

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini teknologi di dunia sangatlah berkembang dengan cepat, hal ini terlihat jelas dengan semakin mudahnya kita dalam mengakses informasi dan komunikasi. Kemudahan tersebut bisa mengantarkan manusia untuk berinteraksi dan berhubungan dengan baik. Bukan hanya di sekitar saja tetapi kita bisa mendapatkan informasi dari berbagai penjuru dunia. dengan mengakses internet kita bisa mendapatkan sesuai dengan yang kita butuhkan. Di Indonesia lebih dari setengah penduduknya menggunakan internet yaitu 171,17 juta orang di tahun 2018 naik 10,12% dibandingkan dengan tahun sebelumnya menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI) . Dalam perkembangannya remaja dan dewasa menjadi populasi terbanyak sebagai penikmat internet.

Media sosial bukan hanya menjadi alat untuk bersosialisasi tetapi juga untuk berbisnis dan mengekspresikan diri, karena pada hakikatnya manusia saling bergantung dan ingin diakui. Jika kita lihat berdasarkan fungsinya media juga bisa digunakan untuk menyampaikan informasi yang baik dan bermanfaat melalui aplikasi Whtasapp, Facebook, Line, Instagram dan Youtube.

Menurut *We are Social* pada januari 2019 menyebutkan bahwa *Youtube* menjadi media sosial yang paling terkenal dan sering digunakan dengan jumlah presentasi 88 persen, *WhtasAap* menduduki posisi kedua dengan jumlah presentasi 83 persen penggunaan, lalu diikuti *Facebook* dengan jumlah

penggunaan sebanyak 81 persen dan *Instagram* berjumlah 80 persen (Haryanto 2019).

Bisa kita lihat bahwa Youtube sebagai bagian media sosial, yang memiliki daya tarik yang sangat kuat, terutama dengan penggunaannya kita bisa memuat, mengakses, dan menonton video yang kita butuhkan tanpa hambatan, selain itu youtube juga bisa digunakan sebagai media untuk berkreasi dan mengekspresikan diri seperti halnya blog.

Blog digunakan untuk siapa saja yang ingin menuangkan segala ide pikiran, emosi serta kreatifitasnya ke dalam sebuah tulisan, ataupun menjadi tempat diskusi dan mencurahkan hati bagi pengguna internet. Tetapi seiring dengan kemajuan perkembangan jaman dan dengan teknologi yang semakin canggih blog saat ini kurang diminati oleh masyarakat, karena saat ini mayoritas masyarakat lebih tertarik untuk mengakses Youtube. Sejak kehadirannya pada tahun 2005 perkembangan Youtube semakin cepat bahkan bisa menggantikan posisi blog, hanya 3,5 persen kegiatan blogging yang dilakukan dari jumlah masyarakat yang menggunakan internet (Try dan Ruslan 2015). Saat ini banyak pengguna internet menggunakan Youtube, bahkan masyarakat yang menonton televisi pun sudah banyak beralih untuk menonton Youtube.

Kehadiran Vlog atau video blog merupakan daya tarik terbaru bagi pengguna Youtube untuk mengekspresikan diri serta wadah untuk menuangkan segala kreatifitasnya. Saat ini Vlog menjadi media yang banyak digunakan, pada tahun 2014 video yang diunggah ke akun Youtube sebanyak 600 persen (Aqmal dan Hani, 2016).

Youtube menjadi tren kekinian bagi generasi muda di berbagai negara mereka memanfaatkan vlog sebagai tempat untuk berkreasi dan mengekspresikan dirinya, dalam vlog seseorang dapat membentuk dirinya sesuai yang diinginkan. Bukan hanya generasi muda saja bahkan saat ini banyak selebritis yang menggunakan vlog untuk membentuk image mereka diantaranya yaitu Jessica Iskandar, Baim Wong, dan Ruben Onsu, bukan hanya di kalangan selebritis saja bahkan putra Presiden Joko Widodo yaitu Kaesang Pangarep menjadi salah satu vlogger di Indonesia (Niken 2017).

