

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KREDIBILITAS DA'I
DI ERA DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE (STUDI
KASUS GUS BAHA)**

SKRIPSI

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



Oleh :

ANOUD AULIA S
ARI NIM. 3418095

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KREDIBILITAS DA'I
DI ERA DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE (STUDI
KASUS GUS BAH)**

SKRIPSI

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



Oleh :

ANOUD AULIA S
ARI NIM. 3418095

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Anoud Aulia Sari
NIM : 3418095
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KREDIBILITAS *DA’I* DI ERA DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE (STUDI KASUS GUS BAHA)”** adalah benar hasil karya penulis 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 di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 20 September 2023

Yang Menyatakan,



Anou d Aulia S
ari NIM.
3418095

NOTA PEMBIMBING

Vyki Mazaya, M.S.I

Ds. Besito RT 04 RW 04 Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Anoud Aulia Sari

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 : Anoud Aulia Sari

NIM : 3418095

Judul : **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KREDIBILITAS DA'W
DI ERA DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE (STUDI
KASUS GUS BAHA)**

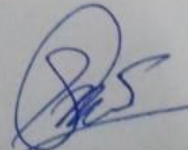
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

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

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 4 September 2023

Pembimbing,



Vyki Mazaya, M.S.I

NIP. 199001312018012002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen 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 saudara/i:

Nama : **ANOUD AULIA SARI**
NIM : **3418095**
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP
KREDIBILITAS DA'I DI ERA DIGITAL PADA MEDIA
SOSIAL YOUTUBE (STUDI KASUS GUS BAHA)**

yang telah diujikan pada Hari Rabu, 1 November 2023 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Ahmad Hidayatullah, M.Sos
NIP. 1990031020190032010

Penguji II

Adib 'Aunillah Fasva, M.Si
NIP. 199201212022031001

Pekalongan, 27 November 2023

Disahkan Oleh

Dekan



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini Sesuai dengan Surat Keputusan Bersama (SKB) dua menteri, yaitu Menteri Agama Republik Indonsia No. 158/1997 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dan No.0543 b/U/1987 Tertanggal 12 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

No.	Huruf Arab	Nama Latin	Nama Latin	Keterangan
1.	ا	alif	-	Tidak dilambangkan
2.	ب	ba'	B	-
3.	ت	ta'	T	-
4.	ث	sa'	š	s dengan titik di atas
5.	ج	jim	J	-
6.	ح	ha'	ḥ	ha dengan titik di bawah
7.	خ	kha'	Kh	-
8.	د	Ḍal	D	-
9.	ذ	zal	Z	zet dengan titik di atas
10.	ر	ra'	R	-
11.	ز	Zai	Z	-
12.	س	Sin	S	-
13.	ش	syin	Sy	-

14.	ص	sad	ş	es dengan titik di bawah
15.	ض	dad	ḍ	de dengan titik di bawah
16.	ط	ta'	ṭ	te dengan titik di bawah
17.	ظ	za'	ẓ	zet dengan titik di bawah
18.	ع	'ain	'	koma terbalik di atas
19.	غ	gain	G	-
20.	ف	fa'	F	-
21.	ق	qaf	Q	-
22.	ك	kaf	K	-
23.	ل	lam	L	-
24.	م	mim	M	-
25.	ن	nun	N	-
26.	و	waw	W	-
27.	هـ	ha'	H	-
28.	ء	hamzah	'	apostrop
29.	ي	ya'	Y	-

B. Konsonan Rangkap, termasuk tanda Syaddah, ditulis lengkap.

هـمـحـا : ditulis *Ahmadiyyah*

C. Ta' Marbutah

1. Transliterasi *Ta' Marbutah* hidup atau dengan *harakat, fathah, kasrah, dan dammah*, maka ditulis dengan “t” atau “h”.

contoh: رطناً ءالز : *Zakat al-Fitri* atau *Zakah al-Fitri*.

2. Transliterasi *Ta' Marbutah* mati dengan “h”

Contoh: ةحلط : *Talhad*

Jika *Ta' Marbutah* diikuti kata sandang “*al*” dan bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “*h*”

Contoh: ةنجل اةضور : *Raudah al-Jannah*

3. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

ةامج : ditulis *Jama'ah*

4. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis *t*

الةم عن : ditulis *Ni'matullah*

رطنلا ةالفر : ditulis *Zakat al-Fitri*

D. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

No.	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	-----	Fathah	a	a
2.	-----	Kasrah	i	i
3.	-----	dammah	u	u

Contoh:

بِتَاك - *Kataba*

بِعَذِي - *Yazhabu*

سُوْاِس - *Su'ila*

زُكْرَا - *Zukira*

2. Vokal Rangkap atau *Diftong*

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	يَا	Fathah dan ya'	ai	A dan i
2.	وَا	Fathah dan waw	au	A dan u

Contoh:

فَايَا : *Kaifa*

لَاوَا : *Haula*

E. Vokal Panjang (*Maddah*)

Vokal panjang atau *maddah* yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Latin	Nama
1.	أَا	Fathah dan alif	ā	a bergaris atas
2.	يَا	Fathah dan alif layyinah	ā	a bergaris atas
3.	يَا	Kasrah dan ya'	ī	i bergaris atas
4.	وَا	Dammah dan waw	ū	u bergaris atas

Contoh;

نوبحنا : *TuhibbŪuna*

ناسنلا : *al-Insān*

ليق رح : *Ramā*

: *QĀla*

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

متناً : ditulis *a'antum*

ثؤوم : ditulis *mu'annas*

G. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang berupa “al” (ل) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh *jalalah* yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan ...
2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Masya' Allah kana wa ma lam yasya' lam yakun.*
4. *Billah 'azza wa jalla*
5. Jika diikuti huruf Qomariyah ditulis al-

نراقلا : ditulis *al-Qur'an*

6. Bila diikuti huruf Syamsiyah, huruf I diganti dengan huruf Syamsiyah yang mengikutinya.

ةعيسلا : ditulis *as-Sayyi'ah*

H. Huruf Ganda (Syaddah atau Tasydid)

Transliterasi Syaddah atau Tasydid dilambangkan dengan huruf yang sama baik ketika berada di ditengah maupun di akhir.

Contoh:

دمحم : *Muhammad*

دولا : *al-Wudd*

I. Kata Sandang “لَا”

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah dan huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

Contoh:

نراقلا : *al-Qur'ān*

ننسلا : *al-Sunnah*

J. Huruf Besar/Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, namun dalam transliterasi ini disamakan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang berpedoman pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yakni

penulisan huruf kapital pada awal kalimat, nama diri, setelah kata sandang “al”, dll.

Contoh:

يولازغلاما : *al-Imām al-Ghazālī*

يوزاللماعبسلا : *al-Sab’u al-Masānī*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya lengkap dan kalau disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

ال نرسن : *Nasruminallāhi*

اعيمجرطاللا : *Lillāhi al-Amrujamā*

K. Huruf Hamzah

Huruf Hamzah ditransliterasikan dengan koma di atas (‘) atau apostrof jika berada di tengah atau di akhir kata. Tetapi jika hamzah terletak di depan kata, maka Hamzah hanya ditransliterasikan harakatnya saja.

