

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TAFSIR NADJIBIYAH PADA
CHANNEL YOUTUBE CAKNUN.COM DALAM UPAYA MENANAMKAN
NILAI DAKWAH DAN BUDAYA LOKAL**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Disusun Oleh:

Iqbal Nurhatta Vian
NIM.21102010057

Dosen Pembimbing:

Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
NIP.198904192019031009

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-464/Un.02/DD/PP.00.9/04/2025

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TAFSIR NADJIBIYAH PADA CHANNEL YOUTUBE CAKNUN.COM DALAM UPAYA MENANAMKAN NILAI DAKWAH DAN BUDAYA LOKAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IQBAL NURHATTA VIAN
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010057
Telah diujikan pada : Rabu, 26 Maret 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 6805ab86a97e8



Penguji I

Saptoni, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6804a1378b10c



Penguji II

Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 68059a5edf886



Yogyakarta, 26 Maret 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6805c791f04dc



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

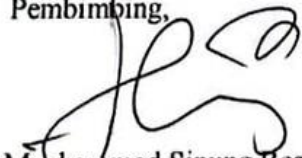
Nama : Iqbal Nurhatta Vian
NIM : 21102010057
Judul Skripsi : Manajemen Produksi Program Tafsir Nadjibiyah Pada *Channel* Youtube CakNun.com Dalam Upaya Menanamkan Nilai Dakwah Dan Budaya Lokal.

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam


Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 19 Maret 2025

Pembimbing,


Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
NIP.19890419 201903 1 009

Mengetahui:
Ketua Prodi,


Saptoni, M.A.
NIP.19730221 1999 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqbal Nurhatta Vian
NIM : 21102010057
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: “Manajemen Produksi Program Tafsir Nadjibiyah Pada *Channel* Youtube CakNun.com Dalam Upaya Menanamkan Nilai Dakwah Dan Budaya Lokal”. adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 20 Maret 2025

Yang menyatakan,



Iqbal Nurhatta Vian
NIM.21102010057

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah *Subhanahu Wata'ala*. Skripsi ini penulis persembahkan kepada keluarga tercinta baik yang ada di Lampung yang selalu senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada penulis.

Penulis juga mempersembahkan skripsi ini kepada almamater Strata 1 penulis yaitu Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

“Jadilah seperti pohon yang kokoh, mampu bertahan di tengah badai dan menghasilkan buah yang bermanfaat bagi banyak orang”

- Emha Ainun Nadjib



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'aalamiin

Segala puji dan syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan nikmat, rida, kesehatan, ilmu serta karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad saw., semoga kelak kita bisa mendapat syafaatnya di *yaumul akhir*. Usainya penulisan skripsi ini tak bisa lepas dari banyak sekali pihak yang berperan baik secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam penggarapannya. Kepada seluruh pihak yang telah berperan membantu penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya sehingga saya bisa menuntaskan masa studi di UIN Sunan Kalijaga dan mendapat gelar Strata 1 (S1). Selanjutnya, dengan segenap rasa syukur, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang disebutkan di bawah ini:

1. Kepada kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung dan menyemangati penulis dalam segala hal.
2. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil, Ph.D.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
4. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Saptoni, M.A.

5. Dosen pembimbing skripsi penulis, Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
6. Dosen pembimbing akademik penulis, Bapak Muhamad Lutfi Habibi, M.A..
7. Seluruh dosen di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmunya selama penulis menjalani masa studi.
8. Seluruh *civitas* akademika Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
9. Kawan-kawan kontrakan KDM dan KPI 21.
10. Kawan-kawan di UKM PPS Cepedi.
11. Rekan senior dan keluarga besar Progress: Sekretariat Cak Nun & Kiai Kanjeng.
12. Serta seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Iqbal Nurhatta Vian, 21102010057. Manajemen Produksi Program Tafsir Nadjibiyah Pada *Channel* Youtube CakNun.com Dalam Upaya Menanamkan Nilai Dakwah dan Budaya Lokal, skripsi Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Tafsir Nadjibiyah, salah satu program di youtube CakNun.com, menggabungkan penanaman nilai dakwah dan budaya lokal. Keberhasilannya bergantung pada manajemen produksi yang efektif. Penelitian ini menganalisis manajemen produksi serta penanaman nilai dakwah dan budaya dalam program ini. Menggunakan metode kualitatif, dengan teori Pringle dan Starr, Syed Muhammad Naquib al-Attas tentang nilai dakwah, dan Clifford Geertz mengenai antropologi simbolik budaya lokal. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan identifikasi isi pada tiga episode sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan program bersifat adaptif, pengorganisasian belum bersifat formal, serta pengarahan cukup optimal tetapi memerlukan peningkatan teknis dan komunikasi struktural. Program ini menyampaikan dakwah berbasis Islamisasi ilmu, adab, keseimbangan akal dan wahyu serta transformasi sosial. Penampilan simbol budaya lokal melalui bahasa Jawa, dan seni musik. Secara keseluruhan, Tafsir Nadjibiyah adalah model dakwah digital yang mengintegrasikan produksi, dakwah, dan budaya lokal. Optimalisasi teknis, strategi distribusi, dan evaluasi sistematis diperlukan untuk efektivitas yang lebih luas.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Nilai Dakwah, Budaya Lokal, Tafsir Nadjibiyah, CakNun.com

ABSTRACT

Iqbal Nurhatta Vian, 21102010057. The Production Management of the Tafsir Nadjibiyah Program on the CakNun.com Youtube Channel in an Effort to Instill Da'wah and Local Cultural Values, a thesis for the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication.

Tafsir Nadjibiyah, one of the programs on CakNun.com's YouTube channel, integrates the transmission of dakwah (Islamic preaching) values and local culture. Its success relies on effective production management. This study analyzes the production management and the instillation of dakwah and cultural values within the program. Employing a qualitative method, the research applies Pringle and Starr management theory, Syed Muhammad Naquib al-Attas's concept of dakwah values, and Clifford Geertz's symbolic anthropology of local culture. Data were collected through observation, interviews, and content identification across three sample episodes. The findings reveal that program planning is adaptive, the organization structure remains informal, and the directing process is relatively optimal, though it requires technical and structural communication improvements. The program delivers dakwah based on the Islamization of knowledge, *adab* (ethics), a balance between reason and revelation, and social transformation. Local cultural symbols are presented through Javanese language and musical arts. Overall, *Tafsir Nadjibiyah* serves as a model of digital dakwah that integrates production, Islamic preaching, and local culture. Technical optimization, strategic distribution, and systematic evaluation are necessary to enhance its broader effectiveness.

Keywords: Production Management, Da'wah Values, Local Culture, Tafsir Nadjibiyah, CakNun.com

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Kerangka Teori.....	11
1. Teori Manajemen Produksi.....	11
2. Nilai Dakwah.....	19
3. Budaya Lokal.....	24
4. Media Baru	26
G. Metode Penelitian	29
1. Pendekatan Penelitian.....	29
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3. Sumber Data	30
4. Teknik Pengumpulan Data.....	31
5. Teknik Analisis Data.....	32

H. Sistematika Pembahasan	34
BAB II PROFIL DAN PROGRAM CAKNUN.COM.....	36
A. Latar Belakang Berdirinya CakNun.com	36
B. Profil, dan Konten Program	41
C. Program Tafsir Nadjibiyah	43
BAB III MANAJEMEN PRODUKSI, NILAI DAKWAH DAN BUDAYA LOKAL PADA PROGRAM TAFSIR NADJIBIYAH.....	50
A. Analisis Manajemen Produksi pada Program Tafsir Nadjibiyah	50
B. Identifikasi Nilai Dakwah dan Budaya Lokal Pada 3 Episode Program Tafsir Nadjibiyah	81
BAB IV PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	110
A. Surat Keterangan Penelitian	110
B. Wawancara	111
C. Daftar Riwayat Hidup	120