Youtube biasanya mempunyai konten yang beragam dan dan haruslah menarik biasanya tentang *traveling, beauty, game, daily life*, kuliner bahkan kegiatan sosial . Seperti halnya channel *Tasya Farasya* yang memiliki konten *beauty* dalam channel nya, dan juga *GitaSav* yang memiliki channel dengan konten *daily life* , serta ada beberapa yang menggunakan youtube sebagai tempat untuk menungakan opini serta informasi *traveling* dan lainnya . Dalam hal ini peneliti membatasi penelitian pada konten kuliner saja karena banyak digemari oleh penonton. bahkan saat ini konten video kuliner mencapai lebih dari 6 ribu channel menurut Head Of Large Marketing Google Indonesia Muriel Makarim (CNN 2019).

Saat ini mungkin banyak sekali vlogger yang menggunakan konten kuliner mulai dari channel yang membahas tentang resep masakan, mukbang, hingga review makanan dari yang termahal hingga makanan termurah dan konsep traktir makanan yang hanya digunakan untuk hiburan dan menaikkan jumlah subscriber saja .

Bukan hanya sebagai media hiburan saja vlog juga bisa digunakan sebagai media pendidikan , bahkan vlog digunakan sebagai media dakwah. Berdasarkan etimologi atau dalam kata bahasa, dakwah dimaknai dari dasar kata bahasa arab yang bermakna bentuk ajakan, seruan kepada orang lain (Asmuni Syukir 1983). Dakwah tidak hanya bisa dilakukan secara formal saja seperti yang biasa kita lihat di atas mimbar atau ceramah-ceramah agama di dalam masjid, namun setiap manusia atau khalifah di bumi allah memiliki kewajiban dan peran penting untuk menyebarkan agama allah atau berdakwah. Profesor Dr. Muhamad Ali Aziz (2004) juga mengatakan bahwa dakwah adalah harapan hidup bagi islam dan islam bisa hidup dan berkembang karena adanya dakwah. Dalam prinsip dakwah pesan yang diterima ataupun yang diperoleh selalu berkaitan dengan pesan dakwah asalkan dan selama pesan itu masih berkaitan dengan prinsip dalam al-qur'an dan hadist dimana prinsip dakwah ialah bersumber pada dua sumber utama tadi. Tugas dan kewajiban berdakwah ini tertera jelas dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 104:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

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

Artinya :

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung” (Q.S. Ali Imran:10).

Ayat tersebut memerintahkan kepada manusia untuk berbuat kebaikan dengan menyuruh kepada yang ma’ruf (segala hal yang dinilai baik melalui sara

dan akal manusia) dan mencegah dari segala hal yang munkar (segala yang dipandang tidak baik oleh sara dan akal) dengan begitulah setiap manusia yang mengikuti seruan allah melalui ayat ini termasuk orang orang yang beruntung.

Dan adapun dalam perkembangan zaman saat ini dakwah lebih banyak diminati dengan cara yang asik dan menyenangkan seperti video blog yang mana berisi konten-konten dakwah yang sangat berguna dan menarik perhatian masyarakat. Salah satu channel youtube yang memanfaatkan vlog sebagai media dakwah yaitu channel yang bernama *Hobby Makan* , channel ini dibuat oleh pasangan suami istri asal pontianak yaitu Richard Erfany dan Pratiwi Utami.

Tidak selalu berdakwah adalah menyeru secara langsung kepada masyarakat namun dakwah juga bisa secara tidak langsung dapat di lakukan dengan cara penyampaiannya langsung lewat prilaku seseorang lalu disampaikan melalui kalimat. Itulah yang dilakukan oleh pemilik *channel Hobby Makan* Richard Erfany dan Pratiwi Utami. Mereka mengemas bentuk dakwah secara tidak langsung dengan bentuk prilaku yang sangat mencerminkan nilai dakwah yakni bersedekah.

لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّنْ سَعَتِهِ وَمَنْ قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا
سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

Artinya:

” *Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. Dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban*

kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan “ (Q.S. At-Talak: 7) .

