

Efektivitas Algoritma Youtube Sebagai Kunci Keberhasilan Penyebaran Informasi dan Dakwah Islam Melalui Media Online (Studi terhadap komunitas Youtuber di Pati Jawa Tengah)

Mohammad Zaenul Arifin ¹, Denas Hasman Nugraha ²

^{1,2} zaenul89@gmail.com, denasnugraha@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<i>Article history:</i> Submitted May 11, 2022 Accepted May 12, 2022 Published May 30, 2022	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Komponen - komponen <i>algoritma youtube</i> sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam melalui media <i>online</i> , (2) Tingkat efektivitas <i>algoritma youtube</i> sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam melalui media <i>online</i> , (3) Tingkat keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam melalui media <i>online</i> . Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh anggota Komunitas Youtuber di Kabupaten Pati Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan pengujian hipotesis secara asosiatif yang menanyakan dugaan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil penelitian adalah efektivitas algoritma Youtube sangatlah berpengaruh besar yaitu sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam melalui media <i>online</i> . Serta terdapat pengaruh positif antara efektifitas algoritma youtube dengan keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam,yang dibuktikan dari perolehan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.717 > 2.365$) dengan pengaruh sebesar 70,2%.
<i>Keywords:</i> <i>Algoritma Youtube</i> <i>Informasi dan Dakwah Islam</i> <i>Media online</i>	

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat menuntut keberadaan sumber daya manusia yang berkualitas. Keberhasilan media massa dalam era digital sekarang ini dirasa terhubung dengan

kegiatan masyarakat dalam menyebar informasi dan kegiatan berdakwah.¹ Hubungan teknologi dan komunikasi menjadikan media massa *online* menjadi warna baru di dalam mengakses bermacam-macam informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Berbagai media mulai dari media cetak, elektronik bahkan media *online* yang di dalamnya memanfaatkan jejaring internet.² Lutfi SY dalam isi di dalam modulnya mengenai teknologi informasi menyatakan bahwa Internet merupakan suatu jaringan komputer yang saling terhubung secara global, yang memungkinkan para pengguna internet saling bertukar informasi atau data melalui jaringan tersebut. Pengertian lain internet ialah sistem informasi global yang tersambung secara logika oleh alamat yang unik yang berbasis Internet Protocol, dan memiliki dukungan komunikasi TCP atau *Transmission Control Protocol*. Internet bisa dimanfaatkan, dirubah, dan juga diakses baik secara umum, ataupun secara khusus. Beberapa hal yang bisa disimpulkan mengenai pengertian internet, yaitu jaringan yang menghubungkan antar komputer yang berbasis *Internet Protocol* secara langsung dan cepat yang berfungsi untuk bertukar informasi dan data.

Salah satu upaya meningkatkan proses pengembangan yaitu melalui pemberdayaan masyarakat melalui aktualisasi masyarakat.³ Media komunikasi menjadi semakin menjamur apalagi setelah internet mulai bisa dibuka melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon pintar (*smartphone*).⁴ Hadirnya *smartphone*, fasilitas untuk berkomunikasi sangat beraneka ragam, mulai dari *sms*, *mms*, *chatting*, *email*, *video live*, dan lain-lain yang menyangkut dengan fasilitas sosial media. Penggunaan *smartphone* yang juga semakin lama semakin bertambah dengan fitur yang disediakan oleh para produsen seluler, salah satu contoh diantaranya penikmat jejaring sosial bisa menonton video di aplikasi *youtube*. Situs ini berfungsi untuk mengunggah video yang dapat kita bagikan atau *share*

¹ Aulya Sofiyanti and Mada Wijaya Kusumah, 'Pemanfaatan Media Dakwah Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid 19', preprint (Open Science Framework, 13 January 2021), <https://doi.org/10.31219/osf.io/4utd3>.

² Guntur Cahyono and Nibros Hassani, 'Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran', *Al-Hikmah* 13, no. 1 (20 May 2019): 23, <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.

³ Muhammad Nur Hidayat and Rz Ricky Satria Wiranata, 'Pemberdayaan dan Peningkatan Kesejahteraan Anak Yatim dan Dhuafa di Yogyakarta', no. 2 (2021): 27.

