

**PERSEPSI PENONTON TERHADAP
KONTEN DAKWAH JEDDAH BEST MOMENT
DI KANAL YOUTUBE SUFADA RADIO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh

**Azzahroh Nuril Firdaus
NIM 04010120003**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzahroh Nuril Firdaus
NIM : 04010120003
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Persepsi Penonton terhadap Konten Dakwah Jeddah Best Moment di Kanal Youtube Sufada Radio* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 19 Mei 2024
Yang membuat pernyataan,



Azzahroh Nuril Firdaus
NIM 04010120003

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Azzahroh Nuril Firdaus
NIM : 04010120003
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Persepsi Penonton terhadap Konten Dakwah Jeddah Best Moment di Kanal Youtube Sufada Radio

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 21 Mei 2024
Menyetujui Pembimbing,



Ariza Qurrata A'yun, M.Med.Kom
NIP 199205202018012002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PERSEPSI PENONTON TERHADAP KONTEN DAKWAH
JEDDAH BEST MOMENT DI KANAL YOUTUBE SUFADA RADIO

SKRIPSI

Disusun Oleh
Azzahroh Nuril Firdaus
NIM 04010120003

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 12 Juni 2024

Tim Penguji

Penguji I

Ariza Qurrata A'yun, M.Med.Kom
NIP 199205202018012002

Penguji II

Dr. Fikry Zahria Emeraldien, MA
NIP 198908282020122016

Penguji III

Dr. H. Sumarto AS, MEI
NIP 195912261991031001

Penguji IV

Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag
NIP 196912041997032007

Dekan,



Dr. Roch Cherson, S.Ag. M. Fil.I.
NIP 198031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Azzahroh Nuril Firdaus
NIM : 04010120003
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : 04010120003@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Persepsi Penonton terhadap Konten Dakwah Jeddah Best Moment di Kanal Youtube

Sufada Radio

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 Juli 2024

Penulis

(Azzahroh Nuril Firdaus)

ABSTRAK

Azzahroh Nuril Firdaus, NIM 04010120003, 2024. *Persepsi Penonton terhadap Konten Dakwah Jeddah Best Moment di Kanal Youtube Sufada Radio.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana penonton menginterpretasikan konten dakwah Jeddah Best Moment di kanal youtube Sufada Radio. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik wawancara mendalam terhadap 15 penonton konten dakwah Jeddah Best Moment sebagai informan. Hasil wawancara tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall, yang terbagi menjadi tiga posisi, yakni posisi hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan memberikan respon dan penilaian yang beragam. Pada posisi hegemoni dominan, penonton sepenuhnya menerima dan menyetujui pesan dakwah karena sesuai dengan pengetahuan keagamaannya, serta menilai durasi konten dan pemilihan narasumber yang diundang sudah tepat. Pada posisi negosiasi, penonton menerima sebagian aspek konten tetapi mengkritisi variasi tema yang dibahas, pembawaan narasumber yang kaku dan kurang interaktif, serta aspek teknis lain yang kurang sesuai dengan penilaian pribadinya. Sedangkan pada posisi oposisi, tidak ada penonton yang sepenuhnya menolak konten ini. Konten ini mengandung pesan dan nilai-nilai dakwah yang dapat memberikan efek positif berupa penambahan pengetahuan (kognitif), keterlibatan emosional (afektif), dan perubahan perilaku dalam menerapkan pesan dakwah (*behavioral*).

Kata Kunci: Persepsi, Konten Dakwah, Media *Online* Youtube

ABSTRACT

Azzahroh Nuril Firdaus, NIM 04010120003, 2024. *Audience Perception of Jeddah Best Moment Da'wah Content on Sufada Radio Youtube Channel.*

This research is to find out and explain how the audience interprets the Jeddah Best Moment da'wah content on Sufada Radio's youtube channel. This research uses a qualitative descriptive method, with in-depth interview techniques with 15 viewers of Jeddah Best Moment da'wah content as informants. The results of the interviews were then analyzed using Stuart Hall's reception theory, which is divided into three positions, namely the dominant hegemony position, negotiation, and opposition.

The results showed that in the dominant hegemony position, the audience fully accepted and approved of the da'wah message because it was in accordance with their religious knowledge, and considered the duration of the content and the selection of invited speakers to be appropriate. In the negotiation position, the audience accepts some aspects of the content but criticizes the variety of themes discussed, the stiff and less interactive presentation of the speakers, and other technical aspects that are not in accordance with their personal judgment. As for the opposition position, there were no viewers who completely rejected this content. This content contains da'wah messages and values that can have positive effects in the form of additional knowledge (cognitive), emotional involvement (affective), and behavioral changes in applying da'wah messages.