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Emha Ainun Nadjib</i>	37
Gambar 2.2 <i>Logo CakNun.com</i>	39
Gambar 2.3 <i>Poster Tafsir Nadjibiyah</i>	44
Gambar 3.1 <i>Tampilan live streaming Tafsir Nadjibiyah</i>	52
Gambar 3.2 <i>Pemantauan alat musik</i>	60
Gambar 3.3 <i>Pemantauan kamera angle</i>	61
Gambar 3.4 <i>Pengendalian software streaming</i>	61
Gambar 3.5 <i>Thumbnail Asal-Usul Rizqi</i>	81
Gambar 3.6 <i>Narasi Cak Nun</i>	83
Gambar 3.7 <i>Dialog antara host dengan salah satu talent</i>	86
Gambar 3.8 <i>Pembawaan lagu Lihusulil Mahrom dan Sholawat Jibril</i>	87
Gambar 3.9 <i>Pembawaan Wirid Rezeki Melimpah</i>	88
Gambar 3.10 <i>Thumbnail Iblis Nusantara Dajjal Dunia</i>	89
Gambar 3.11 <i>Pembacaan puisi Iblis Tidak Butuh Pengikut oleh Seteng</i>	90
Gambar 3.12 <i>Penyampaian materi oleh Prayogi</i>	92
Gambar 3.13 <i>Penyampaian materi oleh Rinto</i>	93
Gambar 3.14 <i>Pembawaan lagu Cublak-Cublak Suweng dan Ee Dayohe Teko...</i>	95
Gambar 3.15 <i>Kolaborasi lagu dengan gamelan Jawa</i>	96
Gambar 3.16 <i>Thumbnail Kesejatan Ilmu Sunan Kalijaga</i>	97
Gambar 3.17 <i>Pemaparan narasi Cak Nun pada episode Kesejatan Ilmu Sunan Kalijaga</i>	101
Gambar 3.18 <i>Kolaborasi lagu dengan gamelan Jawa</i>	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan inti dari aktivitas keislaman yang tidak hanya berfungsi sebagai proses penyampaian ajaran Islam, tetapi juga sebagai bentuk aktualisasi nilai-nilai keimanan dalam kehidupan sosial. Secara etimologis, dakwah berarti ajakan yakni ajakan kepada jalan yang benar, kepada nilai-nilai ketuhanan dan kemanusiaan yang luhur.¹ Dalam konteks sosial budaya Indonesia yang sangat majemuk, dakwah tidak pernah hadir dalam ruang yang kosong. Ia senantiasa berinteraksi dengan konteks masyarakat yang kaya akan tradisi, bahasa, adat, seni, dan pandangan hidup lokal yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat.²

Sejarah dakwah di Indonesia sendiri tidak bisa dilepaskan dari peran budaya lokal. Para wali dan penyebar Islam pada masa awal seperti Walisongo, tidak memaksakan ajaran Islam secara keras atau frontal, tetapi menggunakan pendekatan kultural yang lentur. Mereka mengintegrasikan ajaran Islam dengan kesenian seperti wayang, gamelan, tembang, hingga simbol-simbol lokal agar pesan-pesan spiritual dapat diterima secara luas tanpa menimbulkan resistensi budaya. Proses ini kemudian melahirkan bentuk dakwah yang khas dan kontekstual:

¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 17

² Exsan Adde, Akhmad Rifa'I, Strategi Dakwah Kultural Di Indonesia, (*Jurnal Dakwatul Islam*, Vol. 7 2022), hlm. 61.

dakwah yang membumi, dakwah yang tidak terlepas dari realitas lokal masyarakat.³ Dalam pengertian ini, kebudayaan lokal tidak dipandang sebagai sesuatu yang bertentangan dengan Islam, melainkan sebagai medium yang memperkaya dan memperhalus jalannya dakwah. Pendekatan dakwah kultural bahkan menjadi ciri khas Islam Nusantara yang menjadikan Islam sebagai agama yang inklusif, moderat, dan menyatu dalam denyut kehidupan masyarakat. Tradisi seperti tahlilan, *selamatan*, *kenduri*, hingga kesenian religius seperti hadrah, rebana, dan sholawat menjadi bagian dari ekspresi keagamaan yang mengakar secara sosial dan kultural.⁴

Namun, perkembangan zaman membawa perubahan yang signifikan dalam cara dakwah disampaikan. Era digital telah mengubah wajah komunikasi secara drastis, termasuk dalam bidang dakwah. Munculnya media sosial dan platform berbagi video seperti youtube membuka ruang baru bagi penyebaran ajaran Islam. Fenomena dakwah digital menjadi keniscayaan, di mana teknologi tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi menjadi medium utama dalam menjangkau masyarakat, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan dunia maya daripada majelis fisik.⁵

Berdasarkan data *Youtube Statistic 2025*, youtube sebagai salah satu *platform* digital terbesar saat ini, memiliki lebih dari 2,7 miliar pengguna aktif bulanan secara global pada tahun 2025, dengan sekitar 122 juta pengguna aktif

³ Naufaldi Alif., Laily Maftukhatul., & Majidatun Ahmala, Akulturasi Budaya Jawa Dan Islam Melalui Dakwah Sunan Kalijaga. (*Al Adalah*, 2020)., hlm. 148.

⁴ Fahma N. Hamida, dkk. Perubahan Dakwah Di Era Digital, *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, Vol. 1, No. 2 April 2023. hlm. 304.

⁵ *Ibid.*

harian dan 500 jam video diunggah setiap menit.⁶ Di Indonesia, youtube menempati peringkat tertinggi dalam indeks penggunaan media sosial, mengungguli WhatsApp dan Facebook.⁷ Popularitas youtube mendorong banyak tokoh agama memanfaatkannya sebagai medium dakwah digital. Nama-nama seperti Ustadz Adi Hidayat, Gus Baha, Ustadz Abdul Somad, hingga Felix Siauw, telah lama aktif menyampaikan ceramah-ceramah keagamaan melalui *channel* mereka masing-masing.⁸ Namun, di antara banyak tokoh tersebut, Emha Ainun Nadjib atau yang lebih dikenal dengan sebutan Cak Nun, menempati posisi yang khas. Cak Nun bukan hanya seorang tokoh agama, melainkan juga budayawan, penyair, dan pemikir Islam kontemporer yang menyampaikan dakwahnya melalui pendekatan budaya dan sastra yang mendalam.⁹

Melalui *channel* youtube bernama CakNun.com, Cak Nun dan timnya menyajikan berbagai konten dakwah dengan format yang lebih reflektif, humanis, dan penuh nilai-nilai lokal.¹⁰ *Channel* ini dikelola oleh manajemen Progress dan telah aktif sejak tahun 2013, dengan capaian 1,1 juta subscriber dan lebih dari 150 juta penayangan hingga Februari 2025.¹¹ Beragam program ditayangkan dalam *channel* ini, seperti *Sinau Bareng*, *Dialog Tidak Tega*, *Paksa Bicara*, *Mbah Nun*

⁶ Nidhi. *AffMaven YouTube Statistics 2025*. Diakses pada 16 Februari 2025. <https://affmaven.com/id/youtube-statistics/>.

⁷ Fatoni. *YouTube jadi aplikasi media sosial paling banyak digunakan tahun 2025*, TAGAR.CO. Diakses pada 16 Februari 2025. <https://tagar.co/youtube-jadi-aplikasi-media-sosial-paling-banyak-digunakan-tahun-2025/>

⁸ Ahmad Zuhdi, *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 18.

⁹ Rio Febriannur Rachman, “Dakwah Interaktif Kultural Emha Ainun Nadjib,” (Jurnal Spektrum Komunikasi Vol. 6 No. 2, 2018), hlm. 4

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Channel Youtube, *CakNun.com*. Diakses pada 20 Januari 2025. https://www.youtube.com/@caknundotcom_

Menjawab, dan salah satunya adalah program terbaru bernama Tafsir Nadjibiyah yang tayang perdana pada Maret 2024 dan saat ini masih berjalan hingga 29 Episode (per Februari 2025).¹²

Tafsir Nadjibiyah merupakan program tafsir Al-Qur'an yang dikembangkan dalam format diskusi dan refleksi kontekstual pemikiran Emha Ainun Nadjib. Tidak hanya membahas makna ayat-ayat suci secara tekstual, program ini juga mengaitkan tafsir dengan realitas sosial, budaya, ekonomi, dan politik masyarakat kontemporer dan kolaborasi dengan budaya tradisional.¹³ Pada pelaksanaannya, program Tafsir Nadjibiyah tentu memerlukan pengaturan baik dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengawasan yang dijalankan oleh Progress selaku pihak yang mengelola akun youtube CakNun.com. Pengaturan - pengaturan yang dijalankan selama tahap produksi video untuk sebuah akun youtube dapat disebut dengan manajemen produksi.¹⁴ Oleh karena itu, penting untuk meninjau bagaimana proses manajemen produksi program ini dikelola.

