MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DAKWAH YUFID TV

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh:

MARCELLINO BIMA SAPUTRA

17321114

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN
Naskah Publikasi

MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DAKWAH YUFID TV

Disusun Oleh
MARCELLINO BIMA SAPUTRA

17321114

Telah disahkan oleh dosen pembimbing skripsi

Dosen Pembimbing Skripsi,

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DAKWAH YUFID TV

Marcellino Bima Saputra
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Sleman, Yogyakarta, Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen produksi pada channel Youtube Yufid.Tv yang mencakup proses pra produksi, produksi, serta untuk pasca produksia. Yufid.Tv menyediakan berbagai pilihan rekaman ceramah berbentuk video dari para ustad dari seluruh wilayah Indonesia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses pra produksi video oleh Yufid.Tv dilatarbelakangi oleh pembuatan video dakwah lain mengenai ceramah agama, dan penggunaan media sosial Youtube sebagai salah satu sosial media yang paling banyak diakses. Langkah dalam proses pra produksi Yufid.Tv penentuan tema dengan menggunakan metode *brainstorming* bersama tim, membuat *rundown*/jadwal kegiatan untuk projek yang dilakukan, membuat script yang mengacu pada tema atau judul yang hendak diproduksi, alur cerita, kondisi lapangan, penggunaan *floor plan*, survei lokasi. Pembuatan *Concept Art* oleh Yufid.Tv dengan melihat *project* sebelumnya, memilih penceramah yang sesuai dengan kualitas, kredibilitas, selanjutnya pembagian *job description*. Kendala yang dihadapi oleh Yufid.Tv dalam tahap pra produksi yaitu kesulitan mencari ide-ide terbaru, kendala teknis berupa kamera yang digunakan mati atau keadaan lapangan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan kurangnya semangat tim karena pekerjaan yang memakan waktu lama seperti membuat video sampai dini hari atau menggambil take berulang-ulang sesuai dengan yang diharapkan.

Proses pelaksanaannya, Yufid.Tv melakukan produksi video dakwah berdasarkan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya atas ide yang tertuang dalam bentuk *script*. Persiapan dalam tahap produksi video dakwah yaitu faktor pendukung, misalnya alat yang akan digunakan dalam pembuatan video dakwah, sumber daya manusia, penceramah yang akan menyampaikan materi. Kendala utama yang dialami dalam proses produksi adalah pengambilan gambar. Dalam proses pasca produksi kendala yang dihadapi oleh Yufid.Tv adalah proses editing yang dilakukan oleh editor dikarenakan terbatasnya kemampuan yang dimiliki *editor* dalam proses editing, seperti kurangnya inovasi yang dituangkan dalam *project* pada saat melakukan *editing*. Koordinasi yang masih kurang dan yang terakhir yaitu evaluasi yang yang dilakukan agar video yang dihasilkan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Yufid.Tv

Abstract

The purpose of this study is to determine the production management on Youtube channel Yufid.Tv which includes the process of pre-production, production, and for post produksia. Yufid.Tv provides a wide selection of video lecture recordings from cleric from all over Indonesia.

The results of this study indicate that the process of pre-production of video by Yufid.Tv the background is the creation of other propaganda videos about religious lectures, and the use of Social media Youtube as one of the most widely accessed social media. Steps in the pre-production process Yufid.Tv determining the theme by using brainstorming methods with the team, making a rundown/schedule of activities for the project being carried out, creating a script that refers to the theme or title to be produced, storyline, field conditions, use of floor Plans, site surveys. Concept Art by Yufid.Tv by looking at the previous project, choose a lecturer who is in accordance with the quality, credibility, then the distribution of job descrip-

tions. Obstacles faced by Yufid.Tv in the pre-production stage, it is difficult to find the latest ideas, technical obstacles in the form of dead cameras or field conditions that are not in accordance with the expected lack of team spirit due to work that takes a long time such as making videos until the early hours of the morning or taking take repeatedly as expected. Implementation process, Yufid.Tv doing dakwah video production based on planning that has been made previously on the idea contained in the form of a script. Preparation in the production stage of video da'wah are supporting factors, such as tools that will be used in making video da'wah, human resources, speakers who will deliver the material. The main obstacle experienced in the production process is shooting. In the post-production process constraints faced by Yufid.Tv is the editing process carried out by the editor due to the limited ability of the editor in the editing process, such as the lack of innovation as outlined in the project when editing. Coordination is still lacking and the last is the evaluation that is done so that the video produced in accordance with what is expected.