⁴ Intan Trivena Maria Daeng, N. N. Mewengkang, and Edmon R. Kalesaran, 'Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado', *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 6, no. 1 (2017), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15482>.

kepada pemirsa *youtube*. Selain itu *youtube* menyediakan fitur siaran langsung atau *live streaming*. Penonton juga bisa langsung memberi komentar pada kolom yang telah disediakan, hal ini yang membedakan *youtube* dengan televisi. Kehadiran *youtube* juga menjadi salah satu media online yang paling diminati di kalangan masyarakat, karena didalamnya terdapat berbagai macam video mulai dari hiburan, trik dan tips, dan juga berita-berita *terupdate*. Media internet khususnya *youtube* yang semakin menjamur tersebut digunakan oleh perusahaan media dengan membuat akun *youtube* yang digunakan untuk menyebarkan pemberitaan videonya. Media arus utama seperti Kompas TV, Net TV dan stasiun televisi konvensional lainnya pastinya tidak menyia-nyiakan kesempatan tersebut. Jumlah *netizen* Indonesia yang menonton *YouTube* hampir sama jumlahnya dengan *netizen* yang menonton televisi. Hal ini terungkap dari survei *Google* dan Kantar TNS pada Januari 2018. Menurut survei tersebut, *youtube* ditonton oleh 53 persen pengguna internet di seluruh Indonesia. Sementara 57 persen yang lain menonton televisi. Head of Marketing *Google* Indonesia, Veronica Sari Utami, menerangkan bahwa waktu tonton *youtube* oleh *netizen* Indonesia berada di waktu 59 menit.

Terbentuknya komunitas *Youtuber* Pati salah satunya berfungsi sebagai wadah belajar dan tukar pengalaman dalam berkarya di *YouTube*. Dalam komunitas tersebut bukan mengajarkan *Re Upload* video yang sudah pernah diunggah di *channel* orang lain, akan tetapi lebih diharapkan menciptakan video-video *original* yang bisa dipertanggung jawabkan dan bisa memberikan nilai informasi positif bagi pemirsa yang menontonnya. Memang tidak dipungkiri bahwa menjadi konten kreator menjadi incaran tiap orang, karena selain bisa menyalurkan hobi, juga bisa tampil di layar media seperti artis media. Dan juga jika sudah memenuhi ketentuan *youtube* yaitu minimal seribu *Subscriber* dan juga empat ribu jam tayang, maka juga akan dapat pemasukan pendapatan dollar melalui *google adsense*.⁵ Pencapaian itu semua sangat dibutuhkan ilmu dan kerja keras. Ilmu yang dimaksud adalah konten kreator dituntut untuk memenuhi dan melengkapi *Algoritma Youtube* agar *channel* yang dimilikinya bisa berkembang pesat. Contoh misal: Judul, Deskripsi, Tag, *Thumbnail*, Kualitas Video, Tema Video, *kontinue* dalam *upload*, fokus satu tema video, video apa yang baru trending dan lainnya. Yang kesemuanya bisa diteliti setiap hari di *youtube creator studio* di bagian *analytic*.

Hasil temuan dari data peneliti ketika merangkum dengan cara melihat aktivitas *channel* berita tersebut dan mencatat ke dalam catatan pribadi. Terlepas dari itu, *channel-channel youtuber* mengambil langkah yang bagus dengan hanya mengunggah video yang siapa saja bisa menontonnya, di manapun mereka berada asal terhubung dengan koneksi internet. Faktor penonton yang banyak dan yang mengakses video pemberitaannya, lalu mereka selalu pro aktif meliput dan mengunggahnya di saluran akun

⁵ Pak Sukis, Wawancara Ketua *Youtuber* Pati, 3 November 2019.

YouTube. Jangkauan yang dimiliki Youtube sangatlah luas tidak hanya di daerah tertentu saja, akan tetapi semua orang yang ada di berbagai belahan dunia ini dapat menonton dan menikmati video tersebut.

