

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia teknologi saat ini berkembang sangat pesat, membawa banyak kemudahan bagi manusia dalam bekerja dan berkomunikasi. Salah satu bentuk kemajuan tersebut adalah hadirnya media sosial, yang menjadi wadah bagi pengguna untuk berinteraksi serta berbagi informasi. Media sosial dapat didefinisikan sebagai sarana yang memfasilitasi kerjasama antar pengguna dalam menghasilkan konten (*user-generated content*)¹.

Dengan kata lain, pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pencipta dan penyebar konten. Secara umum, media sosial berfungsi untuk membagikan pesan dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, maupun video, sehingga komunikasi menjadi lebih cepat dan efisien. Dahulu, akses ke media sosial terbatas pada perangkat komputer, sehingga pengguna harus berada di tempat tertentu untuk menggunakannya. Namun, dengan kecanggihan teknologi saat ini, media sosial dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui smartphone.

Hal ini memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk tetap terhubung tanpa batasan waktu dan tempat. Selain itu, fitur-fitur dalam media sosial terus berkembang, memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih interaktif dan beragam. Dengan perkembangan tersebut, media sosial tidak hanya menjadi

¹ Syarief Hidayatullah, 'Memahami Jenis-Jenis Media Sosial', *Journal of Management*, 2020.

sarana hiburan, tetapi juga alat yang sangat efektif dalam berbagai bidang, seperti bisnis, pendidikan, dan pemasaran digital².

Semakin canggih media sosial saat ini, semakin banyak pula orang kreatif yang membuat berbagai macam konten dalam bentuk video untuk dibagikan di media sosial, termasuk di Indonesia. Banyak platform maupun aplikasi yang menyediakan dukungan untuk pembuatan video dengan fitur menarik bagi pengguna smartphone, salah satunya adalah aplikasi YouTube. Aplikasi YouTube merupakan situs web dan aplikasi berbagi video asal Amerika Serikat yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video.

Dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat dengan tujuan memperkuat keimanan dan membimbing perilaku menuju kebaikan. Dalam praktiknya, dakwah merupakan kegiatan yang telah berlangsung sejak lama, yaitu sejak manusia menerima tugas dan fungsi yang harus diemban dalam menjalani kehidupan di dunia ini³.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, permasalahan dakwah yang kurang diminati dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satu faktornya adalah dakwah di masjid yang dianggap kurang menarik bagi kaum muda Muslim, khususnya generasi milenial. Dakwah di masjid kini dianggap tidak

² Ana Maritsa and others, 'Pengaruh Teknologi Dalam Dunia Pendidikan', *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 2021, doi:10.46781/al-mutharahah.v18i2.303.

³ Mohd Rumaizuddin Ghazali, 'Metodologi Dakwah Menurut Abdul Karim Zaidan (1917-2014): Dalam Bukunya Usul Dakwah', *'Ubqari Journal*, 2020, doi:10.33102/abqari.vol23no1.336.

relevan dengan persoalan yang dihadapi sehari-hari oleh generasi milenial. Hal ini dapat disebabkan oleh khutbah Jumat yang dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan dan minat generasi milenial. Selain itu, dakwah di masjid juga dianggap kurang menarik karena cenderung bersifat konvensional, dengan topik yang diangkat dan cara penyampaian yang membosankan serta tidak menyentuh kebutuhan generasi milenial. Saat ini, semakin banyak Muslim milenial yang menyukai kajian agama secara daring karena tema ceramah yang diangkat tidak terlalu berat, mudah dipahami, dan relevan dengan keseharian mereka. Generasi milenial yang akrab dengan teknologi digital telah menjadikan media sosial dan sumber informasi daring sebagai salah satu sarana pembelajaran, termasuk mempelajari Islam melalui sumber digital seperti situs streaming, terutama YouTube.

Untuk mengatasi permasalahan ini, metode dakwah yang efektif di era milenial dan digital perlu diterapkan. Salah satu metode yang efektif adalah mengoptimalkan kerja tim (teamwork), bukan bekerja secara individu (single fighter atau one man show), yang dapat merepotkan dan menyulitkan. Dalam dakwah di era digital, penting untuk mengedepankan kerja tim, baik dalam mencari tema, melakukan riset, maupun memperkaya sumber data. Selain itu, penting untuk menghindari kepentingan sesaat dalam berdakwah.