Dalam hal manajemen produksi konten youtube, maka manajemen produksi ini dapat diartikan sebagai pembagian tugas atau koordinasi dalam pengendalian kegiatan produksi agar menghasilkan konten yang baik dan layak untuk disiarkan. Proses manajemen produksi yang baik jika fungsi-fungsi manajemen berjalan sesuai alurnya.¹⁵ Sebagaimana yang dikemukakan oleh Peter K. Pringle dan

¹² *Ibid.*

¹³ Ahmad Syakurun Muzakki, Website CakNun.com: *Tafsir Nadjibiyah*. Diakses 9 Februari 2025. [https:// www.caknun.com/2024/tafsir-nadjibiyah/](https://www.caknun.com/2024/tafsir-nadjibiyah/)

¹⁴ Agus Hermani, DS, Bulan Prabawani, *Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Sistem Produksi*, (Repository Universitas Terbuka), hlm. 6.

¹⁵ *Ibid.*

Michael F. Starr tentang fungsi manajemen produksi meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengaruh atau pengarahan (*influencing or directing*), dan pengawasan (*controlling*), guna menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan target dan tujuan yang telah ditentukan.¹⁶ Keempat fungsi ini menjadi dasar dalam melihat bagaimana sebuah program youtube seperti Tafsir Nadjibiyah dirancang dan dijalankan untuk mencapai tujuan komunikatifnya.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana proses manajemen produksi program Tafsir Nadjibiyah dijalankan, serta bagaimana program tersebut memuat dan menyampaikan nilai-nilai dakwah dan budaya lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap konten video, wawancara mendalam dengan tim produksi, serta dokumentasi dari sumber internal dan eksternal *channel* CakNun.com. Analisis data dilakukan berdasarkan tiga kerangka teori utama, yaitu: teori manajemen produksi (Pringle & Starr), konsep nilai dakwah (Syed Muhammad Naquib al-Attas), dan konsep budaya lokal antropologi simbolik (Clifford Geertz), serta teori media baru untuk mendukung kerangka konseptual penelitian ini.

Berdasarkan paparan di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TAFSIR NADJIBIYAH PADA CHANNEL YOUTUBE CAKNUN.COM DALAM UPAYA MENANAMKAN NILAI DAKWAH DAN BUDAYA LOKAL”**.

¹⁶ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 3.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses manajemen produksi pada program Tafsir Nadjibiyah *channel* youtube CakNun.com?
2. Bagaimana nilai dakwah dan budaya lokal ditanamkan dalam program Tafsir Nadjibiyah *channel* youtube CakNun.com?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan serta menganalisis proses manajemen produksi program Tafsir Nadjibiyah dan mengidentifikasi nilai dakwah dan budaya lokal yang ditanamkan dalam program Tafsir Nadjibiyah pada *channel* youtube CakNun.com.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat menambah bahan kajian dalam ilmu manajemen produksi khususnya dalam bidang dakwah dan budaya pada media digital.

2. Kegunaan Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan mampu memperkaya wawasan kepada

pengelola youtube yang berfokus pada bidang dakwah dan kebudayaan serta menjadi pedoman dalam penerapan manajemen produksi yang baik dalam membuat konten di youtube.

E. Kajian Pustaka

Dalam kajian mengenai manajemen konten dakwah di youtube, sejumlah penelitian terdahulu memberikan wawasan penting yang dapat memperkaya landasan penelitian ini. Beberapa penelitian tersebut akan diuraikan berikut ini:

- 1. Penelitian Rhafidilla Vebrynda (2022): "Manajemen Produksi Konten 'SketsaMu' di YouTube Channel Muhammadiyah".¹⁷** Rhafidilla meneliti manajemen produksi *SketsaMu* di kanal YouTube Muhammadiyah menggunakan teori Eli M. Noam yang menekankan pengurangan risiko, pengembangan produk, dan struktur organisasi yang efisien. Produksi dijalankan dengan topik-topik relevan dan tim yang terstruktur guna menjaga kualitas dakwah di tengah dinamika media digital. Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus produksi konten dakwah di YouTube, namun berbeda dari sisi teori: penelitian ini memakai teori Pringle dan Starr dengan empat fungsi manajemen (planning, organizing, directing, controlling) sebagai kerangka utama yang juga mencakup nilai dakwah dan budaya lokal.

¹⁷ Rhafidilla Vebrynda, "Manajemen Produksi Konten 'Sketsamu' di Youtube Muhammadiyyah Channel". (Jurnal Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 21, No. 2, 2022).

2. Penelitian M. Hidayatulloh (2023): "Manajemen Produksi Konten Program Dakwah Ngalah TV Melalui YouTube di Pondok Pesantren Ngalah".¹⁸ Penelitian ini mengkaji manajemen produksi *Ngalah TV* dengan pendekatan teknis dari Fred Wibowo yang menyoroti aspek visual seperti pencahayaan, komposisi, dan editing. Hasilnya, kualitas teknis dinilai mampu memperkuat penyampaian pesan dakwah. Perbedaannya, penelitian ini menggunakan teori manajemen media dari Pringle dan Starr yang tidak hanya meninjau aspek teknis, tetapi juga proses koordinasi dan strategi produksi untuk menyampaikan nilai dakwah dan budaya secara sistematis.

3. Penelitian Bakhtiar Luthfi (2022): "Manajemen Produksi Program 'NGOPI' (Ngaji Online Perkara Islam) di Channel YouTube MAJT TV".¹⁹ Penelitian pada program *NGOPI* di MAJT TV dengan menggunakan teori Terry POAC. Temuan utama menunjukkan kendala pada sumber daya manusia dan lemahnya perencanaan menyebabkan hambatan dalam produksi. Berbeda dengan pendekatan evaluatif Bakhtiar, penelitian ini menekankan bagaimana keempat fungsi manajemen ala Pringle dan Starr diterapkan secara strategis dalam produksi konten Tafsir Nadjibiyah guna menyampaikan nilai-nilai dakwah dan budaya lokal secara berkelanjutan.

¹⁸ M. Hidayatulloh, "Manajemen Produksi Konten Program Dakwah Ngalah TV Melalui YouTube di Pondok Pesantren Ngalah", (Jurnal Al-Ittishol, Volume 4 Nomor 1, 2023).

¹⁹ Bakhtiar Luthfi, *Manajemen Produksi Program "NGOPI" (Ngaji Online Perkara Islam) Di Channel Youtube MAJT TV*, Skripsi (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Walisongo Semarang, 2022)

4. Penelitian Yusuf Romadhon Munif (2023): "Manajemen Produksi Konten *Streaming* Dengan Konsep *Hifzhil Lisan Channel* YouTube Fauzi Noerdin".²⁰ Penelitian ini menggunakan teori manajemen produksi media untuk mengkaji konten *streaming* bertema *Hifzhil Lisan* di channel Fauzi Noerdin. Proses produksi disusun untuk menjaga etika komunikasi Islami dalam siaran langsung. Kesamaan terletak pada teori yang digunakan. Namun, penelitian ini berbeda secara tematik, Tafsir Nadjibiyah menampilkan konten yang menggabungkan nilai dakwah dan budaya lokal dalam narasi artistik dan kontekstual.

5. Penelitian Muhammad Fahri Ramadansyah (2022): "Manajemen Produksi Program Podcast di Ashiil TV Pekanbaru".²¹ Fahri meneliti manajemen produksi *podcast* dakwah di Ashiil TV menggunakan teori Morissan. Ditemukan bahwa strategi manajemen yang disiplin meningkatkan konsistensi produksi dan menjangkau audiens lebih luas. Penelitian ini berbeda dalam orientasi yang tidak hanya menekankan daya jangkau audiens, tetapi juga bagaimana manajemen produksi mendukung penyampaian dakwah yang bermuatan nilai dan budaya secara berkesinambungan.

²⁰ Yusuf Romadhon Munif, *Manajemen Produksi Konten Streaming Dengan Konsep Hifzhil Lisan Channel Youtube Fauzi Noerdin*, Skripsi (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Walisongo Semarang, 2023).

²¹ Muhammad Fahri Ramadansyah, *Manajemen Produksi Program Podcast Di Ashiil Tv Pekanbaru*, (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2022).

6. Penelitian Luthfi Ulfa Ni'amah, (2023): "Analisis Wacana Kritis Konten YouTube CakNun.com pada Playlist Jurnal Medsos dan Rahmatan Lil'alamini."²² Penelitian ini menganalisis wacana dalam konten *Jurnal Medsos* dan *Rahmatan Lil'alamini* menggunakan Analisis Wacana Kritis model Fairclough. Hasilnya, konten bersifat reflektif, kritis, dan inklusif. Berbeda secara pendekatan, karena fokus penelitian ini adalah manajemen produksi bukan wacana, dengan menyoroti bagaimana proses produksi disusun untuk mendukung penyampaian dakwah yang sistematis dan kontekstual.

