

## PENGELOLAAN KONTEN YOUTUBE SALAM TELEVISI

St Feri Wahyudi S\*

Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah, Deli Serdang

\*Corresponding Email: stevenferry248@gmail.com

### Abstract

*Salam Television youtube account continues to upload da'wah content on youtube media, but with the development of subscribers (customers) on this account there is an irregularity, namely the lack of attractiveness of the da'wah content presented and the insignificant number of subscribers in the account with viewers, which should have relevant consistency between the two things. This study aims to determine the management of youtube Salam Television da'wah content. The type of research is descriptive qualitative. The data collection techniques used in this research are interviews, observation and documentation. The results of the study explain that the management of the Salam Television youtube da'wah content has been carried out in accordance with the elements and managerial functions, but there are several things that need to be improved, updated and evaluated so that the da'wah content on the Salam Television youtube account can develop, be stable and attractive to subscribers, among the things that must be improved are focusing on just one account to manage, reducing job titles and multitasking, using legitimate and original applications, improving the method of developing subscribers, creating special content and uploading at framing time and making special evaluations.*

**Keywords :** Management, Da'wah Content, Youtube Salam Television

### Abstrak


Akun *youtube* Salam Televisi terus melakukan upload konten-konten dakwah di media *youtube*, akan tetapi dengan berkembangnya *subscriber* (pelanggan) pada akun ini terjadi kejanggalan yaitu kurangnya daya tarik konten-konten dakwah yang disajikan dan tidak signifikannya jumlah *subscriber* yang ada di dalam akun tersebut dengan *viewers* yang seharusnya terdapat konsistensi yang relevan antara dua hal tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan konten dakwah *youtube* Salam Televisi. Jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menerangkan bahwa bahwa manajemen pada konten dakwah *youtube* Salam Televisi telah dilakukan sesuai dengan unsur-unsur dan fungsi-fungsi *manajerial*, akan tetapi terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki, *diupdate* dan dievaluasi agar konten dakwah pada akun *youtube* Salam Televisi dapat berkembang, stabil dan menarik bagi *subscribers*, di antara hal yang harus diperbaiki ialah fokus kepada satu akun saja untuk dikelola, mengurangi rangkap jabat dan *multitasking*, menggunakan aplikasi yang sudah sah dan asli, memperbaiki metode pengembangan *subscribers*, membuat konten khusus dan *upload* pada waktu *framing* serta membuat evaluasi khusus.

**Kata Kunci:** Pengelolaan, Konten Dakwah, Youtube Salam Televisi

### Article Info

Article History:

Received: 27-04-2024, Accepted: 03-12-2024, Publish: 29-12-2024

 doi : 10.51590/bashirah.v5i2.742



This work is licensed under a

[Creative:ommons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## Pendahuluan

Youtube merupakan sarana untuk menciptakan karya seni dalam bentuk audio dan video. dan juga youtube merupakan sebuah perusahaan yang mengumpulkan koleksi *user generated content* (berbagai proporsi iklan dengan bentuk konten baik video, film, foto, tulisan dan lain-lain yang dibuat oleh konsumen bahkan pelanggan) memuat ribuan film pendek, video pendek, episode-episode dari televisi, dan ratusan film *full-length* dengan total *upload* lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi gambaran yang pasti untuk bisa saling berbagi video *online*..

Merupakan salah satu yang menjadi alasan terbesar para aktivis dakwah dalam memilih media youtube dikarenakan kelebihan yang dimiliki oleh media youtube tersebut, yaitu sebagai sarana untuk menyiarkan dakwah mereka, yang mana dengan memanfaatkan media tersebut, dakwah yang disampaikan dapat tersampaikan secara lebih cepat, lebih mudah, lebih luas dan bahkan tidak boros biaya dalam penggunaannya, dan ini sangatlah berbanding terbalik dengan dakwah yang dilakukan dengan cara tatap muka atau *offline*. Dan mengapa dakwah melalui youtube dapat mendominasi di era milenial ini, karena ada beberapa alasan yang pertama yaitu umat muslim telah menyebar kesetiap penjuru dunia, dengan menggunakan jejaring internet untuk berselancar di *website* youtube yang memudahkan penggunanya memperoleh ilmu yang belum bisa disimak di kala waktu berlansungnya sebuah majelis *ta'lim*. Kedua yaitu citra Islam dapat dengan mudah dibangun lewat konten yang berisi tentang kegiatan dakwah atau hal-hal yang membahas tentang seputar Islam. Dan yang terakhir ialah pemanfaatan youtube sebagai media dakwah, membuktikan bahwa umat muslim mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman yang semakin maju dan masih mempunyai eksistensi di jalur koridor syari'at Islam<sup>1</sup>

Kelebihan yang dimiliki dari aplikasi-aplikasi online ini terutama aplikasi youtube, menjadi peluang yang besar oleh para dai' untuk menyiarkan dakwah mereka secara luas terutama para dai di tanah air ini. Para penyiar dakwah media *online* Indonesia berusaha berkontribusi dalam fungsi youtube, pada awalnya aplikasi youtube hanya digunakan untuk saling *share* film-film dan video-video, maka mereka berusaha menggunakan aplikasi youtube untuk saling *share* video yang berisikan nasehat, konten yang berisikan edukasi ilmu dan kebaikan dengan tujuan berdakwah dan menyebarkan ajaran Islam yang *haq* di segala penjuru bumi.

---

<sup>1</sup> Fathul Wahid, *E-Dakwah Dakwah Melalui Internet* (Yogyakarta: Gaya Media, 2004).Fathul Wahid.

Pada bulan Januari tahun 2009 mulai berdatangan akun-akun dakwah dari media online ini seperti *Felix Siaw* yang diikuti sampai 1.000.000 pengikut, kemudian diikuti juga pada Januari tahun 2011 oleh *Yufid.Tv* dengan 3.000.000 pengikut, dan pada Oktober tahun 2012 *Lampu Islam* dengan 3.000.000 pengikut, kemudian di Februari tahun 2013 muncul akun *Khalid.Basalamah* dengan 2.400.000 pengikut, dan pada November 2015 datang *Islam Terkini* dengan 709.000 pengikut, kemudian pada tahun 2016, 2017, 2018, hingga 2019 munculnya akun dakwah para *asatidzah* Indonesia seperti *Dzulqarnain.ms* dengan 246.000 pengikut dan *Syafiqrizabasalamah\_Official* dengan 1.200.000 pengikut, *Hanan Attaki* dengan 2.400.000 pengikut, *El Gadda* dengan 43.000 pengikut dan *Adi Hidayat* dengan 3.000.000 pengikut, dan yang selanjutnya *Abdul Samad* dengan 3.100.000 pengikut dan ini merupakan salah satu bukti bahwa suksesnya dakwah di media sosial terutama di aplikasi Youtube, dimana para *dai* berusaha mengelola Youtube sebagai media menyiarkan dakwah mereka.<sup>2</sup>

Jika dilihat keadaan sekarang maka kiblat umat telah berpaling ke barat dimana dulu kita tahu bahwa kiblat semua umat manusia adalah Islam sendiri. Oleh karena itu media Youtube juga memerlukan manajemen konten untuk bertahan dalam persaingan media Youtube. Maka persaingan konten di media Youtube semakin bergengsi dan tetap eksis, sedangkan peringkat dari sebuah media dapat dilihat dari produksi kontennya. Pengelolaan Youtube sebagai media menyiarkan dakwah adalah bentuk metode atau cara yang digunakan oleh salah satu stasiun televisi swasta, Salam Televisi. Yayasan *Ar Risalah Al Khairiyah* Salam merupakan naungan dari stasiun televisi swasta Salam Televisi, yang mana stasiun televisi swasta ini terletak di kota Deli Serdang provinsi Sumatera Utara. Salam Televisi juga bergerak dalam dakwah media *online*, selain bergerak di bidang dakwah pada media elektronik lama yang disematkan di dalam program-program mereka.