YouTube memiliki relevansi sebagai media dakwah di era digital karena kemampuannya menjangkau audiens yang luas dari berbagai latar belakang, usia, dan negara, sehingga pesan dakwah dapat menjangkau komunitas global. Format video yang fleksibel dan interaktif memungkinkan penyampaian pesan

secara audio-visual yang menarik, mudah dipahami, dan menciptakan dialog antara pendakwah dan penonton melalui fitur komentar. Selain itu, aksesibilitas YouTube yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja memudahkan penonton untuk mendalami agama sesuai dengan waktu luang mereka. Keberagaman format konten, seperti ceramah, animasi, atau vlog, membuat dakwah menjadi lebih relevan dengan kebutuhan generasi muda⁴.

Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah: 200, artinya sebagai berikut.

فَإِذَا قَضَيْتُمْ مَنَاسِكَكُمْ فَاذْكُرُوا اللَّهَ كَذِكْرِكُمْ آبَاءَكُمْ أَوْ أَشَدَّ ذِكْرًا فَمِنَ النَّاسِ مَن يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا
وَمَا لَهُ فِي آلِ آخِرَةٍ مِنْ خَلْقٍ

Artinya: “Apabila kamu telah menyelesaikan ibadah hajimu, maka berdzikirlah dengan menyebut Allah, sebagaimana kamu menyebut-nyebut (membangga-banggakan) nenek moyangmu, atau (bahkan) berdzikirlah lebih banyak dari itu. Maka diantara manusia ada orang yang berdoa: "Ya Tuhan kami, berilah kami (kebaikan) di dunia", dan tiadalah baginya bahagian (yang menyenangkan) di akhirat” (QS. Al Baqarah, 2:200)

Oki Setiana Dewi, yang juga dikenal sebagai Oki Setiana Dewi, adalah YouTuber populer yang terkenal dengan kontennya yang berwawasan luas dan menggugah pikiran. Saluran YouTube-nya, yang telah memperoleh banyak pengikut, menampilkan beragam topik, mulai dari kisah pribadi hingga konten

⁴ Salma Laila Qodriyah, ‘Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Milenial (Channel Nussa Official)’, *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah (JASIKA)*, 2021, doi:10.18196/jasika.v1i2.14.

edukatif, termasuk analisis ayat-ayat Al-Qur'an dan interpretasinya. Selain itu, Oki Setiana Dewi juga menyampaikan pandangannya tentang pentingnya menjaga keharmonisan kehidupan keluarga, dengan menekankan perlunya pemahaman dan komunikasi yang baik dalam keluarga.

Dalam video terbarunya, Oki Setiana Dewi menceritakan alasannya pindah ke Mesir, yang menarik minat para penggemar dan pengikutnya. Kanal YouTube-nya telah menjadi wadah untuk berbagi pengalaman, wawasan, dan sudut pandang mengenai berbagai aspek kehidupan, menjadikannya sosok yang disegani dan berpengaruh di komunitas daring.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengangkat judul **“Analisis Isi Dakwah pada Akun YouTube Oki Setiana Dewi Official dalam Konten Tentang Beribadah.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan dakwah yang disampaikan melalui konten Youtuber Oki Setiana Dewi Official dalam konten tentang beribadah?
2. Bagaimana pesan dakwah yang dominan dalam konten Youtuber Oki Setiana Dewi Official dalam konten tentang beribadah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pesan dakwah yang disampaikan melalui konten Youtuber

Oki Setiana Dewi Official dalam konten tentang beribadah, dan;

2. Menganalisis pesan dakwah yang dominan dalam konten Youtuber Oki Setiana Dewi Official dalam konten tentang beribadah.

D. Signifikansi Penelitian

1. Signifikansi Teoritis

Melalui hasil penelitian ini, pesan dakwah dapat diakses oleh orang-orang dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis, sehingga memperluas jangkauan dakwah tersebut. Melalui platform digital ini, pesan dakwah dapat diakses oleh orang-orang dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis, sehingga memperluas jangkauan dakwah tersebut.