Contoh:

نيدلا حولعءايح : *inyā’ ulūm al-Dīn*

L. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang

dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

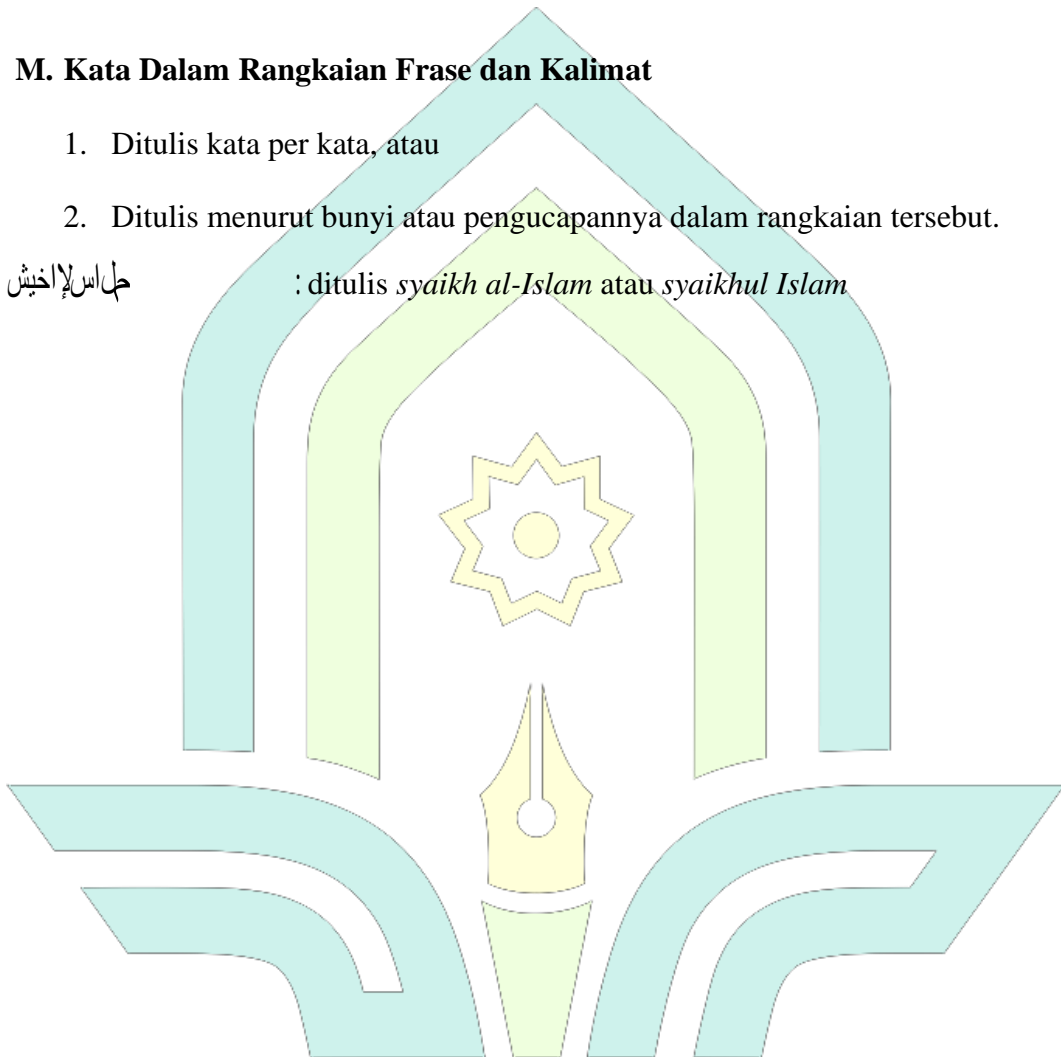
نَبِّذُوا لَهَا خَيْرًا مِمَّا رَزَقَهَا : *wa innallāha lahuwa khair al-rāziqīn*

M. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

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

حل اس لإخيش

: ditulis *syaikh al-Islam* atau *syaikhul Islam*.



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kesehatan, dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan untuk meraih cita-cita. Aku persembahkan cinta dan sayangku kepada:

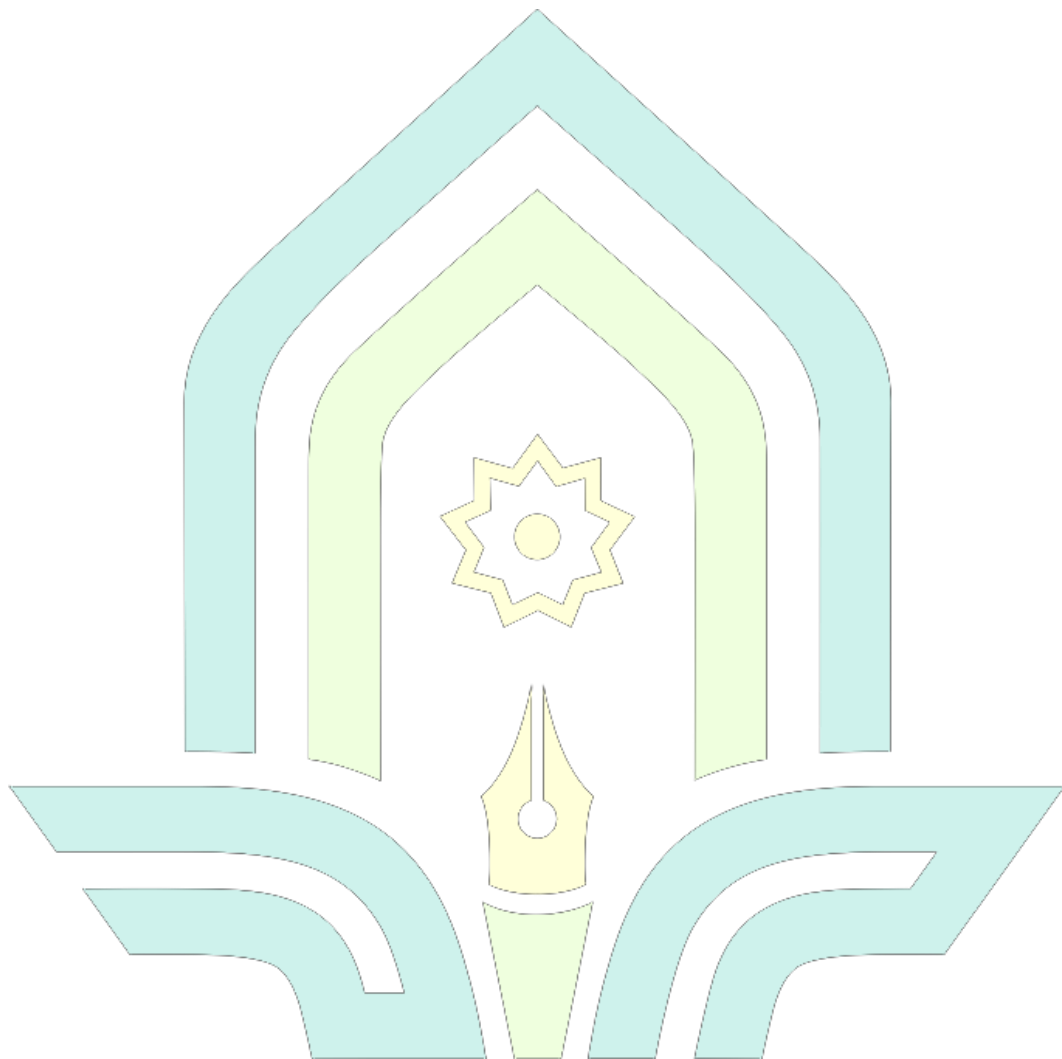
1. Kedua orang tua tercinta Bapak M.Aufi dan Ibu Imaroh, yang selalu mendukung secara moral dan material serta do'a yang selalu dipanjatkan.
2. Keluarga tercinta, Adik (Agung Sukmawan, Khorul Anam dan M. Mulki Ilmi).
3. Calon suami tercinta Furqon Zaenurizqi dan keluarga yang selalu mendukung dan memotivasi.
4. Teman-teman BSP Radio yang telah membantu saya selama pengerjaan skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan KPI 2018 dan KKN Angkatan 54.
6. Dosen pembimbing akademik sekaligus Dosen pembimbing skripsi Ibu Vyki Mazaya M.S.I yang telah membimbing dari semester satu dan memberikan arahan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamaterku tercinta yaitu UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Wassalamualaikum Wr. Wb

MOTTO

“Jangan terlalu bergantung pada siapapun di dunia ini. Karena bayanganmu saja akan meninggalkan mu disaat gelap”

Ibnu Taymiyyah



ABSTRAK

Sari, Anoud Aulia (3418095). 2023. Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas *Da'i* Di Era Digital Pada Media Sosial Youtube Studi Kasus Gus Baha. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuludddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Vyki Mazaya, M.S.I.

