



**DETERMINISME TEKNOLOGI
PENGUNAAN CHANNEL YOUTUBE
DOMPET DHUAFA TV SEBAGAI
MEDIA DAKWAH**



**DOMPET
DHUAFA**

AYU DIAH WIDIANA

NIM 3421148

2025

**DETERMINISME TEKNOLOGI PENGGUNAAN
CHANNEL YOUTUBE DOMPET DHUAFA TV
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

AYU DIAH WIDIANA

NIM 3421148

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**DETERMINISME TEKNOLOGI PENGGUNAAN
CHANNEL YOUTUBE DOMPET DHUAFA TV
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

AYU DIAH WIDIANA

NIM 3421148

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AYU DIAH WIDIANA
NIM : 3421148
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“DETERMINISME TEKNOLOGI PENGGUNAAN CHANNEL YOUTUBE DOMPET DHUFA TV SEBAGAI MEDIA DAKWAH”** ini adalah benar hasil karya peneliti berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini, telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka peneliti bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 20 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



AYU DIAH WIDIANA

NIM. 3421148

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Rikzam Kamal, M. Kom.

Bligo RT 08 RW 08 Kecamatan Buaran, Kabupaten
Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ayu Diah Widiana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya,
maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Ayu Diah Widiana

NIM : 3421148

Judul : **DETERMINISME TEKNOLOGI
PENGUNAAN CHANNEL YOUTUBE
DOMPET DHUFA TV SEBAGAI MEDIA
DAKWAH**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut
dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan
sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan
terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 16 Oktober 2025

Pembimbing,



Muhammad Rikzam Kamal, M. Kom.
NIP. 198812312019031011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajan Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi sebagai berikut:

Nama : **AYU DIAH WIDIANA**
NIM : **3421148**
Judul Skripsi : **DETERMINISME TEKNOLOGI PENGGUNAAN CHANNEL YOUTUBE DIMPET DIHUAFA TV SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

Agar telah diujikan pada Hari Rabu, 29 Oktober 2025 dan dinyatakan ULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I


Misbakhudin, Lc., M.Ag
NIP. 19790402 200604 1 003

Penguji II


Qomariyah, M.S.I
NIP. 198407232019032003

Pekalongan, 12 November 2025

Disahkan Oleh
Dekan



Dr. Tri Astuti Haryati, M.Ag
NIP. 19741118 200003 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Żal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ش	Syīn	sy	-
ص	Ṣād	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	d	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā	t	t (dengan titik di bawahnya)
ظ	Zā	z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	Fā	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
ه	Hā	h	-
ء	Hamzah	,	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal
ي	Yā	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliya'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*



LEMBAR PERSEMBAHAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil' alamin, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan kepada saya dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini, menjadi langkah awal untuk masa depan yang lebih baik bagi saya dalam meraih segala impian dan harapan. Saya persembahkan cinta dan kasih sayang ini, kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, rezeki, kesehatan, kesempatan, kesabaran, kemudahan dan semua yang telah diberikan untuk saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dan meraih impian saya sebagai seorang Sarjana.
2. Kedua orang tua saya, yang telah membawa saya sampai titik ini, memberi kesempatan fasilitas meraih pendidikan yang tinggi, sabar menghadapi dan mendidik saya serta doa yang selalu dipanjatkan untuk keberhasilan dan kelancaran anaknya dalam menyelesaikan pendidikan meraih gelar sarjana.
3. Bapak tercinta, cinta pertama anak perempuannya, terima kasih Bapak Heryanto, engkau sosok pemimpin dalam keluarga yang selalu semangat dan bekerja keras untuk menafkahi keluarganya, memberikan dukungan baik mental maupun finansial, dan doa yang tiada henti dipanjatkan untuk anak-anaknya.
4. Ibu tersayang, terima kasih Ibu Siti Milowati, yang selalu mendoakan kesuksesan anak-anaknya, selalu memberi restu dan dukungannya dari awal masuk kuliah sampai pengerjaan skripsi ini, alhamdulillah berkat doanya dan

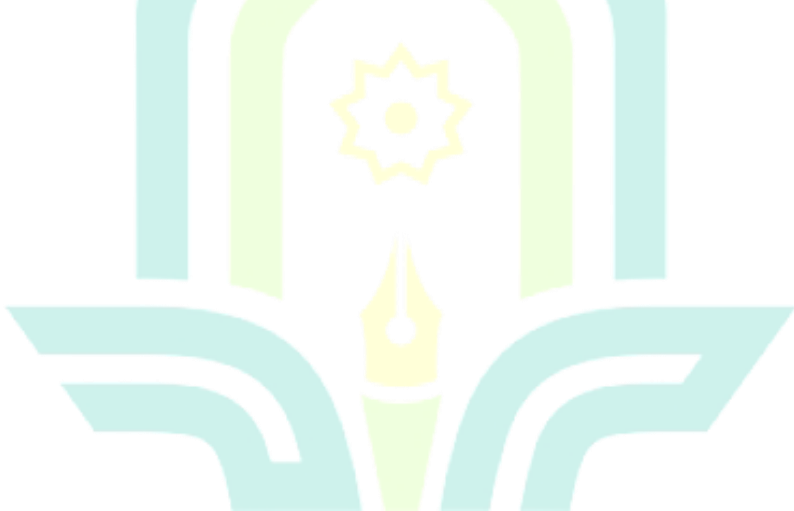
ridho-nya, rintangan yang saya lewati dapat dilancarkan oleh sang Pencipta, Allah SWT.

5. Kakak saya, terima kasih mas Putro Woro Utomo atas segala dukungan dalam setiap langkah yang saya lakukan.
6. Diri sendiri, Ayu Diah Widiyana, terima kasih kamu hebat, kamu kuat, kamu bisa melewatinya karena kamu mampu berjuang melawan putus asa, melewati ujian, dan melewati kekecewaan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan sehingga kamu bisa menyelesaikan tanggung jawab yang telah kamu dipilih.
7. Lembaga Filantropi Dompot Dhuafa dan seluruh Narasumber penelitian ini, terima kasih atas kepercayaan, izin, dan bantuannya selama proses pengambilan data.
8. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ibu Mukoyimah, M.Sos atas bimbingan dan arahnya semasa perkuliahan.
9. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom yang telah sabar membimbing, mengoreksi, dan memberi nasehat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Dr. M. Achwan Baharuddin, M.Hum atas bimbingan dan arahnya semasa kuliah hingga terselesainya skripsi ini.
11. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan.
12. Teman-teman KPI angkatan 2021, yang telah menemani masa perkuliahan hingga membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat tercinta, terima kasih Muflikhatun Nissa, yang selalu menemani *healing*, melepas penatnya menulis

skripsi, sabar mendengarkan keluh kesah, memotivasi, serta membantu segala kesusahan saya selama masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

14. Nama yang selalu saya adukan pada Sang pencipta, terima kasih karena kehadiranmu membuat hari saya berwarna, mengajari saya arti cinta rindu dan rasa kagum, kaulah alasan saya untuk tetap sabar dan tersenyum, dan kaulah salah satu alasan saya untuk tetap semangat dan berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, dalam membantu, mendukung, dan mendoakan saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



MOTTO

“Pepatah Jepang mengatakan “Nanakorobi Yaoki” dengan arti jatuh tujuh kali bangkit delapan kali, mengajarkan saya, bahwa sebanyak apa pun kegagalan cobalah untuk bangkit lagi, semangat lagi, dan berusaha lagi. Siapa tahu percobaan kali ini akan lebih baik dari sebelumnya.”

(Ayu Diah Widiana)

“Jadilah generasi yang peka terhadap kemajuan teknologi agar ketika teknologi baru sudah tercipta kita mampu memanfaatkannya untuk menebar kebaikan dan nilai-nilai Islam sesuai dengan perkembangan zaman.”

(Ayu Diah Widiana)

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

-Q.S Ar-Rad ayat 11

ABSTRAK

Widiana, Ayu Diah. 2025. Determinisme Teknologi Penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV Sebagai Media Dakwah. Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Muhammad Rikzam Kamal, M. Kom.

Kata Kunci : Determinisme Teknologi, Marshal McLuhan, Youtube DDTV, Media Dakwah, Dompot Dhuafa.

Perkembangan teknologi telah mengubah dan mempengaruhi cara hidup masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk media untuk berdakwah. Di Indonesia sendiri, meskipun penggunaan internet meningkat, kesenjangan digital masih tetap terjadi. Perubahan seperti ini menciptakan fenomena digitalisasi pada media dakwah, di mana lembaga seperti Dompot Dhuafa mulai memanfaatkan Youtube sebagai media penyebaran dakwah. Teknologi tidak lagi dianggap sebagai ancaman, tetapi digunakan untuk memperluas jangkauan dakwah era digital.