Berdasarkan hasil dari wawancara sementara yang dilakukan dengan kepala direktur Salam Televisi, bahwa Salam Televisi memiliki beberapa akun media *online* yaitu *Youtube*, *Facebook*, dan *Instagram*, dan ketiga akun media online ini dibuat pada waktu yang sama yaitu pada bulan Oktober 2016. Sampai saat ini akun atau halaman *Facebook* Salam Televisi yang dinamai dengan Salam Televisi memiliki 267.000 orang yang menyukai, adapun untuk *channel* Youtube Salam Televisi yang diberi nama Salam Televisi memiliki 117.000 *subscriber* dengan jumlah 7.700 video, dan untuk akun *instagram* Salam Televisi yang diberi nama *salamtelevisi* memiliki 16.200 pengikut atau *follower* dengan jumlah 3.251 postingan.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> <https://Youtube.com.>, diakses pada tanggal 13 November 2022 pukul 21.28 WIB

<sup>3</sup> Andri Rivai S.Sos, sebagai direktur AMN, wawancara pribadi, Medan, 09 Desember 2022

Berawal dari 2014 akun youtube Salam Televisi terus melakukan upload konten-konten dakwahnya di media youtube, akan tetapi dengan berkembangnya *subscriber* (pelanggan) pada akun ini terjadi kejanggalan yang begitu keluar dari yang seharusnya berlaku dilapangan seperti Teori Harapan (*Expectancy Theory*) yang mengatakan bahwa hasil akan bergantung dengan usaha yang diupayakan<sup>4</sup>. seperti yang telah diteliti pada konten dakwah pada akun youtube *hanan Attaki* yang mulai bergabung tanggal 11 Mei 2017 yang mana total tontonan youtube sampai dengan pencapaian 10.930.756x ditonton dan *channel Pemuda Hijrah* yang mulai bergabung pada tanggal 20 September 2017 dan ditonton hingga 13.028.566x<sup>5</sup>, sebagai media dakwah terdapat kestabilan dan bisa dikatakan manajemen pada akun ini efektif dan efisien. Berbeda halnya sama akun youtube Salam Televisi yang sudah bergabung lebih dahulu dua tahun sebelumnya terdapat kejanggalan, yaitu pada konsistensi *viewers* (penonton) yang tidak setara dengan jumlah *subscriber*, yang mana jumlah *subscriber* pada akunnya mencapai 119.806 dan *viewers* di setiap kontennya jarang mencapai 1.000 *viewers* bahkan kebanyakan kontennya hanya ditonton oleh ratusan bahkan puluhan sampai belasan *viewers*. jika dihitung persentase dari *viewers* terhadap *subscriber* hanya berbanding 0,1% bahkan kurang dan sebagaimana yang dikatakan admin dari akun tersebut terdapat penambahan dari 1000 pelanggan atau *subscriber* di setiap bulannya dan apabila memasuki bulan ramadan bisa naik 2 kali lipatnya<sup>6</sup>. Dan ini baru berkaitan dengan *viewers* ada lagi yang berkaitan dengan (*like*) suka dan (*comment*) komentar hanya berkisaran puluhan bahkan nihil untuk satu konten. maka dapat dikatakan bahwa akun Salam Televisi memiliki jumlah *followers* yang banyak akan tetapi belum bisa dikatakan berhasil dalam menjaga konsistensi jumlah penontonnya dan ketertarikan kontennya pada pelanggan.

Untuk menghindari pembuatan konten yang kurang berkualitas karena pengelolaan konten yang tidak efektif lagi efisien, juga kebijakan redaksi yang kurang tepat, yaitu kurang memperhatikan kembali isi konten dan tujuan dari konten tersebut. Dibutuhkan keahlian dan pengetahuan yang berkompeten dalam menggunggah konten sehingga dakwah di *youtube* menjadi efektif seperti halnya yang telah diteliti pada akun *youtube* Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi,<sup>7</sup> karena efek yang timbul seperti konsistennya *viewers* dan *subscriber* bahkan datangnya pengertian atau pesan dapat dipahami,

---

<sup>4</sup> Anastasia Sri Mendari, *Aplikasi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa* (Widya Warta, 2010).

<sup>5</sup> Abdul Salam, Muliaty Amin, and Kamaluddin Tajibu, "DAKWAH MELALUI YOUTUBE ( ANALISIS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI )" 5, no. 3 (2020): h. 65.

<sup>6</sup> Salam TV. *Youtube.com*: diakses pada tanggal 10 November 2022 pukul 20.00 WIB

<sup>7</sup> Salam, Amin, dan Tajibu, "DAKWAH MELALUI YOUTUBE ( ANALISIS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI ), h. 22."

kesenangan, pengaruh dan sikap, hubungan sosial yang semakin membaik dan adanya tindakan baik setelahnya dari *subscriber* (feedback). Berdasarkan dari fenomena yang terjadi di lapangan dan uraian di atas, maka peneliti ingin sekali dan sangat tertarik untuk menganalisis dan mengetahui lebih dalam tentang pengelolaan yang direalisasikan oleh pimpinan dan tim Salam Televisi pada akun youtube *Salam Televisi*, sehingga dapat mengetahui faktor dan sebab dari kurangnya daya tarik konten dan tidak signifikannya jumlah *subscriber* yang ada di dalam akun tersebut dengan *viewersnya*, dan penelitian ini peneliti kemas dengan judul “**Pengelolaan Konten Dakwah Youtube Salam Televisi**”.

## Materi dan Metode

Pengelolaan secara etimologi pengertian dari kata manajemen, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris, *management*, yang berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan, dan pengelolaan.<sup>8</sup> kata *manage* juga merupakan asal dari kata Manajemen (bahasa latinnya: *manus*) yang artinya: menangani, mengelola, memimpin, atau membimbing.<sup>9</sup>

Pengertian yang sama juga dinyatakan oleh Ramayulis (2008), bahwa hakikat manajemen ialah *at-tadbir* (pengelolaan). Kata ini merupakan bentuk derivasi dari kata *dabbara* (mengelola) yang terdapat banyak di dalam kitab suci Al-Quran, seperti firman Allah *Subhanahu wa Ta'ala*:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

Artinya: "Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitunganmu. " (QS. As-Sajdah: 5)<sup>10</sup>

Secara terminologi, defenisi mengenai manajemen yang dikemukakan oleh ahli adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan terhadap para anggota organisasi serta penggunaan seluruh potensi yang ada secara tepat untuk meraih tujuan organisasi yang telah ditetapkan.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (jakarta: Prenada Media Grup, 2012), h. 9.

