

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan pesan-pesan dakwah. Salah satu contoh media sosial yang digunakan dalam menyebarkan syiar Islam adalah melalui *channel* YouTube. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola penyebaran dakwah Islam di tengah masyarakat modern. Jika pada masa sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui ceramah di masjid, majelis taklim, atau forum tatap muka secara langsung, maka pada era digital saat ini aktivitas dakwah telah bertransformasi ke berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, hingga layanan *live Streaming*.

Kehadiran media digital tersebut memberikan ruang yang lebih luas bagi para dai dan kreator dakwah untuk menjangkau masyarakat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.¹ Melalui pemanfaatan teknologi internet, pesan-pesan keislaman dapat diakses kapan saja oleh audiens dari berbagai kalangan usia, latar belakang pendidikan, hingga wilayah geografis yang berbeda.² Transformasi ini menunjukkan bahwa

¹ Winda Kustiawan dkk., “Persepsi Audiens Terhadap Dakwah Ustad Felix Siauw Di Kanal YouTube Raymond Chin: Analisis Psikologi Komunikasi,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9, no. 2 (2025): 20382–90, <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.29632>.

² Ridwan Rustandi, “Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam,” *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2019): 84–95, <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.

dakwah tidak lagi bersifat konvensional dan terbatas pada komunikasi satu arah, tetapi telah berkembang menjadi komunikasi yang lebih terbuka, dinamis, serta interaktif sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Perubahan bentuk dakwah tersebut juga dipengaruhi oleh munculnya budaya digital yang dikenal dengan istilah *Streaming culture* atau budaya *Streaming*.¹ Kehadiran platform siaran langsung seperti YouTube *Live* dan berbagai saluran *Streaming* lainnya menjadikan proses konsumsi media mengalami perubahan yang signifikan.² Penonton tidak hanya berperan sebagai penerima pesan secara pasif, melainkan turut terlibat aktif melalui komentar, diskusi, berbagi tayangan, hingga memberikan tanggapan secara langsung kepada pembuat konten. Fenomena ini menciptakan hubungan komunikasi yang lebih dekat antara pendakwah dengan audiensnya.³ Interaksi tersebut membentuk jaringan sosial baru yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna, pengalaman, dan pemahaman keagamaan secara bersama-sama.⁴ Dalam konteks dakwah digital, budaya *Streaming* menjadikan kegiatan dakwah lebih hidup karena audiens merasa menjadi bagian dari komunitas yang memiliki kedekatan emosional dengan isi pesan maupun sosok pendakwah yang mereka ikuti.

¹ David Arditi, *Streaming Culture: Subscription Platforms And The Unending Consumption Of Culture* (Emerald Group Publishing, 2021), 9.

² Alfarel Prapto Wibowo dan Makroen Sanjaya, "Perluasan Jangkauan Audiens Televisi Melalui Media Sosial (studi Kasus Live Streaming Program Berita Malam Metro Tv Di Tiktok)," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu* 3, no. 2 (2026): 78–84.

³ Hae Ruli Rusdi dan Nur Aisyah, "Analisis Tingkat Efektivitas Media Dakwah Melalui Lisan dan Tulisan pada Mahasiswa di Era 4.0," *Jurnal Educatio FKIP UNMA* 10, no. 3 (2024), <https://pdfs.semanticscholar.org/1348/79bb48b64b77e38ff81524c0f9bf54cbacc8.pdf>.

⁴ David Arditi, "*Streaming Culture: Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture*" (Bingley: Emerald Publishing Limited, 2021), 9.

Selain itu, kemajuan teknologi informasi juga melahirkan konsep media digital sebagai “estate kelima” yang melengkapi keberadaan media massa tradisional seperti televisi, radio, surat kabar, dan majalah.⁵ Kehadiran YouTube sebagai salah satu *platform* digital terbesar memberikan kebebasan yang sangat luas kepada pengguna dalam memproduksi, menyebarkan, dan mengakses informasi. Berbeda dengan media konvensional yang umumnya memiliki sistem penyaringan dan kontrol editorial yang ketat, media digital memungkinkan setiap individu menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Kondisi ini menjadikan YouTube sebagai ruang publik baru yang sangat berpengaruh dalam pembentukan opini, pola pikir, hingga perilaku masyarakat.⁶ Dalam konteks dakwah Islam, platform ini memberikan peluang besar bagi para dai untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kreatif dan inovatif tanpa harus bergantung pada lembaga media besar.⁷ Audiens juga memiliki kebebasan untuk memilih konten dakwah sesuai dengan kebutuhan, minat, dan preferensi mereka sendiri sehingga tercipta partisipasi yang lebih aktif dan mendalam.⁸

Kemajuan dakwah di era digital juga menuntut adanya inovasi dalam pengemasan konten agar lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat, khususnya generasi muda.⁹ Dakwah tidak lagi cukup disampaikan dalam bentuk

⁵ Richard M. Perloff, *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age* (Routledge, 2017), 18.