Rumusan masalah pada penelitian ini membahas mengenai bagaimana determinisme teknologi penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui determinisme teknologi penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta termasuk dalam jenis penelitian netnografi. Subjek penelitian ini adalah manager creative content Dompot Dhuafa, tim Youtube DDTV, Pendakwah DDTV, dan Penonton konten dakwah di DDTV. Teknik pengambilan data secara teknik *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan melalui observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan memadatkan data, menampilkan data, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa Youtube DDTV memiliki peran penting dalam mengubah komunikasi dakwah

digital. Pertama, Youtube menjadi sarana untuk mendorong *Call to Action* melakukan berdonasi, berwakaf, dan berzakat secara *online*. Kedua, DDTV membentuk persepsi pengalaman masyarakat mengenai dakwah yang lebih kreatif, menarik, serta relevan dengan masa sekarang melalui konten-konten *short video*, *Artificial Intelligent*, podcast. Ketiga, Youtube DDTV menjadi media dakwah yang dapat menghubungkan secara global. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Youtube DDTV bukan hanya berperan sebagai media penyampai pesan, tetapi berperan juga sebagai media penggerak, meskipun bukan satu-satunya dalam menentukan tindakan manusia. Penentu tindakan manusia dilihat dari Da'i yang menyampaikan dan isi konten yang disajikan. Youtube DDTV membentuk persepsi dan pengalaman masyarakat mengenai nilai sosial dan keagamaan dengan dakwah yang santai, edukatif, menarik, dan sesuai dengan masa kini. DDTV mencerminkan konsep *global village* atau menghapus batasan geografis dalam dakwah.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “Determinisme Teknologi Penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV Sebagai Media Dakwah”. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., semoga kita senantiasa mendapatkan syafaat di hari akhir kelak. Aamiin..

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan dan dukungan yang penulis terima dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., yang telah memimpin dan mengelola penyelenggaraan pendidikan sebagaimana mestinya.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag., Beserta staf dekan, yang telah mengkoordinir penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat di fakultas.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Mukoyimah, M.Sos serta Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dimas Prasetya, M.A yang selalu memfasilitasi, ikhlas, memberikan contoh yang baik dan tidak lebih pernah lelah memotivasi.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom yang telah berkenan meluangkan waktunya dan

arahan untuk memberikan bimbingan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.

5. Dosen Pembimbing Akademik Dr. M. Achwan Baharuddin, M.Hum yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama masa studi.
6. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dalam kegiatan belajar di bangku perkuliahan.
7. Seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan dukungan fasilitas dan pelayanan dengan baik kepada mahasiswa.
8. Seluruh petugas perpustakaan yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi saya.
9. Bapak, Ibu, dan segenap keluarga yang selalu mendo'akan, mendukung, dan memberikan semangat tanpa henti.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
MOTTO.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Landasan Teori	7
F. Metodologi Penelitian	24
G. Sistematika Penulisan.....	31
BAB II LANDASAN TEORI.....	33
A. Teori Utama.....	33
B. Teori Pendukung	35
1. Teori Kegunaan dan Gratifikasi.....	35
2. Pengertian Dakwah.....	37

3. Media Dakwah	42
4. Youtube.....	44
5. Channel Youtube Dompot Dhuafa TV	46
BAB III GAMBARAN UMUM DDTV DAN HASIL PENELITIAN	47
A. Gambaran Umum	47
1. Profil Youtube Dompot Dhuafa TV.....	47
2. Visi, Misi, dan Program Konten	49
3. Struktur Organisasi	52
4. Fitur Youtube DDTV	53
5. Daftar Program Konten Dakwah	58
B. Setiap tindakan manusia di tengah masyarakat ditentukan oleh media	58
C. Media mengorganisasi dan menentukan persepsi-persepsi pengalaman manusia	95
D. Media menghubungkan Dunia	115
BAB IV ANALISIS DETERMINISME TEKNOLOGI PENGGUNAAN YOUTUBE DOMPOT DHUAFA TV SEBAGAI MEDIA DAKWAH	140
A. Analisis setiap tindakan manusia di tengah masyarakat ditentukan oleh media	140
B. Analisis media mengorganisasi dan menentukan persepsi pengalaman manusia	143
C. Analisis media menghubungkan dunia.....	146
BAB V PENUTUP	150
A. Kesimpulan.....	150
B. Saran.....	151
DAFTAR PUSTAKA	152

LAMPIRAN 160



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 3.1 Logo Dompot Dhuafa	47
Gambar 3.2 Youtube Dompot Dhuafa TV	48
Gambar 3.3 Contoh Konten Video Youtube DDTV	53
Gambar 3.4 Contoh Short Video DDTV	55
Gambar 3.5 Contoh Live Streaming DDTV	56
Gambar 3.6 Link Landing Pages Donasi	74



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Wawancara Manager Creative Content DD	59
Tabel 3.2 Daftar Wawancara Tim Youtube DDTV	66
Tabel 3.3 Daftar Wawancara Pendakwah DDTV	75
Tabel 3.4 Daftar Wawancara Penonton Konten Dakwah DDTV	80
Tabel 3.5 Daftar Wawancara Manager Creative Conten DD	96
Tabel 3.6 Daftar Wawancara Tim Youtube DDTV	98
Tabel 3.7 Daftar Wawancara Pendakwah DDTV	103
Tabel 3.8 Daftar Wawancara Penonton Konten Dakwah DDTV	108
Tabel 3.9 Daftar Wawancara Manager Creative Content DD	116
Tabel 3.10 Daftar Wawancara Tim Youtube DDTV	119
Tabel 3.11 Daftar Wawancara Pendakwah DDTV	123
Tabel 3.12 Daftar Wawancara Penonton Konten Dakwah DDTV.....	132

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi merupakan suatu keadaan yang tak dapat dihindarkan dalam kehidupan manusia, karena kemajuan dari teknologi akan terus berkembang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan.¹ Setiap inovasi teknologi yang diciptakan bertujuan untuk memberikan manfaat, kemudahan, dan cara-cara baru dalam kehidupan manusia. Kehidupan manusia yang semula dengan kesederhanaan kini bisa dikatakan sangat modern dengan adanya teknologi. Misalnya, manusia akan menggunakan teknologi Handphone sebagai alat komunikasi yang tak memiliki batasan ruang dan waktu sehingga mereka dapat berkomunikasi dengan siapa saja, di mana saja, dan kapan saja.

Perkembangan teknologi sekarang sudah memasuki era disrupsi. Era di mana terjadinya perubahan secara besar-besaran akibat dari adanya inovasi.² Era disrupsi semakin maju dan mempengaruhi berbagai sektor kehidupan. Dalam perkembangan komunikasi dan informasi sendiri telah membawa perubahan yang memungkinkan adanya interaksi tanpa keterbatasan jarak dan dapat menjangkau masyarakat di belahan dunia. Hal ini memberikan dampak positif bagi proses penyebaran

¹ David Balya, "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Dan Budaya," *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 1, no. 3 (2023): 274–301.

² Erick Saragih et al., "Era Disrupsi Digital Pada Perkembangan Teknologi Di Indonesia," *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* 2, no. 4 (2023): 141–49, <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i4.1152>.

informasi yang lebih singkat, pekerjaan menjadi lebih mudah, dan dapat berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda tempat dalam satu waktu. Namun, disisi lain kehadiran teknologi komunikasi dan informasi juga membawa keresahan di masyarakat. Mereka menganggap bahwa adanya teknologi bisa menyebabkan kehilangan pekerjaan, ketergantungan, permasalahan privasi, dampak lingkungan, dan kesenjangan digital.³ Teknologi dianggap menjadi salah satu sebab hilangnya pekerjaan dan membawa rasa ketergantungan pada manusia dalam mengerjakan sesuatu secara instan. Peluang penyalahgunaan data pribadi juga bisa menjadi ancaman bagi manusia. Teknologi juga dapat membawa kesenjangan digital bagi mereka yang bisa mengakses teknologi dan mereka yang tidak bisa memiliki akses teknologi.

Di Indonesia sendiri, masyarakat menerima akan kehadiran teknologi dan tingginya penggunaan internet menjadi acuan dalam cerminan iklim keterbukaan informasi. Menurut data pendataan BPS hasil Survei Susenas tahun 2021 sekitar 62,10 % dan tahun 2022 sekitar 66,48 % penduduk Indonesia sudah mengakses internet.⁴ Akan tetapi keterampilan TIK (teknologi informasi dan komunikasi) di wilayah Indonesia masih belum bisa dikatakan merata pada tahun 2021. Menurut

³ Teknik Informatika, “Inovasi Teknologi Yang Mengubah Cara Kita Hidup,” accessed August 3, 2025, <https://tis1.itbi.ac.id/inovasi-teknologi-yang-mengubah-cara-kita-hidup/#:~:text=INOVASI TEKNOLOGI YANG MENGUBAH CARA KITA HIDUP,Privasi dan Keamanan Dampak Lingkungan Kesenjangan Digital.>

⁴ BPS, “Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022,” Badan Pusat Statistik, accessed August 3, 2025, <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>.

BPS, penguasaan TIK pada rentan umur 15-19 tahun masih memiliki kesenjangan antara masyarakat perkotaan dengan masyarakat pedesaan. Masyarakat perkotaan memiliki persentase lebih tinggi dibanding dengan pedesaan.⁵

Teknologi di daerah perkotaan lebih mengarah pada konsep *smart city* untuk meningkatkan konektivitas, efisiensi, serta kualitas hidup masyarakat.⁶ Sedangkan penggunaan teknologi di pedesaan, khususnya di desa-desa terpencil penggunaan internet hanya untuk mendukung pemerintahan desa dan masyarakat dalam pengembangan wilayah di bidang pendidikan, teknologi, dan pertanian.⁷ Masyarakat di kota dituntut menggunakan teknologi agar memudahkan dalam beraktivitas. Mulai dari bangun tidur buka handphone sebagai alat komunikasi dan informasi, teknologi mobil sebagai alat transportasi, sistem transfer untuk transaksi keuangan, dan penggunaan media digital lainnya. Akan tetapi masyarakat pedesaan, utamanya petani-petani atau pekerja buruh tidak begitu membutuhkan teknologi

⁵ Databoks, “Pengetahuan Teknologi Informasi Dan Komputer Di Desa Dan Kota Masih Timpang,” accessed August 3, 2025, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f3a33d30dc70d59/pengetahuan-teknologi-informasi-dan-komputer-di-desa-dan-kota-masih-timpang>.

