adalah *Objectivity* (Objektifitas). Dari hasil analisis data, informasi yang disampaikan merupakan informasi yang tidak bias, sesuai dengan fakta yang ada, dan tidak memihak pihak manapun. Kemudian indikator yang keempat adalah *Currency* (kemutakhiran). Setelah melakukan analisis data, dapat diketahui bahwa Channel ini selalu menyampaikan informasi – informasi yang mutakhir. Dan indikator yang terakhir adalah *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi). Dalam hal ini, kanal ini tidak dapat selalu memastikan target penonton dari kanal. Karena dari setiap video yang dipublikasikan, kedalaman pembahasan informasi yang dilakukan berbeda-beda. Dalam hal tersebut dapat mempengaruhi panjang durasi video.

Kedua, Jurnal Lee K, Joo YJ, Choi SY, Park SY, Park ST, Kim Y, Son G yang berjudul *Content Analysis and Quality Evaluation of Cesarean Delivery – Related Videos on Youtube : Cross – sectional Study*. Departement of Obstetrics and Gynecology, Hallym University Kangnam Sacred Heart Hospital, Seoul. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten dan mengevaluasi kualitas video terkait persalinan sesar yang paling sering dilihat yang dapat diakses di Youtube. Metode yang digunakan dengan menggabungkan 6 *Keyword* dari Google AdWord dan 3 Istilah *c section*, *caesar section*, dan *caesarean delivery*, yang digunakan secara bergantian. Video diurutkan berdasarkan jumlah penayangan, dan 100 Video dengan jumlah penayangan tertinggi yang dipilih. Jumlah penayangan, durasi, suka dan tidak suka, jenis konten dan sumber setiap video yang dicatat. Peneliti juga mengembangkan metode penilaian terperinci yang komprehensif mengevaluasi video terkait

persalinan sesar dengan memasukkan informasi yang diperlukan untuk setiap elemen persalinan sesar. Hasil penelitian ini mengidentifikasi bahwa video yang paling banyak dilihat tentang operasi caesar adalah video yang diunggah pada tahun 2008 oleh *Nucleus Medical Media*, yang merupakan perusahaan yang berspesialisasi dalam memproduksi ilustrasi dan animasi medis. Video ini adalah video yang tertata dengan baik yang berisi informasi menyeluruh tentang operasi caesar, seperti infeksi operasi, anatomi panggul yang diekspresikan oleh animasi, dan penjelasan langkah demi langkah yang terperinci tentang prosedur pembedahan, persiapan pra operasi, dan manajemen pasca operasi dan pascapersalinan. Video ini juga mendapatkan like terbanyak dan skor tertinggi, serta menunjukkan VPI tertinggi kelima.

Ketiga, Jurnal Yüksel Uğur Yaradılmış yang berjudul Evaluasi kualitas dan rehabilitas video Youtube di spondylolisthesis. Departemen Ortopedi dan Traumatologi, Universitas Ilmu Kesehatan Ankara, Turki. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kualitas video pada spondylolisthesis di Kanal Youtube dan merinci parameter untuk video berkualitas rendah. Metode yang digunakan dengan kata kunci “*spondylolisthesis*” pada portal pencarian Youtube. 50 video paling banyak ditonton dimasukkan dalam penelitian ini. Durasi video, jumlah penayangan, jumlah suka, jumlah tidak suka, jumlah komentar, tanggal produksi video, dan waktu rilis video dicatat. Popularitas video ditentukan oleh *Video Power Index* (VPI) dan kualitas video dievaluasi dengan sistem penilaian *DISCERN* (*Quality Criteria for Consumer Health Information*), *JAMA* (*Journal of American Medical Association*), dan *Global Quality Score*(GQS). Hasil penelitian ini menemukan video *Spondylolisthesis* di Youtube ditemukan rendah. Terutama video oleh penggunggah non-dokter, video pendek, video yang paling banyak dilihat ternyata berkualitas rendah.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu : untuk mengevaluasi kualitas konten dakwah Youtube Kata Ustadz.

2. Manfaat Penelitian

Selain tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini sebagaimana tersebut diatas, penelitian ini juga diharapkan dapat memberi manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a) Manfaat Teoritis, secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan evaluasi tambahan tentang pengembangan serta inovasi dalam media dakwah Youtube. Selain itu sebagai stimulan untuk da'i maupun para kreator untuk terus berinovasi pada konten dakwah, mengetahui evaluasi dari kualitas konten konten dakwah.
- b) Manfaat Praktis, secara praktis diharapkan penelitian ini memberikan wawasan bagi para da'i, kreator dan kita sebagai generasi muda untuk terus berinovasi mengembangkan kualitas dakwah khususnya melalui Youtube.

E. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:2), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Berdasarkan pengertian diatas, metode penelitian berarti ilmu yang mempelajari tentang cara atau metode untuk melakukan penelitian.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, dan lain lain secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan

Bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah. Bogdan dan Taylor (2010) mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak membuat hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi bidang tertentu secara faktual dan cermat. Dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Rahmat, 2007:34). Disini peneliti akan mendeskripsikan bagaimana evaluasi kualitas konten pada channel Youtube Kata Ustadz.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian evaluasi berbasis web. Evaluasi berbasis web adalah penilaian atau evaluasi yang dilakukan secara sistemik untuk menentukan atau menilai kegunaan dan keefektidan suatu sistem atau program yang didasarkan pada kriteria tertentu dari pengguna teknologi web yang mana youtube sebagai sosial media berbabsis web itu sendiri.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual menurut Singarimbun dan Effendi (2001:121) adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan penelitian dalam mengoperasikan konsep tersebut di lapangan.

Pada penelitian ini yang dimaksud evaluasi kualitas konten dakwah yaitu terkait indikator evaluasi dari beberapa episode pada Youtube Kata Ustadz yang ditayangkan pada kurun waktu 2021 dan meraih jumlah penonton serta komentar terbanyak. Indikator evaluasi kualitas meliputi ; a) akurasi kesesuaian judul dengan isi konten, b) Kesesuaian sumber dalil (hadits dengan materi), c) Kesesuaian bahan video (gambar, suara, teks)

dengan materi. d) Kreativitas ide cerita, e) Efek dari isi materi (pemahaman materi).

Peneliti juga menggunakan angket guna lembar validasi kepada ahli media dan ahli materi, yakni Rochana Asri Nofiarti selaku *Content Creator*.

3. Sumber dan Jenis Data

Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong (2016:157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber dan jenis data dalam penelitian kualitatif dinamakan situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen yaitu : tempat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2015:215). Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari video pada Youtube Kata Ustadz

a) Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut (Tanzeh, 2011:80). Dalam penelitian ini sumber data yang diambil adalah dari obyek penelitian yaitu tayangan dari *Channel* Youtube “Kata Ustadz”. Ada lima video yang akan penulis teliti yaitu :

- 1) Episode “Ditanya soal Zina, Jawaban Anak Muda Bikin Syok – Kata Ustadz Taufiqurrahman”
- 2) Episode “ Ditantang suruh pakai Hijab, begini reaksi mereka – Kata Ustadz Taufiqurrahman”
- 3) Episode “Kenapa belum nutup Aurat, Ini Jawaban Mereka – Kata Ustadz Taufiqurrahman”
- 4) Episode “Dikasih lihat azab kubur, Ini reaksi mereka – Kata Ustadz Taufiqurrahman”
- 5) Episode “Ketika anak muda disuruh Adzan dan Qomat – Kata Ustadz Taufiqurrahman”

Tabel 1.1 Daftar konten viewers terbanyak per Maret 2023

No	Episode	Tanggal Tayang	Kategori	Jumlah ditonton
1	Ditanya Soal Zina, Jawaban Anak Muda bikin syok	6 Agustus 2021	Syariah	979rb kali
2	Ditantang suruh pake hijab, begini reaksi mereka	5 Oktober 2021	Syariah	741rb kali
3	Kenapa belum nutup, ini Jawaban mereka	30 Juli 2021	Syariah	873rb kali
4	Dikasih lihat azab kubur, ini reaksi mereka	16 Juli 2021	Aqidah	704rb kali
5	Ketika anak muda disuruh adzan dan Qomat	23 Juli 2021	Syariah	512rb kali

Data tersebut diambil per Maret 2023 dengan jumlah viewers terbanyak dan sebagai sumber data yang digunakan untuk penelitian guna mengevaluasi kualitas konten dakwah.

b) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder, yakni data yang mendukung data utama dan diambil bukan bukan dari data utama (Hadi, 1998: 11). Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari situs *socialblade.com* yang digunakan untuk membaca rangkuman statistik Youtube Kata Ustadz.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni prosedur sistematis dan standar yang bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2011:83). Penulis melakukan pengumpulan data pada penelitian ini yang berkaitan erat dengan permasalahan yang diajukan. Data tersebut yang dipandang dapat memberikan penjelasan secara utuh. Berdasarkan pengertian tersebut penulis menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi pada tayangan episdeo yang terdapat pada Youtube Kata Ustadz. serta teknik observasi pada jenis-jenis sumber data yang sudah disebutkan diatas. Dokumentasi yang dimaksud yakni pada penelitian ini berupa *softcopy* tayangan episode Youtube Kata Ustadz. Teknik observasi yang dilakukan berupa pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

Angket merupakan jenis metode pengumpulan data yang berisi mengenai pertanyaan atau indikator tertentu kepada para responden (Sugiyono, 2008 : 17). Untuk hasil evaluasi dari kualitas konten dakwah, peneliti menggunakan angket yang bertujuan sebagai pengajuan lembar validasi kepada ahli, Rochana Asri Nofiarti selaku *Content Creator* Dakwah Islami sebagai ahli media dan ahli materi. Adapun indikator yang digunakan untuk mengevaluasi materi instrumen angket validasi dari ahli media dan ahli materi sebagai berikut ini.

Tabel 1.2 Instrumen Angket Validasi Ahli Media

Aspek	Indikator	Skor				
		5	4	3	2	1
Kualitas Materi Dakwah	Akurasi kesesuaian judul dengan isi konten					
	Kesesuaian sumber dalil (hadits dengan materi)					

	c. Kesesuaian bahan video (gambar, audio, teks) dengan materi					
	d. Kreativitas ide cerita					
	Efek dari ini materi (Pemahaman Materi)					

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun oranglain (Sugiyono, 2015:244). Peneliti menggunakan analisis isi menurut Krippendorft. Analisis isi menurut Krippendorf adalah suatu teknik penelitian yang membuat inferensi yang dapat ditiru dan sah datanya dengan memperhatikan konteksnya. (Eriyanto, 2011 : 15)

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah model Krippendorff. Menurut Krippendorff (2004) terdapat langkah langkah penelitian dalam analisis konten (isi) terdiri dari *Untizing, sampling, recording or coding, reducing, inferring and narrating*.

Langkah – langkah analisis konten menurut krippendorf, berikut penjelasannya secara rinci.

- a. *Untizing*, yaitu mengumpulkan data-data yang akan dianalisis, dalam penelitian ini data yang akan dinalisis adalah konten Youtube Kata Ustadz

- b. *Sampling*, yaitu penyederhanaan penelitian dengan menentukan sampel yang akan diteliti, penelitian ini memfokuskan pada teks
- c. *Recording or coding*, yaitu kegiatan pencatatan yang dilakukan terkait data-data yang telah diperoleh dan disesuaikan berdasarkan instrument indicator penilaian unsur insrinsik
- d. *Reducing*, yaitu penyaringan yang dilakukan saat proes analisis agar data – data yang tidak relevan bisa diminimalisir.
- e. *Inferring*, yakni penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan data-data yang telah dioleh sesuai dengan indikator penelitian. Penarikan kesimpulan yang dilakukan harus sesuai dengan rumusan masalah, agara penelitian dapat terjawab dan menemukan titik temu.
- f. *Narrating*, yakni mendeskripsikan dokumen yang telah dianalisis berdasarkan kesimpulan maupun deskripsi yang telah diperoleh, serta deskripsi yang dibuat harus disertai teori – teori yang mendukung dengan yang dibahas, agar penelitian tidak hanya berdasarkan pada hasil pemikiran dan pemahaman seorang peneliti.