Saat ini *channel Hobby Makan* memiliki 2,66 juta subscriber, video pertama kali yang diupload yaitu pada 14 September 2017, awalnya channel ini hanya mengupload resep dan cara memasak saja tetapi pada tahun 2018 channel ini berkembang bukan hanya resep saja yang dibagikan tetapi juga meriview makanan halal pinggir jalan dan menampilkan pembuatan serta penyajian makanan juga mempromosikan pedagang kecil di pontianak dan berbagai wilayah lainnya di Indonesia yang tidak banyak diketahui oleh masyarakat.

Selain menjadi referensi tujuan utama akun *Hobby Makan* ini yaitu untuk mengubah paradigma masyarakat terhadap makanan pinggir jalan yang terkesan kurang bersih dan jorok. Yang kenyataannya makanan tersebut tidak kalah enak dengan yang disediakan oleh restoran ataupun kafe. Bahkan saat ini Erfan menambahkan konsep traktir dan borong dalam video-ya.

Erfan ingin memperlihatkan bagaimana menyebarkan kebaikan serta konsep sedekah melalui video yang di unggah. Konsep traktir dan borong pada setiap pedagang kaki lima yang dia datangi ini sangat banyak meninspirasi masyarakat dengan banyaknya jumlah subscriber pada akun Youtube channel nya saat ini. Erfan juga mengatakan bahwa dengan dia membuat konten youtube seperti ini ia bermaksud agar masyarakat lebih peduli terhadap sekitar, merujukan pada sikap amanah sesama manusia untuk tolong menolong dan terakhir agar dagangan yang ia posting dalam *Channel* nya bisa diketahui banyak masyarakat sehingga penjual bisa viral sehingga bisa lebih banyak yang berinisiatif untuk membeli. Saat ini akun

Hobby Makan telah mengupload lebih dari 952 video promosi, selain Youtube Erfan juga membuat akun instagram yaitu @hobbymakan.id yang mempunyai 228 ribu followers.

Melalui berbagai pertimbangan, penulis melihat banyaknya *Channel* akun Youtube atau sering disebut dengan Vlog banyak menyajikan konten yang sangat menghibur penonton namun sangat jauh dari nilai-nilai pesan dakwah maupun pesan-pesan keislaman. Namun pada *Channel* ini kita akan banyak menemukan bagaimana pesan dakwah yang secara tidak langsung disampaikan oleh pemilik akunnya. Menampilkan latar belakang tempat biasa atau pinggir jalan yang biasa ia datangi untuk memulai konten *Channel* nya yang ia harapkan dapat memberikan pesan hikmah dan nilai positif pada setiap video miliknya.

Dengan ini, peneliti sangat tertarik menganalisis bagaimana pesan dakwah dapat diterima banyak masyarakat luas dengan konsep penyajian pesan yang berbeda dan media yang sangat baru, yaitu melalui Video Blog. Sekaligus mengajarkan kepada masyarakat untuk mengerti sekaligus memahami bagaimana peran media sangat efektif untuk berdakwah dan terakhir penulis juga memberikan pencerahan kepada masyarakat bahwa *Channel Youtube Hobby Makan* adalah *Channel Youtube* yang banyak mengandung pesan dakwah.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pertimbangan dari latar belakang masalah diatas. Adapun permasalahan yang akan diteliti sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pesan dakwah yang terdapat dalam Vlog Hobby Makan?

2. Bagaimana bentuk penyajian pesan dakwah yang terdapat dalam Vlog Hobby Makan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti mengambil rumusan masalah ini yakni:

1. Untuk mengetahui isi pesan dakwah yang terdapat dalam vlog Hobby Makan.
2. Untuk mengetahui bentuk penyajian pesan dakwah dalam vlog Hobby Makan

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Diharapkan dakwah bukan hanya dilakukan dengan cara yang biasa dan lumrah seperti pidato, Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan bahwa media sosial bisa digunakan sebagai metode berdakwah dan dalam penelitian ini peneliti mengharapkan Youtube dapat menjadi salah satu alternatif yang dapat berperan penting dalam dunia dakwah . Selain itu diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi rujukan terhadap mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam di kemudian hari.