⁶ UNESA, “Smart City Adalah Kunci Transformasi Digital Untuk Pembangunan Kota Di ASEAN,” accessed August 3, 2025, <https://si.ft.unesa.ac.id/post/smart-city-adalah-kunci-transformasi-digital-untuk-pembangunan-kota-di-asean#:~:text=Smart City adalah konsep kota yang menggunakan,berbagai tantangan perkotaan akibat urbanisasi yang pesat>.

⁷ Kantor Pemerintah Desa Sindangheula, “Pengembangan Teknologi Pada Masyarakat Desa,” accessed August 3, 2025, <https://sindangheula-pabuaran.desa.id/2023/07/07/pengembangan-teknologi-pada-masyarakat-desa/>.

komunikasi karena pekerjaan mereka cenderung dekat dan mudah diakses.

Terlepas dari pro dan kontra di atas terkait adanya teknologi, perkembangan teknologi tetaplah mengubah cara kita berkomunikasi, belajar, dan bekerja.⁸ Perkembangan teknologi tetaplah ada dan perubahan manusia setelah adanya teknologi juga pasti ada. Ada yang terus mengikuti perkembangan teknologi karena tuntutan sosial, atau bahkan tidak menggunakannya karena dianggap tidak begitu penting penggunaannya. Fenomena inilah yang bisa disebut sebagai determinisme teknologi.

Determinisme teknologi merupakan suatu teori yang menganggap bahwa teknologi merupakan roda penggerak perubahan masyarakat secara langsung atau tidak langsung.⁹ Fenomena determinisme teknologi juga merambah ke dunia dakwah Indonesia yang lebih populer dengan sebutan digitalisasi dakwah. Di mana teknologi informasi dan komunikasi juga dimanfaatkan untuk kepentingan berdakwah. Akibatnya kemajuan teknologi media baru juga dimanfaatkan untuk berdakwah. Media sosial seperti Youtube, Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi salah satu media yang dimanfaatkan untuk kegiatan dakwah individual maupun kelembagaan.

Di era teknologi yang serba digital, berdakwah tidak lagi dilakukan ditempat-tempat seperti lapangan, Masjid, dan pengajian. Dakwah sekarang juga mulai

⁸ Nirwan Wahyudi AR, Nurhidayat M. Said, and Haidir Fitra Siagian, "Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal," *Al-Mutsala* 5, no. 2 (2023): 322–44, <https://doi.org/10.46870/jstain.v5i2.637>.

⁹ Teguh Dwi Putranto, "Instagram Panahan Korea Selatan Pada Olimpiade Tokyo 2020 Dalam Perspektif Determinisme Teknologi," *SCRIPTURA* 11, no. 2 (2021): 68, <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.11.2.65-73>.

menggunakan Youtube sebagai media dakwah.¹⁰ Misalnya dai seperti Ustadz Abdul Somad, Ustadz Hanan Attaki, dan Ustadz Adi Hidayat sudah menggunakan Youtube sebagai media dakwahnya dengan strategi dan penyajian yang berbeda-beda. Tak hanya dai, Youtube juga digunakan sebagai media dakwah lembaga atau organisasi seperti Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, LAZISNU, dan BAZNAS. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan masih ada dakwah konvensional di tengah-tengah kemajuan teknologi. Contohnya, dakwah Kyai di Kampung, Majelis Taklim Tradisional, *Jam'iyah Sholawat*, dan ibu-ibu pengajian.

Dompot Dhuafa merupakan salah satu lembaga filantropi Islam yang bergerak pada pemberdayaan umat¹¹ dan juga lembaga yang berdakwah lewat Youtube. Dompot Dhuafa menggunakan teknologi untuk menuangkan inovasi-inovasi baru terlepas dari keresahan masyarakat pada umumnya. Dompot Dhuafa tetap menggunakan teknologi internet utamanya pada platform Youtube sebagai media berdakwah. Bahkan Dompot Dhuafa juga menggunakan teknologi AI sebagai bagian dari kegiatan dakwahnya dibanding dengan Rumah Zakat yang hanya memanfaatkan AI sebagai asisten virtual saja.¹² Dompot Dhuafa tidak menganggap kehadiran

¹⁰ I Makna A'raaf K et al., "Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 21, no. 2 (2021): 173–80, <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v21i2.2627>.

¹¹ Dompot Dhuafa, "Tentang Kami," accessed August 3, 2025, <https://www.dompetdhuafa.org/#:~:text=Dompot Dhuafa adalah lembaga filantropi dan kemanusiaan,Pendidikan%2C Ekonomi%2C Sosial%2C serta Dakwah dan Budaya.>

¹² Rumah Zakat, "Layanan Asisten Virtual (AI Agent) Rumah Zakat Kini Hadir 24 Jam," accessed August 4, 2025, <https://www.rumahzakat.org/kini-hadir-24-jam/>.

teknologi sebagai sebuah ancaman melainkan sebagai alat untuk memudahkan pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya teknologi dapat mengubah masyarakat, baik itu budaya maupun cara berpikir manusia untuk melakukan sesuatu.

Dengan demikian, penting dilakukan penelitian ini guna mengetahui bagaimana determinisme teknologi Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana pemanfaatan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah, serta mengkaji bagaimana teknologi mengubah sikap, perilaku, dan tindakan manusia untuk beralih ke teknologi saat ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran data latar belakang, maka bisa disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah bagaimana determinisme teknologi penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian mengenai determinisme teknologi penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai Media Dakwah adalah mengetahui determinisme teknologi penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai fenomena determinisme teknologi yang terjadi pada media dakwah saat ini.
- b. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai pemanfaatan platform Youtube sebagai media dakwah.

- c. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai perubahan sikap, perilaku, dan tindakan masyarakat akibat adanya teknologi.
 - d. Penelitian ini bisa dipakai untuk referensi pengetahuan dan pijakan peneliti lain khususnya dalam bidang media dakwah dan teori determinisme teknologi Marshall McLuhan.
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengalaman dalam membuat karya tulis ilmiah utamanya pada kajian fenomena determinisme teknologi pada media dakwah saat ini.
 - b. Bagi Mahasiswa, kegiatan penelitian ini diharapkan bisa menjadi gambaran pembelajaran mengenai teori determinisme teknologi pada media dakwah di Youtube.
 - c. Bagi Universitas, penelitian ini bermanfaat untuk bahan pertimbangan pengetahuan mengenai teori determinisme teknologi pada media dakwah yang terjadi sekarang terlebih pada platform Youtube.
 - d. Bagi Masyarakat, manfaat penelitian ini bisa menambah ilmu pengetahuan dan menginspirasi para da'i yang hendak berdakwah sesuai dengan perkembangan media saat ini.

E. Landasan Teori

1. Teori Utama

Teori utama dalam penelitian ini menggunakan teori determinisme teknologi Marshall McLuhan. Asal kata determinisme dari bahasa Latin "*determinare*" diartikan secara sederhana dengan

menetapkan batas atau menentukan.¹³ Jika dikaitkan dengan keberadaan manusia serta diartikan secara luas bahwa ada faktor lain yang membatasi mereka menentukan keadaan perilaku dan hidup manusia.¹⁴ Determinisme dijabarkan sebagai faktor penentu dari adanya peristiwa. Selain itu, segala yang terjadi juga sesuai dengan sebab dan akibat suatu peristiwa. Sedangkan determinisme yang dikaitkan dengan teknologi, juga bisa diartikan bahwa teknologi dapat menjadi penentu kejadian yang dialami manusia.

Pengetahuan determinisme teknologi dikenalkan oleh Thorntein Veblen yang mengatakan teknologi itu tidak terpengaruh hal lain. Perkembangan teknologi berpengaruh kuat dalam kehidupan masyarakat yang menyebabkan manusia terpengaruh atau justru beradaptasi dengan teknologinya.¹⁵ Contoh: awalnya manusia menciptakan teknologi dan sekarang manusia yang bergantung pada teknologi. Setiap hal maupun kebutuhan manusia selalu melibatkan teknologi. Handphone, media sosial, platform belanja *online*, dan lainnya banyak dipakai manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Fenomena lain juga bisa dilihat dari perkembangan media era tulis hingga digital.

Sedangkan teori determinisme teknologi yang dijelaskan oleh ilmuwan komunikasi asal Kanada yakni

¹³ Sunarto AS, *Seni Memahami Retorika Dakwah Dan Komunikasi Publik* (Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta: Madani Kreatif Publisher, 2025).

¹⁴ Andrian Haro, Syaktiansyahputra, and Herlinah, *Buku Ajar Komunikasi Digital* (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

¹⁵ Sandra Olifia, Nur Ambulani, and Diah Tri Andini, *Seni Komunikasi* (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

Marshall McLuhan dalam *Gutenberg Galaxy : The Making of Typographic Man* pada tahun 1962. Ia mengungkapkan bahwa determinisme teknologi mengubah macam cara berkomunikasi manusia yang dipengaruhi oleh keberadaan teknologinya.¹⁶ Teknologi akan mengubah bagaimana cara manusia berpikir, berperilaku sosial, dan akan mengarahkan manusia untuk terus bergerak seiring dengan perkembangan teknologi. Hal tersebut bisa dilihat dari kebiasaan manusia yang selalu berubah sesuai dengan fase teknologi yang sedang berkembang. Pada fase cetak manusia menggandakan dokumen dengan mesin cetak, tapi pada era internet sekali klik saja bisa tersebar dengan luas.