Kata kunci: Persepsi, Dakwah, Kredibilitas.

Pada era digital, perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin canggih salah satunya Youtube. Dengan perkembangan media sosial Youtube banyak bermunculannya beberapa *da'i* virtual dan influencer dakwah, legitimasi *da'i* di era digital seperti di media sosial saat ini memunculkan banyak manfaat ataupun perbedaan pendapat. Konten dakwah yang memposting dakwah Gus Baha. Gus Baha mendapatkan perhatian dari warganet, tentunya dakwah tokoh tersebut memiliki karakteristik.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital melalui media sosial Youtube? dan bagaimana efek yang ditimbulkan terkait persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital dimelalui media sosial Youtube? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital, khususnya pada media sosial Youtube. Untuk mengetahui efek yang ditimbulkan terkait persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital pada media sosial Youtube .

Jenis penelitian yang digunakan penulis menggunakan analisis data kualitatif dengan metode wawancara secara virtual melalui google form. Kemudian data yang dikumpulkan berupa transkrip wawancara yang berisi mengenai kredibilitas dakwah Gus Baha, setelah itu peneliti membuat kesimpulan dari data yang telah dianalisis dalam bentuk deskriptif kualitatif yang mengacu pada persyaratan kredibilitas *da'i* yang telah diperinci oleh Al-Bayanuni.

Hasil Penelitian dari analisis data pada konten dakwah Gus Baha , dengan menggunakan persyaratan kredibilitas *da'i* yang telah diperinci oleh Al-Bayanuni maka dapat disimpulkan bahwa kredibilitas dibangun melalui penempatan diri sesuai porsi di masyarakat serta memadukan dakwah dengan kehidupan sehari-hari sehingga terdapat relevansi antara dakwah dengan kehidupan sehari-hari. Persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital pada media sosial Youtube menghasilkan kesan positif berupa kompetensi yang berkualitas, visi dakwah yang jelas, keilmuan yang mumpuni dan sasaran dakwah yang tepat serta menyesuaikan perkembangan zaman.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas *Da'i* Di Era Digital Pada Media Sosial Youtube Studi Kasus Gus Baha”. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sam'ani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sekaligus dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi.
5. Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom, selaku Sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Para narasumber yaitu masyarakat Kabupaten Pekalongan Mahasiswa UIN Gus Dur dan yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data-data penelitian.

7. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
8. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, nasihat, serta dukungannya baik secara material dan moral.
9. Sahabat dan teman-teman semua yang telah menemani dan memberikan kontribusi dalam penulisan ini.
10. Semua pihak yang membantu dan berkontribusi dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa temuan pada penelitian ini yang diperoleh belum seimbang karena keterbatasan kemampuan peneliti, Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat, dan Allah SWT, melipatgandakan pahala bagi kita.

Akhir kata, hanya Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan do'anya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Aamiin, Allahuma Sholi'ala Sayyidina Muhammad.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 4 September 2023

Penulis



ANOUD AULIA S
ARI NIM. 3418095

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	xiii
MOTTO	xiv
ABSTRAK	xv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Metode Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan	16

BAB II PERSEPSI MASYARAKAT, KREDIBILITAS *DA'I*, ERA DIGITAL DAN YOUTUBE

A. Persepsi Masyarakat.....	18
1. Pengertian Persepsi.....	18
2. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	21
3. Jenis-Jenis Persepsi.....	24
B. Masyarakat.....	25
1. Pengertian Masyarakat.....	25
2. Karakteristik Masyarakat.....	28
C. Kredibilitas <i>Da'i</i>	30
1. Pengertian Kredibilitas <i>Da'i</i>	30
D. Era Digital.....	31
1. Pengertian Era Digital.....	31
E. Youtube.....	33
1. Pengertian Youtube.....	33
2. Sejarah Youtube.....	35
3. Fitur-Fitur Youtube.....	36
4. Kategori Youtube.....	37
5. Fungsi Youtube.....	41
6. Penggunaan Youtube.....	42
7. Kelebihan dan Kekurangan Youtube.....	43

**BAB III GAMBARAN UMUM GUS BAHHA SERTA KONTEN
DAKWAHNYA PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

A. Gambaran Umum Gus Baha	45
1. Biografi Gus Baha	45
2. Akun Youtube Gus Baha	46
B. Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas <i>Da'i</i> Di Era Digital Pada Media Sosial Youtube	47
1. Pemahaman Masyarakat Tentang Kredibilitas <i>Da'i</i> Yang Bermunculan seiring Perkembangan Teknologi di Era Digital Pada Media Sosial Youtube Sebagai Salah Satu Sumber Dakwah.....	47
2. Kredibilitas Gus Baha Menurut Persepsi Masyarakat	50
3. Kredibilitas Gus Baha Diukur Dari Persyaratan Yang Telah Dirinci Oleh Al-Bayanuni	52
4. Efek Yang Ditimbulkan Dari Menonton Konten Dakwah Gus Baha	55
5. Persepsi Masyarakat Mengenai Pendakwah Yang Mempunyai Gelar Gus Pada Media Sosial Youtube	57

**BAB IV ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT DAN EFEK YANG
DITIMBULKAN TERKAIT KREDIBILITAS *DA'I* DI ERA DIGITAL
PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE (STUDI KASUS GUS BAHA)**

A. Analisis Persepsi Masyarakat Kabupaten Pekalongan Terhadap
Kredibilitas *Da'i* Di Era Digital Pada Media Sosial Youtube 59

B. Analisis Efek Dari Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas *Da'i* Di Era
Digital Pada Media Sosial Youtube 62