Keywords: *Production Management, Yufid.Tv*

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi, selain menimbulkan perubahan media massa, namun juga melahirkan media baru yang akan memengaruhi perkembangan teknologi dan informasi. Media digital merupakan media yang dalam kontennya berisi gabungan data, suara, teks, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dengan format digital dan tersebar melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008: 2-3).

Media sosial dianggap sebagai media baru yang tidak hanya digunakan penggunanya untuk berkomunikasi secara pribadi, namun sekaligus komunikasi dalam kelompok. Selain itu, banyak orang yang memprediksi bahwa media konvensional yang telah ada akan tergeser dengan hadirnya media sosial (Nurkinan, 2017: 33). Media sosial merupakan media online yang penggunanya dapat dengan mudah berbagi melalui jejaring sosial, forum, blog, wiki, dan dunia virtual.

Berdasarkan data yang ditunjukan *We Are Social* per Januari 2022, di Indonesia, jumlah pengguna media sosial menyentuh angka 191,4 juta pengguna dengan pengguna aktif media sosial dengan menggunakan gawai berjumlah 370,1 juta pengguna. Hal tersebut membuktikan bahwa di Indonesia pengguna media sosial adalah tinggi.

Masih berdasarkan data yang ditunjukan *We Are Social* per Januari 2022, pengguna aktif media sosial di Indonesia terbanyak terdapat pada 15 aplikasi dan posisi pertama ditempati oleh Youtube. Selanjutnya, disusul oleh Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram dan lain sebagainya. Berikut adalah data *We Are Social* yang menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Whatsapp, Instagram, Facebook dan Tiktok.

Adanya pertumbuhan pengguna internet pada media sosial tersebut, akan memberikan dampak positif maupun negatif dalam berinteraksi sosial. Dampak negatif yang muncul adalah akan menimbulkan ujaran kebencian, menghujat, dan saling menghina (Aziz, 2018: 130). Sedangkan dampak positif yang muncul adalah mudah mendapatkan informasi dan dapat melakukan komunikasi baik itu sebagai media bisnis ataupun bersosialisasi (Aziz, 2018: 132).

Media sosial sebagai media komunikasi dan informasi memiliki beberapa manfaat, dan salah satunya adalah menjadi media dakwah. Dakwah

selama ini dilakukan dengan metode pendekatan ceramah dan tabligh atau komunikasi satu arah. Perkembangan media dakwah yang beragam seperti televisi, internet, dll, tentu memudahkan masyarakat untuk mendapat titik terang dalam sisi agama tanpa harus bertemu secara langsung dan ketika pemirsa ingin melakukan dialog pun sudah tersedia fasilitas untuk hal tersebut, tanpa harus bertatap muka sehingga hal lebih efektif dan efisien (Farihah, 2013: 26). Namun disamping itu, permasalahan serta tantangan yang muncul akan semakin beragam. Dakwah diharapkan mampu menjadi penyeimbang dan menjadi sarana dalam perbaikan kondisi masyarakat saat ini agar tetap mengingat hakikatnya sebagai makhluk Allah

Pemanfaatan teknologi digital dalam dunia dakwah melalui berbagai media sosial tidak hanya menghubungkan antara satu media sosial dengan yang lainnya. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube memiliki karakteristik yang berbeda antara satu dan lainnya. Sehingga dalam praktiknya membutuhkan proses manajemen produksi dalam pembuatan video dakwah.

Yufid.Tv merupakan salah satu channel di media sosial Youtube, merupakan media tentang pengajian dan ceramah Islam. Yufid.Tv menyuguhkan konten pendidikan dakwah secara gratis. Yufid.Tv memiliki lebih dari 15.000 video Youtube yang menyajikan tausiah-tausiah islam, sesuai dengan deskripsi channel tersebut seperti ceramah seputar keagamaan, bagaimana cara mandi wajib serta sholat yang benar, akidah, fiqih dan muamalah yang tujuannya membimbing orang-orang secara daring akibat waktunya yang terbatas. Yufid.Tv juga memiliki 3 channel yaitu Yufid EDU dengan 265 ribu *Subscribe*, Yufid Kids 231 ribu *Subscribe* dan نور العلم dengan 216 ribu *Subscribe* dengan total *Subscribers* yang dimiliki oleh Yufid.Tv. Sebagai media pengajian dan Ceramah Islam pada media sosial Yufid.Tv memiliki 3,1 Juta *Subscribes* dengan 16.570.414 *views* (Yufid.TV per Oktober 2021).