Teori ini juga menyoroti bagaimana teknologi membentuk kecenderungan tertentu pada manusia. Kehidupan manusia saat ini ditentukan oleh teknologi. Bahkan sebagian besar kegiatan manusia setiap harinya memiliki ketergantungan dengan teknologi.¹⁷ Dari mulai berkomunikasi, mencuci, berkendara, keuangan, belanja, sampai dakwah pun tak luput dari teknologi. Dakwah saat ini banyak dilakukan lewat media *online* dengan berbagai bentuk visual dan kreativitas penyajian dari pembuatnya. Dakwah seperti ini menjadi bukti bahwa determinisme teknologi juga membawa perubahan pada tindakan dakwah.

McLuhan meyakini jika teknologi akan membawa pengaruh dalam perubahan budaya dan

¹⁶ Haro, Syaktiansyahputra, and Herlinah, *Buku Ajar Komunikasi Digital*.

¹⁷ Yasir, *Memahami Teori Komunikasi Sudut Pandang Tradisi Dan Konteks* (Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta: Deepublish Digital, 2024).

meringankan kerja manusia.¹⁸ Misalnya saja mesin panen padi, budaya panen raya dengan banyak orang dan memakan waktu lama, kini mulai digantikan dengan mesin yang membutuhkan waktu yang singkat dan mudah. Cara berkomunikasi manusia juga semakin berkembang dengan adanya internet yang membantu mengakses platform media sosial dengan mudah. Menciptakan jalinan komunikasi yang semakin luas dan serba cepat.

Agar dapat memahami bagaimana cara kerja teori ini, teori determinisme teknologi memiliki asumsi dan klaim yang mempengaruhinya. Teori ini mengklaim bahwa media menghancurkan ruang dan waktu, media adalah pesannya, untuk menciptakan media baru artinya media lama harus dihapus, media apa pun yang dominan akan membentuk seperti apa masyarakatnya, dorongan efisiensi dan kecepatan. Sedangkan Asumsi-asumsi dari teori tersebut adalah:

- a. Setiap tindakan manusia di tengah masyarakat ditentukan oleh media.
 - b. Media mengorganisasi dan menentukan persepsi pengalaman manusia.
 - c. Media menghubungkan dunia.¹⁹
2. Teori Pendukung
- a. Teori Kegunaan dan Gratifikasi

Teori Kegunaan dan Gratifikasi dicetuskan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya berjudul *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on*

¹⁸ Lela Nurlela, Rudy Dwi Laksono, dan Loso Judijanto, Pengantar Komunikasi (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

¹⁹ Ferdinandus Jehalut, "Kerangka Konseptual Teori Determinisme Teknologi," *Itbk* 1, no. 1 (2023): 37–47.

Gratificatin Research. Teori ini menekankan pada pengguna media yang memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media.²⁰ Pengguna berupaya menentukan media terbaik mana yang bisa memenuhi kebutuhannya. Sehingga pengguna memiliki hak dalam pengambilan keputusan dalam memilih media yang dikonsumsi. Teori ini dapat menjadi landasan pendukung dalam penelitian yang akan dilakukan dengan menguji perubahan perilaku, sikap, dan tindakan apa saja yang dilakukan penonton konten akan pemenuhannya memilih kajian dakwah DDTV.

Teori penggunaan dan kepuasan atau dalam bahasa Inggris *uses and gratification theory* memiliki gagasan bahwa individu menyebabkan audiensi mencari, memberi tanggapan atas isi media yang berbeda-beda sesuai dengan faktor psikologis dan sosial audiens.²¹ Audiens dinilai mengetahui pemahaman atas kebutuhan mereka dalam menentukan media mana yang akan dikonsumsi. Audiens juga dipandang memiliki partisipasi aktif dalam mendorong kebutuhan konsumsi media akan tetapi keaktifan setiap individu berbeda-beda. Teori ini cocok digunakan sebagai teori pendukung pada penelitian ini dikarenakan teorinya dapat menjelaskan bagaimana suatu media membawa

²⁰ Sulistyorini, Johan Andriesgo, dan Warda Indadihayati, *Supervisi Pendidikan* (Riau: CV. DOTPLUS Publisher, 2021).

²¹ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Ed Revisi* (Jakarta: Prenada Media, 2021).

perubahan kepada audiens untuk memenuhi kepuasan audiens.

Teori kegunaan dan gratifikasi memberikan sebuah pemahaman kapan serta bagaimana media menjadi lebih atau bahkan kurang aktif, dan keterlibatan yang membentuk media itu meningkat atau turun. Hal ini di dukung oleh asumsi yang dikemukakan Katz, Blumler, dan Gurevitch, sebagai berikut:

- 1) Khalayak aktif dan pengguna media berorientasi pada tujuan.
- 2) Inisiatif pemenuhan kepuasan kebutuhan media terdapat pada khalayak.
- 3) Media berkompetisi dengan sumber lain untuk memenuhi kepuasan kebutuhan.
- 4) Orang memiliki kesadaran, minat, dan motif tertentu dalam menggunakan media.
- 5) Penilaian isi media hanya bisa dinilai oleh khalayak.²²

b. Dakwah

Secara ilmiah, asal kata Dakwah dari beberapa kata seperti *da'a*, *yad'u*, dan *da'watan* yang mengacu pada arti mengundang, memanggil, mengajak, dan berdoa. Sedangkan dalam proses komunikasi Islam. Dakwah secara terminologi Islam berkaitan dengan istilah *tabligh*, yakni proses komunikasi dalam penyampaian ajaran agama.²³ Maka, dakwah diartikan sebagai proses kegiatan yang menyeru

²² Richard West dan Lynn H. Turner, Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008).

²³ Umi Zanariyah, *Strategi Komunikasi Dakwah* (Kota Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2023).

manusia untuk ikut ke jalan yang Allah Swt. ridhoi. Upaya seruannya dapat dilakukan dengan cara penyampaian pesan, transformasi pesan, atau memberi contoh teladan. Dakwah juga memiliki fungsi persuasi atau ajakan untuk meyakinkan objek untuk mengikuti pandangan yang ada. Dakwah juga diartikan sebagai usaha untuk mempengaruhi cara berpikir, bertindak, serta berperilaku suatu individu atau kelompok.

Dakwah juga diartikan oleh M. Quraish Shihab sebagai seruan menuju keinsafan atau mengubah tindakan individu maupun masyarakat menjadi lebih baik. Selaras dengan pengertian yang dikemukakan M. Quraish Shihab, Syekh Muhammad Al-Rawi juga mengartikan dakwah sebagai pedoman hidup bagi manusia termasuk hak dan ketetapan di dalamnya.²⁴ Dakwah diwajibkan bagi setiap muslim dalam upaya penyebaran ajaran agama Islam. Dalam ayat-ayat Al-Quran juga telah disampaikan perintah kewajiban untuk berdakwah. Perintah tersebut tertulis dalam Al-Quran melalui surah *Ali Imran*:104, *an-Nahl*:125, dan surah *al-Maaidah*: 78-79.²⁵

QS. Ali 'Imran: Ayat 104

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

²⁴ Suhardi Diri, *Ilmu Dakwah* (Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2023).

²⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Cetakan ke (Jakarta: Penerbit Kencana, 2017).

Artinya : “*Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.*”

Menurut M. Quraish Shihab, ayat tersebut menjelaskan bahwasanya kewajiban dalam berdakwah ada perdebatan yakni ada yang berpendapat sebagian umat dan ada juga yang berpendapat seluruh umat. Beliau menjelaskan kata *Minkum* ada ulama yang memahami dengan perintah berdakwah tidak semua orang dapat berdakwah. Namun, ada juga yang mengartikannya dalam dua makna. Makna pertama, menjelaskan bahwa perintah kepada seluruh umat untuk membentuk kelompok yang bertugas mengajak kepada hal-hal yang *ma'ruf* dan melarang berbuat *munkar*. Sedangkan makna kedua, di dalam umat terdapat satu kelompok yang ditugaskan untuk melakukan perbuatan *ma'ruf* dan menolak segala perbuatan *munkar*.²⁶

Terdapat lima unsur dakwah yang dapat menjadi pertimbangan dalam proses pelaksanaan dakwah yakni da'i (pendakwah), mad'u (*audiens*), materi, alat (media), dan cara (metode).²⁷ Pertama, pelaku dakwah atau da'i yakni orang yang melakukan penyebaran agama

²⁶ Siti Chodijah, Usep Dedi Rostandi, and Solihin, “Penafsiran ‘Amr Dan Nahyi Dalam Surat ‘Ali Imran Ayat 104,” *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati*, 2020.