⁶ Paul Hodkinson, *Media, Culture and Society: An Introduction* (SAGE Publications, 2017), 54.

⁷ M. Chanra dan Ramsiah Tasruddin, “Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial,” *Jurnal Kolaboratif Sains* 8, no. 1 (2025): 872–81.

⁸ Firman Maulidna dkk., “Etika Dakwah Di Media Digital: Tantangan Dan Solusi,” *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 3, no. 2 (2025): 315–36.

⁹ Hani Hadiati Pujawardani dan Muhammad Farid Amirudin, “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Dakwah (Analisis Konten Dalam Video Sketsa Di Channel NU Online),” *LANTERA: Jurnal*

ceramah panjang yang bersifat monolog, tetapi perlu dikembangkan melalui berbagai variasi konten yang lebih komunikatif dan kreatif.

Di samping itu, kredibilitas pendakwah menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan dakwah di media sosial. Audiens cenderung lebih mudah menerima pesan dari sumber yang dianggap memiliki pengetahuan, kejujuran, serta kemampuan komunikasi yang baik. Kredibilitas tersebut dapat dibangun melalui konsistensi isi dakwah, sikap yang santun, kemampuan menjawab persoalan masyarakat, serta citra positif yang ditampilkan di media digital. Dalam praktiknya, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga memiliki dampak psikologis dan sosial yang cukup besar terhadap kehidupan audiens. Konten dakwah yang disampaikan secara menarik dan relevan dapat memengaruhi pola pikir, membangun kesadaran keagamaan, menumbuhkan empati sosial, hingga mendorong perubahan perilaku yang lebih positif dalam kehidupan sehari-hari.¹⁰ Dengan demikian, media digital seperti YouTube tidak hanya menjadi sarana hiburan dan informasi, tetapi juga berkembang sebagai media dakwah yang mampu menciptakan transformasi sosial dan personal di tengah masyarakat modern.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dakwah Islam.¹¹ Media sosial, khususnya YouTube, memberikan ruang yang luas untuk

Komunikasi Dan Penyiaran Islam 1, no. 1 (2022): 13–24, <https://doi.org/10.30999/lantera.v1i1.2497>.

¹⁰ Kustiawan dkk., “Persepsi Audiens Terhadap Dakwah Ustad Felix Siauw Di Kanal YouTube Raymond Chin.”

¹¹ Zainal Abidin, *Media Sosial dan Dakwah Digital* (Prenada Media, 2019), 2.

menyebarkan pesan keagamaan dengan jangkauan yang lebih luas dan efektif dibandingkan metode tradisional.¹²

Seiring dengan meningkatnya popularitas YouTube, banyak lembaga, komunitas, maupun individu yang mendirikan *channel* mereka sendiri untuk menjangkau audiens yang lebih luas.¹³ HMF *Streaming* TV merupakan salah satu channel YouTube yang mensyiarkan dakwah Islam melalui *live Streaming* acara hari besar Islam dan kegiatan keagamaan lainnya.

Kehadiran *channel* dengan fokus konten dakwah ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana audiens atau penonton memaknai dan menanggapi pesan serta isi yang disajikan.¹⁴ Respon penonton terhadap sebuah konten sangat penting karena dapat memengaruhi keberhasilan dan dampak dari *channel* tersebut.¹⁵

YouTube menjadi salah satu *platform* utama untuk siaran langsung, baik dalam bidang pendidikan, hiburan, keagamaan, maupun berita.¹⁶ Dalam konteks penyiaran berbasis keislaman, banyak kanal YouTube yang menyediakan kajian keagamaan secara langsung agar dapat diakses oleh lebih banyak jamaah.¹⁷

¹² Rahmat F, "Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Islam Moderat," *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 2 (2018): 2.