Berdasarkan berbagai uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan kajian terhadap manajemen produksi pada channel Youtube Yufid.Tv ditinjau dari proses pra produksi, produksi dan pasca produksi

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara dalam memperoleh solusi atas permasalahan dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang mendalam (Moleong, 2010:9). Penelitian ini tidak mengutamakan populasi ataupun ukuran sampel meskipun disisi lain populasi yang ada terbatas. Fokus dalam penelitian ini adalah bukan kuantitas data, melainkan kualitas data. Penelitian ini memiliki sifat deskriptif yang memiliki makna peneliti akan menggambarkan suatu objek untuk kemudian mengaitkan dengan fenomena yang ada. Kajian ini berfokus pada mendeskripsikan manajemen produksi dan sejauh mana Youtube Yufid.Tv menyiarkan informasi video (Kriyantono, 2006:56-57).

Pemilihan metode kualitatif didasarkan pada pertimbangan karena penelitian ini berfokus guna mengetahui fakta, gejala, atau fenomena tertentu untuk kemudian menggambarkan peristiwa yang ada saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan sebuah karya khususnya sebuah video memiliki tahapan-tahapan yang harus dilakukan, tidak hanya dengan merekam dengan kamera lalu video tersebut langsung jadi, dalam pembuatan video, ada tiga hal yang harus diperhatikan yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Post Produksi.

A. Pra Produksi

Tahap pra produksi yang berisikan ide awal dimana dalam produksi video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv yang dilatarbelakangi dari beberapa video pada Youtube tentang ceramah agama yang kemudian menjadi inspirasi dimana Yufid.Tv sebagai media dakwah, tahap yang dilakukan yaitu dengan mempelajari alur dari video-video tentang ceramah agama. Ide menurut KBBI merupakan rancangan yang tersusun di dalam pikiran, gagasan dan cita-cita. Ditambah dengan maraknya pengguna media sosial terutama Youtube merupakan salah satu media yang mudah diakses oleh berbagai kalangan dari balita hingga orang dewasa untuk mengakses berbagai video. Menurut *We Are Social* per Januari 2021, Youtube merupakan media sosial dengan urutan pengguna terbanyak di Indonesia. Dengan fakta tersebut maka Yufid.Tv semakin terdorong untuk memproduksi video dakwah. Yufid.Tv menjadi salah satu media dakwah yaitu harapan Yufid.Tv untuk mengingatkan kembali masyarakat melalui videonya kepada ajaran Islam yang pernah disampaikan dulu, agar terus diaplikasikan pada kehidupan bermasyarakat, dan untuk anak-anak dari tayangan video tersebut diharapkan mampu memberikan edukasi kepada anak seperti akhlak dan aqidah tentang Islam.

Yufid.Tv dalam menentukan tema tentunya menggunakan riset. Metode riset yang digunakan yaitu mengecek dan melihat video dengan tema yang akan disajikan apakah sudah ada, dan mengevaluasi video yang sudah ada dengan draft video yang akan dibuat, dianalisis perbedaan yang dimiliki apakah layak untuk diproduksi atau tidak, sehingga video yang akan dibuat mampu menarik perhatian viewers untuk melihat video tersebut. Selanjutnya melakukan kajian atau riset, seperti pendalaman materi yang akan disampaikan dengan konsultasi pada orang yang lebih sudah mahfum atau paham dalam bidang tersebut, seperti berkonsultasi dengan ahli ilmu agama ketika hendak melakukan riset tentang agama, dan pada tahap produksi pun belajar dengan orang yang memahami dunia produksi video. Menurut (Meliono, 2007:8) Riset sering dideskripsikan sebagai suatu proses investigasi yang dilakukan dengan aktif, tekun, dan sistematis, yang bertujuan untuk menemukan, menginterpretasikan, dan merevisi fakta-fakta. Penyelidikan intelektual ini menghasilkan suatu pengetahuan yang lebih mendalam mengenai suatu peristiwa, tingkah laku, teori, dan hukum, serta membuka peluang bagi penerapan praktis dari pengetahuan tersebut. Istilah ini juga digunakan untuk menjelaskan suatu koleksi informasi menyeluruh mengenai suatu subjek tertentu, dan biasanya dihubungkan dengan hasil dari suatu ilmu atau metode.