²⁷ Aswar Tahir, Hafied Cangara, and Arianto Arianto, “Komunikasi Dakwah Da'i Dalam Pembinaan Komunitas Mualaf Di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 155, <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6105>.

dengan tulisan, lisan, hingga perbuatan. Kedua, penerima dakwah atau mad'u merupakan orang yang menerima pesan-pesan dakwah dari seorang da'i. Ketiga, materi dakwah yakni isi pesan atau informasi dakwah yang diutarakan oleh da'i dan diterima oleh *audiens* atau mad'u. Keempat, media dakwah ialah sarana atau alat yang dipakai dalam proses penyampaian materi dakwah kepada *audiens* (mad'u). Kelima, metode dakwah diartikan sebagai cara seorang da'i dalam proses penyampaian materi dakwah kepada pendengar atau mad'u.

c. Media Dakwah

Media dakwah atau alat dakwah merupakan sarana yang dipakai dalam penyampaian pesan ajaran Islam untuk orang lain dengan tujuan mengajak pada keimanan, kebaikan, serta ketaatan.²⁸ Media dakwah memiliki peranan yang amat penting dalam menyebarkan penyampaian pesan agama ke penjuru dunia. Tak hanya itu, media dakwah juga menjadi suatu wadah sekaligus alat dalam proses berdakwah. Media dakwah juga selalu mengalami perubahan dan berkembang dari masa ke masa. Di era tradisional, media dakwah bisa menggunakan pengeras suara untuk kegiatan pengajian di Masjid. Sementara di era komunikasi digital atau internet, media sosial banyak digunakan sebagai alat dakwah yang cepat dan mudah diakses masyarakat.

²⁸ Badrah Uyuni, *Media Dakwah Di Era Digital* (Jakarta Utara: Penerbit Assofa, 2023).

Media dalam dakwah juga memiliki beberapa fungsi sebagai media pembelajaran, media informasi, interaksi sosial, komunikasi interaktif, ruang publik, mengembangkan kreativitas, inovasi dakwah, dan meningkatkan motivasi mad'u.²⁹ Media dakwah sebagai media informasi berfungsi memudahkan akses penyebaran informasi seputar agama Islam yang lebih luas dan cepat. Fungsi media sebagai inovasi dakwah yakni dapat melahirkan hal-hal baru yang lebih menarik dan disukai. Oleh sebab itu, penelitian ini akan berfokus pada media Youtube Dompot Dhuafa TV untuk mengetahui fungsi apa saja yang sudah digunakan dalam media dakwah tersebut.

d. Youtube

Youtube merupakan situs portal video *online* yang berdiri sejak 23 April 2005 dan mulai bergabung dengan Google pada 9 Oktober 2006.³⁰ Youtube menyediakan fitur berbagi video yang dapat dilihat oleh siapa pun, di mana pun, serta kapan pun. Youtube dapat diakses dan ditonton oleh siapa saja tanpa mendaftarkan akun. Penonton cukup *men-download* aplikasi Youtube di *PlayStore* atau *Appstore*. Terdapat berbagai macam video dalam Youtube seperti tutorial memakai kerudung, video pembelajaran,

²⁹ Mislam, "Peran Media Dan Da'i Dalam Menyiarkan Agama Islam," 2020, <https://birokesra.babelprov.go.id/content/peran-media-dan-dai-dalam-menyiarkan-agama-islam#:~:text=Media baru memiliki peran sebagai,mengakses informasi seputar agama islam.>

³⁰ Harun Alrasyid, "Manajemen Produksi Program Humanitalk Podcast Pada Channel YouTube Dompot Dhuafa TV" (UIN Syarif Hidayatullah, 2023).

berita, musik, kajian islami dan lain-lain. Tak hanya itu Youtube juga memiliki peran sebagai jalan distribusi untuk berbagai kalangan dalam pembuatan konten, pengiklanan, dan ajang berbagi informasi serta menginspirasi pengguna internet. Youtube memiliki fungsi sebagai media informasi berbagi video secara luas dan cepat tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Youtube dilengkapi dengan fitur *short*, *podcast*, *live streaming*, serta *video sharing* yang dapat digunakan sebagai penunjang fungsinya.

e. Channel Youtube Dompot Dhuafa TV

Channel Youtube merupakan halaman profil akun yang dimiliki individu, kelompok, organisasi, atau lembaga. Dalam hal ini Channel Youtube Dompot Dhuafa TV atau yang biasa kita kenal dengan DDTV merupakan akun Youtube milik sebuah Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa. Akun Youtube tersebut telah bergabung sejak 24 Juli 2013 dan sekarang sudah memiliki kurang lebih 832 ribu *subscriber*. Channel Youtube ini telah memanfaatkan beberapa fitur yang dimiliki oleh Youtube seperti Video, *Shorts*, *Streaming*, dan *Podcast* untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas kepada masyarakat. Channel Youtube ini biasanya menyebarkan konten dakwah, konten sosial, dan konten yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat lainnya.

f. Penelitian Relevan

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan beberapa rujukan yang relevan dari penelitian sebelumnya terkait permasalahan

yang sama seperti hasil penelitian skripsi dan jurnal.

Skripsi tahun 2021 yang ditulis oleh Jamalul Basor. Skripsi ini membahas mengenai teori determinisme yang terjadi pada Organisasi IMM Ahmad Dahlan di Purwokerto yang menggunakan media Instagram untuk berdakwah.³¹ Jamalul Basor menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitiannya menyatakan bahwa Instagram digunakan Organisasi IMM Purwokerto sebagai media berdakwah dan media bisa memberikan pengaruh dalam melakukan tindakan. Kesamaan penelitian ini, sama-sama menggunakan teori determinisme teknologi media dakwah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sementara dalam penelitian ini akan membahas determinisme teknologi yang terjadi pada Youtube DDTV dengan penelitian etnografi yang didukung oleh teori kegunaan dan gratifikasi.

Skripsi dari Muh. Mahmud Idrus pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi TikTok di kalangan remaja dan implementasinya dalam memproduksi pesan remaja yang ada di Kota Pare-pare.³² Metode penelitiannya dengan metode kualitatif deskriptif. Teorinya menggunakan teori *new media* (media baru),

³¹ Jamalul Basor, "Determinisme Teknologi: Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan Purwokerto" (IAIN Purwokerto, 2021).

³² M Idrus, "Implementasi Aplikasi Tiktok Dalam Desain Pesan Kreatif Remaja Di Kota Parepare" (IAIN Parepare, 2022).

teori komunikasi verbal dan nonverbal, dan teori determinisme teknologi. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa penggunaan aplikasi TikTok oleh remaja merupakan dari pemikiran remaja sendiri. Sementara, penelitian ini ingin meneliti terkait pemikiran yang kemudian dituangkan dalam bentuk *action*. Maka, penelitian ini berinovasi untuk mengungkap determinisme teknologi pada media dakwah utamanya pada Youtube DDTV. Untuk mendukung hal itu, penelitian ini memakai penelitian netnografi (penelitian budaya lewat media digital). Teori dipakai ada dua yaitu teori determinisme teknologi dan teori kegunaan dan gratifikasi.

Skripsi yang ditulis oleh Febriana tahun 2024 yang membahas mengenai pemanfaatan Youtube untuk media berdakwah Ustadz Adi Hidayat dengan kemasan lebih menarik serta membahas respons *followers* terhadap konten dakwah di Akun Youtube tersebut.³³ Jenis penelitiannya termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif. Teorinya memakai teori *uses and gratification* dan teori media sosial milik Kaplan dan Haenlein. Hasil penelitiannya menunjukkan akun Adi Hidayat Official berhasil memanfaatkan Youtube secara efektif sebagai media dakwah dengan interaksi yang aktif serta jangkauan *audiens* yang lebih luas. Sementara penelitian yang akan dilaksanakan, lebih pada pemanfaatan Youtube dari sisi determinisme

³³ Febriana, "YouTube Sebagai Media Dakwah Pada Akun Adi Hidayat Official" (IAIN Parepare, 2024).

teknologi dan perubahan yang terjadi pada media maupun audiennya. Untuk itu, penelitian ini menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi untuk mendukung teori utama.

Artikel Jurnal yang ditulis oleh M. Alfaynanur Rifqi tahun 2024, berfokus pada fenomena para dai yang berdakwah melalui Youtube melalui video konten khususnya pemanfaatan pada Channel Youtube Anza Channel.³⁴ Penelitian tersebut menggunakan metode pustaka. Teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi dan dokumentasi. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa pemanfaatan Youtube dapat menjadi jembatan para dai untuk berdakwah dan memuat konten dakwah yang menarik. Persamaan penelitian ini, sama-sama melaksanakan penelitian di Youtube. Sementara penelitian yang akan dilakukan lebih pada kajian etnografi dengan menganalisis perubahan pada saja yang terjadi dalam dakwah di era digital.