2. Kegunaan Praktis

Melalui Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan kepada khalayak supaya bisa menggunakan dan memanfaatkan media sosial dengan bijak. Dan juga memberikan wawasan baru kepada masyarakat bahwa vlog di Youtube bisa digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Computer Mediated Communication*. *Computer Mediated Communication (CMC)* ialah sebuah bentuk komunikasi yang berbeda dari bentuk komunikasi lainnya. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962. Konsep teori ini muncul dari proses inovasi dalam bidang teknologi komunikasi, terutama mengenai komunikasi melalui media baru (Suparno: 2012). Seperti yang dikatakan Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith bahwa CMC merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Bisa dikatakan bahwa teori ini merupakan bentuk dari seorang individu atau kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer atau jaringan komputer. Teori ini menunjukkan bagaimana perilaku manusia dapat dibentuk ataupun dirubah dengan adanya penukaran informasi melalui mesin (Fakhruroji, 2017:52).

Peneliti menggunakan teori ini sebagai teori yang digunakan dalam penelitian karena penelitian pada Channel Youtube Hobby Makan kepada isi dan penyajian pesan dakwah. Konsep penyajian isi pesan sendiri terbagi menjadi tiga bentuk, yaitu: informatif, persuasif dan koersif. Hal ini berkaitan dengan teori *Computer Mediated Communication* yang mempelajari bagaimana perubahan

perilaku manusia dapat dibentuk atau dirubah melalui pesan dalam unggahn Channel Youtube Hobby Makan

2. Kerangka Konseptual

Pesan Dakwah yaitu suatu tindakan untuk menyeru, memotivasi kepada hal yang baik sesuai dengan syariat agama, untuk mencegah dari hal yang buruk, agar mendapatkan ketenangan jiwa Menurut Syaikh Ali Mahfudz (1996:52), selain itu dakwah juga merupakan sesuatu yang berjalan maju dan akan selalu memberikan pengaruh yang lebih baik untuk kedepannya baik itu bagi pelaku dakwah ataupun masyarakat menurut Syamsudin RS (2004:5).

Ada tiga kategori dalam berdakwah diantaranya yaitu *Akidah* yaitu tentang keimanan, *Syariah* mengenai aturan aturan dalam agama dan *Akhlak* yaitu sifat atau perbuatan. Dakwah juga merupakan suatu gerakan untuk mempengaruhi manusia terhadap jalan kebaikan yaitu jalan Allah yang dilakukan secara bersama selain itu dakwah bisa dilakukan oleh pribadi maupun kelompok (Wahyu Illahi 2010:15).

Dakwah juga bisa dilakukan dimana saja baik di mimbar seperti yang biasa kita lihat ataupun mengikuti sesuai dengan perkembangan zaman yaitu dengan media sosial sebagai alat untuk melakukan dakwah, salah satu media sosial yang bisa digunakan untuk berdakwah yaitu Youtube.

Youtube merupakan sebuah situs web atau aplikasi yang bisa dimanfaatkan untuk mengkses video, menonton, hingga berbagi video secara mudah. Biasanya video yang diunggah atau yang banyak di cari di situs ini yaitu music video, Film, serta video yang dibuat sendiri dengan kreatifitasnya oleh

pemilik akun Youtube itu sendiri atau biasa kita sebut dengan video blog(vlog) (Azmil, 2013) dimana saat ini vlog sangat banyak diminati oleh hampir seluruh masyarakat di dunia.

Youtube menjadi media sosial yang sangat berpengaruh dalam menyebarkan dakwah dalam hal ini youtube juga mempunyai pengaruh dalam perubahan sikap penontonnya. menurut Stewart L. Tubbs dan Moos dikutip (Dedy Mulayana 2012:7) Komunikasi merupakan proses penciptaan makna antara 2 orang yaitu komunikator satu dengan komunikan lainnya ,dalam teori ini disebutkan komunikasi terjalin karena adanya stimulus,organisme,dan respon.

Video Blog atau vlog merupakan sebuah hasil atau produk karya ,vlog sendiri juga biasanya menggambarkan bagaimana pengalaman,kisah hidup, dan keseharian seorang yang diunggah di akun Youtube (Kindarto,dkk,2016:184).