Tahap pra produksi lainnya yang perlu diperhatikan dalam pembuatan video dakwah Yufid.Tv yaitu membuat *Rundown*, yang berupa urutan isi acara berdasarkan perencanaan gambar, suara, dan durasi waktu. Tahap ini sebelumnya telah dibuat *time schedule* yang berisikan jadwal kegiatan dalam *project* yang akan dibuat, sehingga kegiatan berjalan dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya seperti kapan dilaksanakannya *project*,

deadline *project* sampai pada tahap publikasi yang dilakukan Yufid.Tv, hal tersebut menunjukkan konsistensi Yufid.Tv sebagai salah satu media dakwah yang memiliki intensitas yang baik dalam produksi video dakwah.

Setelah dibuatnya *Rundown*, tahap selanjutnya dalam kegiatan pra produksi video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv yaitu *Director Treatment*, yang berupa catatan sutradara terhadap konsep acara, ataupun rundown yang siap untuk produksi (Widjaja, 2008: 9-11). Yufid.Tv dalam melakukan produksinya sebagai media dakwah, pembuatan *script* yang menjadi dasar dalam proses produksi video, sekaligus menjadi pedoman dalam pembuatan *project*, pembuatan *script* sendiri mengacu pada tema atau judul yang hendak diproduksi, kemudian disesuaikan dengan kondisi di lapangan, dan biasanya terdapat revisi atau evaluasi yang dilakukan oleh sutradara pada tahap tersebut. Seperti menambahkan hal-hal yang dirasa perlu ditambahkan. Tahap *Floor Plan*, yang menggambarkan posisi lokasi dari sudut kamera, pergerakan kamera dan objek yang diambil, berikut figuran, dan lain-lain menjadi salah satu faktor penting lainnya pada tahap pra produksi penggunaan *Floor Plan* yang menggambarkan posisi lokasi dari sudut kamera, pergerakan kamera dan objek yang diambil, berikut figuran dilakukan sesuai dengan script yang telah dibuat sebelumnya, menyesuaikan arahan berdasarkan rencana *project*, oleh sebab itu pihak Yufid.Tv bahkan sampai melakukan survei lokasi tempat *shooting* membuat rencana yang telah dibuat terasa lebih matang, hal tersebut dilakukan guna meminimalisir permasalahan yang bisa mengganggu jalannya *project* pada saat dilakukan produksi.

Tahap pemilihan penceramah yang dilakukan oleh pihak Yufid.Tv melihat dari kapasitas dan kredibilitas yang dimiliki oleh penceramah, sehingga dalam menentukan penceramah tidak asal mengambil penceramah. Penyampaian pesan dengan baik seseorang komunikasi harus memiliki kredibilitas, sehingga disebut sebagai kredibilitas komunikator, kredibilitas merupakan seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat komunikator (Rakhmat, 2005:257).

Yufid.Tv menetapkan beberapa kriteria untuk memilih penceramah. Salah satunya yaitu kemampuan penceramah dalam menyampaikan materi, pembawaan penceramah dalam menanggapi pertanyaan dari audiens yang hadir, dan pemilihan topik dakwah yang dibawakan.