Peneliti menganalisis isi tayangan episode yang difokuskan pada judul episode, narasi, teks maupun kata kata verbal yang terdapat dalam tayangan Youtube Kata Ustadz. Peneliti mengumpulkan episode tema yang ditayangkan tahun 2021 dengan pencapaian jumlah penonton terbanyak per Maret 2023. Setelah itu melakukan pengamatan terhadap setiap episode terkait indikator evaluasi yang digunakan sesuai dengan batasan konseptual yang telah dipaparkan. Kemudian peneliti menganalisis dan menarasikan indikator berdasarkan isi konten dakwah dari tiap tayangan yang disajikan dalam bentuk cuplikan gambar dan tabel. Selanjutnya mengambil kesimpulan dengan menyajikan data yang menggambarkan secara sistematis. Peneliti menambahkan angket guna hasil penelitian yang diajukan kepada validator atau ahli. Adapun bobot skor dari setiap jawaban pada angket validasi sebagai berikut.

Tabel 1.3 Tabel Instrumen Penilaian

Skor	Keterangan
5	Sangat Baik
4	Baik
3	Cukup Baik
2	Kurang Baik
1	Sangat kurang baik

Untuk mengetahui hasil dari angket kebutuhan uji validasi kemudian penulis analisis untuk mendapatkan data yang akurat dan valid. Seluruh bobot yang terkumpul dicarikan persentasenya. Dalam bahasa verbal yaitu jumlah seluruh bobot pertanyaan dibagi dengan jumlah bobot tertinggi, kemudian dikalikan dengan angka 100% maka akan ditemukan jumlah dari skor ideal. Dari adanya data angket hasil kebutuhan uji validasi kemudian penulis analisis untuk mendapatkan data yang akurat dan valid.

- Skor Tertinggi ST
- Jumlah Indikator JI
- Jumlah Responden JR
- Skor ideal : $ST \times JI \times JR$

Penyesuaian interpretasi dari hasil uji validasi kelayakan yang kemudian diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1.4 Tabel interpretasi hasil uji validasi

Persentase	Keterangan
81% - 100%	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup Baik

20% - 40%	Kurang Baik
<20%	Sangat kurang baik

Dari adanya data angket hasil analisis kebutuhan, uji validasi tersebut, kemudian penulis analisis untuk mendapatkan data yang akurat dan valid. Sehingga dapat ditemukan hasil akhir dari validasi ahli tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dari penelitian, penulis menyusun dalam lima bab. Pada tiap bab merefleksikan keterkaitan dari isi yang saling melengkapi. Maka dari itu, sistematika penulisan ini disusun dengan sedemikian rupa agar dapat terarah dan mencapai tujuan dari penelitian ini.

Secara garis besar, penulisan skripsi ini dibagi dalam 5 (lima) Bab. Dalam setiap bab terdiri dari sub-sub pembahasan. Maka dalam menyusun penelitian skripsi ini dibutuhkan sistematika penulisan yang sistematis agar mempermudah proses penelitian. Sistematikan penulisan penelitian adalah sebagai berikut.

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menerangkan tentang latar belakang masalah penelitian terkait evaluasi konten dakwah pada Youtube, diawali dengan alasan perihal pentingnya penelitian ini dilakukan. Kemudian merumuskan masalah yang menjadi fokus penelitian yaitu evaluasi kualitas konten Youtube “Kata Ustadz”.

Tujuan serta manfaat penelitian dibahas dalam bab ini. Selain itu, metode penelitian seperti jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data maupun sistematika penulisan disajikan pada bab ini.

BAB II : Evaluasi kualitas konten dakwah

Bab kedua meliputi pembahasan tentang kajian evaluasi kualitas konten dakwah, pengertian evaluasi, tujuan dan fungsi evaluasi, pengertian dakwah, tujuan dakwah, unsur unsur dakwah, konten dakwah, evaluasi kualitas konten

dakwah, youtube, kajian umum youtube, karakteristik youtube, pemanfaatan youtube sebagai media dakwah,

BAB III : Konten Konten Dakwah Youtube Kata Ustadz

Bab ketiga ini menjelaskan tentang deskripsi Youtube Kata Ustadz, Visi misi, logo channel youtube kata ustadz, program kata ustadz, konten dakwah youtube kata ustadz

BAB IV : Hasil dan Analisis Penelitian

Bab keempat ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu peneliti memaparkan penganalisaan tentang bagaimana mengevaluasi kualitas konten dakwah youtube kata ustadz

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, serta saran dari penelitian. Pada bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran dalam proses penelitian skripsi. Oleh karena itu, bab ini merupakan jawaban atas rumusan masalah.

BAB II

EVALUASI KUALITAS KONTEN DAKWAH

A. Evaluasi

1. Pengertian Evaluasi

Menurut istilah, evaluasi merupakan kegiatan yang terencana untuk mengetahui keadaan obyek dengan menggunakan instrumen dan hasilnya dibandingkan dengan tolak ukur untuk memperoleh kesimpulan (Yunanda, 2009). Evaluasi merupakan proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menyajikan informasi tentang satu program untuk dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan, menyusun kebijakan maupun menyusun program selanjutnya (Widoyoko, 2012:6).

Menurut Arifin, (2011 :5) Proses dan hasil evaluasi sangat dipengaruhi oleh beragam pengamatan, latar belakang dan pengalaman praktis evaluator itu sendiri. Seperti halnya yang dikatakan oleh Gillbert Sax, bahwa *“evaluation is process through which a value judgement or decision is made from a variety of observation and from the background and training of the evaluator”*.

Istilah evaluasi, yang dikemukakan beberapa pendapat pakar evaluasi dalam (Sukardi, 2009 : 3). (1) Menurut Carl H. Witherington (1952) *“an evaluation is a declaration that something has or does not have value”*. (2) Hal senada dikemukakan pula oleh Wand dan Brown (1957), bahwa evaluasi berarti *“...refer to the act or process to determining the value of something”*. Kedua pendapat ini menegaskan pentingnya nilai (*value*) dalam evaluasi. Padahal, dalam evaluasi bukan hanya berkaitan dengan nilai tetapi juga arti atau makna. (3) Sebagaimana dikemukakan Guba dan Lincoln (1985), bahwa evaluasi sebagai *“a process for describing an evaluation and judging its merit and worth”*.

Berdasarkan yang sudah dipaparkan, evaluasi adalah suatu proses yang sistematis bertujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan

informasi yang memiliki tolak ukur kebermanfaatan, dan hasil informasi penilaian dari evaluasi untuk menentukan nilai

2. Tujuan dan Fungsi Evaluasi

Tujuan evaluasi yaitu guna menentukan kualitas daripada sesuatu, yang terkait dengan nilai dan arti (Jihad & Haris, 2012). Wirawan menjelaskan beberapa tujuan dari evaluasi yakni :

- a) Menilai apakah objek evaluasi telah dilaksanakan sesuai rencana
- b) Mengukur apakah pelaksanaan objek evaluasi sesuai dengan standar
- c) Evaluasi objek dapat mengidentifikasi dan menentukan kekurangan dari objek evaluasi.
- d) Pengembangan pengguna dari objek yang dievaluasi
- e) Mengambil keputusan mengenai objek yang dievaluasi
- f) Akuntabilitas.
- g) Memberikan saran serta masukan kepada *user* .
- h) Mengembangkan teori evaluasi serta riset evaluasi.

B. Konten Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, kata dakwah sendiri merupakan bentuk masdar dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang artinya mengajak ataupun ajakan. Secara etimologi pengertian dakwah dalam kamus Bahasa Arab al-Munawir kata dakwah berarti Do'a, seruan, ajakan, undangan ataupun permintaan. (A.W.Munawir; 1997;407). Menurut Arifin, Dakwah terletak pada ajakan, dorongan (motivasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran untuk keuntungan pribadinya sendiri, bukan kepentingan juru dakwah/juru penerang. (Arifin,2000:6). Sedangkan secara terminologi dakwah adalah suatu proses upaya mengubah suatu situasi kepada situasi lainnya yang lebih baik sesuai ajaran Islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah SWT (Bachtiar, 1997:31)

Thoha Yahya Oemar mengatakan perihal dakwah sebagai usaha untuk mengajak manusia menggunakan cara cara bijaksana ke jalan yang sesuai dengan ajaran Allah SWT untuk kemaslahatan, kebahagiaan dunia dan akhirat (Arifin 2010:43-44).

Dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 110, Allah berfirman :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya:

“Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah SWT. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”

Dapat disimpulkan dari pengertian menurut beberapa para ahli diatas dakwah adalah usaha atau proses untuk mengajak umat manusia dengan cara yang bijaksana sesuai dengan perintah Allah dan tuntunan rasulullah tujuannya untuk merubah kondisi yang kurang baik menuju ke arah yang lebih baik dengan tujuan memperoleh kebaikan dan kemaslahatan dunia maupun kelak di akhirat.

2. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah beriringan dengan tujuan kegiatan komunikasi yang mana menekankan adanya perubahan pada tiga aspek mendasar pada pemirsanya setelah mendapatkan informasi keagamaan. Pertama, perubahan aspek kognitif dalam artian yang sebelumnya tidak tahu, kemudian menjadi tahu, dari yang kurang ilmu menjadi banyak ilmu. Kedua, perubahan aspek sikap, yang semula acuh dan tidak apresiatif menjadi fokus pada nilai – nilai ajaran agama yang diberikan kepadanya. Ketiga, yakni perubahan pada

aspek konasi yaitu dari tidak melakukan menjadi tekun mempraktekan apa yang disampaikan kepadanya (Jafar, 20120 : 288).

Keberhasilan dari tujuan dakwah sendiri, dimana sebuah perubahan sikap dan perilaku yang terjadi setelah menerima pesan dakwah dan dapat dilaksanakan dalam kehidupan sehari – hari. Perubahan perilaku ini yang membuat seorang *mad'u* menjadi lebih baik dalam aspek keagamaan. Dan pesan yang diberikan seorang da'i dapat dipahami, dimengerti serta diterapkan oleh seorang mad'u. Tujuan dalam ruang lingkup umat islam yaitu untuk mewujudkan kedamaian, kesejahteraan, keselamatan, dan kebahagiaan dikalangan umat islam.

3. Unsur – Unsur Dakwah

Unsur unsur dakwah adalah komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur tersebut meliputi *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (obyek dakwah), *maddah* (materi dakwah). *Thariqah* (metode dakwah), *wasilah* (media dakwah), dan *atsar* (efek dakwah) Helmi

a) Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau melalui organisasi/lembaga.

Secara umum kata da'i ini sering disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran islam melalui lisan, seperti penceramah agama, *khatib*(orang yang berkhotbah), dan sebagainya.

b) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.

c) Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utama diantaranya : Aqidah, syariah, dan akhlak.

- 1) Akidah, berasal dari bahasa Arab dengan jamak a'qa'id dan berarti faith belief atau keyakinan. Sedangkan menurut Louis Ma'luf adalah ma'uqidah 'alayh 'al-qalb wa al-dlamir. Yang memiliki arti sesuatu yang mengikat hati dan perasaan. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral manusia. Pertama kali yang dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan.
- 2) Akhlak, kata akhlak berasal dari Bahasa Arab, jamak dari Khuluqun yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat tersebut memiliki persamaan dengan perkataan Khuluqun yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan khaliq yang berarti pencipta, dan makhluk yang memiliki arti yang diciptakan. Sedangkan secara terminologi masalah akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia (Munir,Ilahi, 2009 : 24).

Akhlak memiliki posisi penting dalam agama Islam. Akhlak menyatu dengan agama Islam dalam setiap aspek kehidupan. Karena itu, Islam sangat memperhatikan pembinaan akhlak umatnya melalui ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Akhlak mengajarkan berbuat sesuatu yang baik kepada Allah dan makhluknya (Sidik, 1988).

- 3) Syariat, merupakan seperangkat aturan Ilahi yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, hubungan manusia dengan manusia lainnya dalam kehidupan sosial, hubungan manusia dengan benda dan alam lingkungan kehidupan. Aturan Ilahi yang mengatur tatanan hubungan itu berupa kaidah ibadah yang disebut kaidah murni, mengatur cara hubungan langsung

dengan Allah. Kaidah muamalah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lain yaitu bermasyarakat.

- 4) *Wasilah* (Media Dakwah) merupakan alat yang dipergunakan untuk penyampaian materi dakwah kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat,
- 5) *Atsar* (Efek Dakwah) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*.

4. Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u yang menjadi *maddah* atau materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Keseluruhan ajaran Islam yang menjadi materi dakwah bersumber dari al-qur'an dan hadits, karena luasnya ajaran Islam itu maka setiap da'i harus selalu berusaha dan tidak bosan-bosannya mempelajari al-qur'an, Hadits, dan kitab – kitab lainnya.

Wahidin Saputra dalam buku Pengantar Ilmu Dakwah, mengatakan bahwa pesan dakwah adalah pesan yang melingkupi akidah, syariah, dan akhlak yang kemudian syariah dibagi menjadi dua yaitu ibadah dan muamalah.

Dakwah adalah meminta seseorang untuk melakukan perilaku baik dan positif bagi orang lain maupun diri sendiri, meminta masyarakat melakukan pekerjaan baik dan melarang dari perbuatan buru supaya memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Inti dari informasi yang tersurat pada pesan dakwah yang diberikan dari seorang da'i untuk mad'u, berdasarkan paparan diatas adalah Aqidah dengan pokok – pokok keimanannya (*arkan al-iman*), Syariah yang mempunyai dua bagian pokok yaitu ibadah dan muamalah, serta Akhlak yaitu akhlak sang khalik, kepada manusia, hewan dan tumbuhan.

Dapat disimpulkan maka informasi atau pesan materi dakwah yang akan diberikan untuk mad'u terkait dengan masalah berikut :

A. Pesan Akidah

Akidah dalam makna secara etimologi adalah sebuah sangkutan. Aqidah dimaknai kepercayaan, iman maupun keyakinan. Sedangkan secara terminologi merupakan keyakinan mengenai kebenaran yang ada pada lubuk hati terdalam seseorang kemudian mengikat hidupnya baik dalam bentuk sikap, tindakan maupun ucapannya.

Ada yang dinamakan rukun iman, yaitu (1) Iman kepada Allah, (2) Iman kepada Malaikat – malaikat Allah, (3) Iman kepada Kitab – kitab Allah, (4) Iman kepada Rasul – rasul Allah, (5) Iman kepada Hari kiamat, dan (6) Iman kepada Qadha dan Qadhar Allah.

B. Pesan Syariah

Secara etimologi, syariah adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti peraturan atau undang – undang. Hal ini berarti sebuah peraturan dengan tingkah laku yang bersifat mengikat, harus dipatuhi serta dilakukan sebagaimana yang telah ditentukan (Saleh, 2000:55).

Dasarnya syariat merupakan suatu hal mendasar dalam agama Islam, hal ini menandakan bahwa Islam mengatur manusia melalui praktiknya. Selain itu akidah juga memposisikan sebagai pokok utama untuk membina suatu aturan atau perundang-undangan (syariat) sebagai salah satu cabangnya.

Dalam pesan syariah yang di analisis ini berkaitan dengan ibadah yang kita ketahui bahwa Ibadah diajarkan Islam itu meliputi : shalat, puasa, zakat, haji yang mana memiliki tujuan agar manusia tidak pernah lupa kepada Tuhannya dan merasa selalu dekat dengan Tuhan nya.

C. Pesan Akhlak

Kata Akhlak bersumber dari bahasa Arab yang merupakan jamak dari Khula, yang memiliki arti budi pekerti, tingkah laku, perangai,

atau tabiat. Secara terminologinya, akhlak merupakan budi pekerti yang memiliki arti sebuah perpaduan dari hasil rasio serta rasa yang berwujud Karsa maupun tingkah laku. Ibn Manzhur Khulq mengatakan akhlak merupakan budi pekerti ataupun agama. Kata Akhlak digunakan guna menyatakan perbuatan seseorang yang tidak dibuat – buat.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan jika akhlak merupakan sifat yang telah dibawa manusia sejak lahir yang sudah tertanam pada jiwanya serta selalu ada pada dirinya. Sifat itu bisa lahir dari bentuk perbuatan baik atau biasa dikenal dengan akhlak mulia (akhlak mahdmudah) ataupun dalam bentuk perbuatan buruk yang biasa disebut dengan tercela (akhlak mazmumah) sesuai dengan pembinaan.

5. Konten Dakwah

Kurniawan (2019) mengatakan konten dakwah ialah bentuk pesan yang disampaikan dai maupun mubaligh guna menyebarkan ajaran agama Islam. Konten dakwah dapat bermacam macam bentuk nya seperti ceramah, khotbah, tulisan, video, ataupun media berbentuk lain yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Semakin berkembangnya era teknologi kini, memudahkan masyarakat dalam mengakses konten dakwah dari bermacam macam platform digital seperti website, media social, aplikasi dan lain sebagainya.

C. Evaluasi kualitas konten dakwah

Evaluasi konten dakwah adalah proses penilaian terhadap isi pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang dai atau mubaligh. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah pesan dakwah tersebut sesuai dengan ajaran agama Islam dan dapat diterima oleh masyarakat

Serta untuk mengetahui sejauh mana pesan dakwah tersebut dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat, apakah pesan tersebut sesuai dengan nilai nilai Islam yang sebenarnya. Evaluasi konten dakwah dapat dilakukan

dengan berbagai cara, seperti melalui survei, wawancara, atau observasi langsung terhadap pelaksanaan dakwah. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pesan dakwah yang disampaikan, sehingga dapat lebih efektif dalam membawa perubahan positif bagi masyarakat.

1. Evaluasi Media Dakwah

Menurut Brian Solis dalam buku *Engage The Complete Guide For Brand and Business to Build Cultivate, and Measure Success in the New Web* menyebutkan bahwa dalam mengoperasikan social media dengan menggunakan pendekatan untuk menciptakan komunitas yang dapat menggunakan konsep 4C (2010 : 263-264) yaitu :

- a) Content (isi pesan), yaitu menyusun isi pesan ideal yang akan disampaikan kepada target sasaran yang dituju
- b) Context (makna pesan), yaitu memahami ciri –ciri yang diinginkan target sasaran agar dapat memberikan pesan yang tepat
- c) Connectivity (hubungan), yaitu menyusun pengalaman yang mendukung adanya komunikasi atau interaksi kepada target sasaran
- d) Continuity (kesinambungan), yaitu memberikan suatu interaksi yang berkepanjangan, yang memiliki nilai dan melakukan secara konsisten kepada target sasaran.

2. Evaluasi Isi pesan dakwah

Menurut Yusuf (2018), evaluasi kualitas konten dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa kriteria, diantaranya :

a) Kriteria Keislaman

Kriteria ini menilai sejauh mana pesan dakwah tersebut sesuai dengan ajaran Islam yang benar dan sesuai dengan konteks kekinian.

b) Kriteria Kebahasaan

Kriteria ini menilai sejauh mana pesan dakwah tersebut menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

c) Kriteria Keterpaduan

Kriteria ini menilai sejauh aman pesan dakwah tersebut terintergrasi dengan konteks sosial, budaya, dan politik dimana pesan tersebut disampaikan.

d) Kriteria Kreativitas

Kriteria ini menilai sejauh mana pesan dakwah tersebut disampaikan dengan cara yang kreatif dan menarik perhatian audiens.

e) Kriteria Kepribadian

Kriteria ini menilai sejauh mana pesan dakwah tersebut mencerminkan kepribadian yang baik dan sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam melakukan evaluasi konten dakwah, perlu juga diperhatikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan harus sesuai dengan konteks sosial dan budaya masyarakat yang menjadi sarannya. Hal ini penting agar pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat.

D. Youtube

1. Pengertian Youtube

Youtube merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memberikan fasilitas visual dan suara kepada pengguna. Sianipar (2013) mengatakan, Youtube merupakan *database* video yang paling populer di dunia internet, dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan. Kemudian Hajar (2018) menjelaskan, Youtube merupakan situs web yang menyediakan berbagai macam video, mulai dari video klip, film dan juga video-video yang dibuat oleh pengguna Youtube. Youtube dirancang sebagai situs berbagi video yang dapat digunakan untuk mencari suatu informasi video maupun melihat video siaran langsung.

Penggunaan internet memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi dan teknologi hingga menghadirkan Youtube sebagai salah satu media informasi. Penggunaan media digital terlihat semenjak lima tahun terakhir. Menurut penelitian *we are social* dan *Hotsuite*, pengguna internet Indonesia yang menggunakan Youtube sekitar 93,8 persen dari total keseluruhan mulai rentang umur 16 sampai 64 tahun. Hingga Januari 2021 tercatat angka penggunaan mencapai 202,6 juta dan terus bertambah. Adapun rata – rata durasi penggunaan Youtube berkisar di angka 25,9 jam tiap bulan nya *wearesocial.com* .

Youtube berkembang sebagai media dakwah dan merupakan media sosial yang paling banyak akses penggunaannya terutama oleh generasi X “*Youtube, media sosial paling banyak generasi X*”. Ini menandakan bahwa Youtube sebagai *platform* populer yang sering diakses masyarakat untuk berbagai kepentingan seperti, mencari hiburan, info teknologi terkini, perjalanan wisata, video permainan, eksperimen, kuliner, edukasi hingga mencari informasi keagamaan maupun dakwah.

b. Kajian Umum Youtube

Youtube merupakan suatu situs yang memungkinkan miliaran orang menemukan, menonton dan berbagi video asli yang dibuat Youtube. Youtube dibangun oleh tiga orang, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Youtube memiliki fitur bagi pengunjung situsnya untuk saling berinteraksi seperti *subscribe* (berlangganan), *like/dislike* (menyukai atau tidak menyukai video), *views* (jumlah penonton) dan *comment* (komentar). Dari fasilitas interaksi tersebut dapat mempengaruhi eksistensi dari video yang ada di Youtube. Youtube mengutamakan kebebasan berekspresi, memberi atau mencari informasi, serta kebebasan untuk membagikan momen pada khalayak.

Youtube adalah sebuah situs berbagi video (*web video sharing*) yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Youtube juga merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai macam informasi dan mendapatkan informasi.

Media youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui konten video ceramah. Dengan menggunakan media Youtube mempermudah dalam penyampaiannya dan melihatnya.

Youtuber merupakan sebutan bagi para pemilik akun Youtube yang aktif mengunggah video di Youtube tersebut. Youtuber dapat berbentuk orang pribadi atau individu, kelompok ataupun perusahaan besar yang menggunakan Youtube sebagai media untuk memperkenalkan dirinya, barang, atau jasa yang di perjualbelikan. Tidak sedikit Youtuber yang menyebutkan dirinya sebagai *influencer marketing* yang bekerja pada bidang pemasaran suatu barang atau jasa di media sosial khususnya Youtube.

Youtube juga memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Hal ini membuat popularitas Youtube menjadi lebih meningkat karena menambah variasi pada setiap tampilannya. Tidak ada pembatasan durasi yang diberikan oleh Youtube, membuat nilai tambah bagi Youtube dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Instagram yang hanya berdurasi sekitar 1 menit. Sehingga banyak masyarakat lebih memilih Youtube sebagai medianya.

c. Karakteristik Youtube

Terdapat karakteristik dari Youtube yang membuat banyak pengguna menghabiskan sebagian waktunya untuk menggunakannya, yakni sebagai berikut :

- a) Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan Youtube dengan beberapa aplikasi maupun sosial media lainnya lain yang mempunyai batasan durasi maksimal, seperti Instagram, Tiktok, Snapchat dan lainnya.
- b) Sistem pengamanan yang mulai akurat. Youtube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, dan akan memberikan beberapa pertanyaan konfirmasi

sebelum mengunggah video, seperti pertanyaan “Apakah video ini di khusus kan untuk anak anak?” .

- c) Berbayar. Saat ini Youtube memebrikan penawaran bagi siapapun penggunanya sebagai konten kreator yang mengunggah videonya ke Youtube dengan mendapatkan minimal 1.000 pelanggan (*Subscriber*) dan 10.000 jam tayang dalam kurun waktu 1 tahun, maka Youtube akan memberikan honorarium yang didapatkan dari iklan yang ditayangkan pada setiap videonya.
- d) Sistem luring. Youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu sistem luring (*offline*). Sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat luring (*offline*), akan tetapi video tersebut harus di unduh terlebih dahulu.
- e) Tersedia fitur editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video atau transisi.