<sup>9</sup> Rosady Rusalan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 1.

<sup>10</sup> Departemen agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV penerbit Diponegoro, 2006) h. 415

<sup>11</sup> Munir dan Ilahi, *Manajemen Dakwah*.

Konten merupakan informasi disampaikan melalui media. Konten merupakan salah satu istilah dari pesan jika ditimbang dari unsur- unsur komunikasi, akan tetapi konten merupakan unsur yang lebih umum daripada pesan atau informasi. Dan juga konten salah satu unsur terpenting dalam media sosial. Jadi konten dakwah ialah informasi yang bersifat religi yang disampaikan melalui media agar dapat diambil manfaatnya atau bermanfaat bagi *viewersnya*.

Konten dakwah merupakan salah satu bentuk dari genre konten, misalnya religious atau biasa disebut dengan konten dakwah seperti konten dakwah Gita Savitri Devi<sup>12</sup>, atau contoh lain *comedy* atau bisa digolongkan dengan hiburan dan begitu selebihnya dengan konten-konten yang di *upload* di youtube semuanya dapat digeneralisasikan menurut genrenya. Berikut jenis- jenis dari konten dakwah:

#### 1. *Murattal Al qur-an*

*Murattal* merupakan salah satu bentuk dari konten dakwah dan *murattal Al qur an* ini lebih menampakan pada tilawah dari ayat-ayat suci Al qur an, *tadabbur* serta menghayati tentang isi ayat yang dibacakan tersebut. Salah satunya dari konten *Murattal Al qur'an* yang banyak digemari saat ini ialah *ammar tv*.<sup>13</sup>

#### 2. *Tausiyah* agama

*Tausiyah* atau lebih kerap dengan nama ceramah agama atau bisa juga dengan khutbah namanya atau pidato yang berisikan pesan-pesan religius. Ini merupakan salah satu dari jenis konten dakwah dan biasanya konten ini berisikan waktu yang cukup panjang. Seperti contohnya salah satu *tausiyah* agama yang disukai pemuda bahkan sudah diteliti yaitu konten youtube *pemuda hijrah*.<sup>14</sup>

#### 3. Nasehat singkat

Nasehat singkat merupakan salah bentuk dari *tausiyah* hanya saja isi yang lebih singkat dan pembahasannya padat. Dan nasehat ini bersifat ajakan kebaikan dan larangan untuk menjauhi keburukan. Dan nasehat singkat ini lebih banyak diminati para anak muda diiringi dengan sedikit canda.<sup>15</sup>

#### 4. *Podcast*

---

<sup>12</sup> Hikmatuzzakia, *Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Savitri Devi Melalui Channel Youtube* (Semarang: UIN Wali Songo, 2019), h. 68.

<sup>13</sup> Ammar tv. *Youtube.com*: diakses pada tanggal 10 Maret 2023 pukul 11.10 WIB

<sup>14</sup> Salam, Amin, and Tajibu, "DAKWAH MELALUI YOUTUBE ( ANALISIS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI )."

<sup>15</sup> Hadiono, A. F., & Nafi'ah, F. I, "Efektifitas Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)" (*JKaKa: Jurnal Komunikasi dan Konseling Islam*, 2022) hal.10.

*Podcast* atau diskusi terbuka tentang sebuah tema umum yang berkaitan dengan agama. Dan ini merupakan salah bentuk dari jenis konten pada umumnya akan tetapi lebih terarah pada pesan-pesan religius. Salah satunya yaitu *podcast dakwah sunnah*.<sup>16</sup>

#### 5. *Vlogging*

*Vlogging* merupakan salah satu bentuk dari konten umumnya dan juga ada *vlogging* yang bersifat dakwah dan juga ini lebih bersifat tentang sejarah Islam dan pengenalan tentang pahlawan dan peninggalan jejak kaki Islam dan muslimin. Dan salah satunya dari contoh konten dakwah *vlogging* yang sudah diteliti ialah ialah Gita Safitri<sup>17</sup>

#### 6. *Short movie* atau *movie*

*Movie* atau film yang menceritakan tentang sejarah Islam atau pahlawan Islam dengan berisikan amanat untuk mengingat kembali jasa para pahlawan dan selalu mencontoh terhadap orang-orang terdahulu yang istimewa saat menjalani Islam dengan murni.

*Youtube* merupakan media untuk menyiarkan dakwah, pada era globalisasi ini kalangan masyarakat secara umum menggunakan media sosial online untuk saling berkomunikasi, mencari informasi, dan mendapatkan informasi. Media online yang tidak terlepas dari genggaman tangan masyarakat saat ini seperti *whatsapp*, *instagram* dan *youtube*. Masyarakat jika ingin saling berkomunikasi waktu ini sangatlah mudah tidak hanya dengan tatap muka atau bertemu, namun di era yang canggih ini telah merubah bentuk *style* dan gaya hidup masyarakat dengan menggunakan fasilitas yang canggih dan serba cepat. media massa saat ini tidak hanya digunakan untuk saling berkomunikasi saja tetapi juga untuk mendapatkan informasi seperti youtube. Media dakwah online ialah salah satu sarana yang digunakan dalam menyiarkan pesan-pesan dakwah. Media online selain berbentuk pada alat ternyata juga bisa merujuk pada bentuk pesan, baik *verbal* maupun *nonverbal*, seperti cahaya dan suara.<sup>18</sup> Dengan adanya media ini mempermudah komunikasi atau *viewers* dalam mencari informasi yang diinginkan. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti mengambil sebuah teori, Teori *interaksionis* dimana komunikasi dianggap sebagai alat yang dapat membuat kita belajar bagaimana berperilaku dan mengerti apa makna dari pesan. yang berarti komunikasi sebagai perekat manusia. Sehingga dengan media youtube seseorang belajar bagaimana berperilaku sesuai dengan tujuannya.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Podcast dakwah sunnah. *Youtube.com*: diakses pada tanggal 10 Maret 2023 pukul 11.00 WIB

<sup>17</sup> Hikmatuzzakia, *Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Savitri Devi Melalui Channel Youtube*.

<sup>18</sup> Hikmatuzzakia, h. 41.

<sup>19</sup> Endang Novita, *Dakwah Youtube Dalam Membentuk Akhlakul Karimah Terhadap Generasi Milenial*, (Lampung: IAIN Lampung, 2020), h. 23.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif.<sup>20</sup> Metode kualitatif ialah metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan untuk menganalisis fenomena, peristiwa, kegiatan sosial, sikap, keyakinan dan persepsi pikiran secara individu atau dalam kelompok.<sup>21</sup> Metode kualitatif adalah proses penelitian untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan sebuah gambaran yang komprehensif dan kompleks yang dapat diungkapkan dengan kata-kata yang menghadirkan perspektif secara visual, dan melaporkan pandangan secara rinci yang didapat dari sumber informan serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah.<sup>22</sup>

Dalam hal ini aspek-aspek yang dicari dalam penelitian ini adalah pengelolaan yang terdapat dalam sumber data penelitian berupa data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dan merupakan data dalam golongan utama, data ini berupa konten secara menyeluruh dari batas periode yang telah peneliti cantumkan sebelumnya dalam akun Salam Televisi di *youtube* dan didapat diperoleh dari hasil wawancara antara peneliti dengan Direktur Salam Televisi dan admin atau penanggung jawab akun youtube Salam Televisi serta data-data dari sumber lain yang mampu mendukung penelitian ini seperti dari dokumen-dokumen Salam Televisi, buku-buku, jurnal, skripsi, internet dan lain sebagainya yang bisa menjadi bahan penulisan karya ilmiah.