2. Signifikansi Praktis

Memberikan pandangan baru dan motivasi kepada penonton untuk menghadapi tantangan dalam menjalankan ibadah, terutama saat mengalami masa malas. Dengan menyajikan contoh konkret dan saran praktis, hasil analisis video tersebut dapat memberikan inspirasi dan dukungan bagi mereka yang sedang mengalami kesulitan dalam mempertahankan kualitas ibadah mereka.

E. Definisi Istilah

1. Dakwah merupakan misi penyebaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman. Kegiatan tersebut dilakukan melalui lisan (*bi al-lisan*), tulisan (*bi al-kitabah*), dan perbuatan (*bi al-hal*). Ini artinya dakwah menjadi misi abadi untuk sosialisasi nilai-nilai Islam dan upaya rekonstruksi masyarakat sesuai dengan adagium Islam *rahmatan*

lil'alamin (ISRA) yaitu rahmat bagi alam semesta atau rahmat untuk sejagat. Model masyarakat yang ingin diwujudkan adalah umat terbaik atau istilah Al-Quran *khaira ummah*, dimana aktivitas *amar ma'ruf nahi mu'kar* berjalan dan terjalin secara berkelanjutan. Nabi Muhammad saw telah berhasil membangun umat terbaik pada zamannya sebagaimana pengakuan dari Al-Quran.

2. Pesan dakwah adalah inti dari pesan-pesan ini bertujuan untuk menyebarkan ajaran dan nilai-nilai agama kepada khalayak luas dengan cara yang menarik dan relevan. Pesan dakwah biasanya dirancang untuk menginspirasi, mengedukasi, dan membimbing penonton dalam menjalani kehidupan sehari-hari sesuai dengan prinsip-prinsip agama yang dipegang.
3. Channel Youtube merupakan para kreator konten yang mengelola channel-channel di YouTube seringkali menggunakan berbagai strategi kreatif untuk menyampaikan konten mereka. Mereka memanfaatkan narasi yang kuat, visual yang menarik, animasi, musik, dan efek khusus lainnya untuk menarik perhatian penonton. Channel Youtube dalam penelitian ini adalah Oki Setiana Dewi Official dalam konten tentang beribadah.
4. Analisis isi adalah teknik penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik tertentu dari pesan secara sistematis dan objektif. Analisis isi merupakan model komunikasi stimulus-respons yang berorientasi pada pendekatan behavioris. Metode ini tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan fokus pada pengklasifikasian dan penghitungan elemen-elemen isi teks, seperti kata

atau paragraf, guna menangkap makna yang relevan. Dengan pendekatan deskriptif dan model komunikasi stimulus-respons, analisis ini memungkinkan peneliti memahami struktur dan pola komunikasi dalam suatu teks melalui pengkodean, kategorisasi, dan evaluasi reliabilitas data, serta sering didukung oleh perangkat lunak analisis teks.

F. Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu dibutuhkan oleh peneliti untuk menjadi bahan referensi dan gambaran bagaimana penelitian ini akan berlangsung, juga untuk mencari informasi-informasi tambahan mengenai penelitian yang penulis lakukan sendiri. Penelitian terdahulu juga berguna untuk menguatkan bahwa pembahasan yang penulis teliti sama sekali belum pernah diteliti. Adapun kajian terdahulu yang relevan untuk menjadi dasar atas penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Ricka Handayani, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan dengan penelitian “Youtube sebagai media komunikasi dalam berdakwah di tengah pandemic” ⁵	2020	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada dakwah melalui aplikasi Youtube	Perbedaannya yaitu penelitian Ricka Handayani lebih berfokus pada bagaimana pesan dakwah disampaikan menggunakan akun youtube di kota Padangsidempuan, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada analisis strategi dakwah yang

⁵ Ambang Daulay, ‘Ambang Daulay’, 2020.