Dakwah melalui vlog bisa menjadi metode atau cara yang cukup baik dalam menyebarkan pesan dakwah karena dengan melalui vlog dakwah bisa dikemas sesuai dengan kreatifitas pemilik akun Youtube itu sendiri. Vlog juga biasanya menggunakan berabagai macam tema yang beragam dan menunjukkan kepribadian seseorang youtuber sendiri (Heriwibowo, 2017:86).

3. Hasil Penelitian Sebelumnya

Setelah peneliti mencari dan membaca skripsi-skripsi dan jurnal-jurnal, peneliti telah mengkaji beberapa skripsi dan jurnal yang ada kaitannya dengan judul yang akan dibahas. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang mempunyai kemiripan dengan penelitian terdahulu untuk menghindari

kesamaan, maka penelitian yang menjadi kajian bagi peneliti yaitu sebagai berikut:

- 1) Jurnal yang berjudul "***Media Sosial Sebagai Medium Komunikasi Dakwah***" karya dari Suharto Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palu tahun 2017. Jurnal tersebut membahas tentang perkembangan media sosial dan pemanfaatan media sosial dalam dakwah . Persamaan yang ada dalam penelitian sebelumnya ini yaitu peneliti sama-sama mengkaji tentang dakwah melalui media sosial . Perbedaannya yaitu pada objek yang diteliti jika penelitian sebelumnya meneliti tentang media sosial secara umum sedangkan peneliti memiliki objek yang lebih sempit yaitu *vlog* yang ada di dalam media sosial Youtube.
- 2) Jurnal dengan judul "Penyajian Pesan Dakwah Melalui Media Sosial (Analisis Deskriptif Tentang Bentuk Penyajian Pesan Dakwah Pernikahan di Akun Instagram @nikahbarokah)" skripsi dari Rohmatika Muntaha. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan teori *Computer Mediated Communication*. Hasil dari penelitiannya adalah dari 30 unggahan pada bulan Januari 2018 dari akun instagram @nikahbarokah yang diteliti, terdapat 14 unggahan yang menyajikan pesan informatif, 8 unggahan menyajikan pesan persuasif dan 8 unggahan menyajikan pesan koersif. Yang menjadi kelebihan skripsi ini adalah teori yang digunakannya merupakan teori yang jarang ditemukan di skripsi-skripsi yang lain yaitu teori *Computer Mediated Communication*.

Tetapi, tidak dipaparkan jelas mengenai teorinya itu. Lebih baik jika teorinya dijelaskan secara jelas dan disinkronkan dengan hasil penelitian.

- 3) Jurnal yang berjudul **“Pengaruh Pesan Dakwah Dalam Vlog Ria Ricis”** karya Joserizal Mahatmanto mahasiswa jurusan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN)Walisongo Semarang. Fokus penelitian ini menganalisis pengaruh pesan dakwah pada *channel* Ria Ricis penelitian ini membahas tentang vlog dengan konten *daily life* dan bagaimana seorang Ris Ricis bisa menyebarkan pesan dakwah melalui channel nya tanpa menghilangkan identitasnya sebagai seorang muslim .
Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu pada judul yang digunakan yaitu pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.
- 4) Jurnal yang berjudul **“Nilai Dakwah Pada Program “Halal Travel” Trans 7 (Analisis Tema Authentic Halal Greek Food Yunani)** karya Umrotul Fadilah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo (UIN) Semarang. Penelitian ini membahas tentang nilai dakwah yang terkandung dalam sebuah program tv dan membahas tentang konsep makanan halal yang ada di negara Yunani. Persamaan penelitian yaitu terletak pada objek tentang nilai dakwah atau pesan dakwah dan tema yang diambil yaitu tentang makanan ,sementara perbedaannya yaitu pada objek penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu program tv dalam stasiun televisi sementara peneliti mengambil vlog dalam channel Youtube.