Suatu manfaat yang besar bagi Lembaga Organisasi Dakwah Islam misalnya, videonya diputar di manapun bagian bahkan sampai ke Amerika sekalipun. Penggunaan fitur berlangganan atau *subscribe* pada YouTube yaitu berlangganan video tanpa harus membayar sedikitpun dan menjadi kemudahan menonton video terupdate. Pemilihan tema dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana keefektifan algoritma *YouTube*, karena youtube itu sendiri sebagai media penyebaran informasi yang digunakan pada channel dakwah Islam di kota Pati. Adapun fokus pemilihan Channel yang bertemakan dakwah Islam yang ada di kota Pati sebagai objek penelitian agar channel dakwah islam bisa berkembang dan informasi dapat tersalurkan secara maksimal dengan cara mengetahui rahasia keberhasilan penggunaan algoritma youtube. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konten kreator youtube yang bertemakan informasi dan dakwah islam di Pati Jawa tengah selama periode penelitian yang berjumlah 10 channel diantaranya Dakwah Nusantara Ajib, Kang Abu Official, Juwana Tani, Ahyar Pati, Ngaji Online, Ardelitanesha, NGAJI ONLINE, KSPPS Yaummi Mas, Masjid Djauharotul Imamah, Syeh Jati.

Menurut pendapat Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk⁶, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁷

Dakwah memiliki tujuan dan fungsi yang dimiliki dakwah yang bersifat sosial yaitu menghasilkan kehidupan damai, sejahtera, bahagia, dan selamat.⁸ Hal ini bisa dipahami sebab dakwah akan merentangkan jalan menuju kehidupan yang Islami yaitu damai, selamat, bahagia, dan sejahtera, dengan Islam selaku penyerahan diri secara mutlak kepada-Nya, dan memeluk Islam sebagai agama yaitu peraturan hidup dari Tuhan, dengan terlebih dahulu beriman atau percaya kepada-Nya. Jika tujuan itu tercapai maka hal itu merupakan dakwah yang didambakan, terutama dalam konteks sosial, sehingga dakwah dapat disebut efektif.⁹

⁶ Ahmad Tamrin Sikumbang and Rahmi Fiutra Ulwani, 'Youtube As A Da'wah Media', *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 26, no. 2 (14 March 2021): 269–85, <https://doi.org/10.22373/albayan.v26i2.5792>.

⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

⁸ Siti Mahmudah Yanti, 'Dakwah Media Sosial Dalam Literasi Pesantren', *An-Nashihah: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 1, no. 2 (2021): 53–59.

⁹ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Ed. 1.,

Berdasarkan ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu usaha atau aktivitas mengajak manusia untuk melakukan kebaikan. Melaksanakan amar ma'ruf menjahui mungkar agar kehidupan manusia lebih baik, damai, sejahtera, bahagia dunia di akhirat dan mendapatkan ridho-Nya Allah Swt.¹⁰

Penelitian tentang penyebaran informasi dan dakwah islam melalui media online telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian Agus Mulyana tentang *persepsi mahasiswa tentang dakwah melalui facebook (studi kasus mahasiswa komunikasi penyiaran islam fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Raden Intan Lampung*.¹¹ Agus Mulyana menjelaskan bahwa 8 informan facebook dipandang sebagai suatu yang selalu dibutuhkan bahkan sebagai gaya hidup dalam keseharian. Penelitian Restu Basuki membahas tentang *"Pesan islam dakwah melalui media sosial (studi deskriptif kualitatif pada penggunaan display picture blackberry massanger dikalangan remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)"*.¹² Penelitian mendeskripsikan objek penelitian yaitu *Display Picture Blackberry Massanger*. Hasil penelitian ini adalah dakwah dalam *Display Picture Blackberry Massanger* menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan adalah melalui visual dengan berupa gambar atau kata-kata yang mengajak kebaikan. Dari penelitian yang telah dilakukan yang membedakan adalah penelitian ini lebih fokus pada efektivitas pengisian rumus-rumus algoritma youtube sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam melalui media online secara maksimal.

Media *youtube* merupakan media sosial, yang digunakan untuk mengakses berbagai macam informasi tentang kajian Islam maupun pengetahuan lainnya.¹³ Media *youtube* digunakan sebagai media dakwah di berbagai kalangan masyarakat karena lebih mudah untuk menyampaikan informasi dengan cepat, efisien dan jangkannya begitu luas.¹⁴ Peneliti disini

cet. 1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).

¹⁰ Abdul Karim Syekh, 'Rekonstruksi Makna Dan Metode Penerapan Amar Ma'ruf Nahi Munkar Berdasarkan Al-Qur'an', n.d., 22.

¹¹ Agus Mulyana, 'Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook. (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung)' (Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2018), <http://repository.radenintan.ac.id/3168/>.