Jurnal Penelitian yang ditulis oleh Noviani, Ratih, dan Yusuf pada tahun 2024 mengenai perkembangan kemajuan teknologi yang mendatangkan media yang baru di kalangan masyarakat sehingga menghasilkan perbedaan pada budaya dan komunikasi sebelumnya.³⁵

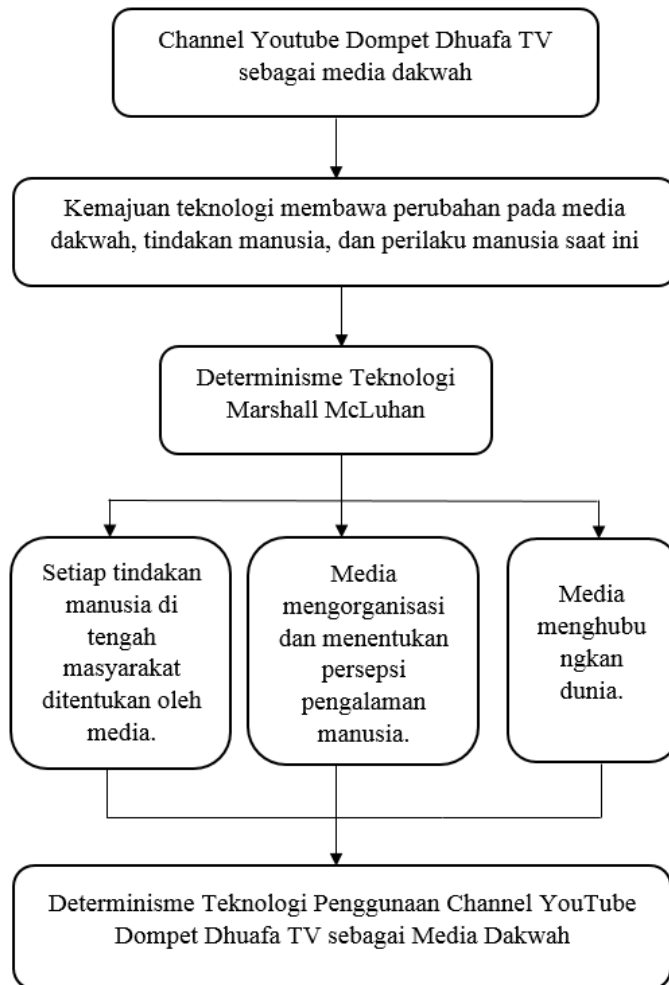
³⁴ M Alfaynanur Rifqi, "Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun YouTube Anza Channel K . H Anwar Zahid)," *BUSYRO (Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 5, no. 2 (2024): 71–79, <https://doi.org/10.55352/kpi.v5i2.1196>.

³⁵ Noviani Arum Sari Nur Hidayat, Ratih Novi Septian, dan Yusuf Tri Herlambang, "Sosial Media Dalam Masyarakat Sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi," *UPGRADE : Jurnal Pendidikan Teknologi*

Metode penelitiannya menggunakan pendekatan *literatur review*. Penelitian ini menghasilkan bahwa determinisme teknologi pada media sosial memberikan pengaruh dalam perkembangan budaya, komunikasi, serta interaksi sosial di masyarakat. Sementara penelitian ini ingin mengkaji media yang lebih spesifik lagi yakni pada media Youtube untuk mengetahui bagaimana pengelolaannya hingga dapat memberikan perubahan pada sikap, tindakan, dan perilaku manusia.

g. Kerangka Berpikir

Dalam proses penelitian berjudul “Determinisme Teknologi Penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai Media Dakwah Dompot Dhuafa”, akan mengacu pada rancangan skema kerangka berpikir pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Gambar 1.1 merupakan gambar kerangka berpikir yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Gambar tersebut dimulai dari objek penelitian berupa Channel Youtube DDTV yang dimanfaatkan untuk media penyebaran informasi, edukasi, sampai media untuk berdakwah. Channel ini merupakan platform Youtube yang dimiliki dan dikelola oleh

Lembaga Dompot Dhuafa. Channel Youtube DDTV digunakan sebagai acuan objek dalam penelitian sebab, Channel ini relevan dengan permasalahan perkembangan teknologi masa kini yang dapat mengubah tindakan manusia, seperti perubahan dalam media dakwah, perilaku sosial, budaya, dan keagamaan masyarakat.

Penelitian ini memakai metode kualitatif yang berfokus pada pemahaman deskriptif dengan fokus penelitian pada Channel Youtube DDTV. Jenis penelitiannya menggunakan penelitian netnografi. Sumber data yang diambil secara primer dari pimpinan Dompot Dhuafa, tim Youtube DDTV, Ustadz yang terlibat dalam konten dakwah Dompot Dhuafa, dan penonton konten dakwah Dompot Dhuafa, serta secara sekunder dari referensi jurnal, skripsi, internet, maupun buku. Dalam pemilihan sumber data penelitian ini memakai sampel sumber data *purposive sampling* (pertimbangan tertentu).

Sedangkan untuk teknik pengambilan data penelitiannya melalui observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dan pendokumentasian. Sementara teknik analisis datanya yakni memadatkan data, menampilkan data, dan kesimpulan. Teori utama dalam penelitian ini menggunakan teori utama, teori determinisme teknologi yang dicetuskan Marshall McLuhan untuk menjawab permasalahan yang ada, yakni bagaimana suatu teknologi dapat mengubah tindakan manusia. Dalam penyelesaian masalah ini, teori tersebut menggunakan tiga asumsi atau pendapat yang mengatakan bahwa setiap

tindakan manusia di tengah ditentukan oleh media, media mengorganisasi dan menentukan persepsi pengalaman manusia, dan media menghubungkan dunia. Sementara untuk teori pendukung memakai teori kegunaan dan gratifikasi untuk menjawab apa saja perubahan yang terjadi baik itu pada tim medianya, pendakwah, dan penonton konten.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui determinisme teknologi apa saja dalam penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah serta mengetahui perubahan apa saja yang ada dalam tindakan manusia karena teknologi khususnya dalam kegiatan berdakwah.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis, Pendekatan, dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam penelitian netnografi. Di mana jenis penelitian ini berasal dari 2 gabungan kata yakni internet dan etnografi. Netnografi diciptakan oleh Kozinets yang mengartikan bahwa netnografi merujuk pada pendekatan etnografi yang mempelajari komunitas virtual atau *online*. Fokus penelitiannya untuk memahami interaksi satu sama lain di ruang siber.³⁶ Penelitian ini mengacu pada pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemaknaan atau pemahaman yang bersifat deskriptif bukan angka. Metode penelitiannya dengan penelitian kualitatif deskriptif.

³⁶ Alysa Adinni, *Studi Netnografi Konten Channel Youtube Femail Daily Network Sebagai Media Informasi Kecantikan, Skripsi*, 2023.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian berkaitan dengan Dompot Dhuafa itu sendiri seperti Pimpinan Dompot Dhuafa, Tim Youtube Dompot Dhuafa, pendakwah Youtube DDTV, serta pemirsa atau penonton konten dakwah dari Youtube DDTV. Sedangkan objek penelitian ini lebih pada pemanfaatan Channel Youtube DDTV sebagai media dakwah dalam perspektif determinisme teknologi.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer secara Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai data yang didapat peneliti langsung dari objek penelitiannya.³⁷ Data primer (pertama) penelitian ini diambil dari tim pengelola media digital Dompot Dhuafa, Ustadz yang terlibat dalam konten dakwah Dompot Dhuafa, serta para penonton yang aktif menonton konten dakwah Dompot Dhuafa untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Youtube DDTV sebagai media dakwah. Selain itu, data primer juga dapat diambil melalui interaksi pengguna di kolom komentar, *like*, maupun *share*.

b. Data Sekunder

Data sekunder atau data kedua diperoleh melalui beberapa referensi seperti dari Jurnal Ilmiah, Buku, Skripsi terdahulu, internet, dan Artikel mengenai determinisme teknologi, media dakwah digital serta studi kasus lain tentang media dakwah.

³⁷ “KBBI VI Daring,” n.d.

4. Sampel Sumber Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel data secara *purposive sampling* (mempertimbangkan). *Purposive sampling* berarti teknik pengambilan *sampling* data dengan melakukan pertimbangan tertentu.³⁸ Hal yang perlu dipertimbangkan misalnya seseorang yang dianggap tahu atau paham mengenai apa yang sedang kita dibutuhkan. Selain itu, pertimbangan seperti keterlibatan pada kegiatan yang sedang diteliti dan data informasi sebelumnya juga dibutuhkan dalam penentuan pengambilan sampel data. Dalam penelitian kualitatif sampel data yang digunakan tidak didasari pada hitungan statistik, akan tetapi dipilih untuk memperoleh informasi yang maksimal. Pada penelitian ini akan mengambil sampel data berupa dari tim media yang mengelola Youtube DDTV, Ustadz yang terlibat dalam konten dakwahnya, dan penonton konten dakwah Youtube DDTV.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi Non-partisipatif

Observasi non-partisipatif ialah teknik pengambilan data dengan posisi peneliti yang bertindak sebagai pengamat pasif atau tidak terlibat dalam situasi yang diamati.³⁹ Observasi non-partisipatif penelitian ini dapat dilakukan dengan tiga tahapan. Tahap pertama, pemilihan

³⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: ALFABETA, cv, 2016).

³⁹ Yusuf Tojiri, Hari Setia Putra, dan Nur Faliza, *Dasar Metodologi Penelitian Teori, Desain, Dan Analisis Data* (Kota Padang: Takaza Innovatix Labs, 2023).

mengenai fenomena permasalahan bagaimana determinisme teknologi penggunaan Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai media dakwah. Tahap ini mengamati Youtube DDTV terkait konten dakwah, durasi video, tema, respons penonton yang dilihat dari jumlah *like* dan penonton, visual, gaya penyampaian, bahasa, dan siapa saja pendakwah yang terlibat dalam konten dakwahnya.