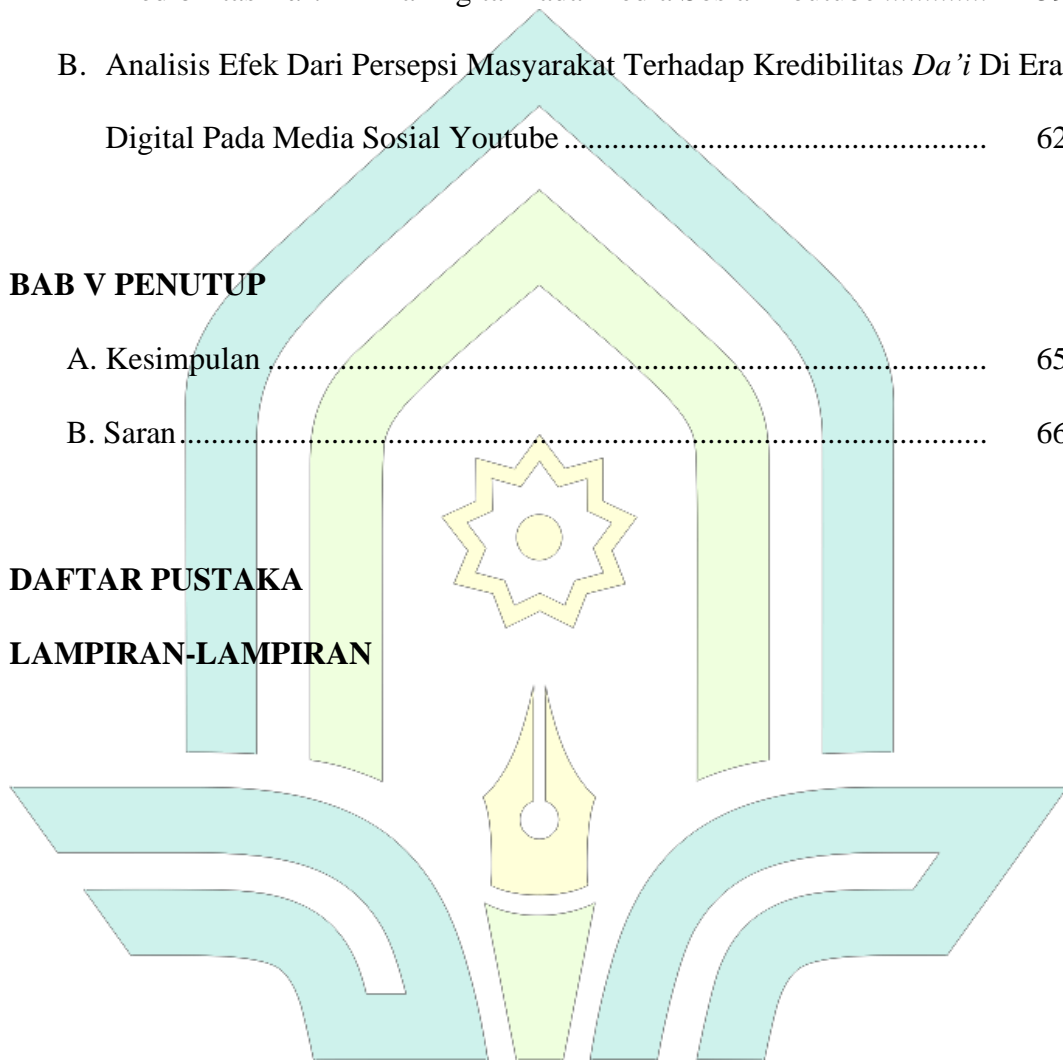
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 65

B. Saran 66

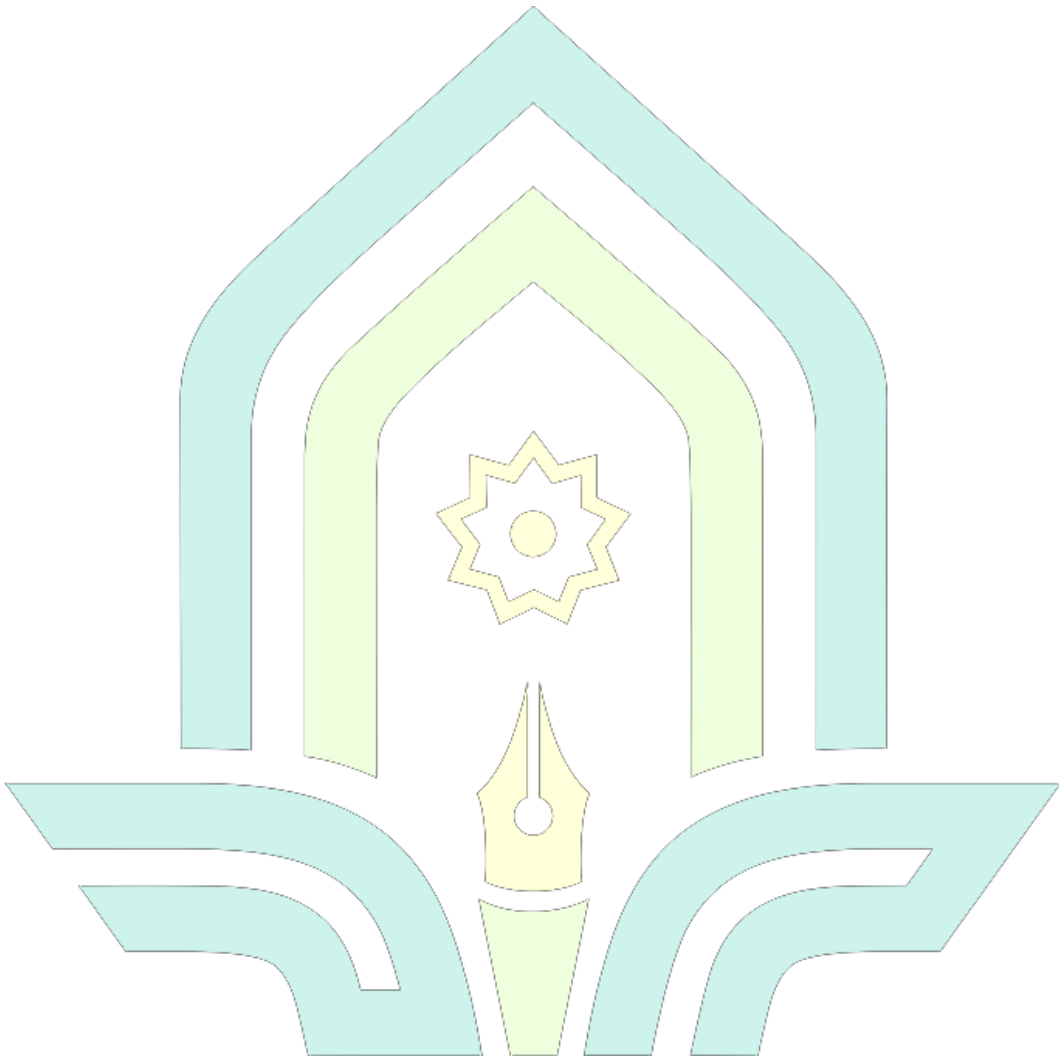
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

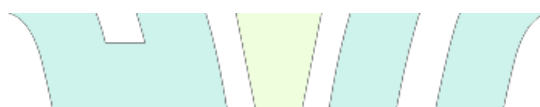
Memasuki era digital, kehidupan masyarakat mulai dipermudah dengan adanya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi bermula tahun 1980 ditandai dengan perubahan teknologi analog menjadi teknologi digital. Kemunculan jaringan internet juga sebagai tanda lahirnya era digital. Dalam hal ini teknologi digital semakin berkembang pesat. Perkembangan teknologi di era digital menjadi sebuah evolusi bagi teknologi media. Dengan hal ini muncul istilah media baru (*new media*) pada akhir abad ke 20. Munculnya *new media* dengan adanya situs jejaring sosial dimana di dalamnya dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia.¹

Pada era digital perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin canggih salah satunya media Youtube, semua orang pasti sudah taumengenai media sosial Youtube dari anak-anak sampai orang tua, youtube merupakan sebuah situs web yang banyak orang menggunakannya seperti situs online video yang sering diakses atau digunakan, youtube juga bisa menjadi media berdakwah salah satunya dari Youtube UstadzDhanu Official Channel. Media Youtube menjadi media yang paling diminati didunia, menurut *Business Of Apps* orang yang menggunakan dan masih aktif sampai sekarang ada sekitar 2,41 miliar diseluruh dunia. Indonesia adalah negara urutan ke-3