¹³ Nadialista Kurniawan dan Sonia Gabriella, "Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika," *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2, no. 01 (2020): 27–45.

¹⁴ Lukmanul Hakim, "Dakwah Interaktif di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi dan Respon Audiens di Platform TikTok dan Instagram Reels," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 3, no. 2 (2025): 224–36.

¹⁵ Arifana. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Konten Youtube Arif Muhammad 'Mak Beti'. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 7(2), 504–512.

¹⁶ Kurniawan dan Gabriella, "Personal Branding Sebagai Komodifikasi Konten Pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika."

¹⁷ Rizki Lala Amelia dkk., "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Dakwah: Studi Analisis Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Platform Youtube," *Qaulan Baligha: Jurnal Ilmu Manajemen Dakwah* 2, no. 2 (2025): 112–31.

Platform seperti YouTube telah muncul sebagai pusat utama untuk *live Streaming*, memberdayakan individu dan organisasi untuk menjangkau khalayak global secara *real-time*.¹⁸ Fenomena ini tidak terkecuali dalam konteks penyebaran agama Islam. Majelis-majelis taklim, organisasi keagamaan, hingga individu pendakwah semakin gencar memanfaatkan *live Streaming* YouTube sebagai media dakwah digital yang efektif dan menjangkau luas.

Salah satu media yang aktif dalam ranah dakwah digital di Kalimantan Selatan adalah HMF *Streaming* TV. HMF *Streaming* TV berperan penting dalam menyebarkan ajaran Islam yang berhaluan Aswaja kepada masyarakat luas. *Live Streaming* menjadi andalan HMF *Streaming* TV karena kemampuannya menyajikan konten secara langsung, interaktif, dan menjangkau audiens tanpa batasan geografis, sehingga memungkinkan dakwah Islam menjangkau spektrum masyarakat yang lebih luas.

Channel YouTube HMF *Streaming* TV merupakan salah satu media dakwah yang cukup populer di kalangan masyarakat Kalimantan Selatan. Dengan jumlah *subscriber* 57 ribu, HMF *Streaming* TV memiliki potensi besar dalam menyebarkan syiar Islam kepada masyarakat luas. Namun, meskipun telah banyak digunakan sebagai media dakwah, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis dan mengukur kualitas teknis *live Streaming* YouTube HMF *Streaming* TV khususnya dari sudut pandang visual dan audio.

¹⁸ Rizky Maulana dan Eceh Trisna Ayuh, "Pola Strategi Komunikasi Digital Youtuber@Deankt Dalam Meningkatkan Keterlibatan Viewers Saat Live Streaming," *Siwah: Multidisciplinary Scientific Journal* 1, no. 3 (2025): 45–56.

Persepsi adalah proses kognitif yang melibatkan pengalaman untuk memahami, melihat, dan menafsirkan informasi atau pesan yang diterima melalui panca indera.¹⁹ Dalam konteks media, persepsi penonton terhadap sebuah *channel* YouTube akan menentukan efek yang ditimbulkan, yang dapat berupa:

1. Efek Kognitif (pengetahuan dan pemahaman)
2. Efek Afektif (perubahan sikap atau perasaan).
3. Efek Behavioral (perubahan perilaku atau tindakan)²⁰

Salah satu tantangan utama adalah bagaimana memastikan bahwa audiens tidak hanya menonton konten, tetapi juga memahami, menerima, dan mengamalkan ajaran yang disampaikan.²¹ Selain itu, kompetisi dengan konten-konten lain yang sifatnya komersial atau hiburan juga menambah tantangan tersendiri dalam menarik minat audiens untuk mengikuti kanal dakwah seperti HMF *Streaming* TV. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui persepsi penonton terhadap HMF *Streaming* TV dalam menyebarkan syiar Islam, khususnya dalam hal meningkatkan pemahaman, sikap, dan perilaku keislaman audiensnya.

Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi penonton terhadap *channel* YouTube HMF *Streaming* TV. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan yang signifikan dalam pengembangan dakwah di era digital ini.

¹⁹ Ananda Hulwatun Nisa dkk., "Persepsi," *Koloni* 2, no. 4 (2023): 213–26.

²⁰ Wardah, W., & Reza, M. J. (2021). Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Youtube sebagai Media Konten Video Kreatif. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 3(1), 39–46.

²¹ Hidayat M, "Peran Channel Youtube dalam Peningkatan Pemahaman Keagamaan," *Jurnal Studi Islam*, 2020, 2.