Youtube lebih menarik dan juga tidak membosankan dibandingkan dengan menonton televisi yang monoton dan berdurasi sekian menit, sehingga pengguna bebas menikmati tontonan tanpa terbatas dengan beragam konten yang disuguhkan.

d. Pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah

Youtube dimanfaatkan pengguna sebagai media untuk melihat berbagai macam konten video dan juga dapat digunakan untuk melihat aliran langsung. Namun, media youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah.

Menurut artikel yang dikutip bahwasannya pengguna Youtube di Indonesia 50 juta pengguna aktif perbulannya dari 146 juta pengakses internet di Indonesia. Hal ini dengan banyaknya pengguna Youtube sangat disayangkan apabila tidak di manfaatkan untuk hal-hal yang positif seperti;

promosi, dakwah dan mungkin berbagi pengalaman pribadi dan hal-hal yang bermanfaat bagi masyarakat. Pemanfaatan ini salah satunya yang dapat digunakan sebagai media berdakwah di era modern.

Media dakwah pada zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas, yakni berkisar pada dakwah *qauliyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'liyyah bi al-uswah*, ditambah dengan media penggunaan surat (*rasail*) yang sangat terbatas. Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah, kepada penerima dakwah, Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video akaset rekaman, majalan, dan surat kabar (Bachtiar, 1997 : 35). Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponennya adalah media dakwah.

Dalam proses dakwah pada era globalisasi ini, konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan inovatif akan banyak diminati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami yang terdapat di Youtube menjadi konten menarik yang banyak disukai di kalangan remaja. Konten Islami yang kreatif membuat pengguna Youtube yang melihat tidak bosan dalam menikmati dan bahkan ikut membagikan konten tersebut.

Melalui media sosial Youtube, pendakwah dapat menyampaikan ilmu keagamanya tidak hanya dengan metode *bil-kitabah* ataupun *bil-kalam* tapi juga menggunakan metode audio-visual gambar, suara ataupun ceramah. Hal ini tergantung pada passion atau tren masa kini. Konsep inilah yang menarik sehingga membuat jumlah penonton dari hari kehari semakin bertambah dan tersebar luas dari seluruh penjuru dunia, baik kalangan anak-anak, remaja dan dewasa.

BAB III

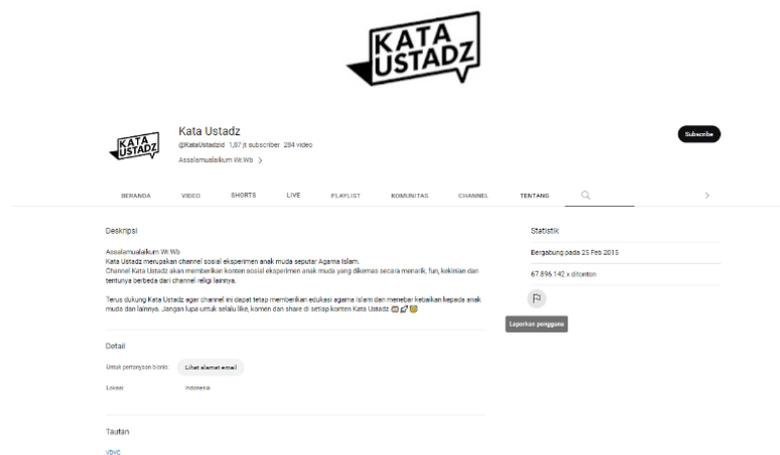
KONTEN KONTEN DAKWAH PADA YOUTUBE “KATA USTADZ”

A. Deskripsi Youtube Kata Ustadz

Youtube Kata Ustadz awalnya merupakan channel Youtube yang bernama VDVC (*Viva Digital Venture Company*). Yaitu sebuah perusahaan teknologi media di Indonesia yang didirikan pada tahun 2016. VDVC berada dibawah naungan PT. Viva Media Baru dan berfokus pada produksi video serta distribusinya melalui platform digital. VDVC merupakan perusahaan yang bergerak dibidang digital dan merupakan bagian dari *Viva Media Group*. *Viva media Group* juga menaungi perusahaan situs penerbit *online* seperti Antvklik.com, Sahijab, Viva.co.id, Intipseleb.com, tvonenews.com, jagodandung, serta 100kpj.com (vdvc.co.id, diakses pada 15 Juni 2023).

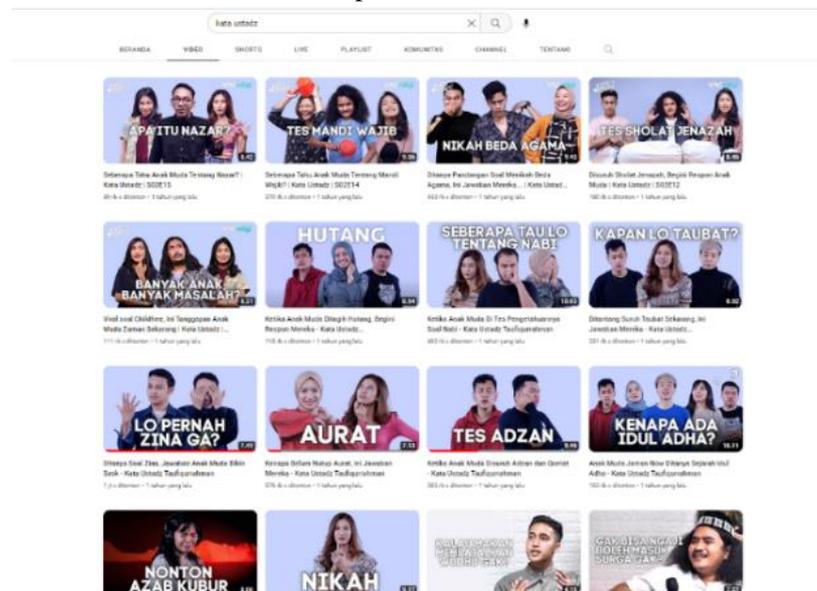
Profil perusahaan merupakan identitas perusahaan, dimana didalamnya terdapat kejelasan sebagai berikut :

Gambar 3.1 Beranda Channel Youtube Kata Ustadz



Nama Perusahaan : PT Vidi Vici Inovasi
 Alamat : The Convergence Indonesia Lantai 5, Kawasan Rasuna Epicentrum, Jl. HR Rasuna Said, RT.1/RW.3, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta Pusat, Jakarta 12940
 Telepon : (021) 4601326
 Email : hello@vdvc.id
 Website : vdvc.id

Gambar 3.2 Tampilan Youtube Kata Ustadz



VDVC mulanya berfokus pada perkembangan aplikasi *mobile*, namun kemudian berkembang menjadi perusahaan yang bergerak di berbagai bidang digital termasuk media sosial, produksi video, dan konten digital. Pesatnya perkembangan dunia digital, VDVC memainkan peran penting dalam inisiatif transformasi digital oleh *Viva Media Holding* yang mana menaungi beberapa channel Youtube populer seperti Kata Dokter, Santriverse, Vois, Genk Gerak Beneran, serta Kata Ustadz.

Youtube Kata Ustadz merupakan program yang dibuat untuk menampilkan konten dakwah islam dengan pembawa acara dari ustadz dan ulama terkenal di Indonesia. Channel ini menjadi salah satu Channel terpopuler di Indonesia dengan jumlah *subscriber* yang mencapai jutaan.

Perubahan nama yang mulanya “VDVC Religi” menjadi “Kata Ustadz” dilakukan pada tahun 2021, dengan tujuan untuk memperkuat identitas merek yang lebih berfokus pada konten dakwah islam yang dihadirkan. (viva.co.id , diakses pada 15 Juni 2023).

Gambar 3.3 Data Youtube Analytical Channel Youtube Kata Ustadz



Mulanya VDVC Religi mendapatkan demografi penonton generasi Z (1997 – 2009), generasi Y ataupun milenial (1980 – 1996). Semenjak September 2021 *channel* Youtube VDVC Religi diubah menjadi Kata Ustadz yang berfokus menyajikan konten – konten Islami yang informatif, inovatif, serta edukatif yang berkaitan dengan ajaran Islam untuk masyarakat. Kata Ustadz membahas problematika kehidupan masyarakat sehari hari yang juga memberikan edukasi kepada para penonton setia nya. Konten dakwah yang dibawakan dengan kemasan yang menarik serta masa kini, memudahkan penonton untuk memahami Islam yang menyenangkan.

Kata Ustadz adalah *channel Youtube* hasil produksi oleh PT. Lativi Media Karya, yang beroperasi sebagai TVOne. Sebuah jaringan televisi nasional di Indonesia yang awalnya berfokus pada konten berita dengan

Youtube Kata Ustadz menampilkan cuplikan dari *Talent* anak muda dengan berbagai macam latar belakang yang berbeda, kemudian diajukan berbagai macam pertanyaan yang berkaitan dengan tema yang sedang diangkat. Sehingga respon yang disampaikan beragam macamnya seperti realita yang tengah terjadi di kalangan masyarakat khususnya anak muda masa kini.

B. Visi dan Misi

VDVC sebagai bentuk produk digital VDVC memiliki visi dan misi yang sejalan dengan Kata Ustadz yang mana menerapkan visi misi yang sama untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Sebagai upaya menjadi media digital tekemuka yang memberikan konten-konten informatif untuk generasi milenial, memiliki visi dan misi sebagai berikut :

1) Visi :

Menjadi platform digital pertama yang mengkombinasikan antara konten, komunitas dan komersial dalam satu atap yang sama unttuk dapat memproduksi berbbagai konten digital terbaik.

2) Misi :

- a) Mengkombinasikan antara konten, komunitas, dan komersial dalam satu atap yang sama.
- b) Berkolaborasi bersama KOL (*Key Oponion leader*) dan *influencer* ternama.
- c) Membangun beragam topik dan minat yang menarik bagi komunitas mulai dari kesehatan, kecantikan, dunia selebritis, K-Wave, E-Sport, Muslim hingga sosial politik.

Dalam upaya menjalankan strategi pembuatan konten kreatif, VDVC menggunakan prinsip 3C (*content, community, and commerce*). Pertama *content*, elemen konten adalah bentuk produk digital yang ditawarkan oleh Viva Group. Dalam upaya mencapai tujuan perusahaan untuk menjadi platform yang mampu mengkombinasikan unsur 3C dalam satu atap yang sama. Kedua *community*, unsur komunitas digunakan sebagai unsur pendukung yang mampu menjadi acuan dalam pembuatan produk digital. Hal

ini dimaksudkan agar konten yang dihasilkan sesuai dengan target *market* yang telah ditentukan. Ketiga *commerce*, sebagai perusahaan yang bergeran pada bidang digital, Viva Group juga memiliki tujuan untuk mencari keuntungan, unsur komersial atau jual beli adalah salah satu cara untuk mencapai tujuan. Dari yang tersebut diatas terkombinasikan dan saling terhubung satu dengan yang lainnya. (vdvc.co.id , diakses pada 15 Juni 2023).

C. Logo Channel Youtube Kata Ustadz

Gambar 3.5 Logo Kata Ustadz



D. Program Kata Ustadz

Kata Ustadz adalah segmen dakwah yang dikemas dengan *social experiment* dan ditutup dengan Q&A atau *question and answer*. Q&A ini berisi penjelasan yang dibawakan oleh ustadz yang berpengalaman serta disampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti berikut dengan ayat ayat yang relevan dengan tema terkait. Secara garis besar durasi video yang terdapat pada *Channel Youtube* ini berkisar dari 5-10 menit hingga 25 menit .

Viva Digital Venture Company (VDVC) melihat adanya kebutuhan dari masyarakat Indonesia yang membutuhkan sumber informasi tentang agama Islam yang mudah diakses dan dipahami. Oleh karena itu, VDVC kemudian membentuk channel Youtube “Kata Ustadz” sebagai salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Dalam memilih ustadz dan dai yang diundang, VDVC mempertimbangkan popularitas dan reputasi ustadz atau dai tersebut di masyarakat, serta kemampuan mereka dalam menyampaikan pesan-pesan agama Islam dengan mudah dipahami oleh berbagai kalangan.

Selain itu, VDVC juga melihat adanya potensi pasar dalam konten – konten agama Islam di Indonesia yang cukup besar. Dengan membentuk channel “Kata Ustadz”, VDVC dapat memanfaatkan potensi tersebut dan memperluas jangkauan bisnisnya pada bidang konten digital.