7. Penelitian Fariz Yusran, (2023): "Konstruksi Wacana Tasawuf dalam Video Segmen Mbah Nun Menjawab: Analisis Wacana Kritis pada Kanal YouTube CakNun.com."²³ Penelitian ini menganalisis konstruksi wacana tasawuf di segmen *Mbah Nun Menjawab* menggunakan model Van Dijk. Wacana dikemas sederhana dan aplikatif agar mudah diterima. Berbeda dari sisi objek dan pendekatan, karena penelitian ini menitikberatkan pada proses manajerial produksi Tafsir Nadjibiyah menggunakan teori Pringle dan Starr, demi memastikan dakwah dan budaya lokal disampaikan melalui proses produksi yang matang.

²² Luthfi Ulfa Ni'amah, *Analisis Wacana Kritis Konten Youtube Caknun.com pada Playlist Jurnal Medsos dan Rahmatan Lil'alamini*, (UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2023).

²³ Fariz Yusran, *Konstruksi Wacana Tasawuf dalam Video Segmen Mbah Nun Menjawab: Analisis Wacana Kritis pada Kanal YouTube CakNun.com*, (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai manajemen produksi konten dakwah di youtube telah banyak dilakukan dengan berbagai pendekatan teori dan objek kajian yang berbeda. Namun, penelitian yang secara khusus membahas manajemen produksi *channel* youtube CakNun.com, khususnya dalam program Tafsir Nadjibiyah, belum ditemukan. Pendekatan ini tidak hanya mengkaji aspek teknis produksi, tetapi juga bagaimana memastikan kesinambungan program serta mendukung upaya penyebaran nilai dakwah dan budaya lokal melalui *platform* digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam studi manajemen produksi konten dakwah di era digital.

F. Kerangka Teori

1. Teori Manajemen Produksi

Industri media merupakan salah satu sektor yang sangat dinamis dan kompleks, terutama di era digital saat ini. Dalam menjalankan program media, baik itu program televisi, radio, maupun konten digital seperti video youtube, diperlukan manajemen yang sistematis dan profesional untuk memastikan keberhasilan produksi. Manajemen adalah segala usaha/aktivitas/proses guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Tindakan manajemen berhubungan dengan pembuatan Keputusan atas rancangan atau desain, dan pengawasan produksi serta semua aktivitas atau proses untuk mewujudkan suatu produk sesuai dengan tujuan yang

telah disepakati.²⁴ Manajemen produksi tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mencakup perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, pengarahan tim kreatif, hingga pengawasan terhadap hasil akhir produksi. Semua proses ini harus dilakukan dengan cermat agar program media dapat mencapai tujuan komunikatifnya, menjangkau audiens yang tepat, dan memberikan dampak positif.²⁵

Peter K. Pringle dan Michael F. Starr mengembangkan kerangka teori yang menjadi acuan penting dalam memahami manajemen produksi. Teori ini memberikan panduan tentang bagaimana proses produksi dapat dikelola secara efektif melalui empat fungsi utama: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*). Keempat fungsi ini saling terkait dan menjadi dasar bagi keberhasilan setiap program media.²⁶

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menentukan kumpulan tindakan yang harus dilakukan. Ini termasuk menentukan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Dalam perencanaan biasanya diputuskan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana teknisnya, dan siapa yang melakukan. Penentuan

²⁴ Anton Mabruri KN, *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Non-Drama, News, & Sport*, (Jakarta: PT. Grasindo), hlm. 21.

²⁵ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Manajemen & Komunikasi* (Tebing Tinggi: Media Pressindo, 2009), hlm.130.

²⁶ Peter K. Pringle, Michael F. Starr, *Electronic Media Management (Fifth Edition)*, (Burlington, USA: Focal Press, 2006) hlm. 12.

rencana atau strategi yang akan digunakan semata untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui proses perencanaan, banyak tujuan dapat diidentifikasi. Biasanya, tujuan suatu media dapat ditempatkan dalam salah satu kategori berikut:²⁷

1. Ekonomi : Tujuan yang berkaitan dengan posisi keuangan media dan berfokus pada target pendapatan, pengeluaran, keuntungan, dan rating yang ingin dicapai.
2. Layanan : Penentuan program yang menarik bagi audiens dan responsif terhadap minat dan kebutuhan masyarakat.
3. Pribadi : Tujuan individu yang bekerja pada media yang bersangkutan. Umumnya individu yang bekerja di media tidak semata memiliki tujuan hanya berupa penghasilan, melainkan terdapat tujuan lain seperti mendapatkan pengalaman, memperkuat keahlian, kepuasan kerja, bentuk pengabdian, dan sebagainya.

Alasan utama dari penetapan tujuan adalah untuk memungkinkan koordinasi dari berbagai kegiatan yang dilakukan. Seluruh tujuan sudah semestinya dapat dicapai, terukur, dan memiliki tenggat waktu serta dapat diawasi, sekali tujuan ditetapkan maka rencana atau strategi dapat disusun untuk mencapainya.

²⁷ *Ibid*, hlm. 14.

Planning atau perencanaan tidak dapat mengantisipasi ataupun mengendalikan peristiwa, namun tentu banyak manfaat yang akan didapatkan dari tahap perencanaan, seperti:²⁸

- a. Dapat menjadi acuan *general manager* untuk mempersiapkan langkah ke depan
- b. Dapat membentuk kerangka kerja untuk pengambilan Keputusan
- c. Memungkinkan pendekatan yang teratur dalam pemecahan masalah
- d. Dapat mendorong upaya dan kinerja tim
- e. Menyediakan iklim positif untuk pengembangan karir dan kepuasan kerja

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses di mana sumber daya manusia dan fisik diatur dalam struktur formal dan tanggung jawab diberikan pada unit, posisi, dan personal tertentu.²⁹ Secara umum pengorganisasian memerlukan identifikasi, pengkategorian, dan pengalokasian sumber daya untuk berbagai tugas yang harus diselesaikan untuk mencapai tujuan tertentu, menugaskan individu untuk tugas-tugas tertentu, dan memberi mereka wewenang kepada setiap individu yang melakukan aktivitas tersebut. Dalam lingkup media, hal ini memungkinkan konsentrasi dan koordinasi kegiatan dan pengendalian manajemen upaya untuk mencapai tujuan media. Di stasiun penyiaran yang khas misalnya, pengorganisasian

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.* hlm. 15.

melibatkan pembagian kerja menjadi spesialisasi dan pengelompokan karyawan dengan tanggung jawab khusus ke dalam departemen.³⁰

Menurut Peter K. Pringle mengorganisasi adalah proses mengatur sumber daya manusia dan materi dalam suatu struktur formal dimana berbagai unit, posisi, dan personel tertentu diberi tugas. Proses ini memungkinkan pengorganisasian dan konsentrasi kegiatan serta pengawasan sebagai upaya mencapai tujuan media penyiaran. Organisasi juga berarti membagi, mengelompokkan, dan menyusun pekerjaan yang harus dituntaskan, misal siapa yang melaksanakannya, bagaimana pekerjaan dikelompokkan, siapa yang melapor ke siapa, dan apa keputusan yang dibuat. Perekrutan dan penyusunan tim ini, disesuaikan dengan kemampuan atau kapabilitas sumber daya manusia dan bakat yang ada dalam manajemen produksi. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokkan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan semua. Spesialisasi ialah pembagian kerja dan perincian tugas pekerjaan agar individu dalam organisasi bertanggung jawab dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Keduanya ini adalah dasar mengenai proses organisasi agar mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

3) Pengarahan dan Memberikan Pengaruh (*Directing and Influencing*)

³⁰ *Ibid.*

Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh (*influencing*) tertuju pada upaya-upaya menstimulasi kinerja karyawan untuk melaksanakan tugas bagian dan tanggung jawabnya secara efektif. Dalam memberikan pengarahan dan pengaruh terhadap kinerja karyawan biasanya melalui empat tahap penting, yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan.³¹

a. Motivasi

Faktor keberhasilan suatu media penyiaran dalam mencapai tujuannya terkait erat dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pada karyawan. Semakin besar tingkat kepuasannya maka semakin besar pula loyalitas pada diri karyawan serta memberikan kontribusi terbaiknya untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian selain pemberian motivasi pimpinan/manajer ataupun antar karyawan harus menciptakan iklim yang positif, dan dapat memenuhi kebutuhan dasar karyawan seperti kompensasi yang memadai, pemberian intensif, kondisi tempat yang memadai, dan rekan kerja yang ramah, disertai dengan pengawasan yang kompeten dan adil.