Keywords: *Perception, Da'wah Content, Youtube Online Media*

مستخلص البحث

أزهره نوريل فردوس، NIM 04010120003، 2024، انطباعات المشاهدين عن المحتوى الدعوي ”أفضل اللحظات الدعوية في جدة“ على قناة يوتيوب إذاعة سفاعة

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد وتفسير كيفية تفسير الجمهور للمحتوى الدعوي ”جدة أحلى اللحظات“ على قناة يوتيوب إذاعة سفاعة. ويستخدم هذا البحث المنهج الوصفي الكيفي، مع استخدام أساليب المقابلات المتعمقة مع 15 من مشاهدي المحتوى الدعوي ”جدة أحلى لحظة“ كمخبرين. ثم تم تحليل نتائج المقابلات باستخدام نظرية التلقي لستيوارت هول، والتي تنقسم إلى ثلاثة مواقف، وهي موقف الهيمنة المهيمن والتفاوض والمعارضة

أظهرت النتائج أن المخبرين قدموا ردودًا وتقييمات مختلفة. في موقف الهيمنة المهيمنة، يقبل الجمهور الرسالة الدعوية ويوافق عليها بشكل كامل لأنها تتفق مع معارفهم الدينية، ويقومون مدة المحتوى واختيار المتحدثين المدعومين بأنه مناسب. في موقف التفاوض، يقبل الجمهور بعض جوانب المحتوى لكنه ينتقد تنوع الموضوعات التي تتم مناقشتها، والعرض الجامد والأقل تفاعلية للمتحدثين، والجوانب الفنية الأخرى التي لا تتوافق مع تقييمهم الشخصي

لا يوجد مشاهدون يتخذون موقفًا معارضًا أو رافضًا تمامًا لهذا المحتوى. يحتوي هذا المحتوى على رسائل وقيم دعوية يمكن أن يكون لها تأثيرات إيجابية في شكل معرفة إضافية (معرفة)، ومشاركة وجدانية (وجدانية)، وتغيرات سلوكية في تطبيق الرسائل الدعوية (سلوكية)

الكلمات المفتاحية: الإدراك، المحتوى الدعوي، وسائط اليوتيوب على الإنترنت

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah.....	4
C.Tujuan Penelitian	4
D.Manfaat Penelitian	4
1.Manfaat teoretis.....	4
2.Manfaat praktis	5
E. Definisi Konsep.....	5
1.Persepsi	5
2.Konten dakwah	7
3.Media <i>online</i> youtube.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	11
A.Kerangka Teoretis	11
1. Teori Resepsi.....	11
2. Media Dakwah	16
3. Kerangka Berpikir Penelitian.....	21
B. Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A.Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B.Subjek Penelitian.....	33

C. Jenis dan Sumber Data.....	34
D. Tahap-Tahap Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Validitas Data	46
G. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	48
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	48
B. Penyajian Data	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	79
1. Perspektif Teori.....	79
2. Perspektif Islam.....	87
BAB V PENUTUP.....	92
A. Simpulan	92
B. Rekomendasi	93
C. Keterbatasan Penelitian.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99



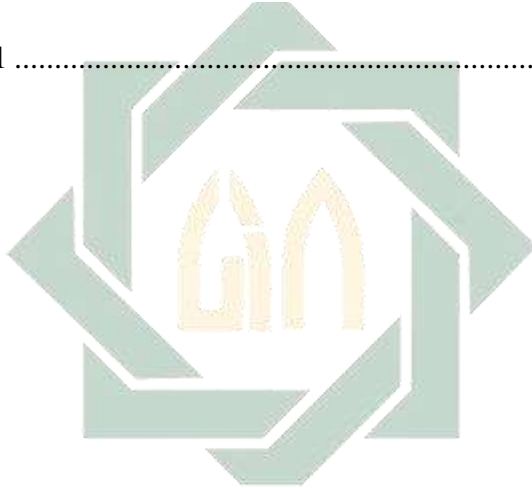
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	22
-----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	40
------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. et al. “Pengembangan Dakwah Kontemporer Melalui Media Penyiaran Radio.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13139>.
- Adlini, M. N. et al. “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka.” *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- Afrilia, Sisca Dwi. “Analisis Resepsi Pendengar Terhadap Program Mozaik Di Radio Suara Muslim Surabaya.” *Skripsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023. <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/68461>.
- Agushar, K. B. Z. & Sukendro, G. G. “Persepsi Remaja Kota Purwokerto Terhadap Konten Dark Joke Pada Media Sosial Youtube.” *Koneksi* 6, no. 2 (2022). <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/15554>.
- Akbar, Rofiq F. “Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.” *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2015). <http://dx.doi.org/10.21043/edukasia.v10i1.791>.
- Aratua, N. “Persepsi Mahasiswa Pengguna Youtube Pada Konten Charity (Study Pada Channel Youtube Windah Basudara).” *Skripsi*, Universitas Nasional, 2023. <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/8731>.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Barito, Raden B. “Persepsi Orang Tua Dan Anak Terhadap Konten Hiburan di Youtube (Studi Kasus Remaja Usia 13-15 Tahun di TPQ Nurul Ahya Pagesangan Surabaya).” *Commercium* 04, no. 02 (2021). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/42336>.