Dalam penelitian ini, pendekatan deduktif digunakan untuk menjelaskan bahwa media online, termasuk *channel* YouTube HMF *Streaming* TV, memiliki potensi besar dalam menyebarkan dakwah Islam kepada masyarakat luas.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat persepsi penonton terhadap *channel* YouTube HMF *Streaming* TV.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi penonton terhadap isi siaran dari *channel* YouTube HMF *Streaming* TV?
2. Bagaimana persepsi penonton terhadap kualitas siaran dari *channel* YouTube HMF *Streaming* TV?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi penonton mengenai isi siaran dari *channel* YouTube HMF *Streaming* TV.
2. Mengetahui pandangan penonton terhadap kualitas siaran dari *channel* YouTube HMF *Streaming* TV.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi massa dan media baru, khususnya dalam konteks media digital berbasis komunitas. penelitian ini juga dapat memperluas literatur tentang persepsi audiens terhadap media digital berbasis keagamaan atau sosial, yang hingga kini masih relatif terbatas dibanding studi tentang *influencer* atau kanal hiburan populer. penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi keagamaan dan komunikasi komunitas di era digital, dengan memaparkan

bagaimana penonton membentuk makna dan kepercayaan terhadap media daring yang bersifat partisipatif seperti HMF *Streaming* TV.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menghindari kesalahpahaman dari judul penelitian ini. Terdapat beberapa istilah yang digunakan sebagai berikut:

1. Persepsi Penonton

Persepsi penonton merupakan proses aktif dan subjektif yang terjadi ketika audiens menerima, memahami, dan memberi makna terhadap pesan yang disampaikan melalui media massa. Makna yang dilakukan oleh penonton terhadap tayangan pada channel YouTube HMF *Streaming* TV berdasarkan pengalaman mereka setelah menyaksikan siaran. Dalam penelitian ini persepsi dianalisis melalui komentar penonton pada kolom komentar YouTube yang menunjukkan tanggapan positif maupun negatif terhadap isi dan kualitas siaran.

2. YouTube

YouTube merupakan *platform* berbagi video daring yang sangat populer dan menjadi simbol perkembangan generasi baru layanan video digital sejak didirikan pada tahun 2005.

3. Chanel Youtube HMF Streaming TV

Channel YouTube HMF *Streaming* TV merupakan media dakwah digital yang menyiarkan berbagai kegiatan keagamaan Islam melalui platform YouTube, seperti pengajian, majelis taklim, haul, ceramah ulama, dan kegiatan keislaman lainnya secara langsung (live streaming) maupun dalam bentuk

video yang dapat ditonton kembali. Channel ini menjadi objek media yang diteliti dalam penelitian ini.

4. Isi Siaran

Isi siaran adalah seluruh materi dakwah yang disampaikan melalui channel YouTube HMF Streaming TV, meliputi tema ceramah, pesan keislaman, penyampaian materi oleh narasumber, bahasa yang digunakan, manfaat yang dirasakan penonton, serta kesesuaian isi dakwah dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini memfokuskan persepsi penonton terhadap kualitas isi pesan yang disampaikan.

5. Kualitas Siaran

Kualitas siaran adalah mutu teknis penyajian tayangan pada channel YouTube HMF Streaming TV yang meliputi kejernihan gambar, kualitas suara, kestabilan jaringan saat live streaming, sinkronisasi audio dan video, serta kenyamanan penonton dalam mengikuti siaran. Penilaian kualitas siaran diperoleh dari komentar-komentar penonton pada kanal YouTube.

6. *Streaming* TV

Streaming atau *live Streaming* merupakan media sekaligus proses komunikasi yang memungkinkan penyiaran audio dan video secara langsung kepada publik melalui internet.

F. Penelitian Terdahulu

Skripsi yang ditulis oleh Idham²² ini meneliti tentang persepsi atau sudut pandang Komunitas Forsa terhadap kanal YouTube Rhoma Irama sebagai media dakwah. Penelitian kualitatif yang menggunakan metode wawancara dan dokumentasi ini dilatarbelakangi oleh keunikan figur Rhoma Irama yang lebih melekat di mata publik sebagai musisi "Raja Dangdut", namun kini aktif memanfaatkan media digital untuk berdakwah, sehingga memicu proses penafsiran (*decoding*) yang beragam dari audiensnya. Melalui pendekatan ilmu komunikasi, Idham berhasil mengungkap bahwa Komunitas Forsa memberikan persepsi yang positif terhadap aktivitas tersebut; mereka menilai gaya dakwah Rhoma Irama sangat efektif dan mudah dipahami karena menggunakan bahasa sehari-hari yang adaptif, penyampaian yang penuh kasih sayang, serta didukung oleh artikulasi yang jelas dan karakter suara khas yang menyerupai gaya pembawaannya saat bernyanyi.