BAB IV

EVALUASI KUALITAS KONTEN DAKWAH YOUTUBE KATA USTADZ

Channel Youtube “Kata Ustadz” mengusung konsep ceramah pendek yang ditujukan untuk memberikan edukasi keislaman yang dikemas secara ringan. Harapannya penonton dapat dengan mudah memahami tiap pesan dakwah yang disampaikan. Pada beberapa video yang peneliti jadikan untuk sampel, diawali dengan mengajukan pertanyaan terkait tema yang dibawakan, kemudian dilakukan konsep Tanya jawab dengan talent yang berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda. Penyampaian dari tiap talent menjawab dengan santai dan menampilkan keberagaman karakter dari latar belakang masing-masing. Diruangan berbeda, dai sedang menyaksikan jawaban serta respon dari berbagai talent melalui montior, sehingga mendeskripsikan reaksi da’i secara tidak langsung pada jawaban serta respon dari talent.

Dalam menyampaikan dakwahnya, *channel* Youtube Kata Ustadz menyampaikan isi pesan dakwahnya diakhir video dengan mengambil kesimpulan di akhir videonya. Dalam hal ini *channel* Youtube Kata Ustadz menggunakan penyampaian dari isi pesan dakwah nya berfokus pada aspek hati sehingga dapat menggerakkan hati penonton sebagai mad’u.

Peneliti menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) yang menganalisis dengan cara menarasikan indikator berdasarkan isi konten dakwah dari tiap episode serta menyajikan dalam bentuk cuplikan gambar serta tabel. Peneliti menyesuaikan dengan isi konten yang terdapat pada Youtube Kata Ustadz untuk acuan analisi sebagai berikut.

A. Analisis Isi

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari Youtube Kata Ustadz yang kemudian akan dianalisis.

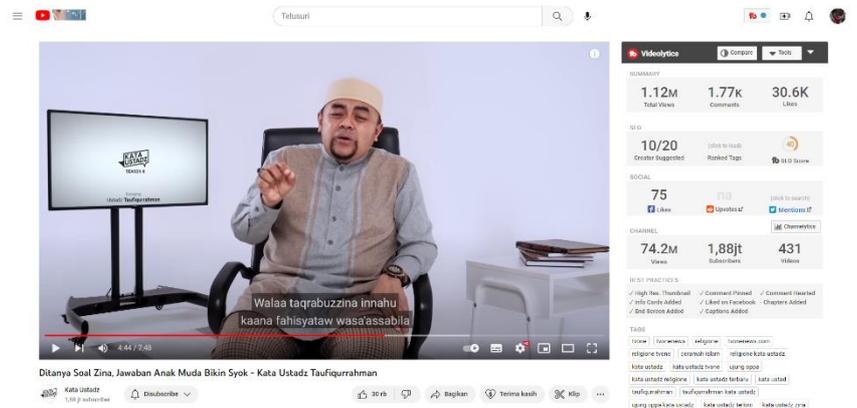
1. Ditanya soal zina, Jawaban Anak Muda bikin syok – Kata Ustadz Taufiqurrahman

Episode ini membawakan tema berkaitan dengan zina yang menampilkan jawaban dari beberapa talent anak muda. Episode ini dimuali dengan pertanyaan yang diajukan oleh kru “*Berapa kali biasanya melakukan zina dalam sebulan mas?*” yang kemudian dilanjutkan dengan video pembuka (*bumper opening*) serta teks yang bertuliskan “Apa tanggapan mereka tentang zina?”,

Tabel 4.1 Tabel pertanyaan episode tema zina

OPENING	BUMPER IN
	(PERTANYAAN TEMA) “APAKAH TANGGAPAN MEREKA TENTANG ZINA?”
CONTENT	1. LO PERNAH MELAKUKAN ZINA GA? 2. ZINA APA EMANG? 3. BIASANYA SEBULAN BERAPA KALI MAS? 4. KENAPA LO MAU BERZINA? 5. LO PERNAH KEPIKIRAN BUAT BERHENTI GAK? 6. HUKUMAN ZINA YANG LO TAU TUH APA?
	(USTADZ MEMBERIKAN REAKSI, DALIL, CERAMAH TERKAIT TEMA VIDEO) REAKSI, CERAMAH DIBAWAKAN OLEH USTADZ TAUFIQURROHMAN YANG MEMBAHAS TENTANG ZINA
CLOSING	BUMPER OUT

Gambar 4.1 Cuplikan Ustadz Taufiqurrahman



Kru dari Youtube Kata Ustadz mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan melakukan zina yang kemudian disambung dengan jawaban serta respon dari talent yang berasal dari berbagai macam karakter, serta latar belakang yang berbeda. Beberapa talent menjawab terkait zina yang pernah dilakukan pada menit ke 1:23 yakni zina mata, maupun zina hati. Sebagaimana diterangkan Surat al-Furqon ayat 68 :

وَالَّذِينَ لَا يَدْعُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ وَلَا يَقْتُلُونَ النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَلَا يَزْنُونَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ يَلْقَ أَثَامًا

“Dan orang – orang yang tidak menyembah Rabb yang lain beserta Allah dan tidak membunuh jiwa yang diharamkan Allah (membunuhnya) kecuali dengan (alasan) yang benar, dan tidak berzina, barang siapa yang melakukan yang demikian itu, niscaya Dia mendapatkan (pembalasan) dosa(nya)”

Zina dalam Islam merupakan sebuah perbuatan terlarang dan mendapatkan balasan yang pedih dari Allah SWT. Seringkali zina selalu dikaitkan dengan hubungan intim yang dilakukan oleh perempuan dan laki-laki yang bukan muhrim. Namun nyatanya, zina tidak hanya terbatas pada perbuatan tersebut yakni pada perbuatan-perbuatan yang mampu membangkitkan nafsu syahwat dari lawan jenis bukan muhrim.

Kajian fikih membagi zina dalam beberapa jenis, yakni zina *al-laman*, zina *mukhsan*, zina *ghairu mukhsan*

- a. Zina *al-laman*, merupakan zina yang pada umumnya dilakukan oleh panca indra. Hal ini jelas merupakan larangan dalam Islam, seperti yang disabdakan Rasulullah :
“Telah diterapkan bagi anak – anak Adam yang pasti terkena, kedua mata zinanya adalah melihat, kedua telinga zinanya adalah mendengar, lisan zinanya adalah berkata – kata, tangan zinanya adalah menyentuh, kaki zinanya adalah berjalan, hati zinanya adalah keinginan (hasrat) dan yang membenarkan dan mendustakannya adalah kemaluan.” (HR. Muslim)
- b. Zina *mukhsan*, Zina *Mukhsan*, yaitu perbuatan zina yang dilakukan oleh seorang yang sudah menikah. Ungkapan “seorang yang sudah menikah” meliputi suami, istri, janda, atau duda. *Had* (hukuman) yang diberlakukan kepada pezina mukhsan adalah penerapan hukuman rajam. Pelaku zina *Mukhsan* dilempari batu yang berukuran sedang hingga benar-benar mati.
- c. Zina *ghairu mukhsan*, yaitu zina yang dilakukan oleh seseorang yang belum pernah menikah. Para ahli fikih sepakat bahwa *had* (hukuman) bagi pezina *ghairu mukhsan* baik laki-laki dan perempuan adalah cambukan sebanyak 100 kali.

Kemudian dimenit 03.00 dilanjutkan dengan menanyakan kepada talent perihal keinginan untuk berhenti melakukan zina serta menanyakan hukuman zina yang mereka ketahui. Talent menjawab perihal hukuman zina dengan beragam jawaban, pada menit 03:58 jawaban para talen diiringi dengan musik yang sendu seiringin dengan jawaban talent. Ada yang menjawab dirajam, ada yang menjawab dikubur setengah badan kemudian dilempari batu, serta menjawab ketika di neraka kemaluannya akan ditusuk dengan besi yang sangat panas. 03:58 Ada yang menjawab hukuman zina itu dirajam, ditusuk dengan besi ketika di neraka.

Allah SWT juga melarang dengan jelas perbuatan zina seperti firman – Nya dalam surat Al – Isra ayat 32 :

وَلَا تَقْرَبُوا الزَّوْجَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati zina; (zina) itu sungguh suatu perbuatan keji, dan suatu jalan yang buruk.”

Di akhir episode ini Ustadz Taufiqurrahman melanjutkan dengan membacakan surat Al – Isra ayat 32. Beliau kemudian menjelaskan ayat beserta maknanya secara mendalam dengan menggunakan bahasa yang santai seperti berbicara langsung dengan kalangan anak muda. Ustadz Taufiqurrahman juga mengingatkan bahwa dampak yang ditimbulkan bukan hanya kelak diakhirat saja namun dosanya adalah dosa besar setelah menyekutukan Allah. Kemudian beliau melanjutkan dengan menyajikan hadits yang berkaitan pula dengan zina .

Hadits Nabi Muhammad saw menyebutkan bahwa : “Tidak ada suatu dosa yang lebih besar di sisi Allah sesudah syirik daripada seorang laki-laki yang meletakkan maninya kedalam rahim perempuan yang tidak halal baginya”. (H.R. Abid Dunya darai Al-Haitamy Ibn Malik At Ta’yi)

Ustadz Taufiqurrahman secara tidak langsung menggunakan metode dakwah yang didasarkan surat an-Nahl ayat 125, yang berkaitan dengan *dakwah bil hikmah*. *Dakwah Bil Hikmah* adalah dakwah dengan cara bijaksana, yaitu menyampaikan dakwah yang menyesuaikan batas – batas pemahaman serta keadaan dari mad’unya, dalam hal ini adalah kalangan muda. Dakwah yang demikian tidak menyulitkan mad’u maupun pemirsanya yang mana menyesuaikan saat penyampaian atau saat berhadapan dengan kalangan muda. Hal ini diterapkan pada menit ke 07:16 beliau menyampaikan “dosa berzina dalam kehidupannya akan mewariskan penyakit fakir. Jadi bukan hanya untuk di akhirat dosanya besar, sebelum kita bertaubat. Tapi di dunianya Allah bikin blangsak”.

Selain memudahkan pemahaman para mad’u, hal ini bertujuan agar menggerakkan hati dan perasaannya untuk ikut merenungkan ganjaran yang

diberikan akibat melakukan zina, yakni perihal rasa takut akibat melanggar larangan Allah SWT.

Menariknya, selain menggunakan bahasa yang santai, mudah dimengerti dan sering digunakan dikalangan anak muda, Ustadz Taufiqurrohman menutup reaksi serta penjelasannya dengan pantun yang berkaitan dengan tema yang sedang dibahas. “Ibu Aminah minum jus sirsak, Orang yang penzinah hidupnya makin blangsak”. Pembawaan pantun di akhir penyampaian pesan dakwah nya Ustadz Taufiqurrohman menjadikan mad’u semakin tergerak hatinya, dan terpengaruh dengan materi yang dibawakan perihal dosa berzina. Hal tersebut dapat kita lihat pada reaksi mad’u yang beraragam dalam kolom komentar.

Gambar 4.2 Komentar pemirsa terkait episode zina



urichingu 1 tahun yang lalu

Pertanyaan soal zina .

"Menurutku zina itu ga hanya tentang hubungan semua istri yang belum halal. Tapi zina itu segala sesuatu yang dirasakan dgn rasa ingin tahu dan nafsu, sehingga menimbulkan syahwat, tanpa Mandang itu haram dan dgn siapa melakukannya. Zina itu dirasakan tanpa terpaksa (suka sama suka) dan terkadang dirasakan secara refleks tidak sengaja"

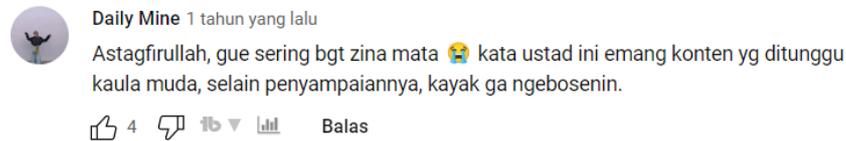
Cara menghindari zina yang aku rasain , saat aku hilaf zina mata hal yang sering pasti dirasakan yaitu dgn mensadarkan diri sendiri dan ucap istighfar. Jgn terlalu nyaman karena konsekuensi nya engga nyaman saat melakukan, Ibadah lebih di naikan lagi agar selalu ingat dan beristighfar.