b. Komunikasi

Komunikasi sangat penting untuk melakukan tugas manajemen dengan baik. Manajer umum harus berkomunikasi dengan bawahannya untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Komunikasi adalah cara yang digunakan pimpinan agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana stasiun

³¹ *Ibid.* hlm. 17.

penyiaran agar mereka dapat bekerja secara penuh dan efektif. Aliran komunikasi ke bawah ini penting, namun harus dibarengi dengan kesediaan manajemen untuk mendengarkan dan memahami karyawan. Oleh karena itu, perlu disediakan mekanisme aliran komunikasi ke atas juga yaitu dari karyawan ke supervisor, kepala departemen, dan GM. Rapat departemen atau staf, kotak saran, dan kebijakan pintu terbuka oleh manajemen memungkinkan terjadinya aliran seperti itu.

c. Pelatihan

Sebagian besar karyawan dipilih karena mereka memiliki pengalaman, latar belakang, dan keahlian yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Namun demikian, karena berbagai alasan, karyawan masih membutuhkan pelatihan. Ini termasuk penerapan prosedur baru dan pembelian peralatan baru. Terkadang penerimaan karyawan baru didapati yang belum berpengalaman; mereka harus dilatih dalam pekerjaan. Manajer umum harus memastikan bahwa pelatihan diberikan dan diawasi oleh personel yang kompeten saat melakukannya. Karena salah satu keuntungan utama dari program pelatihan adalah memberi karyawan kesempatan untuk mempersiapkan diri untuk masa depan di mana stasiun penyiaran akan berkembang. Ini dapat meningkatkan motivasi dan moral karyawan, dan stasiun penyiaran memperoleh keuntungan karena mendapatkan karyawan yang lebih ahli dan berbakat.

d. Pengaruh Pribadi (Sosok Pemimpin)

Dalam menstimulasi anggota agar menghasilkan usaha terbaiknya, diperlukan orang dalam posisi manajerial atau penyelia memberikan rasa hormat, loyalitas, dan kerja sama. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap iklim tersebut antara lain adalah kompetensi manajemen, keadilan dalam berurusan dengan karyawan, kesediaan untuk mendengarkan dan bertindak berdasarkan pengamatan dan keluhan karyawan, kejujuran, integritas, dan karakteristik pribadi serupa, dan hal yang demikian sudah selayaknya ada dalam diri manajer atau pimpinan. Oleh karena itu, pengaruh personal bergantung pada perilaku pimpinan secara keseluruhan, yang dapat memberi tahu karyawan bahwa mereka memiliki peran yang penting dalam mencapai tujuan media tersebut. Ini juga dapat memberi tahu mereka betapa pentingnya perusahaan bagi mereka dan betapa pentingnya mereka menjadi bagian darinya.³²

4) Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan (*Controlling*) melalui perencanaan, stasiun menetapkan tujuan dan rencana untuk mencapainya. Proses pengawasan menentukan sejauh mana tujuan dan rencana direalisasikan oleh stasiun, departemen, dan karyawan. Evaluasi berkala terhadap individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang direncanakan. Jika keduanya tidak bersamaan, tindakan perbaikan mungkin diperlukan. Manajer umum dapat membandingkan kinerja nyata dengan yang direncanakan melalui evaluasi berkala individu dan departemen. Agar efektif, pengawasan harus didasarkan pada kinerja

³² *Ibid.* hlm. 18-19.

yang terukur.³³ Ukuran dan komposisi audiens dapat diukur melalui peringkat atau rating, dalam media digital juga terdapat fitur jumlah tayangan. Jika penonton yang tertarik ke tidak sesuai dengan proyeksi, proses kontrol memungkinkan pengakuan fakta tersebut dan mengarah pada diskusi tentang solusi yang mungkin dilakukan. Hasilnya mungkin berupa perubahan dalam rencana, seperti penurunan ekspektasi, atau tindakan untuk mencoba mencapai tujuan awal.³⁴

2. Nilai Dakwah

Nilai dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan dengan sifat-sifat (hal-hal) yang penting atau berguna bagi kemanusiaan.³⁵ Secara etimologi, kata *dakwah* berasal dari bahasa Arab *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti menyeru, mengajak, atau memanggil. Secara terminologi, dakwah mengacu pada usaha mengajak orang lain untuk mengikuti jalan Allah dan ajaran islam, sebagaimana diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw.³⁶ Syed Muhammad Naquib al-Attas adalah seorang pemikir muslim kontemporer yang memiliki pandangan mendalam mengenai dakwah.³⁷ Dalam pemikirannya, dakwah dipahami sebagai suatu proses yang tidak hanya melibatkan penyampaian ajaran islam, tetapi juga sebagai upaya

³³ *Ibid.* hlm. 19.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi ke-3; Balai Pustaka, 2003), hlm. 690.

³⁶ Ahmad Zuhdi, *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, (Adab: 2023). hlm. 16.

³⁷ Ghazi Abdullah Muttaqien, *Pandangan Syed Muhammad Naquib Al-Attas Tentang Islamisasi Ilmu*, (*Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*: 2019), hlm. 94.

pendidikan dan transformasi sosial yang bertujuan untuk membentuk individu dan masyarakat sesuai dengan nilai-nilai islam.³⁸

Dalam bukunya *Islam and Secularism* (1993), al-Attas menyatakan bahwa:

*"Dakwah bukan sekadar penyampaian ajaran islam secara verbal, tetapi juga proses pendidikan yang mengarahkan individu kepada kebenaran, adab, dan kesadaran akan posisi mereka dalam sistem kehidupan islam."*³⁹

Al-Attas mendefinisikan dakwah sebagai usaha untuk mengajak dan membimbing manusia kepada kebaikan, serta mengarahkan mereka untuk memahami dan mengamalkan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari. Ia menekankan bahwa dakwah harus berlandaskan ilmu pengetahuan yang benar (*ilm al-haq*), sehingga dapat menghindarkan umat dari kesalahan pemahaman yang disebabkan oleh pengaruh sekularisasi.⁴⁰

Berikut ini adalah elaborasi mendalam mengenai nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam pemikiran al-Attas.

a. Islamisasi ilmu

Dalam pandangan al-Attas, dakwah tidak dapat dipisahkan dari konsep islamisasi ilmu, yang bertujuan untuk menghilangkan unsur-unsur sekular dalam pemikiran dan mengembalikan ilmu pada esensi islam. Islamisasi ilmu bukanlah penolakan terhadap ilmu pengetahuan modern,

³⁸ *Ibid*, hlm. 95.

³⁹ Syed Muhammad Naquib Al-Attas. *Islam Dan Sekularisme*, Penerjemah Dr. Khalif Muammar, M.A., (Bandung: PIMPIN, 2010), hlm. 69.

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 70.

melainkan upaya penyucian ilmu dari pengaruh epistemologi Barat yang sekuler.⁴¹

Konsep ini berimplikasi pada dakwah, dimana penyebaran islam harus berbasis pada ilmu yang benar (*ilm al-haq*). Dakwah yang berlandaskan ilmu yang benar akan menghindarkan umat dari kekeliruan epistemologis yang dapat menyesatkan pemahaman terhadap islam.⁴² Konsep Islamisasi ilmu dalam dakwah berimplikasi pada bagaimana pesan Islam disampaikan kepada masyarakat. Ilmu yang diajarkan dalam islam harus terbebas dari unsur sekularisasi yang dapat menyesatkan pemahaman umat. Dalam konteks dakwah, ini berarti bahwa ajaran harus memiliki landasan keilmuan dari Al-Quran dan hadis yang kuat dan tidak hanya mengandalkan retorika.⁴³ Dengan cara ini, dakwah tidak hanya menjadi alat penyebaran agama, tetapi juga sebagai media pendidikan yang mampu membentuk pola pikir umat islam agar lebih kritis dan mendalam dalam memahami ajaran agamanya.⁴⁴

b. Adab (Moralitas dan Etika)

Dalam pemikiran Syed Muhammad Naquib al-Attas, adab merupakan inti dari pendidikan dan dakwah Islam. Adab bukan hanya soal kesopanan lahiriah, tetapi sebuah kesadaran yang menyeluruh ontologis,

⁴¹ Nuryanti, M., & Hakim, L. Pemikiran Islam Modern Syed Muhammad Naquib Al-Attas. (*Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 2020), hlm. 73.