- 5) Jurnal yang berjudul **“Analisis Isi Tentang Sedekah dalam Twitter Ustadz Yusuf Mansur”** karya dari Dicky Rinaldy mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Uinversita Negeri Islam Syarif Hidayatuloh . Fokus penelitian ini menganalisis tentang bagaimana pesan sedekah yang disampaikan oleh ustadz yusuf mansur terhadap followersnya dan kategori sedekah apa saja yang ada dalam akun twitter tersebut. Persamaan dengan jurnal sebelumnya yaitu penelitian yang membahas tentang sedekah Dan perbedaannya yaitu pada objek media yang di teliti yaitu Twitter sedangkan peneliti menggunakan vlog yang ada di media sosial Youtube .
- 6) Jurnal yang berjudul **“Model Penyajian Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram (Analisis isi pesan dakwah pada desain grafis di akun official Kartun Muslimah)”** dari Isabellita . Skripsi ini ditekankan kepada model penyajian pesan. Kesimpulan skripsi ini yaitu gambar yang ada pada akun instagram @kartun.muslimah mengandung unsur desain grafis. Memiliki prinsip komunikasi visual diantaranya keseimbangan dan kesatuan. Yang dapat mendukung dakwah *bil qalam* dalam terjadinya proses penyajian pesan dakwah dalam desain grafis. Pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam akun @kartun.muslimah adalah pesan yang mengandung pesan akidah, ibadah, dan pesan akhlak. Inovasi dakwah pada akun @kartun.muslimah yang dilakukan oleh para desainer dalam berdakwah membuat dakwah di media sosial instagram ini menjadi populer karena

terdapat unsur baru dan daya tarik jika penyajian pesan dakwah *bil qalam* ini disampaikan melalui gambar desain grafis.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Channel YouTube Hobby Makan ,Channel ini sangat mudah ditemukan sehingga mudah dalam pengumpulannya.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi deskriptif. Tujuan digunakannya metode ini karena analisis isi bisa memaparkan secara jelas objek yang diteliti yaitu tentang pesan dakwah dalam vlog Hobby Makan.

3. Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah jenis data berupa kualitatif dimana dalam video ini terdapat pemaparan serta gambar yang ada dalam vlog Hobby Makan, baik dalam tindakan ataupun penyampaiannya yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan cara menelaah terhadap video blog yang terdapat dalam channel Hobby Makan yang membahas tentang isi pesan dakwah dan pe pesan dakwah

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari *channel* Youtube Hobby Makan. Secara keseluruhan

berjumlah 726 video dari September 2017 – Oktober 2019, yang diteliti menjadi sumber data primer sejumlah 10 video tentang pesan dakwah.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini akan didasarkan pada berbagai literatur seperti buku dan media sosial lain yang menunjang dan berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu :

1) Observasi

Dalam sebuah penelitian, diperlukan sebuah fakta atau kenyataan hidup sebagai suatu alat dan cara yang baik sehingga mendapatkan data yang valid, reliable, dan akurat (Suyanto, 2005: 83). Observasi ini akan dilakukan langsung dengan mengamati dan menonton setiap *vlog* Hobby Makan sejumlah 10 video.

2) Studi Dokumentasi

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik studi dokumentasi yaitu salah satu metode kualitatif dengan cara menganalisis dan melihat dokumen mengenai isi serta arti dalam video yang sudah ada dan dibagikan di media sosial (Herdiansyah:2010:118) Studi Dokumentasi ini bisa digunakan untuk mendapatkan informasi dan dapat membantu dalam analisis data

3) Analisis Data

Dalam penelitian cara untuk menemukan jawaban atas pertanyaan dalam rumusan masalah yang sudah disusun. Analisis data juga dilakukan untuk menemukan arti dari data yang sudah diketahui lalu diolah menjadi informasi dan menjadi sebuah pemahaman yang dapat diterima oleh akal secara menyeluruh. Untuk itu karena menggunakan metode kualitatif selaras dengan masalah penelitian ini yaitu tentang proses penyampaian dakwah dalam *vlog* Hobby Makan maka prosedur yang akan digunakan untuk melakukan analisis data adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data sesuai dengan apa yang dibutuhkan.
2. Membuat klasifikasi dan menganalisis data sesuai dengan jenis dan masalah yang akan dijelaskan dalam penelitian.
3. Langkah selanjutnya yaitu membuat kesimpulan sementara.
4. Melakukan verifikasi lalu dilakukan analisis.
5. Langkah terakhir menarik kesimpulan dari hasil penelitian