## Hasil dan Pembahasan

Salam Televisi ialah salah satu dari akun media *online* yang ada di aplikasi *youtube* yang dinaungi oleh Yayasan *Arrisalah Media Network*. Dimulai dari tahun 2016 para penyiar dakwah mulai menjalankan dakwahnya di media online, karena mulai terlihat begitu pesat dari perkembangan media online di kalangan penduduk dunia, Karena keluarga merupakan pondasi dari bangunan masyarakat dan bentuk dari barometer maju dan mundurnya sebuah akhlak dan pembentukan karakter, dan karena keluarga juga berperan sebagai yang membentengi dalam menghadapi berbagai ancaman dari pengaruh media yang negatif. Atas dasar ini Salam Televisi menjadikan keluarga sebagai target yang menjadi akar rumput dalam masyarakat dalam bentuk suri tauladan, dukungan dan pengembangan.<sup>23</sup> Akun youtube Salam Televisi sendiri saat memiliki pelanggan/*subscriber* mencapai 120.000 ribu pelanggan dengan 8200 konten yang telah diposting. Adapun untuk konten dan postingan yang diunggah

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, cet 26 (bandung: alfabeta, 2017), h. 205.

<sup>21</sup> suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian Kualitatif* (jakarta: bumi aksara, 2006), h. 41.

<sup>22</sup> Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif", (Jurnal Humanika Kajian Ilmiah, Vol. 21, No. 1. 2021) h. 35.1.

<sup>23</sup> Diambil dari <http://salamtelevisi.com/new>. pada tanggal 9 januari 2023 pukul 10:13 WIB.

berisikan konten dakwah yang berbentuk video kajian, nasehat singkat, *murattal Al qur'an*, *podcast* dan video lainnya. Pesan-pesan dakwah pada kontennya yang diberikan ialah antara lain tentang akhlak, adab, *aqidah*, *tazkiyatun nufus* dan *fiqih* serta promo program dan acara yang akan di tayangkan di Televisi Salam Televisi sendiri, yang mana program tersebut akan dipromosikan 12 atau 6 jam sebelum program tersebut akan ditayangkan di media sosial milik Salam Televisi seperti *Instagram*, *tiktok*, *facebook* dan *whatsapp*.

Berikut penulis cantumkan pengelolaan konten dakwah youtube Salam Televisi, dilihat dari unsur-unsur pengelolaannya:

#### **A. Man (Manusia)**

1. Andri Rivai, S.Kom.I (Direktur)
2. Candra Gunawan, S.Pd, I, M.Si (Wakil Direktur & Quality Control)
3. Selamat (Produser & Humas)
4. Fathurohman S. Sos (Pimpinan Produser & host)
5. Idarus (Sekretaris & Bendahara)
6. Saddam Husein (Admin Youtube I)
7. Andika (Admin Youtube II & Desainer)
8. Agus Kurniawan Siraet (Audioman & daber)
9. Gusti Prabowo (Audioman)
10. Yasir Arafat (Cameramen & audioman )
11. Fadhlán (Cameramen)
12. Mishwari Ritonga S.Sos (Kepala Cameramen)
13. Muhammad Reza Kemala (Editor & desain grafis)
14. Fachri Husna (Editor dan Desainer)
15. Ruchiardi (Editor & host)

#### **B. Money**

Pada setiap bulannya dulu, Salam Televisi mengeluarkan *money* atau uang untuk mengadakan *giveaway* dan kuis lainnya. Salam Televisi selalu membuat kuis di akun media sosial media lain dengan *feedback* men-*subscribe* youtube dari Salam Televisi, yang mana kuis dan *giveaway* ini juga dilakukan untuk menambah interaksi dengan para pengguna media sosial lainnya dan *youtube* juga. Selain itu juga untuk pembuatan konten dan program yang akan ditayangkan atau diupload tentunya mengeluarkan biaya, pertama biaya untuk kru dalam pembuatan konten, gaji untuk *talent*, biaya transportasi, biaya pengeditan berupa internet dan

wifi dan biaya-biaya lainnya yang tidak terduga ataupun diluar agenda. dan pada bulan Ramadhan akan meningkat dua kali lipat dari biasanya untuk biaya produksi konten tersebut.

### C. *Material dan Machines (Alat-Alat dan Mesin)*

Beberapa alat elektronik yang digunakan ialah berupa *handphone* dan komputer yang berisikan aplikasi atau *software editing* gambar dan video. Adapun untuk *editing* gambar, editor youtube Salam Televisi menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop, inkscape, Photopea, Adobe Illustrator, dan Canva*. Dan untuk *editing* video maka akun youtube Salam Televisi menggunakan *software Adobe Premier Pro, Adobe After Effect dan Davinci Resolve, pixelab dan capcut*. Aplikasi atau *software* di atas merupakan aplikasi-aplikasi yang berbasis *premium* atau berbayar, kecuali *capcut, pixelab, Davinci Resolve, inkscape dan Photopea*. Selain Komputer, akun youtube Salam Televisi juga menggunakan sebuah *handphone* khusus untuk *upload* video dan foto yang telah selesai didesain, baik itu di akun instagram sendiri maupun di akun-akun lainnya. beberapa akun media *online Ar-Risalah Media Network (AMN)* juga dikelola Di *handphone*. Dan juga banyak akun yang dikelola di media *online Ar-Risalah Media Network (AMN)* seperti yang akan dipaparkan dibawah ini sesuai kelompoknya:

Tabel 1: Akun-Akun Yang Dikelola Di Salam Televisi Beserta Media Sosial

No	Jenis Akun	Nama Akun
1.	<i>Instagram</i>	Qurantodayya, 1hari1ilmu, anamuslimahnew, anamulimnew, salamtelevisi dan AKADEMI NUR
2.	<i>Youtube</i>	Jalanhidayah, Qurantoday4807, salam tv dan AKADEMI NUR
3.	<i>Facebook</i>	Jalanhidayah, Qurantodayya, 1hari1ilmu, anamuslimahnew, salam televisi dan AKADEMI NUR
4.	<i>Tiktok</i>	Qurantodayya dan AKADEMI NUR
5.	<i>Whatsapp</i>	1hari1ilmuikhwan, 1hari1ilmuakhwat dan AKADEMI NUR
Total		21 akun

### D. *Market (pasar)*

Target Postingan dan konten akun youtube Salam Televisi yaitu diarahkan kepada masyarakat umum terhadap agama dan kepada orang yang sudah mengenal Islam secara *universal* dan masih membutuhkan wawasan tentang Islam. Umum di sini berarti orang-orang yang belum mengenal *sunnah nabi shallallahu ‘alaihi wasallam* secara mendalam atau dalam

artian masih beribadah tapi masih belum dengan bacaan gerakan yang dicontohkan nabi *shallallahu 'alaihi wasallam*.