⁴² Al-Attas. *Islam Dan Sekularisme*. hlm. 79.

⁴³ *Ibid*, hlm. 84.

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 86.

epistemologis, dan etis yang menuntun manusia menempatkan segala sesuatu pada tempatnya yang benar. Ini berarti menempatkan Tuhan, ilmu, manusia, dan alam sesuai dengan maqam dan fungsinya dalam tatanan ciptaan.⁴⁵

Nilai adab mencakup sejumlah aspek penting. Pertama, pengakuan terhadap tatanan kebenaran yaitu menempatkan ilmu, guru, dan wahyu dalam posisi terhormat. Kedua, tanggung jawab terhadap ilmu, baik dalam mencarinya secara ikhlas maupun menyampaikannya dengan benar dan amanah. Ketiga, adab mencakup keadilan, yakni perlakuan yang proporsional terhadap segala hal, dan tawadhu', sebagai bentuk kerendahan hati terhadap ilmu dan sesama. Keempat, nilai adab juga tampak dalam disiplin, keteraturan, serta adab lisan, di mana seorang Muslim dituntut menjaga ucapan dan interaksi sosial dengan hikmah.⁴⁶

c. Keseimbangan antara Akal dan Wahyu dalam Dakwah

Dalam pemikiran al-Attas, kebenaran dalam islam tidak hanya didasarkan pada akal, tetapi juga pada wahyu. Dakwah harus mampu menjelaskan ajaran islam dengan pendekatan yang rasional dan logis, namun tetap berlandaskan wahyu sebagai sumber utama. Dalam praktiknya, hal ini berarti bahwa dai harus memiliki kemampuan berpikir kritis, memahami ilmu-ilmu keislaman secara mendalam, dan mampu menjawab

⁴⁵ Syed Muhammad Naquib Al-Attas. *The concept of Education in Islam*, (Kuala Lumpur: Muslim Youth Movement of Malaysia, 1977), hlm. 54.

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 55.

berbagai pertanyaan dari masyarakat dengan argumentasi yang kuat.⁴⁷ Implikasi dari konsep ini juga tampak dalam bagaimana islam merespons berbagai isu kontemporer. Banyak pertanyaan modern yang memerlukan jawaban dari perspektif islam, seperti masalah sains, politik, ekonomi, dan sosial. Dakwah yang disampaikan harus memiliki keseimbangan antara akal dan wahyu akan mampu memberikan jawaban yang tidak hanya berbasis pada nalar manusia, tetapi juga memiliki dasar dalam ajaran islam yang autentik.⁴⁸

d. Dakwah sebagai Transformasi Sosial

Dakwah tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan islam, tetapi juga harus mampu membawa perubahan sosial yang positif. Dakwah yang benar harus mampu mengarahkan umat kepada kehidupan yang lebih baik, baik dari segi moral, ekonomi, maupun budaya.⁴⁹ Dalam praktiknya, ini berarti bahwa dakwah tidak boleh hanya berfokus pada aspek ibadah ritual semata, tetapi juga harus mencakup pendidikan, pembangunan ekonomi umat, serta peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.⁵⁰

⁴⁷ Syed Muhammad Naquib Al-Attas, *Prolegomena to the Metaphysics of Islam*. (UTM Press, 2014), hlm. 72.

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 79.

⁴⁹ Al-Attas. *Islam Dan Sekularisme*. hlm. 179.

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 180.

3. Budaya Lokal

Budaya didefinisikan oleh Clifford Geertz sebagai dokumen atau teks tindakan yang bersifat publik, sebuah konteks yang mendalam, sesuatu yang diciptakan, dan terekspresikan melalui tingkah laku sosial.⁵¹ Definisi tersebut menekankan bahwa manusia merupakan makhluk simbolik, dalam arti komunikasi yang dilakukan oleh manusia selalu dekat dengan penggunaan simbol-simbol. Di dalam simbol tersebut, manusia memproduksi makna-makna tertentu yang pada akhirnya, makna-makna yang telah diproduksi ini membentuk sebuah jaringan kebudayaan.⁵² Oleh karena itu, kebudayaan di dalam masyarakat tidak hanya untuk dijelaskan, melainkan untuk ditemukan dan dipahami makna-makna yang terdapat di dalam simbol-simbolnya. Bagi Clifford Geertz, kebudayaan dilihat sebagai teks yang berjalan. Maka untuk menangkap makna yang terkandung di dalamnya diperlukan penafsiran seperti seseorang yang sedang memahami maksud pesan di dalam sebuah teks.⁵³

Clifford Geertz mendefinisikan kearifan lokal sebagai pengetahuan yang melekat dalam praktik dan simbol budaya suatu masyarakat.⁵⁴ Menurutnya, kearifan lokal mencakup cara hidup, nilai-nilai, dan keyakinan yang diwariskan secara turun-temurun, yang berfungsi untuk menjawab tantangan sosial dan

⁵¹ Ahmad Sugeng Riady, . Agama dan Kebudayaan Masyarakat Perspektif Clifford Geertz. (Jurnal Sosiologi Agama Indonesia: 2021), hlm. 16.

⁵² *Ibid*, hlm. 17.

⁵³ *Ibid*.

⁵⁴ Media Mahasiswa Indonesia. *Konsep dan Pengertian Kearifan Lokal Menurut Para Ahli*. Diakses pada 19 Februari 2025. <https://mahasiswaindonesia.id/konsep-dan-pengertian-kearifan-lokal-menurut-para-ahli/>

lingkungan di masyarakat tertentu.⁵⁵ Geertz menekankan bahwa kearifan lokal sering kali tercermin dalam simbol-simbol budaya, ritual, dan tradisi yang memiliki makna mendalam.⁵⁶ Geertz dikenal dengan pendekatannya dalam antropologi simbolik, yang menekankan bahwa budaya adalah sistem makna yang dimiliki oleh masyarakat dan diekspresikan melalui simbol-simbol, ritual/seni, dan praktik sosial. Dalam pandangannya, budaya lokal tidak hanya sekadar perilaku atau kebiasaan, tetapi merupakan jaringan makna yang kompleks yang harus ditafsirkan untuk dipahami sepenuhnya.⁵⁷ Menurut Geertz, pendekatan antropologi simbolik nilai budaya lokal dapat diukur dengan simbol-simbol budaya seperti bahasa, ekspresi seni, dan adat istiadat berperan penting dalam membentuk makna dalam masyarakat. Ia menyatakan bahwa simbol bukan hanya objek fisik, tetapi juga representasi dari ide, perasaan, dan nilai-nilai yang lebih dalam.⁵⁸

- a. Bahasa: Menggunakan bahasa daerah dalam berkomunikasi dapat meningkatkan pemahaman dan keterhubungan dengan *audiens*. Ini menciptakan rasa kedekatan dan relevansi antara pesan yang disampaikan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat.

⁵⁵ Yantu, F., Baruadi, M. K., & Umar, F. A. KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT BUGIS DALAM NOVEL LONTARA RINDU KARYA S. GEGGE MAPPANGEWA. (*Jambura Journal of Linguistics and Literature*, 2021), hlm. 29.

⁵⁶ Abi Amar Zubair, dkk. Kehidupan Agama dan Kebudayaan Islam (Tinjauan Empiris Clifford Geertz dan Era Kontemporer). *TAZKIR Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial Dan Keislaman*, 2024), hlm. 302.

⁵⁷ Riady, *Agama dan Kebudayaan....* hlm. 17.

⁵⁸ Clifford Geertz. *Kebudayaan dan Agama*. (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1992), hlm. 55-57.

- b. Ekspresi Seni: Seni tradisional seperti tari atau musik dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan nilai-nilai moral dan spiritual, tidak hanya sebagai hiburan. Misalnya, pertunjukan wayang kulit bisa mengandung pesan-pesan moral.
- c. Adat Istiadat: Mengintegrasikan adat istiadat lokal ke dalam praktik keagamaan dapat membantu masyarakat merasa bahwa agama mereka sejalan dengan tradisi yang telah ada.