Lebih sedikit

👍 🗨️ 📌 📄 Balas

Beliau melanjutkan topik bahasan menyinggung mad’u menggunakan pantun sebagai ciri khas dari retorika Ustadz Taufiqurrahman, yakni “Bahasa saya, Hati – hati ah. Ibu Aminah minum jus sirsak, Orang yang penzinah hidupnya makin blangsak”. Kalimat tersebut dimaknai agar mad’u selalu menjauhi zina dan tetap mengingat kepada Allah SWT.

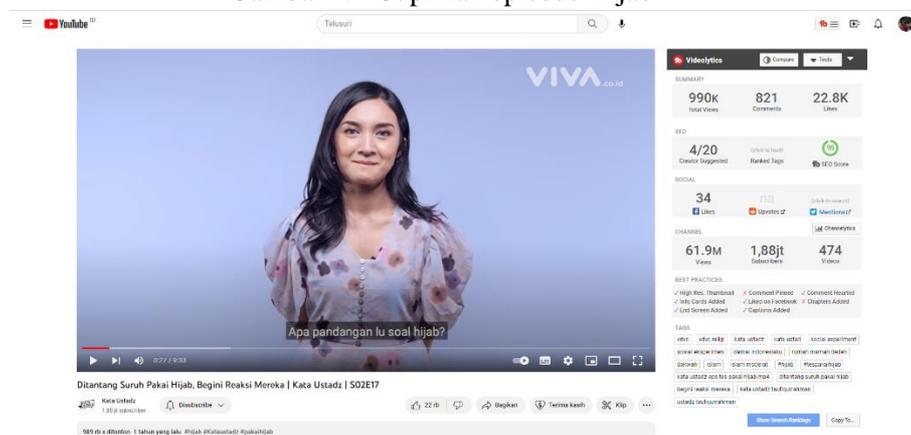
Gambar 4.3 Komentar pemirsa terkait episode zina



2. Ditantang suruh pakai Hijab, begini reaksi mereka – Kata Ustadz Taufiqurrahman

Episode ini bertemakan tentang hijab. Kru dari Youtube Kata Ustadz mengajukan pertanyaan kepada talent berbeda baik laki – laki maupun perempuan yang kemudian dijawab secara spontan sesuai pandangan serta pengetahuan pribadi masing – masing mereka. Diawali dengan pertanyaan terkait fenomena perihal hijab adalah *fashion* atau menggunakan hijab perihal keterpanggilan hati. Kemudian dilanjutkan dengan ketertarikan laki – laki terhadap perempuan yang berhijab, serta dosa terhadap perempuan yang tidak menggunakan hijab.

Gambar 4.4 Cuplikan episode Hijab

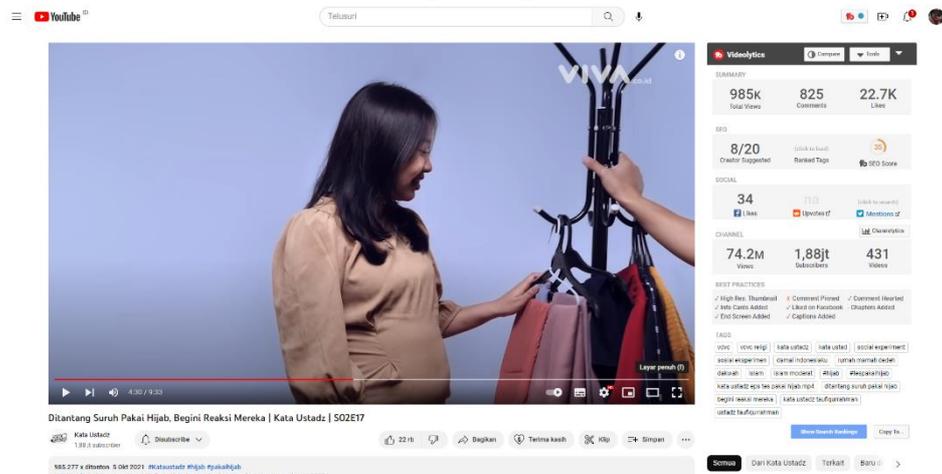


Pada episode bertemakan hijab ini menampilkan terkait jawaban para talent anak muda tentang tanggapan talent mengenai hijab. Awal video terdapat kru dari Kata Ustadz yang mengajukan pertanyaan tanggapan talent mengenai hijab.

Tabel 4.2 Tabel pertanyaan episode hijab

<p>OPENING</p>	<p><i>BUMPER IN</i></p>
	<p>(PERTANYAAN TEMA) “APAKAH TANGGAPAN MEREKA MENGENAI HIJAB?”</p>
<p>CONTENT</p>	<p>d) APA TANGGAPAN MEREKA MENGENAI HIJAB? e) APA PANDANGAN LU SOAL HIJAB? f) APA PANDANGAN LU SOAL PEREMPUAN YANG PAKAI HIJAB? g) TERUS MENURUT LU LEBIH TERTARIK PEREMPUAN PAKAI HJAB ATAU GAK ? h) MENURUT LU CEWEK JAMAN SEKARANG PAKAI HIJAB KARENA IBADAH ATAU FASHION? i) MENURUT LU YANG PAKAI HIJAB KARENA FASHION DOSA GAK ? j) KALAU NANTI PUNYA ISTRI PENGEN YANG BERHIJAB ATAU GAK ?</p>
	<p>(USTADZ MEMBERIKAN REAKSI, DALIL, CERAMAH TERKAIT TEMA VIDEO) REAKSI, CERAMAH DIBAWAKAN OLEH USTADZ TAUFIQURROHMAN YANG MEMBAHAS TENTANG HIJAB</p>
	<p><i>BUMPER OUT</i></p>
<p>CLOSING</p>	<p><i>BUMPER OUT</i></p>

Gambar 4.5 Cuplikan episode Hijab



Kemudian pada menit ke 04:00 dilanjutkan dengan tantangan kepada para talent perempuan untuk mengenakan hijab yang telah disediakan oleh kru dengan beragam pilihan warna dan jenis hijab. Setelah talent perempuan mengenakan hijab yang telah disediakan oleh kru, mereka ditanyakan bagaimana kesannya ketika mengenakan hijab, apakah terlihat lebih cantik mengenakan hijab daripada tidak mengenakan hijabnya.

Ustadz taufiqurrohman pada pertengahan video merespon ketika responden wanita mengenakan hijab pilihannya masing masing dari sekian banyak hijab yang sudah disediakan. Diakhir kemudian beliau memberikan reaksi terhadap jawaban para responden dengan menyajikan dalil terkait penggunaan hijab beserta aurat dari perempuan, seperti dalam QS an-Nur ayat 31 yang berbunyi :

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ

Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya

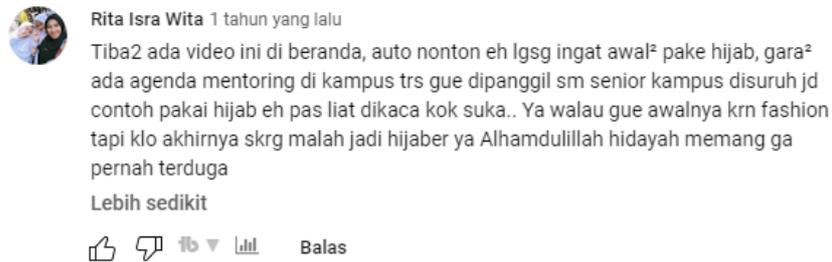
Ustadz Taufiqurrahman menjelaskan bahwa sesungguhnya aurat perempuan meliputi keseluruhan tubuh kecuali wajah dan tangan, serta kaidah menggunakan hijab sebaiknya hingga menutupi dan tidak menampakkan lekuk tubuh. Ustadz Taufiqurohman menambahkan dalil hadith Shahih Imam Bukhori yakni 2 kelompok calon penghuni neraka tulen, diantaranya ; perempuan yang berpakaian tapi telanjang. Seperti yang dijelaskan dalam al-Qur'an Surat al-Ahzab ayat ke 59.

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكُمْ أَذْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, “Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka.” Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.

Makna yang dapat diambil dari kalimat beliau merupakan kalimat yang sangat menyentuh hati para mad'u khususnya para perempuan untuk menggunakan hijab sesuai yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Dalam video ini juga Utadz Taufiqurrohman membawakan permisalan menggunakan bahasa bahasa yang dapat diterima kalangan anak muda seperti “*lenjeh, kegatehan*”. Beliau pun mengingatkan dengan menggunakan bahasa yang santai dan menyentuh hati seperti “Nah yang begini Nabi memesankan gak bakalan. Jangankan surga, baunya pun gak akan Allah berikan”.

Gambar 4.6 Cuplikan komentar pemirsa episode Hijab



Episode menggunakan hijab ini membuat mad'u semakain tergerak hatinya karena terpengaruh dengan isi pesan dakwah yang dibawakan perihal menggunakan hijab. Hal tersebut terlihat dari kolom komentar yang mana mad'u membagikan cerita serta pengalamannya terkait menggunakan hijab.

Gambar 4.7 Cuplikan komentar pemirsa episode Hijab



Ustadz Taufiqurrahman menutup pembahasan di akhir video dengan pantun berbunyi "Pak Mustajab orang singaparna, berhijab selamat dari fitnah".

3. Kenapa belum nutup aurat, ini jawaban mereka – Kata Ustadz Taufiqurrohman

Episode ini bertemakan tentang menutup aurat, yang dimulai dengan menanyakan pendapat para talent tentang aurat dan apakah mereka selalu menutup auratnya. Beberapa talent menjawab dengan berbagai macam jawaban perihal apakah mereka selalu menutup auratnya, yang disisi lain pada visual beberapa talent perempuan sedang tidak menggunakan hijab yang seharusnya menutupi aurat mereka yaitu rambut.

Gambar 4.8 Judul tema Youtube Kata Ustadz : Aurat



Padahal seperti yang kita ketahui, mengenai kewajiban perempuan untuk menutup aurat dalam Surat Al-Ahzab ayat 59 :

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Tabel 4.3 Tabel pertanyaan episode aurat

OPENING	BUMPER IN
	(PERTANYAAN TEMA) "APA PENDAPAT MEREKA TENTANG AURAT?"
CONTENT	<ol style="list-style-type: none"> 1. APA TANGGAPAN MEREKA MENGENAI AURAT? 2. LO SELALU MENUTUP AURAT LO GAK ? 3. BIASANYA DISAAT APA, LO BELUM SEPENUHNYA MENUTUP AURAT? 4. BATASAN AURAT YANG LO TAU BAGIAN MANA AJA ? 5. DOSA APA YANG LU TAU KALO LU GA NUTUP AURAT ? 6. KALO ADA CEWE BERPAKAIAN SEKSI LALU COWO DI SEKITARNYA NAFSU, YANG SALAH SIAPA ? 7. USAHA APA YANG UDAH LO LAKUKAN UNTUK BISA NUTUP AURAT? 8.
	(USTADZ MEMBERIKAN REAKSI, DALIL, CERAMAH TERKAIT TEMA VIDEO) REAKSI, CERAMAH DIBAWAKAN OLEH USTADZ TAUFIQURROHMAN YANG MEMBAHAS TENTANG AURAT
CLOSING	BUMPER OUT

Sama seperti sebelumnya mereka menjawab dengan beragam, ada yang percaya diri karena telah menutup auratnya, ada yang sadar diri bahwa belum menutup aurat nya. Kemudian kru menanyakan perihal dosa yang mereka ketahui ketika tidak menutup aurat.

4. Dikasih lihat Azab Kubur, ini reaksi mereka – Kata Ustadz Taufiqurahman

Pada episode ini membawakan tema tentang azab kubur yang dimulai dengan menyakan bagaimana pendapat mereka tentang azab di dalam kubur. Beberapa talent menjawab terkait pengetahuan mereka masing masing. Ada yang menjawab azab kubur dengan siksaan, hukuman dari apapun yang dilakukan manusia di dunia ini.