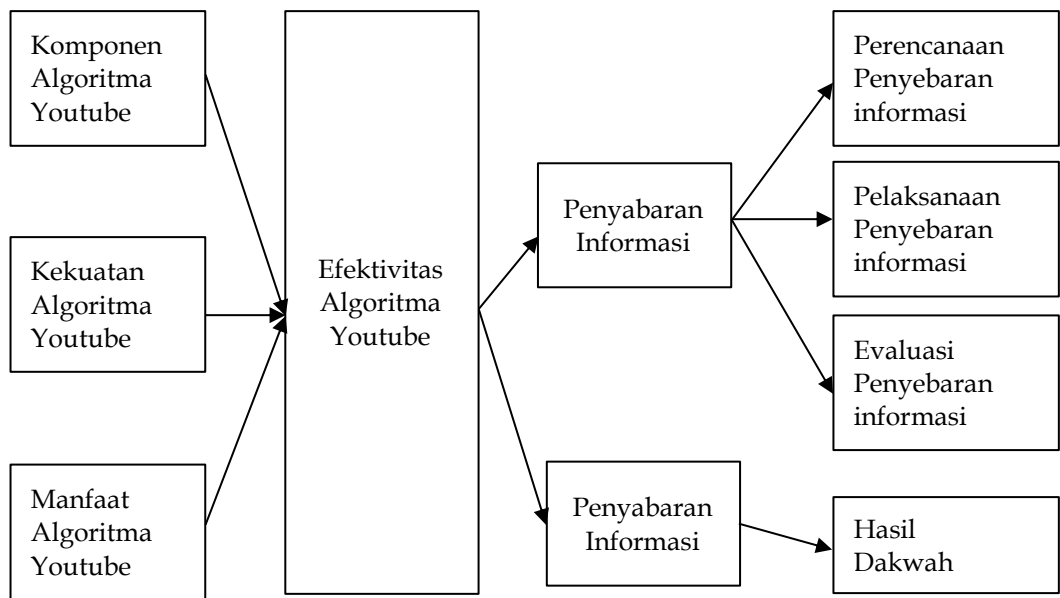
¹² NIM 11730038 Restu Basuki, 'Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan Display Picture Blackberry Messenger di kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)' (skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/19614/>.

¹³ Deny Setyawan, *Rahasia mendapat dollar dari you tube*, 2016.

¹⁴ Sofiyanti and Kusumah, 'Pemanfaatan Media Dakwah Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid 19'.

akan mengukur seberapa efektif kah penggunaan algoritma *youtube* agar penyebaran informasi dan dakwah melalui media *youtube* bisa optimal. *Youtube* mengatakan sistem algoritma mereka sebagai “*search and discovery system*”. Algoritma *youtube* tak hanya menentukan video-video yang ditampilkan ketika mengetikkan *keywords* pada kolom *search*, akan tetapi juga menentukan video-video yang akan muncul di bagian lainnya juga. Setidaknya ada enam bagian di *youtube* yang menjadi obyek algoritma dalam menempatkan video, yakni di hasil pencarian, *home page*, *trending stream*, dibawah daftar deskripsi, *sugested video stream* dan notifikasi. *Youtube* memberikan kontrol kepada para *creator* untuk mengisi metadata yang isinya Mencakup judul, deskripsi, tags, *tumbnail*, hingga *playlist*, Personalisasi, Performa, Faktor Eksternal, atau kesemuanya biasa disebut juga SEO *Youtube* yang bisa dilihat di *Youtube Analytics*. Dan *Youtube* memberikan fasilitas tersebut di *Youtube Studio*. Berdasarkan penjelasan tersebut, kerangka pikir penelitian dalam bentuk bagan yang menggambarkan input. Proses dan output adalah seperti gambar 1.1 berikut

SKEMA KERANGKA BERFIKIR



Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir

2. METODE

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2014:8) mengemukakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau

sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif yaitu memecahkan masalah dengan menggunakan data angka- angka atau analisis statistik untuk ditarik kesimpulannya apakah teori yang ada sudah tepat. Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini menggunakan kuisioner atau angket sebagai alat pengumpul data. Responden nantinya diminta untuk memberikan jawaban singkat berupa checklist terkait dengan pertanyaan yang sudah tertulis didalam kuisioner untuk kemudian jawaban diolah menggunakan teknik statistik tertentu.¹⁵ Didalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *perposive sampling* karena hanya 10 anggota yang bertemakan dakwah Islam. Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 responden dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuisioner, wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Untuk mendapatkan data tersebut peneliti menggunakan metode angket dengan 36 item pertanyaan yang disebar kepada 10 Responden di youtuber Pati pada 24 Juni 2021. Dalam penelitian responden laki-laki sebanyak 9 orang atau 90% dan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 1 orang atau 10%. Sehingga responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin perempuan. Pada responden berdasarkan usia, kriteria kelompok umur 31-39 tahun yaitu sebesar 50%, diikuti usia ≥ 40 tahun sebesar 30 % dan yang terakhir usia 21-30 tahun sebanyak 20%. Hal ini berarti sebagian besar responden merupakan kelompok dewasa yang aktif mempunyai akun youtube. Jenis kelamin dan Usia dari responden penelitian dapat mempengaruhi cara berfikir dan sikap seseorang dalam menentukan jawaban dari pernyataan terkait angket atau kuesioner penelitian. Oleh karena itu dengan mengkaji jenis kelamin dan usia dari responden akan dapat menggambarkan kondisi obyek yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini telah dilakukan uji instrument kepada 30 responden yaitu orang-orang yang menjadi conten creator yang tergabung dalam komunitas youtuber Kudus. Sebelumnya peneliti telah melakukan uji coba instrument penelitian tersebut kepada 30 responden yang mana menghasilkan dari 36 butir pertanyaan kesemuanya valid.

Adapun teknik analisis data adalah:

Uji Validitas

Butir instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha : n-2$).

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau

¹⁵ Nur Hanina Alifiah, 'Pengaruh Manajemen Humas dan Citra sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya' 01 (2018): 8.

pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Uji Koefisien Determinasi

Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Sebaliknya apabila R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Jadi besarnya R^2 berada diantara 0-1. Nilai adjusted (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambah ke dalam model.

Pengujian Hipotesa

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun berdasarkan data penelitian. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat t .¹⁶

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Bentuk hipotesis adalah sebagai berikut:

Pengujian selanjutnya, t hitung dibandingkan dengan t tabel. Lalu, penggunaan derajat kesalahan 10% uji dua pihak dan penghitungan $dk = n - 2$. Sehingga, akan terlihat hasil perbandingannya apakah $H_0: \rho$ atau $H_a: \rho \neq 0$

Hipotesis Penelitian

(H_a): Ada pengaruh keberhasilan penggunaan algoritma youtube terhadap efektivitas penyebaran informasi dan Dakwah Islam melalui Media online (studi terhadap komunitas youtuber di Pati Jawa Tengah).

(H_0): Tidak ada pengaruh keberhasilan penggunaan algoritma youtube terhadap efektivitas penyebaran informasi dan Dakwah Islam melalui Media online (studi terhadap komunitas youtuber di Pati Jawa Tengah).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas Youtuber Pati Jawa Tengah dibentuk pada tahun 2017. Diawali dari perkumpulan para komunitas pembuat film pendek lokal wilayah Pati, akan tetapi saat itu dunia film mulai sepi, sehingga mereka bersepakat untuk mendirikan komunitas Youtuber Pati pada Januari 2017. Ketua youtuber Pati (Sukis) mengungkapkan bahwa peluang youtube kedepan lebih menjanjikan seiring perkembangan jaman. Karena orang lebih suka memegang Handfon dari pada melihat informasi melalui media televisi. Organisasi yang dulunya hanya beranggotakan hanya beberapa orang dan dengan alat seadanya, akan tetapi youtuber Pati tetap solid dalam menjadi konten kreator.¹⁷

Komunitas youtuber Pati datang dari kalangan masyarakat, mulai dari

¹⁶ Rosady Ruslan, *Metode penelitian public relations dan komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003).

¹⁷ Pak Sukis, Wawancara Ketua Youtuber Pati.

Guru sekolah, buruh harian, pedagang pasar, karyawan swasta dan juga ada pula dari anak sekolah. Tentunya channel mereka juga banyak pula ragamnya, mulai dari film pendek, film komedi, tutorial tanaman, hipnotis, tutorial memasak, vlog, kajian dakwah islam, berita seputar Pati, peternakan dan masih banyak lagi yang lainnya.

Struktur Organisasi Youtuber Pati:

Ketua	: Sukis
Wakil Ketua	: Hajar Pamuji
Sekretaris	: Lia
Bendahara	: Septiawandedy
Penasihat	: Hadi Prayitno, Joko Lestari, Paijo, Wawan Sudjono, Nur Syam

Data tentang komponen-komponen algoritma youtube sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah Islam melalui media online. Pada bagian ini peneliti akan menyajikan data tentang komponen-komponen algoritma youtube sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah Islam melalui media online.