¹ Verdha Ritno Timor, Skripsi: "Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi)", (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl ayat 125)³

Seorang *da'i* menyampaikan dakwah dengan mengimplementasikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat sebagai bagian dari dakwahnya. Berbagai keadaan, peluang, dan situasi dipandang sedemikian rupa untuk dijadikan sebagai penunjang kemajuan proses dakwah. Situasi yang melingkupi *da'i* dan apa yang *da'i* lakukan, terkait dengan proses dakwah, inilah yang menyebabkan fenomena masyarakat menilai dirinya sendiri berdasarkan persepsinya yang beragam, yang berkembang sesuai dengan perkembangan zaman terhadap berbagai perspektifnya latar belakang. Kredibilitas merupakan kualitas yang wajib dimiliki seorang *da'i* untuk mencapai efektifitas dakwah karena akan mengangkat status sosial *da'i*.⁴ Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “*Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas Da'i Di Era Digital Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Gus Baha)*”



³Q.S An-Nahl (128:125)

⁴Husna, Zida Zakiyatul, Skripsi “*Kredibilitas dan retorika dakwah Gus Kautsar*” (UIN Raden Intan Lampung, (UIN Sunan Ampel Surabaya 2023).hlm 1

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang di dasarkan pada latar belakang masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital melalui media sosial Youtube?
2. Bagaimana efek yang ditimbulkan terkait persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital dimelalui media sosial Youtube?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini didasarkan pada latar belakang masalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital, khususnya pada media sosial Youtube.
2. Untuk mengetahui efek yang ditimbulkan terkait persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital pada media sosial Youtube.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoristis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi penelitian lain dan menambah sedikit wawasan mengenai Youtube sebagai media dakwah.
2. Kegunaan Praktis, penelitian ini juga diharapkan bisa menambah wawasan secara mendalam mengenai dampak menggunakan Youtube dan dapat mengetahui kredibilitas yang baik seorang *da'i*.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori

a. Persepsi

Persepsi dapat didefinisikan sebagai perjumpaan dengan objek, kejadian peristiwa, atau korelasi hubungan yang ditemukan melalui inferensi dan interpretasi pesan. Tindakan menafsirkan rangsangan sensorik dikenal sebagai persepsi (rangsangan sensorik). Menurut Miftah Thoha, manusia membutuhkan persepsi untuk memahami lingkungannya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa persepsi diartikan sebagai proses yang digunakan panca indera untuk memahami suatu makna atau pesan yang diterimanya.⁵

Persepsi bagi setiap masyarakat bisa memilih suatu media yang diinginkannya sesuai dengan kebutuhan. Sebagai masyarakat pasti mempunyai persepsi dari apa yang dilihat berdasarkan pengalaman, sausa hati, keinginan, dan lain - lain yang menjadi faktor terbentuknya suatu persepsi. Jadi bisa disimpulkan bahwa persepsi diartikan sebagai suatu proses yang didapatkan oleh panca indra dalam penafsirkan suatu makna atau pesan yang didapatkannya.

⁵ Dodik Sutrisman, *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*, (Bogor: Guepedia, 2019), Hal. 76

b. Kredibilitas *Da'i*

Penilaian terhadap sasaran *da'i* pada dasarnya adalah kredibilitas *da'i* yang dipersepsikan oleh sasaran dakwah. Karena setiap orang dalam masyarakat (sasaran dakwah) memiliki perkiraan ideal kapasitas *da'i* berdasarkan keadaan yang mendasarinya, penilaian ini bisa bersifat objektif dan subjektif.⁶ Pendakwah bisa secara individu maupun kelompok. Toto Tasmara menyebutkan ada dua macam pendakwah, yaitu Mukallaf (yang sudah dewasa) dan Mustakhashish (ulama dan sebagainya).

Secara terperinci Al- Bayanuni memberikan persyaratan *da'i* sebagai berikut:

1. Memiliki keyakinan yang mendalam terhadap apa yang akan di dakwahkan
2. Menjalin hubungan yang erat dengan masyarakat sebagai *mad'u*.
3. Menguasai pengetahuan dan wawasan tentang apa yang akan di dakwahkan
4. Ilmunya sesuai dengan perbuatan dan konsisten dalam pelaksanaannya
5. Mempunyai insting dan kepekaan
6. Tepat dalam mengambil metode dakwah.
7. Perilakunya terpuji
8. Berbaik-sangka terhadap umat islam.

⁶ Prof.Dr.Moh. Ali Aziz,M.AG , *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2004), Hal. 222

9. Menjaga aib orang lain.
10. Berbaur dengan masyarakat jika dipandang baik untuk dakwah dan menjauh jika justru menguntungkan
11. Menempatkan orang lain sesuai dengan kedudukannya dan mengetahui kelebihan masing-masing
12. Saling membantu, saling bermusyawarah, dan saling menasehati dengan sesama *da'i*.⁷

c. Youtube

Era digital saat ini ditandai dengan maraknya penggunaan handphone di kalangan masyarakat. Perkembangan teknologi dan informasi di era digital yang dipengaruhi oleh media sosial muncul sebagai metode baru pertukaran informasi. Media sosial, menurut Philip dan Keller, adalah cara sederhana untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas dalam bentuk teks, foto, audio, dan video. Tidak ada alasan untuk mempertanyakan kebebasan setiap orang di arena publik mengingat kehadiran media sosial di setiap ponsel yang dimiliki seseorang. Karena itu, media sosial telah menciptakan profesi baru.⁸

⁷ Prof.Dr.Moh. Ali Aziz,M.AG , *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2004), Hal. 222

⁸ Harry Purwanto, *Media Sosial Bebas Awak Kebablas*, (Surabaya: Media Karya, 2021), Hal.

Perkembangan teknologi digital saat ini sangat menjadi sumber informasi terbesar bagi masyarakat salah satunya yaitu media Youtube.⁹ Media Youtube, media yang paling diminati didunia, menurut *Business Of Apps* orang yang menggunakan dan masih aktif sampai sekarang ada sekitar 2,41 miliar diseluruh dunia. Indonesia adalah Negara urutan ke-3 yang paling banyak menggunakan media Youtube dengan jumlah sekitar 127 juta yang menggunakan dengan pangsa pasar kisaran 21,42% per April 2022.¹⁰

Banyak orang yang mempunyai persepsi bahwa mempunyai akun youtube merupakan hal yang penting, karena dalam memiliki akun youtube pengguna bisa mengakses segala sesuatu yang ada didalamnya. Ada banyak video yang tersedia karena Youtube adalah situs web berbasis video. Ada berbagai efek dari menonton berbagai video. Pengguna dapat merasakan hasil positif jika mereka melihat video dengan konten positif. Misalnya, jika mereka menonton video tentang keragaman dunia, mereka akan mempelajari hal-hal positif tentangnya. Sebaliknya, jika menonton video yang berisi materi ofensif, penyalahgunaannya dapat menimbulkan konsekuensi negatif, seperti

⁹Devina Isaura Putri, Nasichah, and Rofifah Salsabila Rahmatullah, "Efektivitas Dakwah Di Media Sosial Pada Akun Youtube: Oki Setiana Dewi," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3 (2022), hlm. 98–109.