Tahap kedua, pencatatan dengan menggunakan beberapa instrumen sistem tanda, sistem kategori, dan *dairy keeping*.⁴⁰ Pada sistem tanda dilakukan penandaan pada konten-konten dakwah dengan durasi 0 – 10 menit serta melihat banyaknya respons penonton dalam kolom komentar maupun jumlah penonton. Sistem kategori bisa dilakukan dengan mengelompokkan tema konten dakwahnya, durasi, tema bahasan, serta respons dari penonton. Setelah diberi tanda-tanda yang sesuai dengan penelitian, selanjutnya melakukan *dairy keeping* atau pencatatan secara rutin untuk melengkapi catatan observasi dalam buku harian riset. Tahap ketiga, pengkodean yakni tahap melakukan pencatatan yang lebih sederhana agar mudah dibaca.

b. Wawancara Mendalam

Setelah melakukan beberapa pengamatan pada tahap observasi selanjutnya akan dilakukan

⁴⁰ M. Burhan Bungin dan Rachma Ida, Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020).

tahap wawancara mendalam. Tahap ini dibutuhkan untuk melengkapi dan memperkuat data observasi non-partisipatif. Selain itu, tahap wawancara juga dibutuhkan untuk menjawab apakah ada kesesuaian antara kenyataan di lapangan dengan asumsi determinisme teknologi. Penelitian ini akan melakukan wawancara kepada Pimpinan Dompot Dhuafa, Tim Youtube DDTV, pendakwah yang terlibat dalam konten dakwah Youtube DDTV, dan penonton konten dakwah Youtube DDTV.

Wawancara dengan Pimpinan Dompot Dhuafa dilakukan untuk mengetahui teknologi apa saja yang digunakan oleh Dompot Dhuafa. Bagaimana peran teknologi saat ini dalam perkembangan Dompot Dhuafa. Lalu, bagaimana Dompot Dhuafa melihat peluang untuk menggunakan teknologi baru sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, untuk mengetahui bagaimana Dompot Dhuafa memilih Youtube sebagai media dakwah saat ini.

Wawancara dengan Tim Youtube DDTV dilakukan untuk mengetahui mengapa Dompot Dhuafa menggunakan Youtube sebagai media dakwah, bagaimana pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah, selain berdakwah fungsi media Youtube digunakan untuk apa saja, bagaimana proses pembuatan konten mulai dari penentuan tema sampai *publish*, bagaimana Youtube DDTV dalam media dakwah sekarang, dan bagaimana media tersebut mengembangkan Youtube DDTV.

Wawancara dengan pendakwah yang terlibat dalam konten dakwah DDTV digunakan untuk mengetahui pendapatnya mengenai media dakwah lewat Youtube, mengapa bisa ikut bergabung untuk berdakwah di DDTV, apakah berdakwah lewat media Youtube dapat berdampak pada perilaku penonton konten, apa bedanya berdakwah lewat media *online* dengan dakwah *offline*, dan apakah ada kesulitan dalam berdakwah dengan media Youtube.

Wawancara dengan penonton konten dakwah untuk mengetahui kapan dari mana dan sudah berapa lama mengikuti Youtube DDTV, konten apa saja yang dilihat, apakah Youtube DDTV memudahkan mereka dalam memahami kajian dakwah, apakah mereka tertarik dengan konten dakwahnya, jika tertarik bagaimana dampak yang sudah dirasakan setelah menonton konten-konten dakwah tersebut.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui pendokumentasian ini dapat berupa gambar yang di dapat pada saat penelitian berlangsung. Pada penelitian ini nantinya akan melakukan dokumentasi pada temuan tahap observasi dan dokumentasi yang didapat dari hasil wawancara kepada Pimpinan Dompot Dhuafa, Tim Youtube DDTV, pendakwah yang terlibat, dan penonton konten dakwah tersebut.

6. Metode Analisis Data

Tahap analisis data kualitatif dalam penelitian ini berdasarkan 3 rangkaian tahap analisis dari Miles

& Huberman yakni memadatkan data, menampilkan data, dan menarik kesimpulan.⁴¹

a. Memadatkan data

Tahap pertama, akan dilakukan proses pemilihan, pemusatan perhatian, meringkas, menyederhanakan, serta transformasi data mentah. Di mana pada tahap ini akan menganalisis data ringkasan hasil observasi dan data wawancara yang telah dilakukan.

b. Menampilkan data

Selanjutnya pada tahap dua, akan menampilkan data yang sudah melalui tahapan reduksi data. Data yang ditampilkan berasal dari hasil analisis observasi dan data wawancara. Dalam hal ini dapat berupa tabel, gambar, narasi secara deskriptif, cuplikan wawancara, maupun *screenshot* konten dakwah di Youtube DDTV sebagai ilustrasi untuk membantu proses penarikan kesimpulan.

c. Menarik kesimpulan

Tahap ketiga atau terakhir, akan dilakukan proses penyimpulan hasil penelitian yang didukung dengan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Pada tahap ini akan dilakukan analisis antara data yang didapatkan ketika observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dikaitkan dengan beberapa teori utama dan pendukung penelitian. Tahap ini juga menentukan apakah fenomena yang terjadi memiliki keterkaitan dengan teori tersebut.

⁴¹ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Penerbit PT KANISIUS, 2021).

Maka, nantinya dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah.

G. Sistematika Penulisan

Dalam proses penelitian yang berjudul “Determinisme Teknologi Penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai Media Dakwah” penelitian ini akan menyajikan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I Pendahuluan, berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bab ini akan menjelaskan alasan pengambilan judul penelitian tersebut. Bab ini juga akan menyajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Bab II Landasan Teori, menjabarkan teori yang digunakan dan dibutuhkan dalam proses pelaksanaan penelitian. Dalam bab ini berisikan Teori Determinisme Teknologi, Teori Kegunaan dan Gratifikasi, Pengertian Dakwah, Media Dakwah, dan Youtube.

Bab III Gambaran Umum dan Hasil Penelitian yang menjelaskan mengenai gambaran umum mengenai Youtube DDTV dan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Sedangkan penyajian hasil penelitian berisikan data-data mentah yang diperoleh dalam proses pengumpulan data.

Bab IV Analisis Penelitian akan menerangkan secara menyeluruh mengenai analisis hasil penelitian yang mana berisikan tentang analisis Determinisme Teknologi Penggunaan Channel Youtube Dompot Dhuafa TV sebagai Media Dakwah.

Bab V adalah bab penutup. Bab V, berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang diisikan pada bab

ini bukanlah rangkuman, melainkan hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan. Sedangkan, saran dalam bab ini digunakan untuk memberi saran kepada pembaca.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian dan analisis data yang telah dilakukan serta dikaitkan dengan teori determinisme teknologi milik Marshall McLuhan, memuat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik. Pertama, Youtube DDTV bukan menjadi media penentu utama dalam tindakan masyarakat, melainkan menjadi salah satu media untuk meluaskan pesan. Youtube DDTV tetap mempertimbangkan tema sesuai bulan Campaign dan menghadirkan pendakwah yang relevan untuk menyampaikan isi konten kepada masyarakat. Kedua, Youtube DDTV memiliki peran dalam pembentukan persepsi masyarakat mengenai dakwah yang lebih interaktif dan visual. DDTV juga menghadirkan pengalaman dakwah yang mudah diakses dan menarik untuk dilihat. DDTV mengorganisasi persepsi orang mengenai dakwah Islam yang lebih santai tetapi, tetap edukatif dan sesuai dengan kehidupan modern. Ketiga, Youtube DDTV memiliki fungsi dalam menghubungkan Dompot Dhuafa, penerima manfaat, dan donatur secara global di beberapa negara. DDTV menggunakan multibahasa serta kolaborasi dengan internasional untuk menciptakan jaringan dakwah global. Hal ini menggambarkan DDTV dalam konsep Marshall McLuhan yakni “*global village*” yang mampu menjadikan kegiatan berdakwah secara global atau mendunia dan menghilangkan batasan geografis, ruang, waktu, dan tempat.

B. Saran

Berdasarkan data temuan dan analisis yang sudah dilakukan, tentunya di dalam penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dalam segi pengambilan data maupun teori yang digunakan. Maka, kami memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

1. Melibatkan *Audiens* dan Donatur yang lebih banyak untuk dijadikan sebagai informan yang merasakan dampak nyata dari konten dakwah DDTV terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat.
2. Menggunakan teori lainnya seperti teori *Uses and Gratifications* (untuk melihat motivasi penggunaan media secara kompleks) dan teori *Agenda Setting* (untuk mengkaji pesan dakwah yang mengonstruksi ruang digital).
3. Analisis pada Platform media digital selain Youtube.
4. Menggunakan penelitian kuantitatif atau penelitian campuran untuk memperkuat data hasil temuan.
5. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi peran AI atau teknologi baru dalam media berdakwah, karena Youtube DDTV juga telah memanfaatkan AI untuk kegiatan berdakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Zalfa, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- Ahmad, S., & Dalimunthe, Q. (2023). Terminologi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an. *Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1415–1420.
- Ahmad Fauzi Qosim, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Zoom Meeting.
- Ahmad Pranggono, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Video Call WhatsApp.
- Alam, W. Y., Pandian, A. P., Cindy, M. R., & Dkk. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. CV. Mega Press Nusantara.
- Alrasyid, H. (2023). *Manajemen Produksi Program Humanitalk Podcast pada Channel YouTube Dompot Dhuafa TV*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Alysa Adinni. (2023). Studi Netnografi Konten Channel Youtube Femail Daily Network Sebagai Media Informasi Kecantikan. In *Skripsi*.
- Amidda Mazaya, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- AS, S. (2025). *Seni Memahami Retorika Dakwah dan Komunikasi Publik*. Madani Kreatif Publisher.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Cetakan ke). Penerbit Kencana.
- Balya, D. (2023). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial dan Budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 274–301.
- BPS. (n.d.). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Badan

Pusat Statistik. Retrieved August 3, 2025, from <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>

Bungin, M. B., & Ida, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenadamedia Group.

Chodijah, S., Rostandi, U. D., & Solihin. (2020). Penafsiran 'Amr Dan Nahyi Dalam Surat 'Ali Imran Ayat 104. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati*.