Rangkaian dalam tahap pra produksi menjadi satu kesatuan sebagai bentuk persiapan sebelum dilakukan atau berlanjut pada tahap produksi, hal lain yang perlu diperhatikan pada tahap pra produksi yaitu sarana dan prasarana yang diperlukan dalam membuat sebuah *project*. Sumber daya manusia menjadi hal yang paling utama dan penting dalam melakukan produksi sebuah video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv, seperti sumber inspirasi hal tersebut berasal dari sumber daya manusia yang dimiliki oleh Yufid.Tv, sarana dan prasarana lain yang diperlukan dalam melakukan produksi video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv yaitu perangkat *hardware* dan *software* yang mampu menunjang pembuatan suatu *project* video, dan terakhir yaitu lokasi menjadi bagian terpenting dalam pembuatan video dakwah Yufid.Tv, meskipun terdapat *project* dalam pembuatan video dakwah yang dilakukan tidak memerlukan lokasi pada Yufid.Tv.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam tahap pra produksi pembuatan video

terdapat kendala atau permasalahan dihadapi oleh Yufid.Tv yaitu seperti kendala dalam mencari ide – ide terbaru yang menjadi akan pembeda dalam setiap pembuatan video dakwah, kemudian cara Yufid.Tv dalam menjaga semangat tim. Kendala yang tidak dapat dihindari selanjutnya adalah kendala teknis yang merupakan kendala yang hampir dialami oleh semua yang melakukan produksi, bahwasannya kendala teknis selalu ada dan tingkat besar kecilnya kendala yang dialami tidak selalu sama. Terus belajar hal – hal baru, mengeksplor diri, mengasah diri, belajar dari pengalaman atau *project* sebelumnya, dan terakhir terus berusaha serta berikhtiar menjadi hal yang harus dilakukan agar permasalahan yang dihadari dapat terselesaikan.

B. Produksi

Tahap produksi yang dilakukan oleh Yufid.Tv sebagai media dakwah dalam proses produksinya dilakukan berdasarkan *time schedule* yang telah disepakati bersama. Proses pelaksanaan dalam melakukan produksi video dakwah oleh Yufid.Tv, pelaksanaannya dilakukan berdasarkan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya atas ide yang tertuang dalam bentuk script. Tahap produksi pembuatan video dakwah yang dilakukan Yufid.Tv dilaksanakan sesuai dengan *time schedule* yang telah dibuat dan selesaikan, sehingga tidak mengganggu project lain yang akan dilaksanakan berikutnya.

Persiapan dalam tahap produksi video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv yaitu seperti alat yang akan digunakan dalam pembuatan video dakwah, sumber daya manusianya, pemateri atau penceramah yang akan menyampaikan materi yang akan disampaikan. Hal tersebut dipersiapkan ketika proses pelaksanaan pembuatan video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv akan berlansung. Sehingga pada saat hari pelaksanaan semua sudah siap untuk melakukan *shooting*, kemudian dilanjutkan pada tahap produksi, pada tahap produksi sendiri terdapat tahapan yang perlu dilaksanakan yaitu adanya urutan-urutan atau langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam pengambilan gambar. Runtutan proses produksi pengambilan gambar bahwa urutan dalam produksi video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv yaitu dimulai dari *Floor* yang disesuaikan dengan perencanaan, persiapan alat, *talent*, *prop*, lokasi, kemudian *take*, adaptasi, dan revisi hingga target yang harus tercapai.

C. Pasca Produksi

Pasca produksi dilakukan setelah proses pengambilan gambar pada tahap produksi selesai dilakukan dan seluruh isi dari storyboard sudah diambil, tahap berikutnya yaitu tahap pasca produksi atau *editing*, dimulai dengan *offline editing*, tahap dalam susunan *frame by frame* disusun sesuai dengan cerita yang ada di *storyboard*, sampai dengan kesepakatan untuk *picture lock*, yaitu susunan *frame by frame* sudah disetujui. Terdapat beberapa proses dalam tahapan pasca produksi, yaitu *Compositioning and Editing*, yaitu proses adegan – adegan dari hasil render disatukan dan dirangkai, *Rendering* dan Penentuan *Video Compositioning Code*, yaitu tahap animasi yang telah dibuat siap dijadikan *output*, baik *output* dalam bentuk VCD, DVD, HDTV, *Seluloid* atau format lainnya (Widjaja, 2008: 9-11).