Perancangan Youtube Studio berfungsi untuk membantu kreator *youtube* mengelola channel mereka. Bagian ini memiliki berpengaruh besar terhadap berhasil atau tidaknya sebuah channel *youtube*. Karena didalamnya terdapat point-point yang harus diisi agar video bisa ditonton banyak penonton *youtube*. Berikut point-point youtube studio:

a. Tema

Di dalam tema konten kreator bisa menentukan 1 tema tujuan, karena tema sangat penting untuk dijadikan sebagai acuan agar channel bisa memiliki pembahasan yang terarah dengan baik. Contohnya semisal Pertanian, Vlog, prank, kesehatan, dakwah dll.

b. Judul

Pilih judul yang menarik agar membuat seseorang menekan tombol mainkan untuk melihat video tersebut. Selain judul harus dibuat menarik dan harus bisa mengundang rasa penasaran penonton, maka penonton manapun pasti ingin menonton video karena mereka ingin tahu isi video dari awal sampai akhir. Bila perlu gunakan tanda seru, tanda tanya dan lainnya pada judul video, sehingga video semakin mengundang rasa penasaran.

c. Deskripsi

Berisi ulasan singkat video yang disajikan antara Judul, deskripsi dan tags saling berhubungan. Deskripsi dibuat untuk menggambarkan isi cerita video secara singkat. Pemilik akun juga bisa menulis maksud tujuan dalam pembuatan video tersebut. Pemilik akun juga bisa mencantumkan alamat link yang dipasarkan.

d. Tags

Tags merupakan kumpulan kata kunci yang mana kata tersebut yang biasa diketik saat penelusuran video di youtube. Untuk melihat peringkat tags bisa dibuka dengan aplikasi *Tubebuddy*. Dengan menyeleksi tags yang berkualitas, akan sangat berpengaruh besar sehingga video akan muncul di

hasil penyajian penuluruhan.

e. Thumbnail

Thumbnail adalah gambar yang ditampilkan di sampul video depan, biasanya diberikan tulisan yang menarik perhatian. Dengan thumbnail video, penonton dapat melihat gambaran singkat video anda saat melihat- lihat video di Youtube. Setelah video selesai diupload, anda dapat memilih thumbnail dari tiga pilihan yang otomatis dihasilkan youtube, atau mengupload thumbnail anda sendiri.

f. Kualitas Video

Youtube lebih menyukai file video yang resolusi tinggi. Untuk memberi anda pengalaman menonton terbaik, youtube mengubah kualitas streaming video anda berdasarkan kondisi penayangan yang anda miliki. Anda mungkin akan melihat kualitas video anda berubah saat menonton video. Berikut ini beberapa faktor yang menentukan kualitas video: Kecepatan koneksi internet, Ukuran pemutar video/layar, semakin tinggi kualitas video biasanya akan menghasilkan pemutaran yang lebih baik dilayar yang lebih besar, kualitas video asli yang diupload. Jika video direkam dalam definisi standar, video tersebut tidak akan tersedia dalam definisi tinggi.

g. Personalisasi

Mesin youtube akan menyodorkan video sesuai history yang sering ditonton pemirsa. Selalu memperbaiki kualitas video dengan cara sering membandingkan video kita dengan video yang serupa temanya. Hal berikutnya yaitu sering ditonton atau tidak video tersebut.

h. Performa

Rata-rata durasi tonton yaitu berapa prosentase video tersebut ditonton agar bisa terus direkomendasikan youtube yaitu minimal 50% dari total durasi video. *Youtube* merekomendasikan video ketika orang lain mengklik video tersebut hingga selesai, yang menandakan bahwa video tersebut berkualitas tinggi atau menyenangkan. Rasio klik Tayang/CTR yaitu seberapa sering penonton menonton video setelah melihat tayangan terdaftar di *Youtube*. Interaksi kepuasan diantaranya like, dislike, komentar.