Databoks. (n.d.). *Pengetahuan Teknologi Informasi dan Komputer di Desa dan Kota Masih Timpang*. Retrieved August 3, 2025, from <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f3a33d30dc70d59/pengetahuan-teknologi-informasi-dan-komputer-di-desadan-kota-masih-timpang>

Dedi Fadhil, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Meeting.

Dedi Fadhil, diwawancarai oleh peneliti. November 2025. Via WhatsApp.

Diri, S. (2023). *Ilmu Dakwah*. CV Bintang Semesta Media.

Dompot Dhuafa. (n.d.-a). *Program Dakwah*. <https://www.dompetdhuafa.org/program/program-dakwah/>

Dompot Dhuafa. (n.d.-b). *Program Ekonomi*. <https://www.dompetdhuafa.org/program/program-ekonomi/>

Dompot Dhuafa. (n.d.-c). *Program Kesehatan*. <https://www.dompetdhuafa.org/program/kesehatan/>

Dompot Dhuafa. (n.d.-d). *Program Pendidikan*. <https://www.dompetdhuafa.org/program/program->

pendidikan/

Dompét Dhuafa. (n.d.-e). *Program Sosial*.
<https://www.dompetdhuafa.org/program/program-sosial/>

Dompét Dhuafa. (n.d.-f). *Tentang Kami*. Retrieved August 3, 2025,
[https://www.dompetdhuafa.org/#:~:text=Dompét Dhuafa adalah lembaga filantropi dan kemanusiaan,Pendidikan%2C Ekonomi%2C Sosial%2C serta Dakwah dan Budaya.](https://www.dompetdhuafa.org/#:~:text=Domp%20Dhuafa%20adalah%20lembaga%20filantropi%20dan%20kemanusiaan,Pendidikan%20Ekonomi%20Sosial%20serta%20Dakwah%20dan%20Budaya.)

Dompét Dhuafa. (n.d.-g). *Tentang Kami*.
<https://www.dompetdhuafa.org/tentang-kami/>

Dompét Dhuafa. (n.d.-h). *Visi dan Misi*.
<https://www.dompetdhuafa.org/tentang-kami/>

Elfi Handayani, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Zoom Meeting.

Erick Saragih, Vip Paramarta, Grace Imelda Thungari, Beauty Kalangi, & Kezia Marcelina Putri. (2023). Era Disrupsi Digital pada Perkembangan Teknologi di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(4), 141–149.
<https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i4.1152>

Febriana. (2024). *YouTube sebagai Media Dakwah Pada Akun Adi Hidayat Official*. IAIN Parepare.

Fikar Ardianto, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.

Haikal Fathurrizqi, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Direct Message Instagram.

Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63–80.
<https://doi.org/10.24256/pal.v6i1.2003>

Haro, A., Syaktiansyahputra, & Herlinah. (2024). *Buku Ajar Komunikasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Hasna Huwaidah, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.

I Makna A'raaf K, Prihantoro N P, Larasati, S., M. Fais Noor M, & Hisny Fajrussalam. (2021). Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21(2), 173–180. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v21i2.2627>

Idrus, M. (2022). *Implementasi Aplikasi Tiktok dalam Desain Pesan Kreatif Remaja di Kota Parepare*. IAIN Parepare.

Iin Muslimah, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.

Iis Ismiyati, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Zoom Meeting.

Jamalul Basor. (2021). *Determinisme Teknologi: Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan Purwokerto*. IAIN Purwokerto.

Jehalut, F. (2023). Kerangka Konseptual Teori Determinisme Tekonologi. *Itbk*, 1(1), 37–47.

Kantor Pemerintah Desa Sindangheula. (n.d.). *Pengembangan Teknologi pada Masyarakat Desa*. Retrieved August 3, 2025, from <https://sindangheula-pabuaran.desa.id/2023/07/07/pengembangan-teknologi-pada-masyarakat-desa/>

KBBI VI Daring. (n.d.).

Laely Syafa'ah, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.

- Mislam. (2020). *Peran Media dan Da'i Dalam Menyiarkan Agama Islam*.
<https://birokesra.babelprov.go.id/content/peran-media-dan-dai-dalam-menyiarkan-agama-islam#:~:text=Media baru memiliki peran sebagai,mengakses informasi seputar agama islam.>
- Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Ed Revisi*. Prenada Media.
- Muflikhatun Nissa, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- Muhammad A. S, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- Muhammad N. H, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- Mustafirin. (2022a). *Dakwah bi Al-Qalam Nabi Muhammad saw*. PT. Nasya Expanding Management.
- Mustafirin. (2022b). *Dakwah Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Budaya Melacak Aktivitas Dakwah Nabi Muhammad Pada Masyarakat Madinah*. PT. Nasya Expanding Management.
- Mutakin, A., Khasanah, S. U., & Fitriyani. (2023). *Moderasi Dakwah Untuk Generasi Millenial Melalui Media Digital*. Publica Indonesia Utama.
- Nirwan Wahyudi AR, M. Said, N., & Fitra Siagian, H. (2023). Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal. *Al-Mutsala*, 5(2), 322–344.
<https://doi.org/10.46870/jstain.v5i2.637>
- Nur Habiebie, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- Nur Hidayat, N. A. S., Septian, R. N., & Herlambang, Y. T. (2024). Sosial Media dalam Masyarakat sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi. *UPGRADE* :

- Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(2), 73–80.
<https://doi.org/10.30812/upgrade.v1i2.3715>
- Nurlela, L., Laksono, R. D., & Judijanto, L. (2024). *Pengantar Komunikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Olifia, S., Ambulani, N., & Andini, D. T. (2024). *Seni Komunikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putranto, T. D. (2021). Instagram Panahan Korea Selatan pada Olimpiade Tokyo 2020 dalam Perspektif Determinisme Teknologi. *SCRIPTURA*, 11(2), 68.
<https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.11.2.65-73>
- Retno Yusuf D. A, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- Rifqi, M. A. (2024). Pemanfaatan Channel YouTube sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun YouTube Anza Channel K . H Anwar Zahid). *BUSYRO (Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam)*, 5(2), 71–79.
<https://doi.org/10.55352/kpi.v5i2.1196>
- Rofiq, W. A. (2023). Influenser Dari Pesantren. *Majalah Tebuireng Media Pendidikan Dan Keagamaan*, 43.
- Rumah Zakat. (n.d.). *Layanan Asisten Virtual (AI Agent) Rumah Zakat Kini Hadir 24 Jam*. Retrieved August 4, 2025, from <https://www.rumahzakat.org/kini-hadir-24-jam/>
- Sabrina Azalia R, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.
- Santoso, B. R., Kifayah, N., Nafsiyah, H., & Dkk. (2024). *Strategi Dakwah di Era Digital: Menakar Peluang, Tantangan dan Solusinya*. CV. Abdi Fama Group.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT KANISIUS.

Sudirman, diwawancarai oleh peneliti. September 2025. Via Google Form.

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA, cv.

Sulistiyorini, Andriesgo, J., & Indadihayati, W. (2021). *Supervisi Pendidikan*. CV. DOTPLUS Publisher.

Tahir, A., Cangara, H., & Arianto, A. (2020). Komunikasi dakwah da'i dalam pembinaan komunitas muallaf di kawasan pegunungan Karomba kabupaten Pinrang. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 155. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6105>

Teknik Informatika. (n.d.). *Inovasi Teknologi yang Mengubah Cara Kita Hidup*. Retrieved August 3, 2025, from <https://tis1.itbi.ac.id/inovasi-teknologi-yang-mengubah-cara-kita-hidup/#:~:text=INOVASI TEKNOLOGI YANG MENGUBAH CARA KITA HIDUP,Privasi dan Keamanan Dampak Lingkungan Kesenjangan Digital>

Tojiri, Y., Putra, H. S., & Faliza, N. (2023). *Dasar Metodologi Penelitian Teori, Desain, dan Analisis Data*. Takaza Innovatix Labs.

UNESA. (n.d.). *Smart City adalah Kunci Transformasi Digital untuk Pembangunan Kota di ASEAN*. Retrieved August 3, 2025, from <https://si.ft.unesa.ac.id/post/smart-city-adalah-kunci-transformasi-digital-untuk-pembangunan-kota-di-asean#:~:text=Smart City adalah konsep kota yang menggunakan,berbagai tantangan perkotaan akibat urbanisasi yang pesat>.

Wasil, E. U. S. (n.d.). *Efektivitas Dakwah*. IAIN KEDIRI.

West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Penerbit Salemba

Humanika.

Yasir. (2024a). *Memahami Teori Komunikasi Sudut Pandang Tradisi dan Konteks*. Deepublish Digital.

Yasir. (2024b). *Memahami Teori Komunikasi Sudut Pandang Tradisi dan Konteks*. Deepublish Digital.

Zanariyah, U. (2023). *Strategi Komunikasi Dakwah*. CV. Literasi Nusantara Abadi.



Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : AYU DIAH WIDIANA
Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 31 Agustus 2002
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : RT 032 RW 005 Desa
Temuireng, Kec. Petarukan Kab. Pemalang Jawa Tengah
Email : ayudiahwidiana@gmail.com
No. Telp/Hp : 089666434047

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : HERYANTO
Nama Ibu : SITI MILOWATI
Agama : Islam

C. Riwayat Pendidikan

1. SD NEGERI 04 TEMUIRENG
2. SMP NEGERI 4 PETARUKAN
3. SMK NEGERI 1 PETARUKAN
4. Tercatat sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tahun 2021