## E. Metode

Metode yang dilakukan untuk meningkatkan *subscriber* dan mengembangkan kreatifitas ide-ide baru agar bisa menjadi konten yang diminati. Dan bahkan banyak metode yang dilakukan. Berikut metode pengembangan akun youtube Salam Televisi yang dijalankan tahun ini:

1. Menyiapkan program acara dan konten yang menarik dan diminati oleh *viewers*
2. Membuat judul dan *thumbnail* yang membuat *viewers* tertarik dan juga mencantumkan *caption* dan *hashtag* yang sedang viral
3. Upload secara rutin dan pada waktu *framing time* waktu-waktu yang sering *onlinenya viewers*.
4. Menghimbau pemirsa untuk *mensubscribe channel* youtube secara langsung maupun dengan *running text*.
5. Mempromosikan dan publikasi program pada sosial media lain, seperti *facebook*, *intagram* dan *story whatsapp*.
6. *Premier* atau *live streaming* dengan dibuat promosikan sebelumnya, jadi akan tayang bagi ingin berlangganan.
7. *Short youtube* atau pake video pendek dengan membuat tayangan *triler* sebagai sinopsisnya.

Dari program-program yang direncanakan dan konten-konten yang di *upload* itu semua didesain dengan satu produksi dari AMN (*Arrisalah media network*) yang akan ditayangkan di *channel* Salam Televisi itu sendiri. Jadi konten yang ada di media sosial atau yang di *upload* di youtube tidak ada konten khusus untuk media sosial itu sendiri atau akun youtube Salam Televisi melainkan konten yang dibuat untuk *channel* Salam Televisi kemudian diberi penambahan logo dan *watermark* sosmed yang akan di *upload*.

Jika dilihat dari fungsi-fungsi pengelolaan, maka bentuk pengelolaan akun salamtelevisei ialah sebagai berikut:

### a. Perencanaan (*Planning*)

Admin akun youtube Salam Televisi memiliki perencanaan dalam mewujudkan perkembangan akun youtube Salam Televisi. Di antara perencanaan-perencanaan yang akan direalisasikan ialah diantaranya:

1. Mengunggah konten sesuai jadwal dan *playlist* Salam Televisi

Dalam pengunggahan konten, akun youtube Salam Televisi bisa mengunggah dua sampai enam konten setiap harinya. Maka dari itu, akun youtube Salam Televisi ini akan terus berlanjut hingga 6 bulan kedepannya, dan pada bulan ramadan akan ada jadwal khusus. Diberlakukan seperti karena ini sangat berpengaruh pada perkembangan jumlah *subscriber* dan *viewers*. Dan juga pengunggahan kontennya berdasarkan *playlist* yang ditayangkan pada *channel* televisi Salam Televisi, menyesuaikan waktu tayang dan konten yang sama.

## 2. Memperbanyak konten *Tapping*

Konten yang diunggah di youtube Salam Televisi lebih didominasi dengan jenis program *tapping*, yang mana konten Salam Televisi disiarkan secara tidak langsung walaupun terlihat seperti *live streaming* atau siaran langsung. Dan diberlakukan konten dengan jenis *tapping* yang melalui proses *editing* supaya minim terhadap kesalahan dan masih dapat direvisi setelah melakukan pengambilan video atau foto. Konten *tapping* di akun youtube Salam Televisi sekitar 95 % dan sisanya ditayangkan dengan *live streaming* atau siaran langsung dengan persiapan yang cukup matang ketika itu.

## 3. Memanfaatkan fitur *short tube*

Fitur *short tube* atau video pendek youtube yang hampir sama dengan fitur *reels* pada *instagram*. Fitur ini merupakan salah satu perencanaan yang dilakukan oleh admin youtube Salam Televisi, melihat video yang pendek atau video yang hanya berkisaran 1 menit ini lebih digemari dari pada video lengkap yang memiliki durasi panjang.

## 4. Melakukan promo program

Promo program ialah bentuk promosi dari sebuah program youtube Salam Televisi dengan menayangkan cuplikan konten berupa video atau foto di youtube di *short tube*, dan *share link* di grup-grup *whatsapp* atau dengan promosi melalui media sosial lain seperti *Instagram*. Dan dengan melakukan promo program ini unsur dari *planning* youtube Salam Televisi dapat berjalan dengan mudah.

## 5. Selalu *upload* konten setiap hari, minimal 2 konten dan maksimal 6 konten

Menurut admin Salam Televisi semakin banyak postingan dan konten yang diunggah, maka akan semakin memperbesar presentase jumlah *subscriber* dan *viewers* serta kunjungan youtube. Maka dari itu, termasuk salah satu *planning* dan rencana ialah, selalu mengunggah postingan dan konten di akun youtube Salam Televisi minimal dua sampai enam konten agar presentase yang melihat akun mereka terus bertambah walaupun itu berdasarkan *playlist*.

## 6. Pengoptimalan pada Program *Premier*

Program *premier* ialah *planning* yang diberlakukan supaya konten ini menjadi konten yang ditunggu dan istimewa, karena pada fitur ini akan membuat perhitungan waktu mundur

dalam penayangannya sehingga dia akan mendatangkan *notifikasi* atau pemberitahuan untuk mengingatkan tayangnya konten tersebut.

#### **b. Pengorganisasian (*Organization*)**

Pimpinan Umum	: Andri Rivai, S.Kom.I.
Wakil Ketua	: Gusti Prabowo, S. Sos.
Bendahara	: Idarus, S. Pd.
Pimpinan Produser	: Muhammad Rafiq, S. Kom
Produser	: fathurohman S. Sos
quality control	: Candra Gunawan, S.Pd., M. Si
Media Digital	Saddam Husein, S. Pd. I. Andika Suhaimi, S. Pd. I.
Syamsul bahri, Lc.	
MCR	: Mukmin Rambe, S. Pd. I.
Audioman	: Agus Kurniawan Sirait
Kameraman	: fadhlan Mishwari Ritonga, S. Si.
Editor/Desainer	: Muhammad Reza Kemala

#### **c. Penggerakan (*Actuacting*)**

Pada tahap ini hanya admin youtube yang mendapatkan peran yaitu dengan mengupload konten yang didapatkan dari produksi *channel* Salam Televisi, kemudian memberikan atau mengedit dengan menambahkan *watermak* atau logo dan juga membuat *thumbnail* pada konten dan selanjutnya *uploadnya* di akun youtube Salam Televisi. Konten yang didapatakan bukan merupakan produksi khusus untuk youtube Salam Televisi melainkan produksi yang akan ditayangkan di *channel* Salam Televisi. Dan pada tahap ini admin hanya perlu berkomunikasi pada produsernya. Dari pada itu tidak ada keikutsertaan atau partisipasi admin youtube Salam Televisi dalam mengkreasikan bentuk dari konten.