				digunakan dalam video tersebut, pesan pesan dakwah yang disampaikan dan bagaimana respon penonton dengan adanya konten tersebut
2	Prihantoro, dkk, dengan judul "Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Pandemi Covid-19." ⁶	2021	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada dakwah melalui aplikasi Youtube	Perbedaannya yaitu penelitian Ricka Handayani lebih berfokus pada bagaimana pesan dakwah disampaikan menggunakan akun youtube di kota Padangsidempuan, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada analisis strategi dakwah yang digunakan dalam video tersebut, pesan pesan dakwah yang disampaikan dan bagaimana respon penonton dengan adanya konten tersebut
3	Cahyono, Guntur, dan Nibros Hassani "Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran" ⁷	2023	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada dakwah melalui aplikasi Youtube	Perbedaannya yaitu penelitian Ricka Handayani lebih berfokus pada bagaimana pesan dakwah disampaikan menggunakan akun youtube di kota Padangsidempuan, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada

⁶ I Makna A'raaf K and others, 'PENGUNAAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA PANDEMI COVID-19', *Aplikasi: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 2021, doi:10.14421/aplikasia.v21i2.2627.

⁷ Guntur Cahyono and Nibros Hassani, 'YOUTUBE SENI KOMUNIKASI DAKWAH DAN MEDIA PEMBELAJARAN', *Al-Hikmah*, 2019, doi:10.24260/al-hikmah.v13i1.1316.

				analisis strategi dakwah yang digunakan dalam video tersebut, pesan pesan dakwah yang disampaikan dan bagaimana respon penonton dengan adanya konten tersebut
4	Azmi Fadhilah Mujahid Muhammad Fauzi Arif “Analisis Isi Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id” ⁸	2023	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada dakwah	Data dalam penelitian ini menggunakan akun media sosial instagram @shiftmedia.id yang merupakan dokumentasi video berjumlah 8 video dari periode waktu antara Maret 2022 Mei 2022. Temuan penelitian ini dapat diketahui bahwa akun Instagram @shiftmedia.id berisi pesan dakwah yang meliputi pesan dakwah aqidah, pesan dakwah syariah dan pesan dakwah moral.
5	Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid” ⁹	2020	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada dakwah	Data dalam penelitian ini menggunakan akun media sosial instagram @shiftmedia.id yang merupakan dokumentasi video berjumlah 8 video dari periode waktu antara Maret 2022 Mei 2022. Temuan penelitian ini dapat diketahui bahwa akun Instagram

⁸ Azmi Fadhilah Mujahid and Muhammad Fauzi Arif, ‘Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id’, *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, pp. 105–10, doi:10.29313/jrcpe.vi.1471.

⁹ Agus Triyono and Nithya Khaira Marhuda, ‘Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid’, *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.1 (2020), pp. 50–67, doi:10.30596/interaksi.v4i1.3944.

				@shiftmedia.id berisi pesan dakwah yang meliputi pesan dakwah aqidah, pesan dakwah syariah dan pesan dakwah moral.
--	--	--	--	--

G. Kerangka Teori

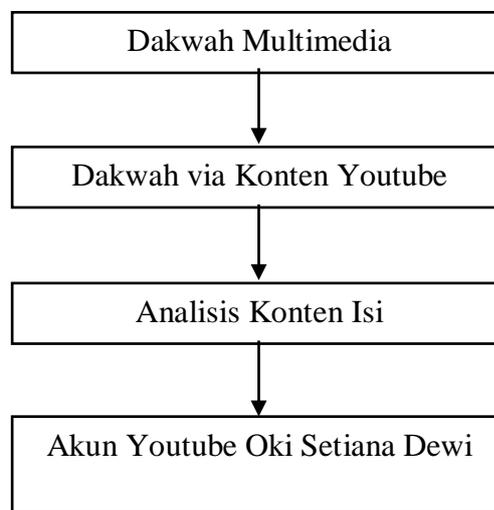
Kerangka teori adalah landasan konseptual yang digunakan untuk memahami, menjelaskan, dan menganalisis permasalahan dalam sebuah penelitian. Di dalamnya terdapat teori-teori yang relevan dengan topik yang diangkat, yang membantu peneliti membangun pemahaman yang mendalam terhadap objek kajian. Fungsi utamanya adalah memberikan arah dan fokus dalam pelaksanaan penelitian, sehingga setiap langkah yang diambil memiliki dasar yang kuat. Kerangka ini biasanya disusun berdasarkan teori-teori yang sudah ada, yang diperoleh dari literatur atau hasil penelitian sebelumnya, dan dipilih karena kesesuaiannya dengan konteks yang sedang diteliti¹⁰.