Penelitian yang dilakukan oleh Irham²³ ini membahas tentang persepsi penonton terhadap tayangan kanal YouTube RJL 5 Fajar Aditya, khususnya pada segmen "Om Mamat" (Obrolan Malam Jumat). Melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik triangulasi metode, penelitian ini bertujuan untuk membedah bagaimana penonton melakukan seleksi, interpretasi, dan reaksi hingga membentuk suatu persepsi terhadap konten horor tersebut. Latar belakang keunikan kanal ini terletak pada pendekatan Fajar Aditya yang tidak sekadar mengandalkan unsur ketakutan, melainkan aktif menggali nilai-nilai moral dan edukasi di balik

²² Idham Arami, "Persepsi Komunitas Forsa Terhadap Youtube Channel Rhoma Irama Sebagai Media Dakwah" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023), <https://eprints.walisongo.ac.id/>.

²³ Muhammad Irham Maulana, "Persepsi Penonton Terhadap Tayangan YouTube RJL 5 Fajar Aditya Dalam Segmen Om Mamat (Obrolan Malam Jumat)" (Skripsi, Universitas Semarang, 2024), <https://eskripsi.usm.ac.id/>.

kisah horor serta (*folklore*) Indonesia. Hasil penelitian Irham menunjukkan bahwa penonton memberikan persepsi yang positif karena menilai tayangan di segmen Om Mamat tersebut sangat informatif, menghibur, sekaligus mampu menyampaikan pesan moral yang mendalam bagi para audiensnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wardah dan Reza²⁴ ini membahas tentang persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah (Unismuh) Makassar terhadap penggunaan YouTube sebagai media konten video kreatif beserta efek yang ditimbulkannya. Menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, studi ini berhasil memetakan tanggapan mahasiswa ke dalam dua kategori, yaitu persepsi positif dan negatif. Secara positif, mahasiswa menilai YouTube sebagai platform yang informatif, sumber pengetahuan yang efektif, sarana hiburan, wadah penyalur kreativitas yang inspiratif, hingga ladang mata pencaharian; sementara secara negatif, YouTube dianggap berpotensi menjadi media penyebaran aib, menayangkan konten drama rekayasa (*settingan*), serta memanfaatkan kekurangan orang lain demi konten sensasional yang merugikan. Selain itu, penelitian ini juga menyimpulkan bahwa paparan konten video kreatif di YouTube tersebut memberikan dampak nyata bagi mahasiswa yang mencakup efek kognitif (wawasan), afektif (perubahan sikap), dan behavioral (perubahan perilaku atau tindakan nyata).

²⁴ Wardah Wardah dan Muh Jamil Reza, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Youtube Sebagai Media Konten Video Kreatif," *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)* 3, no. 1 (2021): 39–46, <https://doi.org/10.26618/jko.v3i1.9081>.

Penelitian yang dilakukan oleh Amelia Putri²⁵ ini mengidentifikasi persepsi penonton remaja yang menjadi *subscriber* kanal YouTube Rukun Indonesia terhadap konten keagamaan pada episode "Hidayah Sang Mualaf". Berpijak pada teori persepsi Stephen P. Robbins serta menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis, penelitian yang mengandalkan data wawancara mendalam ini bertujuan untuk memahami bagaimana remaja memaknai kisah-kisah inspiratif mualaf di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas penonton remaja memberikan respons yang sangat mendukung, di mana minat mereka digerakkan oleh rasa ingin tahu yang tinggi serta ketertarikan pada aspek perjalanan spiritual yang inspiratif. Bagi para remaja yang sebagian besar belum memiliki pengalaman langsung berinteraksi dengan kaum mualaf, tayangan podcast ini dinilai sangat positif karena berhasil memberikan wawasan keagamaan baru yang mendalam serta menyajikan konten edukatif yang jarang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian yang dilakukan oleh Nabila Firdausia²⁶ ini membahas tentang persepsi para da'i (komunikator dakwah) terhadap pemanfaatan media YouTube dalam aktivitas dakwah, dengan studi kasus di Desa Pegiringan, Pemalang. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif yang mengandalkan wawancara mendalam dan dokumentasi, penelitian ini membedah bagaimana sudut pandang da'i yang dipengaruhi oleh aspek kognitif, afektif, dan konatif berdampak pada cara mereka