#### **d. Pengawasan (*Controlling*)**

Konten-konten yang telah selesai diedit akan diserahkan kepada *quality control* atau bagian evaluasi untuk kelayakan konten untuk ditayangkan di *channel* televisi Salam Televisi. Setelah dievaluasi dan ditayangkan, barulah diserahkan pada admin sosial media dan youtube untuk diberi logo atau *watermark* dan dibuat *thumbnail*.

Pengawasan admin youtube Salam Televisi pertama ialah apakah konten yang telah diedit akan ditayangkan di *channel* Salam Televisi, karena jika tidak ditayangkan di televisi juga tidak akan *upload* di akun youtube Salam Televisi dan dan pengawasan selanjutnya yaitu pada jangkauan atau *insight* perkembangan *subscriber* youtube Salam Televisi, berdasarkan yang disampaikan admin youtube terdapat penambahan 1000 *subscriber* setiap bulannya bahkan lebih dan pada bulan Ramadan akan menjadi 2 kali lipat dari bulan biasanya. Selanjutnya pengawasan ialah yang dilakukan oleh direktur utama Salam Televisi, pengawasan akan di-*handle* berdasarkan jadwal apakah sudah tayang sesuai jadwal dan apakah pembuatan konten sudah mencapai target.

Berdasarkan analisis, dapat ditemukan oleh peneliti beberapa permasalahan yang ada pada akun youtube Salam Televisi, di antaranya ialah:

### **1. Banyaknya Akun Media Sosial Yang Dikelola Youtube Salam**

Sebelumnya telah dipaparkan bahwa AMN (*Ar Risalah Media Network*) memiliki banyak akun dakwah selain dari akun youtube Salam Televisi, di antaranya dari akun *Instagram* terdiri dari 6 akun yaitu, Qurantodayya, 1hari1ilmu, anakmuslimahnew, anakmuslimnew, salamtelevisi dan AKADEMI NUR, akun youtube juga 4 akun yaitu, *Jalanhidayah*, *Qurantoday4807*, Salam TV dan AKADEMI NUR, akun *facebook* 7 akun yaitu *Jalanhidayah*, Qurantodayya, 1hari1ilmu, anakmuslimahnew, salam televisi dan AKADEMI NUR dan akun media sosial lainnya. Dan total akun media sosial yang dikelola 2 admin tersebut 21 akun dari 5 jenis media sosial.

*American Psychological Association* (2006) menyebutkan bahwa Jika dihitung, *multitasking* atau memegang banyak *project* untuk satu orang akan memakan sedikit waktu, namun jika dilakukan berulang kali maka akan mengambil banyak waktu dan akhirnya membuat banyak kesalahan.<sup>24</sup> Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa untuk mengerjakan banyak hal dalam suatu waktu akan mengurangi keefektifitasan dan kefokusannya, sesuai dengan yang apa yang terjadi di Salam Televisi walaupun terlihat berjalan lancar dipermukaan akan tetapi terlihat efeknya pada konten-konten yang *upload*. Dengan banyaknya tersebut tentunya memdatangkan kesulitan bagi admin dengan anggota yang sedikit untuk mengelola semua akun yang telah disebutkan, dan juga pastinya akan mengurangi kefokusannya dalam melakukan pengelolaan manajemen akun youtube Salam Televisi dan tidak dipungkiri adanya kesalahan yang terulang akibat banyaknya akun yang dikelola dan kontennya pun terkena efeknya.

---

<sup>24</sup> Riski Widyahastut. *Pengaruh Kepribadian (Big Five Personality) Terhadap Multitasking* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang, 2016). H. 03

## 2. Adanya Rangkap Jabatan Atau Multitasking

“Pengelola konten yang ada di media sosial dan youtube Salam Televisi terdapat ada bagian yang dirangkap selain dari kerja pokoknya yang menyebabkan terganggunya netralitas kerjanya, dan juga memunculkan kurangnya fokus walaupun merasa mampu dan akhirnya kewalahan dan juga menurunkan kemampuan otak untuk menyimpan informasi, sebagaimana yang disampaikan salah satu pegawainya bahkan sering terjadi banyak kesalahan dan kelupaan”.<sup>25</sup> Merangkap jabatan bukan merupakan kesalahan yang mutlak dalam sebuah pengelolaan manajemen, akan tetapi di Indonesia praktik rangkap jabatan merupakan sebuah bentuk penentangan dari undang-undang yang menyebutkan bahwa itu menyalahi prinsip *good governance* yang berisikan bahwa rangkap jabatan sangat berpotensi munculnya konflik kepentingan bahkan menurut sebuah hasil penelitian dari Sanbonmatsu (2013) menyebutkan bahwa orang-orang yang multitasking atau rangkap kerja akan datang padanya kesulitan untuk memfokuskan perhatian serta konsentrasi untuk menyelesaikan satu tugas.<sup>26</sup>

## 3. Aplikasi dan Software Edit Yang Dibajak

Terdapat oknum dari admin akun-akun dakwah yang memakai *software* atau aplikasi bajakan dalam mengelola akun dakwah mereka. Begitu juga yang ada di Salam Televisi telah disebutkan pada data sebelumnya bahwa ada beberapa aplikasi yang dibajak atau memakai aplikasi yang belum sah, bukannya belum diurus tapi memang kurang adanya tanggapan terhadap hal ini<sup>27</sup>. Padahal Allah *ta'ala* telah menyebutkan dalam firman Allah *subhanahu wa ta'ala* tepatnya pada surah *Asy-Syu'ara* ayat 183:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.<sup>28</sup>

Pada ayat ini Allah menyebutkan perbuatan itu dapat merugikan atau zalim dan juga Para ulama telah sepakat dengan ketidakbolehannya atas landasan dalil diatas dan juga hadits-hadits lain yang menguatkan atas keharamannya dalam menggunakan *software* bajakan ini, walaupun diambil manfaatnya dan digunakan untuk pribadi ataupun untuk orang lain. begitu

<sup>25</sup> Andika S. Spd. I, sebagai admin medsos, *wawancara pribadi*, Medan, 21 februari 2023

<sup>26</sup> Riski Widyahastut. *Pengaruh Kepribadian (Big Five Personality) Terhadap Multitasking* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang, 2016). H. 03

<sup>27</sup> Andika S. Spd. I, sebagai admin medsos, *wawancara pribadi*, Medan, 21 februari 2023

<sup>28</sup> Departemen Agama, Alquran dan Terjemahannya, h. 374.

juga dengan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berfatwa tentang ini yang berkesimpulan:<sup>29</sup>

“Merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak cipta, terutama pembajakan, dan ialah kezaliman yang hukumnya adalah haram”

Penggunaan *software* atau aplikasi bajakan tentunya memiliki resiko yang mengkhawatirkan. Berikut resiko-resiko yang akan ditimbulkannya dari efek pembajakan tersebut:

a. Tidak mendapatkan pembaruan atau *update* yaitu salah satu dari kelemahan penggunaan *software* atau aplikasi yang di-*crack* ialah tidak memiliki kesempatan untuk pembaruan atau *update* yang menyebabkan tidak luasnya penggunaan mode atau fitur terbaru atau *up to date* yang menarik.

b. Kinerja tidak optimal, dalam penggunaan *software* atau aplikasi yang di-*crack* akan berimbas juga pada pengaruh kerja yang kurang optimal, diakibatkan karena *software* atau aplikasi yang di-*crack* memiliki virus atau mudah terjangkit virus yang dapat merusak data dan bahkan menghilangkannya. Dan hal lain juga bisa terjadi *bug* dan *crash*.

c. Resiko sanksi hukum, *software* atau aplikasi yang di-*crack* jika ketahuan akan berisiko untuk berurusan dengan pihak hukum karena itu memiliki hak cipta, dan apabila dilanggar akan mendapatkan sanksi dan tentunya jika diketahui adanya sanksi yang berat dalam penggunaan *software* atau aplikasi yang di-*crack* maka akan mengakibatkan kurang tenangnya dalam bekerja.