Geertz menekankan bahwa simbol-simbol ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai cara untuk membangun identitas budaya dan memperkuat komunitas.⁵⁹

4. Media Baru

a. Pengertian *New Media*

New media atau media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer atau *smartphone*. *New media* sering dikaitkan dengan sifat interaktif dan bebas. Sifat ini merujuk pada umpan balik yang langsung di dapat dalam proses komunikasi. Era *new media* tumbuh berkembang ditandai oleh adanya perkembangan teknologi komunikasi seperti jaringan internet yang didalamnya menekankan kepada format isi media yang dikombinasikan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar dan sebagainya dalam format digital.⁶⁰ Banyak penyebutan

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ Sri Hastjarjo, *New Media Teori dan Aplikasi*, (Karanganyar: Lindu Pustaka, 2011), hlm. 5.

untuk *new media* dalam literature akademis, yaitu *digital media*, *media online*, *media virtual*, *e-media*, *network media*, *media web* dan *cybermedia*.⁶¹ Menurut Denis McQuail dalam buku teori komunikasi massa ciri utama media baru adalah saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang sudah ada di mana-mana.⁶²

Istilah media baru digital yang digunakan oleh Ito dan kawan-kawan merupakan perkembangan dunia teknologi yang terdiri atas seperangkat media dan tidak akan berfungsi jika berdiri sendiri. Contoh dari media digital antara lain adalah *smartphone*, *personal digital assistants (PDAs)*, *game consoles*, dan komputer yang semuanya tersambung dengan internet.⁶³ Menurut Romli definisi media *online* disebut juga *cybermedia*, *internet media*, dan *new media* dapat diartikan sebagai media tersaji secara *online* di internet. Secara teknis atau fisik, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (computer dan internet). Kategori media online adalah portal, *website*, media sosial, *radio online*, *TV online* dan *e-mail*.⁶⁴

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas

⁶¹ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), hlm. 13.

⁶² Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 2011) hlm. 147.

⁶³ Andi Faisal Bakti, Venny Eka Meidasari, “*Trandsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam*”, *Jurnal Komunikasi Islam* Volume 04, Nomor 01, 2014, hlm. 30.

⁶⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan Praktis Mengelola Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia. 2012), hlm. 31.

mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. Terdapat dua pandangan dalam teori *new media*. Pertama, pandangan interaksi sosial yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia. Kedua, pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat.⁶⁵

b. Karakteristik *New Media*

Menurut Flew dalam Mulyana dan Muksin, media baru memiliki lima karakteristik:⁶⁶

1. *Maniulable*. Informasi digital mudah dan diadaptasi dalam berbagai bentuk penyimpanan, pengiriman, dan penggunaan.
2. *Networkable*. Informasi digital dapat dibagi dan dipertukarkan secara terus menerus oleh sejumlah besar pengguna di seluruh dunia.
3. *Dense*. Informasi digital berukuran besar dapat disimpan di ruang penyimpanan kecil atau penyedia layanan jaringan.

⁶⁵ Novi Herlina, "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat", (*Jurnal Risalah Vol. 4, No. 2, 2017*), hlm. 9.

⁶⁶ Intan Mulyana dan Nani Nurani Muksin. "Peran Media Sosial Twitter Dalam Membentuk Gerakan Sosial #Melawan Asap Di Riau." (*Jurnal UNTAG, 2014*), hlm. 70.

4. *Compressible*. Ukuran informasi digital yang diperoleh dari jaringan manapun dapat diperkecil melalui proses kompres dan dekompres kembali saat dibutuhkan.
5. *Impartial*. Informasi digital yang disebarkan melalui jaringan bentuknya sama dengan yang dipresentasikan dan digunakan oleh pemilik atau penciptanya.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena interpretasi dan penjelasan dari keseluruhan fenomena yang tidak bergantung pada angka memungkinkan peneliti untuk melakukannya. Metode pendekatan penelitian kualitatif ini dapat menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan tentang individu dan perilaku yang diamati, seperti menjelaskan alasan penggunaan data yang dianalisis, teknik pengumpulan data dan keabsahan data agar hasil penelitian menjadi valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan ini berfokus secara holistik (sepenuhnya) pada konteks, sehingga orang atau organisasi tidak terisolasi dalam variabel atau asumsi, tetapi harus dilihat sebagai bagian dari keseluruhan.⁶⁷

2. Subjek dan Objek Penelitian

⁶⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990), hlm. 4.

Subjek dari penelitian ini adalah *Staff* Progress sebagai pengelola Program Tafsir Nadjibiyah pada *channel* youtube CakNun.com. Sedangkan objek yang akan diteliti adalah manajemen produksi program Tafsir Nadjibiyah dan nilai dakwah dan budaya lokal yang ditanamkan pada *channel* youtube CakNun.com.

3. Sumber Data

Sumber primer penelitian ini mencakup wawancara dengan *staff* Progress yang memberikan wawasan mendalam mengenai proses manajemen produksi dalam program Tafsir Nadjibiyah. Kemudian observasi terhadap proses produksi secara langsung untuk mengetahui, memahami alur dan peran dalam produksi, serta observasi terhadap tiga episode program Tafsir Nadjibiyah untuk mengidentifikasi nilai dakwah dan budaya lokal.

Untuk memastikan validitas dan relevansi data dalam penelitian ini, peneliti menetapkan kriteria khusus dalam pemilihan sampel dari 29 episode Tafsir Nadjibiyah yang didasarkan pada judul atau tema bahasan keislaman dan kebudayaan yang menjadi fokus penelitian dengan jumlah penayangan terbanyak (per Februari 2025). Berdasarkan kriteria tersebut, tiga episode yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini adalah:⁶⁸

1. *Tafsir Nadjibiyah | Asal-Usul Rizqi* dengan jumlah tayangan 12 ribu.

⁶⁸ Channel Youtube, *CakNun.com*. Diakses pada 25 Februari 2025. <https://youtube.com/playlist?list=PLKO9sul4cntumbXXp9om3KNFZpdVZAFI&si=ohQUIhcgGe5cYkdW>

2. *Tafsir Nadjibiyah | Iblis Nusantara Dajjal Dunia* dengan jumlah tayangan 10 ribu.
3. *Tafsir Nadjibiyah | Kesejatan Ilmu Sunan Kalijaga* dengan jumlah tayangan 9,5 ribu.

Sumber sekunder dalam penelitian ini meliputi literatur terkait manajemen produksi, nilai-nilai dakwah, budaya lokal dan *New Media*. Referensi tersebut mencakup buku, artikel jurnal, dan tulisan akademik yang memperkuat kerangka teori penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan dan mengolah data, sehingga teknik pengumpulan data penelitian merupakan langkah yang paling penting. Menurut Sugiyono, metode atau teknik pengumpulan data dapat terbagi menjadi tiga metode berikut:⁶⁹

Wawancara dilakukan dengan *staff/crew* Progress yang terlibat dalam pembuatan dan manajemen konten pada program Tafsir Nadjibiyah. Wawancara ini akan berfokus pada konsep manajemen produksi dari Pringle dan Starr yakni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam upaya menanamkan nilai dakwah dan budaya lokal pada program tersebut.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 209.

Observasi, peneliti melakukan observasi langsung terhadap proses tahapan produksi pada 3 episode program Tafsir Nadjibiyah dalam kurun waktu Oktober–Desember 2024 yang bertempat di Rumah Maiyah Kadipiro, Bantul. Observasi dilakukan menggunakan pendekatan non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat dalam proses produksi, tetapi mengamati secara langsung jalannya tahapan produksi. Peneliti mengamati dan menggunakan alat bantu dalam dokumentasi seperti kamera untuk memotret momen-momen penting sebagai data pendukung. Peneliti juga melakukan observasi berupa pengamatan dan pencatatan isi tayangan youtube 3 episode yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Dokumentasi diperoleh dari unggahan konten di youtube, termasuk video, deskripsi, metadata lainnya untuk melengkapi wawancara dan observasi dalam mengidentifikasi nilai dakwah dan budaya lokal pada program Tafsir Nadjibiyah.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan serangkaian data dan menyusunnya ke dalam bentuk, kategori, dan unit-unit dasar. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga alur kegiatan analisis yang berlangsung secara bersamaan, yang disebut model interaktif.⁷⁰ Ketiga tahap utama dalam model interaktif tersebut adalah:⁷¹

a. Reduksi data

⁷⁰ Patton, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1980). hlm. 146.