Gambar 4.9 Judul Tema Youtube Kata Ustadz : Azab alam kubur



Tema Azab kubur kali ini pendakwah ingin menggambarkan bahwa neraka adalah tempat yang mengerikan karena di dalamnya manusia akan merasakan balasan dari Allah SWT atas dosa dosa nya dilakukan selama di dunia. Hal ini seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al Hijr ayat 44 yaitu :

لَهَا سَبْعَةُ أَبْوَابٍ لِكُلِّ بَابٍ مِنْهُمْ جُزْءٌ مَّقْسُومٌ

Artinya: "Jahannam itu mempunyai tujuh pintu. Tiap-tiap pintu (telah ditetapkan) untuk golongan yang tertentu dari mereka."

Tabel 4.4 Tabel pertanyaan episode aurat

OPENING S	<i>BUMPER IN</i>
	(PERTANYAAN TEMA) “APA PENDAPAT MEREKA TENTANG AZAB DI ALAM KUBUR?”
CONTENT	<ol style="list-style-type: none"> 1. YANG LO TAU TENTANG AZAB KUBUR ITU APA ? 2. TAU PERTANYAAN PERTAMA YANG DITANYAKAN MALAIKAT DI ALAM KUBUR ? 3. KIRA KIRA HUKUMAN APA YANG AKAN LO TERIMA DI ALAM KUBUR NANTI? 4. TALENT DIPERSILAHKAN UNTUK MENGAMBIL HEADPHONE DAN MENONTON VIDEO YANG SUDAH DISEDIAKAN OLEH KRU DARI KATA USTADZ 5. KRU MEMBERIKAN BUKU SIKSA NERAKA KEPADA TALENT AGAR MELIHATNYA DAN MEMBERIKAN RESPON DARI BUKU YANG MEREKA BACA 6. JADI APA YANG LO RASA SETELAH TAU AZAB DAN SIKSA NERAKA ITU SEPERTI APA ?
	(USTADZ MEMBERIKAN REAKSI, DALIL, CERAMAH TERKAIT TEMA VIDEO) REAKSI, CERAMAH DIBAWAKAN OLEH USTADZ TAUFIQURROHMAN YANG MEMBAHAS TENTANG AZAB KUBUR
CLOSING	<i>BUMPER OUT</i>

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur’an Surat Al-Hijr ayat 44 bahwa neraka mempunyai tujuh pintu yakni :

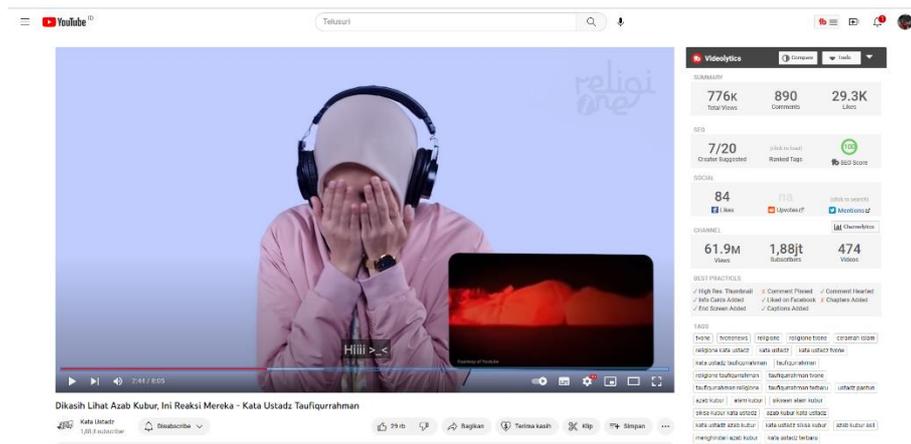
- a. Neraka jahanam. Sebagaimana dijelaskan oleh al-Qurthubi, berdasarkan riwayat – riwayat ini, makna “Jahanam” dalam

ayat “*Dan kami jadikan neraka jahanam penjara bagi orang - orang kafir*”(Q.S al-Isra : 8), menunjukkan neraka secara umum, bukan neraka Jahanam sebagai tingkatan pertama. Tingkatan ini tidak dihuni oleh orang – orang kafir.

- b. Neraka Lazha. Mujahid dalam Tafsir-nya menjelaskan, kata Lazha sendiri berarti “menyala -nyala”. Hal ini bermakna dengan yang telah dikatakan dalam surat al-Lail, “*Maka kami peringatkan kalian dengan neraka yang menyala – nyala,*” (Q.S. al-Lail :14).
- c. Neraka Huthamah. Kalimat *Huthamah* ini kita temukan dalam Surat al-Humazah, “*Sekali – kali tidak! Sesungguhnya dia benar – benar akan dilemparkan ke dalam Huthamah. Dan tahukan kamu apa itu Huthamah? (yaitu) api (yang disediakan) Allah yang dinyalakan, yang (membakar) sampai ke hati. Sesungguhnya api itu ditutup rapat atas mereka,*” (Q.S. al-Humazah : 4 -8)
- d. Neraka Sa’ir. Sa’ir bermakna “*menyala – nyala*”. Seperti yang dapat kita temukan dalam Surat al-Mulk, yakni tingkatan neraka ini merupakan seburuk – buruknya tempat kembali.
- e. Neraka Jahim. Dalam Q.S Al Hajj mengatakan bahwa “*orang -orang yang berusaha menentang ayat – ayat Nya dengan melemahkan kemauan untuk beriman*” . Orang – orang yang dimaksud ialah orang – orang kafir dari kalangan bani Adam yang tersesat dari jalan petunjuk, yang mana mereka menyembah selain Allah seperti berhala.
- f. Neraka Saqar. Penghuni neraka Saqar adalah orang – orang yang tidak shalat, tidak menyantuni orang miskin, orang yang suka membicarakan yang batilm dan orang yang mendustakan hari Pembalasan.
- g. Neraka Hawiyah. Penghuni neraka ini yakni orang orang yang berdosa dan sesat, “*Sesungguhnya orang -orang munafik itu*

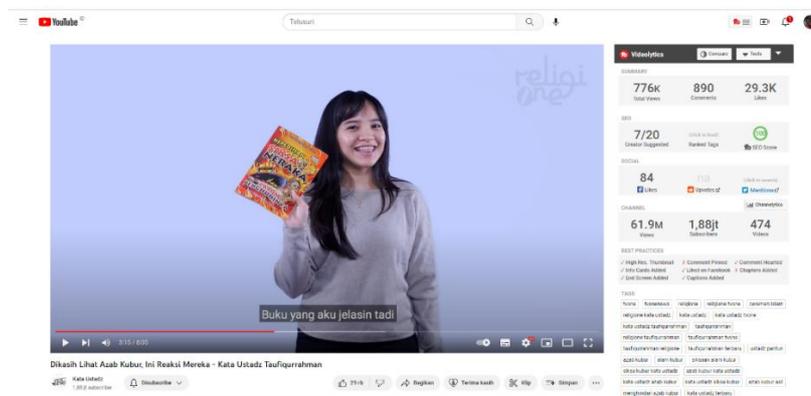
(ditempatkan) pada tingkatan yang paling bawah dari neraka” (Q.S al-Nisa : 145). Orang munafik ialah orang – orang yang ikrar beriman, beramal seperti orang – orang yang beriman, namun hatinya adalah hati orang – orang yang kufur.

Gambar 4.10 Cuplikan Episode Azab Kubur



Berikut dapat kita lihat dalam cuplikan tema Azab kubur, yang menunjukkan saat kru Kata Ustadz memberikan *headphone* kepada para talent untuk menonton video contoh azab kubur dalam laptop, serta memberikan buku yang menjelaskan tentang siksaan azab kubur dari berbagai macam perbuatan yang dilakukan selama di dunia.

Gambar 4.11 Cuplikan Episode Azab Kubur



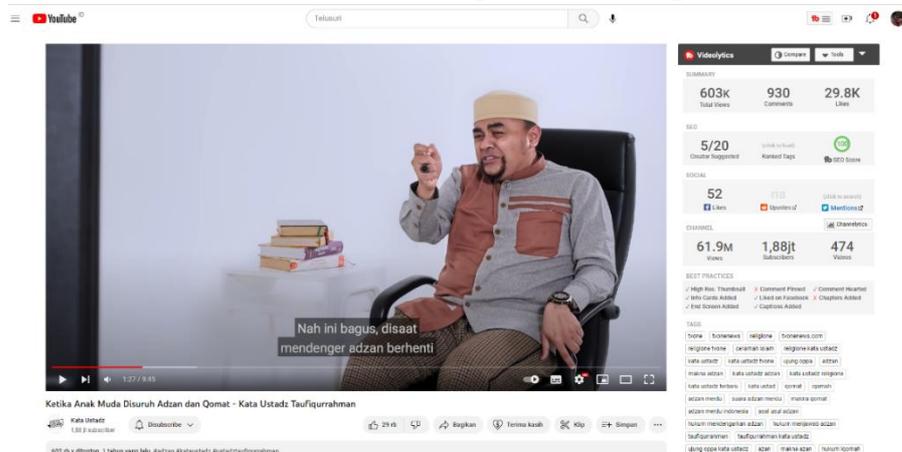
Tema Azab kubur ini, Ustadz Taufiqurrahman membawa kisah Nabi Muhammad SAW yang menceritakan ketika Nabi Muhammad SAW menangis saat melewati 2 kubur, yang mana kubur pertama disiksa dikarenakan tidak bersih ketika beristinja. Sedangkan yang kedua disiksa, karena semasa hidupnya gemar membuka, mengadu domba aib dari sodaranya.

Ustadz Taufiqurrahman mengingatkan juga bahwa ketika meninggal dunia, mulut dikunci, tangan berbicara, dan kaki menjadi saksi. Oleh karenanya, yang hanya bisa menolong kita dari siksa kubur adalah amaliah ibadah kita. Beliau melanjutkan dengan penjelasan dari Surat an-Nisa ayat 56 yang mana Allah SWT menggambarkan bagi mereka yang kufur kepada ayat – ayat Al-Qur'an. Digambarkan hangus kulit mereka, kemudian diganti dengan kulit lain, agar merasakan azab.

5. Ketika anak muda disuruh Adzan dan Qomat – Kata Ustadz Taufiqurrahman

Pada episode ini diawali dengan menanyakan pendapat para talent tentang adzan. Berbagai macam jawaban dari para talent perihal adzan, ada yang menjawab adzan adalah panggilan solat, seruan, mengingatkan orang untuk solat.

Gambar 4.12 Reaksi Ustadz Taufiqurrahman merespon jawaban talent



Gambar diatas merupakan reaksi Ustadz Taufiqurrahman ditengah tengah video “nah ini bagus disaat mendengar adzan, berhenti”, yakni di menit 1.28 yang mana merespon baik ketika talent menjawab pertanyaan, “Lo tipe kalo ada adzan berhenti ngelakuin aktivitas atau bodoamat?” yang diajukan oleh kru, dengan respon “Harus berhenti sih kalo gua, kalo ngelakuin aktivitas apapun, gua pasti berhenti kalo adzan.

Tabel 4.5 Tabel pertanyaan episode adzan

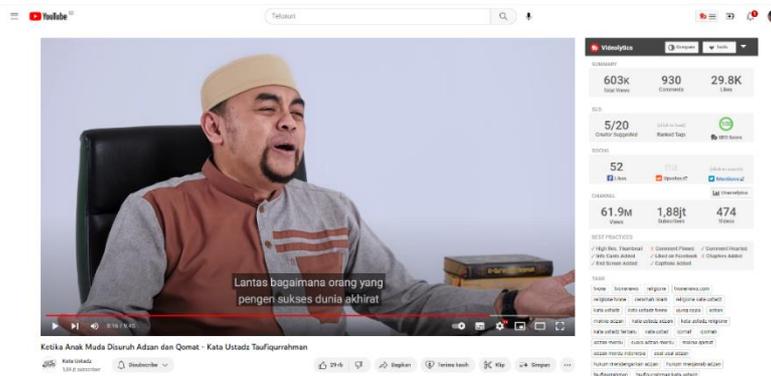
OPENING	BUMPER IN
	(PERTANYAAN TEMA) “APA PENDAPAT MEREKA TENTANG ADZAN?”
CONTENT	1. LO TAU GAK MAKNA DARI ADZAN ITU APA ?
	2. LO TIPE YANG KALO ADA ADZAN BERHENTI NGELAKUIN AKTIVITAS ATAU BODOAMAT?
	3. LO NGERASA KEGANGGU GAK KALO DENGER ADZAN?
CONTENT	4. LO ORANG YANG LANSUNG SOLAT KALO DENGER ADZAN ATAU DITELAT – TELATIN?
	5. KRU MEMBERIKAN INSTRUKSI KEPADA TALENT UNTUK MELAKUKAN ADZAN DAN QOMAT
	6. KENAPA ORANG YANG BARU LAHIR DAN MENINGGAL HARUS DIADZANKAN?
CONTENT	(USTADZ MEMBERIKAN REAKSI, DALIL, CERAMAH TERKAIT TEMA VIDEO)
	REAKSI, CERAMAH DIBAWAKAN OLEH USTADZ TAUFIQURROHMAN YANG MEMBAHAS TENTANG ADZAN
CLOSING	BUMPER OUT

Dalam video tayangan Youtube Kata Ustadz episode adzan ini, para talent di coba untuk praktik melafazkan adzan untuk laki – laki, dan

iqamah untuk talent perempuan. Sekian banyak talent baik laki – laki maupun perempuan dapat melakukan adzan serta iqamah dengan baik. Penetapan hukum adzan seperti didasarkan kepada firman Allah SWT. “Hai orang – orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan sholat pada hari Jumat, maka bersergeralah kalian kepada mengingat Allah.” (QS al-Jumuah : 9).