#### **4. Metode Awal Yang Salah Dalam Pengembangan *Subscribers*.**

Akun youtube Salam Televisi pada awalnya juga pernah menggunakan taktik atau metode *giveway* dan iklan postingan di akun media sosial lainnya untuk mengelola pelanggan atau *subscriber* youtube Salam Televisi. *Giveaway* ini memakai sistem saling menguntungkan, yang berkeinginan untuk mengikuti kuis maka harus mengikuti syarat kuis terlebih dahulu yaitu dengan *subscribe* akun youtube Salam Televisi, dan setiap yang memenangkan kuis akan diberikan hadiah menarik dari akun media sosial yang mempromosikan hal tersebut.

Metode dan taktik ini pastinya akan membuat tertarik para pengguna media sosial, apalagi bagi kalangan yang hanya mencari *giveway* atau hadiahnya, dan ini belum membuat pengguna media sosial tersebut betul-betul menjadi pelanggan yang akan setiap konten yang

---

<sup>29</sup> Diambi dari <https://mui.or.id.com/1977wp-content/fatwa/30-Hak-cipt>. pada tanggal 16 Maret 2023 pukul 09:55 WIB.

akan diunggah. Oleh karena itu, jika para pengguna media sosial atau pengikut kuis tersebut tadi telah mendapatkan apa yang mereka inginkan yaitu hadiah kuis, maka terdapat beberapa kemungkinan diantaranya:

a. Para pelanggan youtube Salam Televisi tersebut akan *unsubscribe* atau tidak menjadi pelanggan lagi dari akun youtube Salam Televisi. Sehingga pelanggan akun youtube Salam Televisi tidak akan berkembang dan konsisten pada jumlah awalnya.

b. Para pelanggan akun youtube Salam Televisi tersebut tetap konsisten berlangganan pada akun youtube Salam Televisi, namun mereka tidak akan melihat setiap konten yang ditayangkan dan yang di unggah oleh pelanggan akun youtube Salam Televisi. Tentu ini akan berakibat kesenjangan pada jumlah *viewers*, *like* dan *comment* dengan *subscriber* serta *insight* pada akun youtube Salam Televisi.

c. Jika jumlah *viewers*, *like* dan *comment* serta pelanggan akun youtube Salam Televisi tidak stabil dan telah menurun, maka logaritma konten akun youtube Salam Televisi akan terlihat aneh dan menimbulkan persangkaan yang tidak-tidak dari orang lain seperti pembelian *subscriber* dan lain-lain.

## **5. Tidak adanya konten khusus untuk youtube Salam televisi**

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwasanya konten yang diunggah atau *upload* di youtube Salam Televisi merupakan asalnya konten atau program yang akan ditayangkan *channel* televisi Salam Televisi, bukan yang didesain untuk *upload* di semua media sosial yang telah disebutkan, maka dari ini tentunya akan mengakibatkan orang bosan dan mencari konten lain, sesuai dengan teori *use and gratification* atau teori penggunaan dan kepuasan yang terfokus perhatiannya pada audiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada isi konten yang disampaikan<sup>30</sup>. apalagi youtube Salam Televisi hanya saja yang ada pemberian logo atau *watermark*. maka dari itu berangkat beberapa kesalahan akibat dikarenakan:

- a. Berbedanya peminat yang ada di channel televisi dengan youtube Salam televisi. Tentunya berbeda antara penonton televisi dengan pengguna youtube, bahkan sudah diketahui bahwa penonton televisi itu merupakan kalangan orang dewasa dan berbeda halnya dengan pengguna youtube Salam televisi yang terdiri dari banyak kalangan dan didominasi oleh kaum milenial.

---

<sup>30</sup> M Humaizi., *Uses and Gratifications Theory*, 2018, h. 11.

- b. Target dakwah dan pasar dari youtube Salam televisi tentunya belum sama dengan target channel Salam televisi, dan maka dari itu tentunya nanti berakibat tidak sampainya target dakwah youtube Salam televisi dan bahkan kehilangan pasar yang telah direncanakan sebelumnya.
- c. Konten tersebut hanya akan menjadi sesuatu yang memenuhi ruangan youtube bukan menjadi tontonan yang menarik bagi subscriber apalagi sampai mengetahui konten yang sama ditayangkan di channel Salam televisi.

## **6. Upload Konten Berdasarkan Jam Tayang di *Channel* Salam Televisi**

“Seperti yang disampaikan bahwa konten yang diupload di youtube Salam televisi juga berdasarkan jam penayangan di *channel* televisi Salam televisi, yang mungkin itu merupakan jam *freaming* dari *channel* televisi Salam televisi tapi tidak untuk youtube Salam televisi, dan bahkan juga seperti yang disampaikan salah satu admin media sosial bahwa *upload* tersebut kadang tergantung selesai dari proses pengeditan”<sup>31</sup>, bersebrangan dengan teori penggunaan dan kepuasan yang menjelaskan kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu<sup>32</sup>. Dan dari kutipan ini berangkat asumsi penurunan *viewers* dari konten yang diunggah dan yang tentunya akan berimbas pada kualitas konten tersebut, berikut diantaranya yang pertama konten tersebut akan dibuat dengan mengejar jam tayang dan apabila kelewatan maka akan terjadi kejar *deadline* tanpa memperhatikan kualitas, kedua akan berimbas pada pelanggan yang menunggu konten yang akan tayang pada jam biasanya di unggah dan akan kecewa atas keterlambatan dan juga terakhir yaitu tidak sesuai jam *freaming* youtube Salam televisi yang akan menyebabkan konten tersebut kosong *viewers* atau sedikit.

## **7. Tidak Adanya Evaluasi Khusus Untuk Youtube Salam Televisi**

Setelah melakukan *upload* konten di akun youtube Salam televisi tentunya sebelum itu telah dilakukan pengecekan konten oleh *quality control* untuk mengukur kelayakan konten untuk diupload akan tetapi ada satu hal yang terlupakan dalam unsur *manajerial* pada akun youtube Salam televisi yaitu kurangnya evaluasi terhadap konten-konten setelah dilakukan

---

<sup>31</sup> Andika S. Spd. I dan Saddam husein, sebagai admin medsos dan youtube, *wawancara pribadi*, Medan, 21 februari 2023

<sup>32</sup> Humaizi., *Uses and Gratifications Theory*.