¹⁰Widi, "Pengguna Youtube Di Dunia Capai 2,41 Miliar Pada Kuartal II/2022." Diakses pada 20 Desember 2022.

melakukan kejahatan, karena siapa pun dapat menonton, membagikan, dan mendistribusikan video dengan materi apa pun di Youtube,¹¹

2. Penelitian Relevan

Penelitian terkait persepsi masyarakat telah banyak dilakukan penelitian terdahulu. Diantaranya Siti Dewi Wulandari dalam skripsinya yang berjudul Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung). Skripsi tersebut menjelaskan mengenai cara berdakwah Ustadz Abdul Somad yang sederhana, baik secara berpakaian maupun tindakanya, ramah kepada *mad'unya*, selalu tampil prima, dan bukan tipe ustadz yang kharismatik. Ustadz Abdul Somad atau sering disapa UAS (Ustadz Abdul Somad) ini menjadi terkenal karena video-video ceramahnya selalu muncul di beberapa media sosial, seperti *Facebook, Instagram, dan Youtube*.

Selanjutnya ada penelitian yang dilakukan oleh Hikmatuzzakia dengan judul skripsi Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Savitri Devi Melalui *Chanel Youtube*. Skripsi tersebut menjelaskan bahwa banyak *da'i* dan *conten creator* muda yang mempergunakan berbagai macam metode dakwah untuk menyebarkan agama Islam. Seorang *da'i* menyampaikan dakwahnya dengan gaya penyampainnya yang jelas dengan

¹¹ Refika Mastanora, "Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini" Jurnal Pendidikan dan Perkembangan Anak Vol 1 No 2 (2018), Hal 48

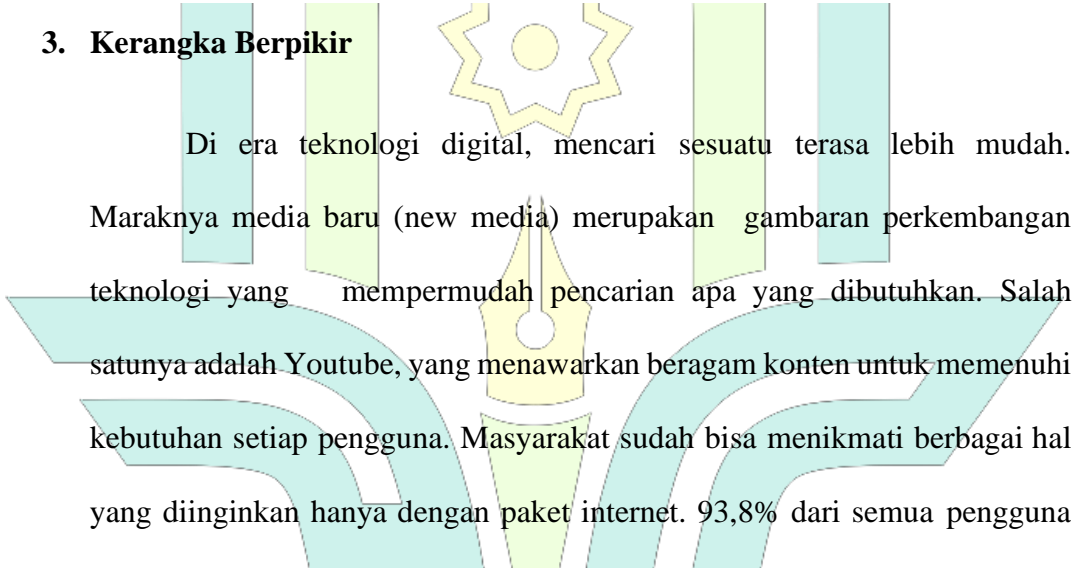
memberikan contoh kasusnya serta tidak terkesan menggurui sehingga *da'i* dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*.

Karya lain dari Selvia Putri Melami dengan tesis yang berjudul Persepsi Anak Muda Muslim Pekanbaru Terhadap Dakwah Ustadz Hanan Attaki di *Youtube*. Dalam skripsi ini menjelaskan bahwa *Youtube* adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya bebas untuk mengupload, mendownload bahkan menonton video dengan mudah sesuai yang diinginkan. Banyaknya orang mulai menilai *Youtube* sebagai media sosial yang memberikan lebih banyak variasi dalam sajian kontennya dan berbagai kalangan mulai menggunakan *Youtube* untuk banyak ragam kegiatan, salah satunya seperti kegiatan berdakwah.

Penelitian terkait dengan kredibilitas *da'i* juga telah dilakukan oleh Ade Nur Ashfiah dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kredibilitas Ustadz Abdul Somad Terhadap Keputusan Jama'ah Untuk Mengikuti Kegiatan Dakwahnya Di Pekanbaru. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa untuk mencapai suatu tujuan ataupun fungsi komunikasi agar mendapatkan efek ataupun respon yang sesuai maka seorang komunikator haruslah memiliki kredibilitas. Komunikator akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh *da'i* yang memiliki kredibilitas di bidangnya. Komunikator mempunyai peranan yang penting maka begitu pula halnya kredibilitas komunikator dakwah.

Selanjutnya skripsi yang disusun oleh Aziz Setya Nurrohman yang berjudul Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Nulis. Dalam skripsi ini menjelaskan bahwa sudah banyak *da'i* yang memnfaatkan youtube sebagai media berdakwah. Munculnya istilah dakwah digital yang memanfaatkan teknologi digital sebagai media dakwah. Efisiensi dan kemudahan akses, menjadikan *Youtube* sebagai media dakwah yang banyak digunakan para *influencer* dawah.

3. Kerangka Berpikir



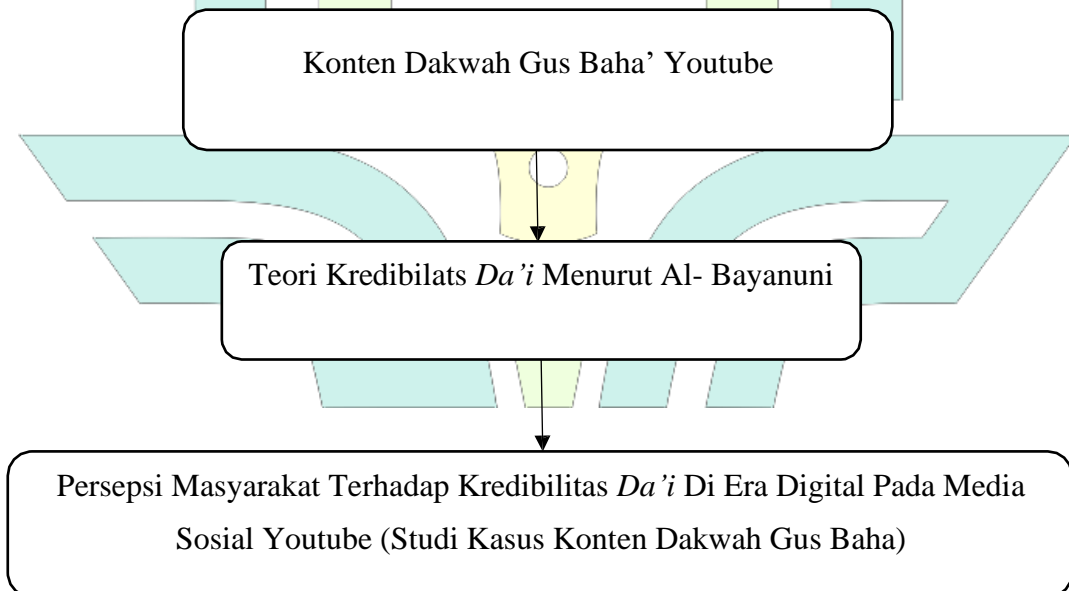
Di era teknologi digital, mencari sesuatu terasa lebih mudah. Maraknya media baru (*new media*) merupakan gambaran perkembangan teknologi yang mempermudah pencarian apa yang dibutuhkan. Salah satunya adalah Youtube, yang menawarkan beragam konten untuk memenuhi kebutuhan setiap pengguna. Masyarakat sudah bisa menikmati berbagai hal yang diinginkan hanya dengan paket internet. 93,8% dari semua pengguna media sosial mengakses Youtube, itu adalah media sosial yang sangat populer. Hal ini menjadikan Youtube sebagai alat komunikasi yang efisien karena dapat terhubung dengan ratusan juta penonton di Indonesia. Oleh karena itu, jelas bahwa menggunakan Youtube memiliki manfaat yang

dapat diperoleh dari platform berbagi video ini. Untuk memanfaatkan Youtube sebagai platform baru untuk komunikasi dalam berbagai upaya dakwah mereka, mereka menggunakan sejumlah teknik transmisi konten.¹²