Ustadz Taufiqurahman pada akhir video yakni di menit 5:58, membuka dakwah nya tentang kisah nabi, beliau menceritakan Abdullah Ibn Mas’ud kepada Rasulullah tentang amaliah ibadah yang paling Allah sukai. Kemudian Rasulullah SAW menjawab, “shalat pada waktunya”. Kemudian Ustadz Taufiqurahman melanjutkan dengan sejarah adzan pada zaman Nabi, yang mana ketika Nabi Muhammad SAW yang berkeinginan untuk mencari cara dalam memberitahukan waktu shalat, namun Baginda Nabi belum juga menemukannya. Kemudian beberapa sahabat Nabi memberikan usulan yang beragam sebagai tanda masuknya waktu shalat. Hingga suatu ketika Rasulullah meminta usulan kepada para sahabat untuk mencari cara. Berawal dari mandat Rasulullah SAW, ternyata Abdullah bin Zaid bermimpi bahwa begitu jelas mendapat seruan – seruan yang lafaz nya adalah lafaz adzan, dan kemudian Abdullah bin Zaid menceritakan nya kepada Nabi Muhammad SAW, dan diterima dan diperintahkannya Abdullah bin Zaid untuk mengajarkan apa yang ada di mimpi nya kepada Bilal bin Rabbah.

Gambar 4.13 Cuplikan penyampaian dakwah ustadz taufiqurrahman



Ustadz Taufiqurrahman melanjutkan pembahasannya perihal manusia yang ingin sukses dunia akhirat tapi enggan untuk mendengarkan adzan dan melaksanakan shalat. Beliau menganalogikan sebagai teman dari syaithon yakni orang – orang yang paling gemar mengabaikan perintah shalat. Dilanjutkan dengan penjelasan lafaz adzan yang didahului dengan “hayya ala sholah, hayya ala falaah” yang berarti mendirikan solat terlebih dahulu demi kemenangan.

Bagian penutup video, Ustadz Taufiqurrahman menutup nya dengan pantun yang merupakan ciri khas dari retorika dakwah beliau saat berdakwah, beliau mengatakan “Berpangku tangan kaki dilipat naik kereta makan coklat, Ketenangan yang kita dapat ketika kita menjaga untuk terus mendirikan perintah solat”.

B. Validasi Kualitas

Pada tahap ini nilai konten di evaluasi serta divalidasi oleh ahli untuk mendapatkan penilaian kelayakan. Adapun validator tersebut Rochana Asri Nofiarti selaku *content creator* dakwah islami sebagai ahli media dan ahli materi.

Nama Validator : Rochana Asri Nofiarti

Hari dan Tanggal : Senin, 19 Juni 2023

Bidang : Ahli Materi media dan Ahli Materi Islam

Tabel 4.6 Hasil Validasi Ahli Media dan Ahli Komunikasi

Aspek	Indikator	Skor				
		5	4	3	2	1
Kualitas Materi Dakwah	a. Akurasi judul dengan isi konten (Informatif dan faktual)	✓				
	b. Kesesuaian sumber dalil (hadits dengan materi)	✓				
	c. Kesesuaian bahan video (gambar, audio, teks) dengan materi		✓			
	d. Kreativitas ide cerita	✓				
	e. Efek dari ini materi (Pemahaman Materi)	✓				

Berdasarkan hasil data angket validasi di atas maka dapat dirumuskan presentase sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Tertinggi (ST)} & : 5 \\
 \text{Jumlah Indikator (JI)} & : 5 \\
 \text{Jumlah Responden (JR)} & : 1 \\
 \text{Skor ideal} & : ST \times JI \times JR \\
 & = 5 \times 5 \times 1 \\
 & = 25 \\
 \text{Jumlah skor (x)} & : 24 \\
 \text{Presentase angket} & : \frac{X}{A} \times 100\% \\
 & = \frac{24}{25} \times 100\% \\
 & = 96\% \text{ (sangat layak)}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil validasi kualitas kepada ahli materi dan ahli media, didapatkan interpretasi sebesar 96% dengan kategori yang dicapai sangat layak. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas konten dakwah Youtube Kata Ustadz sangat layak dijadikan sebagai referensi atau sumber rujukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan setelah melalui analisis data yang telah dipaparkan diatas pada 5 episode sebagai berikut, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Youtube Kata Ustadz merupakan channel youtube yang berfokus pada segmentasi pasar generasi X yaitu anak muda yang membuat konten dakwah dengan kemasan yang menarik. Sehingga memudahkan pada pemirsa sebagai mad'u untuk memahami ajaran Islam.
2. Berdasarkan hasil uji evaluasi dari ahli media dan ahli materi memuat persentase 96% dengan kategori sangat layak.
3. Youtube dapat dimanfaatkan pengguna yakni da'i sebagai media dakwah untuk menyampaikan ilmu, karena tidak hanya menggunakan metode *bil-kitabah* dan *bil-kalam* saja, akan tetapi juga menggunakan audio – visual suara yang dapat menarik penonton lebih luas dari seluruh penjuru dunia, baik kalangan remaja maupun orang tua. Yang mana youtube dapat digunakan segala kalangan dengan akses yang lebih mudah sebagai sarana mencari informasi, edukasi bahkan konten dakwah
4. Penyebarluasan bentuk pesan dakwah di era teknologi ini memudahkan kita menyebarkan ajaran agama Islam dalam bentuk konten dakwah, baik melalui video tulisan youtube atau berbagai platform media digital lainnya, seperti yang dilakukan Youtube Kata Ustadz.

B. Saran

Hasil penelitian serta kesimpulan yang telah dibuat, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat untuk masyarakat khususnya pembaca skripsi ini.

1. Diharapkan kedepannya Channel Youtube Kata Ustadz bisa terus bereksplorasi memberikan konten dakwah yang bervariasi, inovatif serta kreatif lainnya
2. Diharapkan agar talent yang digunakan lebih bermacam macam lagi dari segi latar belakang dan lainnya

C. Penutup

Alhamdulillah, peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Peneliti memahami dan sadar terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan dari segi kata maupun kalimat, metode maupun analisis data dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti sangat membutuhkan koreksi dan kritik saran yang membangun dari para pembaca.

Tak lupa ucapan terimakasih kepada segenap pihak yang telah turut serta membantu, berkontribusi dalam membimbing dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun penyelesaian skripsi ini. Semoga dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2017). Evaluasi Kualitas Konten Dakwah dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(2), 1-12.
- Abdullah, M. Amin. (2015). *Evaluasi Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Al-Faruqi, I. R. (2015). Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Program Televisi Islam. *Jurnal Dakwah*, 15(2), 1-10.
- Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya (Jakarta : Kencana, 2011) hal.15
- Farihah, I. (2013). Media Dakwah Pop. *AT-TABSYIR; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 25-45.
- Hajar, I (2018). Youtube sebagai sarana komunikasi dakwah di kota makassar, 95-96
- Hasan, H. M. (2013). *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Jatmiko, E. D. (2003). *Analisis strategi bersaing Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (Bank BPD DIY) menghadapi persaingan industri perbankan* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Jatmiko, Rammad Dwi. 2003. *Manajemen Stratejik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Kusmanto, T. Y. (2012). *Gerakan dakwah di kampus riwayatmu kini: telaah kritis pola dan strategi gerakan dakwah di kampus kota Semarang*. Lembaga Penelitian, IAIN Walisongo Semarang.
- Mahmud, S (1966). *Al Islam aqidah wa syariah*. Dar al Qolam.
- Masdar Helmi, Dakwah dalam Alam Pembangunan, (Semarang: CV Toha Putra), hlm. 31.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2016). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah (Jakarta: Kencana, 2009), h. 24.
- Natsir, M. (1978). *Fiqhud Da'wah*. Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia.

- Nazir, M (2009). *Metode Penelitian, Cetakan Ketujuh. Jakarta: Ghalia Indonesia.*
- Omar, T. Y. (1992). *Ilmu Dakwah.* Jakarta: Wijaya.
- Paramita, S., & Erdiansyah, R. (2016). Entrepreneurship Dan New Media Pada Generasi Muda. *Kaji Tindak: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 1-8.f.a
- Primayondri , Laprilla El. (2017) Peran New Media Dalam Penyebaran Korean Wave Pada tahun 2012-2016.
- Setiawan, R. (2013). Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube). Vol 2. No 1. Universitas Parahyangan: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. *eJurnal Ilmu Komunikasi Unmul*, 1(2).
- Setiawan, R. (2013). Kekuatan new media dalam membentuk budaya populer di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 362-357.
- Sianipar, Aritas Puica. (2013). Vol 2, No 3 (2013). Pemanfaatan Youtube di kalangan mahasiswa (Studi Penggunaan Youtube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan Uses and Gratification.
- Sidik, Tono, Dkk (1998). *Ibadah dan Akhlak dalam Islam.* UII
- Siregar, R. (2019). Evaluasi Kualitas Konten Dakwah di Media Online. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 1-10.
- Soewadji, J. MA (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian. CV. Mitra Wacana Media. Jakarta.*
- Solomon. (2011). Strategi Pencitraan Otopedia.com Melalui Media Sosial Twitter. Retrieved from <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesiscoll/Bab2/2012-2-00862-MC Bab2001.pdf>
- Sugiyono, D. (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.* Bandung; CV. Alfabeta
- Suhandang, Kustadi, (2014). *Strategi dakwah : Penerapan strategi komunikasi dalam dakwah,* Bandung : Remaja rosdakarya.
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81-93.
- Sulaiman, A. (2019). Evaluasi Kualitas Konten Dakwah dalam Program Televisi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 1-15.

- Suryadi, E. (2018). Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Tanzeh, A. (2011). Metodologi Penelitian Praktis. *Yogyakarta: Teras*.
- Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, Pengantar Studi Islam, (Surabaya,2012), h. 84.
- Uchjana, O. (2015). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Vivian, J. (2008). Teori komunikasi massa. *Jakarta: Kencana*.
- Wardi Bachtiar (2017). Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah, (Jakarta: Logos)
- Widoyoko, E. P (2016). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Pustaka Pelajar
- Yahya, Y. K., Untung, S. H., & Fajari, I. A. (2020). Da'wah di Youtube: Upaya Representasi Nilai Islam oleh Para Content-Creator. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 20(1), 1-22.
- Yusuf, M. (2018). Evaluasi Kualitas Konten Dakwah. *Jurnal Dakwah*, 19(1), 1-10.

RIWAYAT HIDUP



D. Identitas Diri

Nama : Fatur Rachman Sikumbang
NIM : 1601026149
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Telaga Kahuripan, Candraloka blok AA9/11 Kec. Kemang
Kab. Bogor
Email : frsikumbang@gmail.com
Media Sosial : Instagram : @frsikumbang

E. Riwayat Pendidikan

1. SD SEMPLAK 2 BOGOR Lulus 2008
2. SMP NEGERI 14 BOGOR Lulus 2011
3. Pondok Modern Darul Qiyam Gontor Magelang Lulus 2015
4. UIN Walisongo Semarang

F. Riwayat Organisasi

1. Walisongo Tv Uin Walisongo Semarang
2. Himpunan Mahasiswa Jawabarat Uin Walisongo Semarang