Tahap pasca produksi terdapat satu elemen yang sangat penting yaitu *editor* atau sutradara, *editor* pada umumnya akan mulai menyunting seluruh hasil rekaman yang sudah di *backup*. Sutradara atau *editor* dalam pembuatan video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv yaitu turut mendampingi dan mengawasi serta melakukan revisi dan evaluasi terhadap

project yang telah selesai dilakukan pengambilan gambar. Menurut Van Sijll (2005:2) emosi yang dirasakan *editor* akan sangat berpengaruh dengan hasil dari *editing* yang ia kerjakan, maka dari itu seorang *editor* memerlukan emosi yang baik sebelum menjalankan proses *editing.*

Hasil *editing* yang dilakukan akan mendapatkan respon dari audiens yang menonton Yufid.Tv sebagai media dakwah setelah dilakukan pengunggahan pada laman Yufid.Tv, respon baik maupun buruk yang diterima terhadap hasil video yang dibuat mencerminkan kualitas dari video tersebut, respon dari audiens yang menonton video dakwah pada Yufid.Tv sangat beragam tergantung dari video yang mereka tonton, respon positif dari para audines penonton Yufid.Tv sebagai media dakwah menunjukkan bahwa peran dari Yufid.Tv sebagai salah satu media dakwah sangat bermanfaat bagi para audiens yang menonton tayangan atau video Yufid.Tv

KESIMPULAN

Video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv dilatarbelangi oleh pembuatan video dakwah lain mengenai ceramah agama, dan penggunaan media sosial Youtube sebagai salah satu sosial media yang paling banyak diakses. Youtube juga menjadi salah satu media dakwah untuk mengingatkan kembali ajaran Islam yang pernah disampaikan, agar terus diaplikasikan pada kehidupan bermasyarakat, dan mampu memberikan edukasi seperti akhlak dan aqidah tentang Islam kepada anak-anak.

Dalam proses pelaksanaannya, Yufid.Tv melakukan produksi video dakwah berdasarkan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya atas ide yang tertuang dalam bentuk *script*. Serta lebih lanjut dalam tahap produksi, Yufid.Tv membuat video dakwah yang sesuai dengan time schedule yang telah dibuat dan diselesaikan, sehingga tidak mengganggu *project* lain yang akan dilaksanakan berikutnya.

Hambatan yang terjadi dalam proses *editing* pada tahap pasca produksi yang dilakukan oleh Yufid.Tv sebagai media dakwah yaitu terbatasnya kemampuan yang dimiliki *editor* dalam proses editing, seperti kurangnya inovasi yang dituangkan dalam *project* pada saat melakukan *editing*. Kemampuan *editor* berbanding lurus dengan hasil akhir dari seluruh kegiatan atau rangkaian proses pembuatan video dakwah yang dilakukan oleh Yufid.Tv. Selain itu, koordinasi yang masih kurang juga menjadi hambatan dalam tahap pasca produksi.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Sukardi. (2009). *Dakwah & Teknik Berpidato*. Kendari: CV Shadra.

Arfiko, Yori. (2018). Pengaruh Pesan *Dakwah* pada *Channel Youtube* Yufid.Tv Terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam. *JOM FISIP Vol. 5: Edisi I Januari – Juni.*

Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Aziz. Moh. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Aziz, M. Abdul. (2018). *Netizen Jurnalisme dan Tantangan Dakwah di Media Baru*. *Islamic Communication Journal. 3(2): 121-140.*

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Faiqah, Fatty. (2016). *Youtube* Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas MakasarVidcam. *Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 5 No. 2.*

Farihah, Irzum, (2013). Media *Dakwah* Pop. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Vol. 1. No. 2.*

Fill. Chris. (2009). *Marketing Communications.* London: Prentice Hall.

Firda Dwi Haryanti. (2020). *Pesan Dakwah "Nasehat Islami: Gara-Gara Status" Yufid.Tv Di Youtube*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Flew, Terry. (2008). *New Media: an introduction.* New York: Oxford University Pers.

Gaol. CHR. Jimmy. L. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Grasindo.

Garrison, Noreen, dan Brewer. 2007. *Akuntansi Manajerial. Edisi ke-11*. Jakarta: Salemba Empat.

Gumilar, Gumgum. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Volume V No. 2 / Desember.*

Hamidati, Anis. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi.* Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.

Idhar Resmadi, Sonny Yuliar. (2014). Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media di Harian Pikiran Rakyat. *Jurnal Sosioteknologi Volume 13, Nomor 2.*

Juniati, Lesnita, dkk. (2020). Penggunaan Media Sosial dalam Ber*Dakwah*: Study terhadap Da'i di Kota Padang. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Volume 11 Nomor 2, Juli-Desember.*