- Djailani, A. R. "Persepsi Mahasiswa Mengenai Konten Youtube Jeda Nulis Sebagai Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far (Studi Deskriptif FAI UNISSULA Semarang)." *Skripsi*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2023. <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/32954>.
- Gaffari, M. "Persepsi Dan Pemaknaan Anak Muda Terhadap Tayangan Konten Pemuda Tersesat Di Channel YouTube Majelis Lucu Indonesia." *Jurnal Media dan Komunikasi 3* (2022). <https://e-journal.unair.ac.id/Medkom>.
- Gunanto, A. R., & Mulyana, A. "Interpretasi Penonton Terhadap Konten YouTube Dari Layaria: Analisis Resepsi 'Sound Of Us', 'Layaria Highlight' Dan 'Ngantor Series.'" *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial 10*, no. 3 (2021). <http://dx.doi.org/10.22441/jies.v10i3.14456>.
- Cici, J. L., Irfandi, & Sarwita, T. "Survei Tingkat Presepsi Guru Dan Orang Tua Terhadap Pembelajaran Daring (Terhadap Jaringan) Selama Covid 19 Pada SMA 1 Baitusalam Aceh Besar." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa 3*, no. 2 (2022). <https://jim.bbg.ac.id/pendidikan/article/view/699>.
- Latmafanie, O. O. "Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tentang Fashion Korea Selatan Dalam Cara Berbusana (Studi Eksperimen Mahasiswa Aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Dan Komunikasi Penyiaran Islam)." *Skripsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023. <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/61187>.
- Lutfiah, K. "Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Salatiga Tentang Konten Dakwah Oki Setiana Dewi Official Di Media Youtube." *Skripsi*, IAIN Salatiga, 2020. <http://erepository.perpus.uinsalatiga.ac.id/id/eprint/10499>.
- Mubasyaroh. "Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer)." *AT-TABSYYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam 2*, no. 2 (2015). <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v2i2.505>.

- Mukarom, Z. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021. <https://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/31495>.
- Pandaleke, T., Waleleng, F. & J. Grace. “Peran Komunikasi Sosial Masyarakat Dalam Melestarikan Bahasa Daerah Pasan Di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Acta Diurna Komunikasi*, 2, no. 3 (2020). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna>.
- Putra, E. S., Sumarah, N. & Norhabiba, F. “Persepsi Warga Surabaya Timur Tentang Channel Youtube Atta Halilintar.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.022.04>.
- Putri, N S. & Pramonojati, T. A. “Persepsi Mahasiswa Kota Bandung Pada Tayangan Youtube Najwa Shihab Edisi# Matanajwamenantiterawan (Studi Analisis Resepsi).” *eProceedings of Management* 8, no. 3 (2021). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15007/14907>.
- Riani, S. M. S, & Winduwati, S. “Persepsi Khalayak Pada Tayangan Konten Gaya Hidup Sehat Oleh Influencer.” *Koneksi* 4, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8136>.
- Riyadi, Fahmi. “Resepsi Umat Atas Alquran: Membaca Pemikiran Navid Kermani Tentang Teori Resepsi Alquran.” *HUNAFa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014). <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i1.339.43-60>.
- Romli, A. S. M. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2018. https://books.google.co.id/books?id=Df7_DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Simbolon, M. “Presepsi Dan Kepribadian.” *EKONOMIS: Jurnal*

Ekonomi dan Bisnis 2, no. 1 (2007).
<https://doi.org/10.58303/jeko.v1i1.516>.

Syaf'i, A. G., & Rahman. "Seni Sebagai Media Dakwah Dalam Pemberdayaan Masyarakat." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 16, no. 4 (2022).
<https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/1189>.

Utami, R. I., & Herdiana, A. "Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall." *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu* 3, no. 2 (2021).
<https://doi.org/10.53977/sadharananikara.v3i2.356>.

Wulandari, S. "Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)." *Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2018.
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/5309>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A