²⁵ Amelia Putri, "Persepsi Penonton Remaja Konten Mualaf Pada Episode Hidayah Sang Mualaf Di Podcast YouTube Rukun Indonesia" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024), <https://repository.uinjkt.ac.id/>.

²⁶ Nabila Firdausia, "Persepsi Dai Terhadap Dakwah Melalui Media Youtube: Studi Dakwah Di Desa Pegiringan Kecamatan Bantarbolang Kabupaten Pemalang" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022), <https://eprints.walisongo.ac.id/>.

memilih media yang tepat bagi para mad'u (audiens). Hasil penelitian menunjukkan bahwa para da'i memandang dakwah lewat YouTube memiliki pengaruh ganda; di satu sisi berdampak positif karena teknologi mengemas dakwah menjadi minimalis serta fleksibel diakses kapan saja dan di mana saja, namun di sisi lain tetap membawa pengaruh negatif jika tidak dikelola dengan bijak. Pada akhirnya, studi ini menyimpulkan bahwa pemahaman persepsi ini sangat bermanfaat bagi para pendakwah baru agar lebih bijaksana dan adaptif dalam menentukan media syiar digital yang sesuai dengan kebutuhan serta kondisi masyarakat di era modern.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Imaddudin²⁷ ini membahas tentang persepsi penonton terhadap konten YouTube Deddy Corbuzier pada periode tahun 2022 untuk mengungkap alasan di balik konsistensi dan tingginya jumlah penonton meskipun kanal tersebut kerap dilanda kontroversi. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggali langsung sudut pandang audiens mengenai daya tarik yang membuat konten tersebut tetap bertahan di tengah respons negatif masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat penonton tetap tinggi karena kanal Deddy Corbuzier dinilai memiliki keberagaman konten yang variatif, konsisten menghadirkan kebaruan narasumber, serta menyajikan isi pembahasan yang menarik. Selain itu, faktor visual dan strategi pengemasan seperti penggunaan judul, *thumbnail*, dan tayangan pembuka yang terkesan *clickbait* terbukti sangat efektif dalam memicu rasa penasaran sekaligus menarik atensi lebih dari para penontonnya.

²⁷ Yandy Guntur Setiawan dan Imaddudin, "Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Konten Youtube Deddy Corbuzier Periode 2022," *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan* 6, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.31599/jjxnys38>.

Penelitian yang dilakukan oleh Roihanifa²⁸ ini membahas tentang persepsi penonton (*viewers*) kanal YouTube "kadamsidik" milik Husain Basyaiban terhadap gaya retorika dakwahnya di tengah era perkembangan teknologi digital. Menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi melalui teknik purposive sampling, penelitian ini dilatarbelakangi oleh daya tarik Husain yang mampu memikat audiens dalam waktu singkat lewat tema dakwah yang segar serta penyertaan dalil yang kuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para penonton mempersepsikan gaya retorika Husain secara positif dan menarik; meskipun tempo bicaranya dinilai cepat hingga terkesan tanpa jeda, penonton sepakat bahwa ia memiliki artikulasi yang sangat jelas. Selain itu, penggunaan istilah perumpamaan yang mudah dipahami, pembawaan ekspresif, serta pilihan busana santai sehari-hari yang dikenakan Husain berhasil menciptakan kesan dakwah yang santai, asyik, dan menyenangkan bagi para jemaah digitalnya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan proposal ini diawali dengan sampul yang berisi judul, logo UIN, nama, NIM, nama universitas, nama fakultas, nama program studi, nama kota, dan tahun. Pada bagian isi terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikasi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu kerangka pemikiran, kajian teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bagian akhir terdapat daftar pustaka dan daftar riwayat hidup.

²⁸ Al Kudus Roihanifa, "Persepsi Terhadap Gaya Retorika Dakwah (studi Terhadap Viewers Channel Youtube Husain Basyaiban)" (skripsi, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri, 2023), <https://repository.uinsaizu.ac.id/22124/>.