*upload* atau penayangan. Seharusnya evaluasi sangat dibutuhkan dalam suatu pengelolaan manajemen suatu program agar terjadi perbaikan dari kesalahan, kekurangan dan hal-hal yang perlu ditambahkan. Dari pada itu akun youtube Salam televisi menurut yang dipaparkan bahwa itu hanya sampai titiknya pada *quality control* dan admin mengawasi perkembangan *subscribers*<sup>33</sup>, dibalik itu harus ada evaluasi mingguan atau bulanan terhadap kualitas konten dan itu bisa diketahui setelah ditonton atau setelah *diupload*. Apabila evaluasi belum direalisasikan maka tidak akan lahir *upgrade* konten atau *update* dengan model terbaru.

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan, peneliti dapat menyimpulkan hasil tersebut bahwa pengelolaan pada youtube Salam televisi telah berjalan sebelumnya dengan lancar dan baik berdasarkan unsur-unsur pengelolaan dan langkah-langkah pengelolaan tersebut, akan tetapi sebelumnya terdapat beberapa catatan serta kesalahan-kesalahan yang seharusnya dievaluasi, diperbaiki dan *diupdate*. Dalam bentuk pengelolaan akun youtube Salam televisi yang dikelola oleh beberapa admin yang bertugas dalam mengunggah setiap konten-konten yang telah dirancang dan diedit oleh para desainer atau editor dari Salam televisi. Selain itu, admin akun youtube Salam televisi akan melanjutkan pengontrolan dan mengelola perkembangan akun youtube Salam televisi, melihat jumlah postingan setiap pekannya dan memastikan pekerjaan apakah sudah mencapai target atau nihil, dan apakah sudah sesuai yang diminta atau nihil, kemudian memantau berkembangnya jumlah *viewers* dan *subscribers* yang meningkat serta adanya peningkatan, stabil atau bahkan berkurang.

Pengelolaan itu semua berangkat dari settingan yang diinginkan oleh pengelola Salam televisi, dari itu berlandaskan dengan teori *agenda setting* yaitu membuat sebuah topik atau konten yang dieksplorasi atau diunggah dengan baik dan sesuai target settingan yang direncanakan<sup>34</sup>. Terlihat dari model konten yang diunggah sama halnya dengan konten atau program yang ditayangkan *channel* Salam televisi, kemudian jam *upload* konten berdasarkan jam tayang di televisi juga dan begitu juga target yang diarahkan kepada kaum muslim umumnya. Dan *settingan* ini dikelola oleh manajer yang sama artinya dengan landasan yang sama yaitu dengan target berdakwah. Maka dari pada berjalanya manajemen yang dilakukan sudah berdasarkan settingan yang diinginkan yaitu tersampainya pesan-pesan rohani dengan konten dakwah dan para *mad'u* menerima apa yang telah tersampaikan melalui youtube Salam televisi tersebut.

---

<sup>33</sup> Saddam husein, sebagai admin youtube, wawancara pribadi, Medan, 01 februari 2023

<sup>34</sup> Nabila Astari. "Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara". (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 2021) h.2

## Penutup

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa pengelolaan konten dakwah pada akun *youtube* Salam televisi telah dilakukan sesuai dengan unsur-unsur dan fungsi-fungsi pengelolaan, akan tetapi terdapat beberapa catatan yang mesti dievaluasi, diperbaiki, dan *diupdate* agar konten dakwah pada akun *youtube* Salam televisi dapat berkembang, stabil dan menarik bagi *subscribers*, di antara catatan yang semestinya diperbaiki ialah cara awal akun *youtube* Salam televisi yang memulai dengan menggunakan metode *giveway* dalam taktik penambahan jumlah *subscribers*, kehilangan fokus akibat banyaknya akun media sosial yang dikelola *youtube* Salam televisi dan rangkap jabatan atau *multitasking*, kemudian pemakaian aplikasi yang belum resmi atau sah sehingga terbatasnya Sebagian fitur yang dapat mengurangi kualitas konten dan tidak adanya konten khusus untuk *youtube* Salam televisi serta jadwal khusus *upload* konten berdasarkan jam tayang di *channel* Salam televisi dan evaluasi khusus untuk konten atau program setelah ditayangkan atau *diupload*. Semoga catatan-catatan ini dapat diperbaiki, dievaluasi dan *diupdate* oleh orang-orang yang ikut andil dalam mengelola akun *youtube* Salam televisi, sehingga membuat akun *youtube* Salam televisi dapat berimprovisasi, menjadi lebih baik dan diberikan jalan yang mudah untuk menyiarkan dakwahnya oleh Allah Taala.

Saran untuk pengelola Akun *youtube* Salam televisi yaitu memfokuskan kepada satu akun dakwah saja, atau setiap akun dakwah pada media sosial yang dibuat harus dikendalikan oleh setiap admin dan lebih baik untuk mengambil satu jabatan akan tetapi disiplin dan tekun, kemudian menggunakan aplikasi dan *software* editor yang sudah mendapatkan izin dan Mencari cara lain untuk mengelola dan mengembangkan *subscriber*, atau dengan mengganti desain atau model dari gaya konten dan membuat konten khusus untuk *youtube* Salam televisi dengan desain khusus untuk *viewers* *youtube* Salam televisi dan *upload* konten *youtube* Salam televisi berdasarkan waktu *freeming* dari *youtube* Salam televisi serta membuat evaluasi khusus untuk konten *youtube* Salam televisi setelah *diupload*.

## Pustaka Acuan

Abdul Salam, Muliaty Amin, and Kamaluddin Tajibu, “*Dakwah Melalui Youtube ( Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki )*” 2020.

Anastasia Sri Mendari, *Aplikasi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa*. Widya Warta, 2010.

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV penerbit Diponegoro, 2006.

Endang Novita, *Dakwah Youtube Dalam Membentuk Akhlakul Karimah Terhadap Generasi Milenial*, Lampung: IAIN Lampung, 2020.

Fathul Wahid, *E-Dakwah Dakwah Melalui Internet*. Yogyakarta: Gaya Media, 2004.

Hadiono, A. F., & Nafi'ah, F. I, “Efektifitas Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi”. *JKaKa: Jurnal Komunikasi dan Konseling Islam*, 2022.

Hikmatuzzakia, *Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Savitri Devi Melalui Channel Youtube*. Semarang: UIN Wali Songo, 2019.

M Humaizi., *Uses and Gratifications Theory*, 2018.

Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif” , (Jurnal Humanika Kajian Ilmiah. 2021.

Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2012.

Nabila Astari. “Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara”. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 2021.

Riski Widyahastut. *Pengaruh Kepribadian (Big Five Personality) Terhadap Multitasking*. Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang, 2016.

Rosady Rusalan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Salam, Amin, dan Tajibu, “Dakwah Melalui Youtube ( Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki.”

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, cet 26. Bandung: Alfabeta, 2017.

Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

#### **Sumber Lain :**

Ammar tv. *Youtube.com*

<https://mui.or.id.com/1977wp-content/fatwa/30-Hak-cipta>

<https://salamtelevisi.com/new>.

Podcast dakwah sunnah. *Youtube.com*