Efektivitas Algoritma Youtube Sebagai Kunci Keberhasilan Penyebaran Informasi dan Dakwah Islam Melalui Media Online

Uji Validitas

Berdasarkan pengujian validitas, variabel efektivitas algoritma youtube (X) terhadap variabel kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam (Y) pada seluruh item pertanyaan pada masing-masing variable dinyatakan valid karena nilainya $> r$ table yaitu 0.6319.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan pengujian reliabilitas, menunjukkan bahwa variabel

efektivitas algoritma youtube mendapatkan nilai *Crombatch Alpha* 0.957 dan variabel kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam mendapatkan nilai 0.976. Artinya seluruh item menyatakan dapat digunakan untuk mengukur seluruh variable dengan responden yang berbeda atau reliable karena nilai *rombatch alpha* > 0.7.

Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

Berdasarkan pengujian Normalitas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.511 lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Dari hasil pengujian Normalitas, didapat nilai signifikansi sebesar 0,01 Nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel Efektivitas Algoritma Youtube Sebagai Kunci Keberhasilan Penyebaran Informasi dan Dakwah Islam Melalui Media Online memiliki hubungan yang linear.

Keberhasilan Penyebaran Informasi dan Dakwah Islam Melalui Media Online

Uji koefisien determinas

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0.702 atau 70.2%. Hal ini menunjukkan bahwa variable Efektivitas algoritma youtube sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam berpengaruh dengan variable media online 70.2%, sedangkan 29.8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (uji t)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh algoritma youtube (X) terhadap keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam (Y) adalah $0,01 < 0.05$ dan nilai t hitung $4.717 > \text{nilai } t \text{ table } 2.365$ maka hasilnya H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Efektivitas algoritma youtube sebagai kunci keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah islam melalui media online.

4. KESIMPULAN

Komponen-komponen utama algoritma youtube yang bisa dipergunakan untuk memaksimalkan penyebaran informasi dan dakwah Islam melalui media online, yaitu Tema, Judul, Deskripsi, Tags, Thumbnail, Kualitas video, Personalisasi, Performa, Faktor Eksternal. Efektivitas algoritma youtube juga mampu mempengaruhi variable keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah Islam melalui media online sebesar 0.957. Tingkat keberhasilan penyebaran informasi dan dakwah Islam melalui media online sangatlah besar tingkat keberhasilannya karena selain mudah difahami, yaitu sebesar 70.2% sedangkan 29.8% dipengaruhi oleh variabel lain. Karena para penonton sangatlah menikmati informasi sesuai dengan tema video yang mereka minati.

5. BIBLIOGRAPHY

Alifiah, Nur Hanina. 'Pengaruh Manajemen Humas dan Citra sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya' 01 (2018): 8.

Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Ed. 1., cet. 1. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Cahyono, Guntur, and Nibros Hassani. 'Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran'. *Al-Hikmah* 13, no. 1 (20 May 2019): 23. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.

Daeng, Intan Trivena Maria, N. N. Mewengkang, and Edmon R. Kalesaran. 'Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado'. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 6, no. 1 (2017). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15482>.

Hidayat, Muhammad Nur, and Rz Ricky Satria Wiranata. 'Pemberdayaan dan Peningkatan Kesejahteraan Anak Yatim dan Dhuafa di Yogyakarta', no. 2 (2021): 27.

Mulyana, Agus. 'Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook. (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Kumunikasi Uin Raden Intan Lampung)'. Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2018. <http://repository.radenintan.ac.id/3168/>.

Pak Sukis. Wawancara Ketua Youtuber Pati, 3 November 2019.

Restu Basuki, Nim 11730038. 'Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan Display Picture Blackberry Messenger di kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)'. Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/19614/>.

Ruslan, Rosady. *Metode penelitian public relations dan komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003.

Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Setyawan, Deny. *Rahasia mendapat dollar dari you tube*, 2016.

Sikumbang, Ahmad Tamrin, and Rahmi Fiutra Ulwani. 'Youtube As A Da'wah Media'. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 26, no. 2 (14 March 2021): 269-85. <https://doi.org/10.22373/albayan.v26i2.5792>.

Sofiyanti, Aulya, and Mada Wijaya Kusumah. 'Pemanfaatan Media Dakwah Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid 19'. Preprint. Open Science Framework, 13 January 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/4utd3>.

Syeikh, Abdul Karim. 'Rekonstruksi Makna Dan Metode Penerapan Amar Ma'ruf Nahi Munkar Berdasarkan Al-Qur'an', n.d., 22.

Yanti, Siti Mahmudah. 'Dakwah Media Sosial Dalam Literasi Pesantren'. *AN-NASHIHA: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 1, no. 2 (2021): 53-59.