Video dakwah Gus Baha diupload oleh *Channel* Youtube Santri Gayeng, yang memiliki 474 ribu Subscriber. Konten dakwah Gus Baha yang diupload berisi tentang pengajian-pengajian tentang tafsir Al-Qur'an dan nasihat-nasihat yang didasari dengan dalil-dalil dari Al-Qur'an dan juga Hadits. Penayangan pada konten dakwah Gus Baha mendapat respon positif dan memperoleh ribuan kali penayangan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka kerangka berfikir pada penelitian ini adalah :

Diagram 1.1 Kerangka Berpikir



¹² Nur Asiska, and Mustafa, "Peluang dan Tantangan News On Youtube Pada Media Kompas TV," *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi 2* (2022), hlm. 28 – 29.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan

a. Jenis penelitian

Peneliti akan menggunakan *teknik purposive sampling*, karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui masalah yang akan diteliti oleh peneliti.¹³

b. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, karena peneliti akan menjelaskan suatu kebenaran yang ada dalam masyarakat dengan mengamati fakta sosial yang ada didalam masyarakat. Penelitian kualitatif merupakan cara penelitian untuk menjabarkan dan menganalisis fenomena, peristiwa, persepsi, dan pemikiran orang secara individu atau kelompok.¹⁴

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian.¹⁵ Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari orang terdekat dan merupakan masyarakat Kabupaten Pekalongan,

¹³ Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”. (Bandung: Alfabeta,2009).Hal.300

¹⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) Hal 60

¹⁵ M. Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2021) Hal 260

berpendidikan tingkat atas, yang mengakses informasi keagamaan melalui perangkat *smartphone* yang berupa media sosial Youtube pada rentan usia 20 - 30 tahun.

Sumber data primer ini adalah orang terdekat yang megakses konten dakwah Gus Baha yang diupload pada *channel* Youtube untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i*.

b. Data Sekunder

Data sekunder bisa diartikan sebagai data yang didapat dari pihak lain, tidak langsung didapat lewat penulis dari subjek penelitiannya. Data sekunder umumnya berupa data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.¹⁶ Data sekunder ini digunakan untuk pendukung informasi yang didapat dalam data primer. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal yang mempunyai keterkaitan pembahasan penelitian tentang persepsi dan kredibilitas *da'i* dan dakwah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dilakukan oleh dua orang secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Wawancara biasanya berupa percakapan yang bertujuan

¹⁶ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004) Hal 91

untuk memperoleh informasi, dimana komunikasi dilakukan oleh dua orang yaitu, pewawancara yang memberi pertanyaan dan narasumber yang menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pewawancara.¹⁷ Pada penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara secara virtual pada media sosial Youtube dan pengumpulan data melalui google form. Wawancara akan dilakukan oleh peneliti kepada masyarakat kabupaten Pekalongan usia 20 - 30 tahun untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap kredibilitas *da'i*.

b. Observasi

Observasi merupakan pengamatan menggunakan panca indera, khususnya mata sebagai alat utama dan alat indera lainnya seperti telinga, hidung, mulut, dan kulit sebagai alat bantu tambahan, observasi adalah pengamatan secara metodis dan pemetaan gejala-gejala yang muncul pada obyek kajian.¹⁸ Konten dakwah yang diposting di *channel* Youtube Santri Gayeng yang mengupload dakwah Gus Baha digunakan untuk melakukan observasi kajian.

4. Teknik Analisis Data

¹⁷ Lexy J. Melong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2008) Hal 186

¹⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), Hal 133.

Analisis data adalah suatu usaha yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, mengelompokkan data, menentukan serta memilahnya sebagai satu kesatuan yang bisa dikelola.¹⁹

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis data kualitatif, dimana peneliti akan terjun kelapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada dilapangan. Proses analisis data pada penelitian ini yaitu *Pertama*, Reduksi Data (*data reduction*), dalam langkah ini peneliti akan meringkas data yang dihasilkan. Data yang dihasilkan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi akan difokuskan pada hal yang penting sehingga akan mempermudah peneliti mencari data selanjutnya jika dibutuhkan. *Kedua*, Penyajian Data (*data display*), teknik ini dilakukan setelah reduksi data, data yang dihasilkan kemudian mendisplay data dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan sejenisnya. *Ketiga*, Penarikan kesimpulan, dalam teknik ini rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti akan terjawab.²⁰

¹⁹ Taylor, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1975) Hal 79
²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014) Hal 246

G. Sistematika Penulisan

Penulis menggunakan pembahasan yang sistematis yaitu :

BAB I : Latar Belakang Masalah, rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir, Metodologi Penelitian, serta Sistematika Penulisan

BAB II : Landasan Teoritis, bab ini akan menlaskan mengenai pengertian persepsi, faktor yang mempengaruhi persepsi, jenis - jenis persepsi, pengertian masyarakat, karakteristik masyarakat, kredibilitas *da'i*, kompetensi *da'i*, era digital dan pengertian Youtube, sejarah Youtube, fitur - fitur Youtube, kategori Youtube, fungsi Youtube, penggunaan media sosial Youtube, kelebihan dan kekurangan Youtube.

BAB III : Pada bab ini menguraikan mengenai profil dari channel Youtube Gus Baha. Persepsi dari masyarakat Kabupaten Pekalongan tentang konten dakwah yang di produksi serta efek yang timbul dari persepsi setiap masyarakat.

BAB IV : Analisis persepsi mengenai persepsi masyarakat kabupaten Pekalongan. Pertama analisis persepsi masyarakat Kabupaten Pekalongan tentang konten dakwah yang di produksi Gus Baha, serta efek yang ditimbulkan kepada setiap masyarakat yang melihat konten dakwah Gus Baha.

BAB V : Berisi penutup kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan metode penelitian kualitatif untuk melihat persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital pada media sosial Youtube studi kausu Gus Baha dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan kredibel *da'i* tersebut karena proses perjalanan dakwah, kompetensi dan keilmuan yang dimiliki, gaya berdakwah, serta relevansi antara dakwah dan kehidupan sehari-hari. Gus Baha memiliki latar belakang rekam jejak dakwah yang luar biasa, sehingga menghasikan visi dan misi berdakwah dapat dengan mudah diterima oleh *mad'u*. Pemilihan topik dakwah dan metode dakwah yang dilakukan menjadikan kredibilitas berdasarkan kompetensi dan keilmuan.