Melalui kerangka teori, peneliti dapat memperjelas hubungan antara variabel-variabel yang diteliti serta menjabarkan bagaimana teori-teori tersebut dapat digunakan untuk mendukung argumentasi dan temuan penelitian. Selain itu, kerangka ini juga berperan sebagai pijakan untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang lebih tajam. Dengan adanya kerangka teori yang solid, peneliti dapat menghindari kajian yang bersifat spekulatif dan

¹⁰ Sari, et al. *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press, 2022.

memastikan bahwa analisis yang dilakukan tetap berada dalam jalur ilmiah yang sistematis.

Adapun kerangka teori daripada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. 1. Kerangka Pikir Penelitian

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif ini, dimungkinkan untuk memperoleh pemahaman tentang kenyataan melalui

proses berpikir induktif¹¹. Penelitian ini akan menggunakan metode *content analysis*, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis penerapan dakwah. Data yang diperoleh peneliti bersumber dari dokumentasi video *YouTube*. Untuk menganalisis data, peneliti akan mengidentifikasi objek penelitian, memaparkan, serta menafsirkan pesan yang terkandung di dalamnya.

Menurut Holsti, metode analisis isi adalah teknik untuk menarik kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis. Objektif berarti sesuai dengan aturan atau prosedur yang, jika diterapkan oleh peneliti lain, dapat menghasilkan kesimpulan yang serupa. Sistematis berarti penetapan isi atau kategori dilakukan berdasarkan aturan yang diterapkan secara konsisten, termasuk dalam seleksi dan pengkodean data agar terhindar dari bias. Generalis berarti temuan harus memiliki referensi teoritis.

Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat lebih mudah menganalisis tema pesan dakwah yang disampaikan serta gaya bahasa yang digunakan oleh Oki Setiana Dewi. Analisis isi sering digunakan untuk menggambarkan karakteristik suatu pesan.

2. Objek dan Subjek Penelitian

Pada hakikatnya, objek penelitian merupakan variabel dalam penelitian yang juga disebut sebagai sasaran penelitian. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam konten *YouTube* Oki Setiana Dewi pada video berjudul "Saat Malas dalam Beribadah" dengan

¹¹ Sari, et al. *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press, 2022.

durasi 46 menit 17 detik¹², dan subjek pendukung lainnya adalah “Keutamaan Ibadah Sholat”, “Penyebab Kita lalai dalam Menjalankan Ibadah Shalat”, dan “Istiqomah dalam Taat”. Sementara itu, subjek penelitian merupakan batasan penelitian yang ditetapkan oleh peneliti, baik berupa benda maupun individu, tempat variabel penelitian melekat. Subjek penelitian utama dalam penelitian ini adalah akun *YouTube* Oki Setiana Dewi.

YouTube adalah salah satu platform media sosial yang memiliki jangkauan luas dan mampu menyampaikan pesan secara audio-visual. Oki Setiana Dewi, sebagai seorang publik figur dan pendakwah, memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman. Menganalisis kontennya dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana dakwah dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi.

Dikutip dari sebuah artikel, sebagai aktris, penulis, dan pendakwah, Oki Setiana Dewi memiliki pengaruh besar di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Kontennya sering kali mengangkat tema-tema relevan, seperti kehidupan Islami, pendidikan, keluarga, dan pengembangan diri, yang memiliki nilai dakwah tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana metode dakwahnya mampu membangun hubungan emosional dan intelektual dengan audiensnya.

3. Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat

¹² Oki Setiana Dewi Official (2023). SAAT MALAS DALAM BERIBADAH (FUTUR) | Dr. Oki Setiana Dewi, M. Pd. Diakses pada 5 Juni 2024 https://www.youtube.com/results?search_query=saat+malas+dalam+beribadah+oki+setiana+dewi

diperoleh.

1. Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari video atau audio visual yang diposting oleh akun Oki Setiana Dewi di media sosial youtube, dan merupakan data utama yang diharapkan dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan untuk mencari konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini seperti buku-buku, artikel penelitian dan dokumentasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu aktivitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data. Dokumentasi dari asal katanya dokumen, artinya barang-barang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. Mengacu pengertian tersebut maka dalam penelitian ini peneliti akan mencari data dengan cara mengumpulkan video-video konten Oki Setiana Dewi di aplikasi youtube.

Video-video yang dikumpulkan ialah telah dipilih tema-tema yang sesuai dengan penelitian ini. Kemudian data-data tersebut akan dianalisis sehingga terbentuk kumpulan data yang telah dideskripsikan. Metode dokumentasi ini sebagai sumber pendukung dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang diteliti yaitu dengan mendokumentasikan konten yang dimuat dalam *official* akun Oki Setiana Dewi. Selain itu, Peneliti menggunakan studi pustaka dengan mengumpulkan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini berupa buku-buku, majalah, jurnalistik, analisis isi, komunikasi, serta hasil-hasil dari penelitian sebelumnya yang juga menggunakan analisis isi. Penelitian yang peneliti lakukan dengan cara menelaah dan membandingkan sumber kepustakaan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis.

5. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian. Atau definisi lain dari analisis data yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan dalam mengambil kesimpulan. Setelah data berhasil diolah dan dianalisis, maka peneliti perlu menarik kesimpulan sesuai dengan pertanyaan penelitian (rumusan masalah) yang diajukan.

Dalam kesimpulan itu, sudah harus terjawab semua pertanyaan penelitian yang mendorong dilakukannya penelitian. Peneliti akan

menggunakan analisis isi (*content analysis*) untuk memahami materi dakwah pada unggahan video Oki Setiana Dewi dalam Konten Malas Beribadah dalam pendekatan kualitatif. Kerangka metode analisis isi menurut Holsti, dimulai dengan langkah menentukan sampel yang akan diteliti. Langkah berikutnya adalah unit analisis, unit-unit analisis merupakan komponen teks terkecil tempat ditelitinya kejadian dan karakterisasi variabel-variabel (sifat kategori).

Berikutnya adalah kategori dan reliabilitas, inti dari kegiatan analisis isi adalah sistem kategori: setiap unit analisis harus dikodekan atau dengan kata lain, dialokasikan pada satu atau lebih kategori. Kategori adalah definisi operasional atau variabel-variabel. Terdapat dua skema kategori dalam metode analisis isi yaitu: skema induktif, skema yang menggunakan sebagian interpretasi teks sebelumnya. Dan skema deduktif, yang menggunakan teori-teori yang telah mapan sebelumnya. Unit-unit analisisnya diidentifikasi dan dialokasikan ke dalam kategori-kategori. Untuk menguji tingkat kepercayaan kategori-kategori dalam koding maka diperlukan penghitungan reliabilitas. Jenis evaluasi yang dilakukan adalah menghitung jumlah kejadian per kategori dalam hal ini berarti menghitung frekuensi isi. Prosedur analisis isi dilakukan berdasarkan: tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian.

I. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis, yang mana antara bab demi bab saling terkait sehingga merupakan suatu rangkaian yang berkesinambungan. Untuk mengetahui isi dari penulisan skripsi ini, dengan demikian disusunlah sistematis penulisan skripsi yang

terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, pembatasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, Metode Penelitian dan sistematika skripsi.

Bab II Deskripsi umum tokoh yang mencakup profil dan biografi singkat dari tokoh penelitian.

Bab III Kajian dan Pemetaan Pokok Bahasan yang menguraikan tentang tinjauan umum tentang teori penelitian yaitu teori analisis isi (*content analysis*) dan dakwah.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan tentang pesan dakwah yang disampaikan kepada penonton melalui konten Youtuber Oki Setiana Dewi Official Dalam Konten Malas Beribadah, dan; perspektif penonton terhadap pesan dakwah yang disampaikan dalam konten Youtuber Oki Setiana Dewi Official Dalam Konten Malas Beribadah.

Bab V Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran yang diambil berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.