Gus Baha dengan dakwahnya yang mudah diterima oleh seluruh aspek masyarakat, tentu saja memiliki tujuan yang baik yaitu untuk memberikan pencerahan, penyadaran dan solusi bagi masalah umat sesuai dengan sasarannya. Gaya berdakwah Gus Baha yang tegas merupakan personal branding yang dibangun oleh seorang *da'i*. Kredibilitas dibangun pula melalui penempatan diri sesuai porsi di masyarakat serta memadukan dakwah dengan kehidupan sehari-hari sehingga terdapat relevansi antara dakwah dengan kehidupan sehari-hari.

Persepsi masyarakat terhadap kredibilitas *da'i* di era digital pada media sosial Youtube menghasilkan kesan positif berupa kompetensi yang berkualitas, visi dakwah yang jelas, keilmuan yang mumpuni dan sasaran dakwah yang tepat serta menyesuaikan perkembangan zaman.

Efek yang ditimbulkan dari masing-masing informan berbeda-beda, sebagian besar informan merasakan efek positif dari dakwah yang disampaikan oleh Gus Baha. Gus Baha jelas memberikan efek positif menjadikan lebih kritis terhadap kemunculannya influencer dakwah seiring dengan kemajuan teknologi.

B. Saran

Dari penelitian ini peneliti memberikan saran sebagai berikut. Masyarakat yang mengakses konten-konten dakwah pada media sosial Youtube harus lebih selektif dalam memilih konten terutama pada kredibilitas seorang *da'i*, karena akan mempengaruhi kita dalam menjalankan kehidupan beragama. Mencari tahu tentang latar belakang Pendidikan, isi dakwah, metode dakwah, nasab, dan track record dalam berdakwah bisa dijadikan sebagai patokan dalam mencari konten-konten dakwah pada media sosial Youtube.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Abraham. 2011. *Sukses Menjadi Artis Dengan Youtube*. (Surabaya: Reform Media)
- Afifuddin. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Pustaka Mulia)
- Asiska, Nur dan Mustafa. 2022. *Peluang dan Tantangan News On Youtube Pada Media Kompas TV*. (Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi)
- Azizah, Husnun. 2020. *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtube Kota Metro)*. (Metro: Iain Metro.)
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Kencana)
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar)
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Prenada Media)
- Enterprise Jubilee. 2008. *Membuat Video di Youtube.Com*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo)
- Hajar, Ibnu. 2018. *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar*. (Jurnal Al Khitabah Vol. 05, No. 02)
- Husna dan Zida Zakiyatul. 2023. *Kredibilitas dan Retorika Dakwah Gus Kautsar*. (Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya)
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta)
- Isaura Putri, Devina. Dkk. 2022. *Efektivitas Dakwah di Media Sosial Pada Akun Youtube: Oki Setiana Dewi*. (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam)
- Kholid, Dian Muhammad Leson. 2019. *Persepsi Masyarakat Desa Lambur Ii (Studi Terhadap Pemberitaan Korupsi Gratifikasi Zumi Zola Media Tribunjambi.Com)*. (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Pendidikan)
- Kholis, Nur. 2021. *Iqtida*, (Jurnal of Dakwah and Communication Vol. 1 No. 2)
- Kindarto, Asdani. 2008. *Belajar Sendiri Youtube*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo)
- Koentjaraningrat. 2013. *Pengantar Ilmu Antropologi*. (Jakarta: Rineka Cipta.)
- Mastanora, Refika. 2018. *Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini*. (Jurnal Pendidikan dan Perkembangan Anak)
- Melong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosda Karya)
- Merawati. 2021. *Pengaruh Menonton Youtube Majelis Lucu Indonesia Terhadap Sikap Toleransi Beragama Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan*. (Pekalongan: IAIN Pekalongan)

- Musthofa, Qowim. 2022. *Musala*. (Jurnal Pesantren dan Kebudayaan Islam.Vol 1 No 2. Januari-Juli_Pengaruh era digital terhadap perkembangan bahasa anak vol. 2 2019)
- Narwoko, Dwi dan Bagong Suyanto. 2006. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. (Jakarta: Kencana)
- Nurfalah, F. Dkk. 2011. *Pengaruh Kredibilitas dan Kepribadian Dosen Dalam Mengajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. (Jurnal Komunikasi Pembangunan, No. 2)
- Rahayu, Puji. Skripsi :“*Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak*” (Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdhotul Ulama (STAINU) Kotabumi Lampung, 2023). Hal 56
- Purwanto, Harry. 2021. *Media Sosial Bebas Awas Kebablas*. (Surabaya: Media Karya)
- Putra, Asaas dan Diah Ayu Patmaningrun. 2018. *Pengaruh Youtube Di Smartphone Terhadap Perkembangan Komunikasi Interpersonal Anak*. (Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 21, No. 2)
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.)
- Ritno Verdha, Timor. 2015. *Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi)*. (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Reza, Muh Jamil. 2021. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Unismuh Makassar)*. (Makasar: Universitas Muhammadiyah Makassar.)
- Saebani, Beni Ahmad. 2012. *Pengantar Antropologi*. (Bandung: CV Pustaka Setia.)
- Shihab, M. Quraish. 2001. *Tafsir Al-Mishbah Volume 7*. (Tangerang: Penerbit Lentera Hati.)
- Simbolon, Maropen. 2008. *Persepsi dan Kepribadian*. (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 2 No. 1)
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. (Bandung: Alfabeta)
- Sukardi, M. 2021. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. (Jakarta: Bumi Aksara)
- Sukmadinata, Syaodih Nana. 2005. *Metode Penelitian*. (Bandung: Remaja Rosdakarya)

- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. (Jakarta: PT. Elex Media Komplutindo)
- Sutrisman, Dodik. 2019. *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*, Bogor: Guepedia
- Taylor. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosda Karya)
- Timor, Verdha Ritno. 2015. *Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi)*. (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Wawancara Informan 1, Pekalongan 27 Juni 2022
- Wawancara Informan 2, Pekalongan 27 Juni 2022
- Wawancara Informan 3, Pekalongan 28 Juni 2022
- Wawancara Informan 4, Pekalongan 28 Juni 2022
- Wawancara Informan 5, Pekalongan 29 Juni 2022
- Wawancara Informan 6, Pekalongan 29 Juni 2022
- Wawancara Informan 7, Pekalongan 29 Juni 2022
- Wawancara Informan 8, Pekalongan 30 Juni 2022
- Wawancara Informan 9, Pekalongan 30 Juni 2022
- Wawancara Informan 10, Pekalongan 30 Juni 2022
- Widi, Shilvina. 2022. *Pengguna Youtube di Dunia Capai 2, 41 Miliar Pada Kuartal II/2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-241-miliar-pada-kuartal-ii2022>, diakses 20 Desember 2022.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Anoud Aulia Sari
Tempat/Tanggal Lahir : Pekalongan, 26 April 1999
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Kertijayan Gg.1 RT 02 RW 01 Kecamatan Buaran
Kabupaten Pekalongan

IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : M. Auli
Nama Ibu : Imaroh
Agama : Islam
Alamat : Kertijayan Gg.1 RT 02 RW 01 Kecamatan Buaran
Kabupaten Pekalongan

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD N 03 Kertijayan : Lulus Tahun 2007-2013
SMP N 15 Pekalongan : Lulus Tahun 2013-2015
MAN 1 Pekalongan : Lulus Tahun 2015-2017
UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan : Lulus Tahun 2018-2023

Dengan daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya,
untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 4 September 2023

Penulis



Anoud Aulia S
ari

3418095