⁷¹ Idrus, M., *Metode Ilmu Sosial dan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009). hlm. 67

Reduksi data merupakan elemen penting dari analisis, yakni proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksi data yang diperoleh dari observasi lapangan. Proses ini dilakukan secara berkesinambungan sepanjang penelitian. Pada penelitian ini, peneliti memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksi data yang berkaitan dengan manajemen produksi, nilai dakwah, budaya lokal dalam program Tafsir Nadjibiyah. Data yang direduksi meliputi hasil wawancara dengan tim produksi, pengamatan, serta dokumentasi dari program Tafsir Nadjibiyah.

b. Penyajian data

Penyajian data bertujuan untuk menggambarkan informasi yang telah dirangkum dalam bentuk yang logis dan sistematis agar mudah dipahami. Penyajian data dilakukan melalui narasi deskriptif yang mendetail berdasarkan hasil penelitian. Selanjutnya, peneliti menganalisis data yang disajikan. Selain itu, konten program juga disajikan untuk diidentifikasi nilai dakwah dan budaya lokal yang ditampilkan dalam program Tafsir Nadjibiyah.

c. Kesimpulan

Kesimpulan tidak akan ditarik sampai seluruh data terkumpul dan dianalisis dengan cermat. Peneliti melakukan verifikasi terhadap kesimpulan yang diambil agar dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, kesimpulan yang dihasilkan merangkum temuan-temuan

terkait manajemen produksi program Tafsir Nadjibiyah dalam upaya menanamkan nilai dakwah dan budaya lokal, sehingga memberikan kontribusi teoritis dan praktis pada pengelolaan *channel* youtube CakNun.com.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan terstruktur mengenai penelitian yang akan dilakukan, berikut adalah sistematika pembahasan yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi.

BAB I: Pendahuluan

Menguraikan latar belakang yang berisi uraian penyebaran dakwah dan budaya melalui youtube sebagai media serta relevansi penelitian. Meliputi rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Profil dan Program CakNun.com

Bab ini membahas profil dan pengelolaan *channel* youtube CakNun.com serta program yang dihadirkan, termasuk uraian program Tafsir Nadjibiyah.

BAB III: Manajemen produksi, Nilai Dakwah dan Budaya Lokal Pada Program Tafsir Nadjibiyah

Bab ini menguraikan hasil penelitian mengenai Program Tafsir Nadjibiyah yang diawali dengan analisis manajemen produksi

menggunakan teori manajemen produksi Pringle dan Starr, yang mencakup aspek perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Kemudian identifikasi isi dari tiga episode sampel, untuk menemukan nilai dakwah dan budaya lokal yang terkandung di dalamnya.

BAB IV: Penutup

Penutup, bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, dan saran yang merupakan rekomendasi perbaikan dari penulis yang berkaitan dengan penelitian.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan analisis terhadap fungsi-fungsi manajemen produksi menurut Pringle dan Starr dalam produksi program Tafsir Nadjibiyah, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan keempat tahapan manajerial, dilakukan secara adaptif dan berbasis nilai-nilai komunitas, bukan melalui struktur formal yang baku. Pendekatan ini memperlihatkan keunggulan dalam hal fleksibilitas, solidaritas tim, serta motivasi ideologis dan spiritual yang kuat. Namun, tetap terdapat beberapa kekurangan pada masing-masing tahap. Tahap perencanaan belum sepenuhnya mengakomodasi aspek keberlanjutan ekonomi dan strategi jangka panjang. Tahap pengorganisasian belum didukung oleh struktur organisasi yang formal. Tahap pengarahan masih bergantung pada motivasi personal dan transfer pengetahuan nonformal, sementara tahap pengawasan belum dilengkapi dengan mekanisme evaluasi terukur dan indikator kinerja yang jelas.

Namun dalam pengupayaan nilai dakwah dan budaya lokal yang ditanamkan, program Tafsir Nadjibiyah di kanal youtube CakNun.com telah menunjukkan keberhasilan dalam isi kontennya. Dari sisi nilai dakwah, program ini telah memaparkan konsep Islamisasi ilmu, adab, keseimbangan antara akal dan wahyu sebagaimana dikemukakan oleh al-Attas. Nilai transformasi sosial juga kuat, meskipun penyampaian yang cenderung filosofis dapat menjadi tantangan bagi *audiens* yang terbiasa dengan dakwah sistematis. Dalam aspek budaya lokal, Tafsir Nadjibiyah berhasil memadukan simbol budaya yang khas yakni bahasa Jawa dan

ekspresi seni, namun tidak ditemukannya simbol adat istiadat sebagaimana teori Clifford Geertz. Hal ini menunjukkan hanya 2 aspek antropologi simbolik saja yang terpenuhi dalam konten program Tafsir Nadjibiyah.

Secara keseluruhan, manajemen produksi program Tafsir Nadjibiyah berhasil menanamkan nilai dakwah dan budaya lokal. Untuk meningkatkan efektivitas manajemennya, diperlukan perbaikan formal dan struktural dalam perencanaan teknis, pengelolaan sumber daya, serta mekanisme evaluasi, sehingga program dapat terus berkembang sebagai media dakwah yang kontekstual dan relevan bagi masyarakat luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan CakNun.com, khususnya dalam program Tafsir Nadjibiyah. Untuk meningkatkan efektivitas Tafsir Nadjibiyah, diperlukan optimalisasi manajemen produksi dan perencanaan jadwal yang lebih terstruktur agar konsistensi konten tetap terjaga. Pemanfaatan media sosial seperti instagram, tiktok, dan facebook juga perlu diperluas untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, terutama kalangan muda. Selain itu, fitur interaktif youtube seperti *live chat* dan *polling* dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan penonton.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak program ini terhadap pemahaman keislaman dan keterlibatan budaya lokal *audiens*. Kajian mengenai strategi monetisasi dan keberlanjutan finansial juga penting untuk memastikan eksistensi jangka panjangnya.

Keterbatasan penelitian ini mencakup fokus pada tiga episode yang belum sepenuhnya mewakili keseluruhan konten serta minimnya eksplorasi terhadap pandangan *audiens*. Oleh karena itu, penelitian lanjutan diharapkan dapat memperdalam kajian mengenai strategi manajemen dan pengaruh program ini dalam pengembangan dakwah islam berbasis budaya lokal di era digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, W., dkk. (2025). Pemahaman dan Ruang Lingkup Budaya dalam Kepemimpinan Pendidikan Global Berbasis Nilai Kultural. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 2081–2086.
- Agustian, F. "Cak Nun Menyapa Masa Depan Melalui Maiyah." *CakNun.com*. Diakses pada 16 Februari 2025. <https://www.caknun.com/2024/cak-nun-menyapa-masa-depan-melalui-maiyah/3/>
- Ahmad, Amrullah., (1983), *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Primaduta.
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib., (2010), *Islam and Secularism*. Terj. Dr. Khalif Muammar, M.A. Bandung: PIMPIN.
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib., (2014), *Prolegomena to the Metaphysics of Islam*. UTM Press.
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib., (1977), *The Concept of Education in Islam*. Kuala Lumpur: Muslim Youth Movement of Malaysia.
- Channel YouTube CakNun.com. Diakses pada 20 Januari 2025. <https://www.youtube.com/@caknundotcom>
- Channel YouTube CakNun.com. *Playlists Tafsir Nadjibiyah*. Diakses pada 1 Maret 2025. <https://youtube.com/playlist?list=PLKO9sul4cntumbXXp9om3KNFZpdVZAFI&si=82FzfAv4VMYMtGCq> .
- Clifford Geertz. (1992), *Kebudayaan dan Agama*. Yogyakarta: Kanisius.
- Clifford Geertz. (1981), *The Religion of Java*. Terj. Aswab Mahasin, Bandung: Dunia Pustaka Jaya.
- Fatoni. "YouTube Jadi Aplikasi Media Sosial Paling Banyak Digunakan Tahun 2025." *TAGAR.CO*. Diakses pada 16 Februari 2025. <https://tagar.co/youtube-jadi-aplikasi-media-sosial-paling-banyak-digunakan-tahun-2025/> .
- Hidayatulloh, M. D. (2023). Manajemen Produksi Konten Program Dakwah Ngalah TV Melalui YouTube di Pondok Pesantren Ngalah. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 117–129.
- Idrus, M., (2009), *Metode Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Lexy J. Moleong, (1990), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Luthfi, Bakhtiar. (2022), *Manajemen Produksi Program "NGOPI" (Ngaji Online Perkara Islam) di Channel YouTube MAJT TV*. Skripsi, UIN Walisongo Semarang.
- Media Mahasiswa Indonesia. (2024, Maret 9). "Konsep dan Pengertian Kearifan Lokal Menurut Para Ahli." Diakses pada 19 Februari 2025. <https://mahasiswaindonesia.id/konsep-dan-pengertian-kearifan-lokal-menurut-para-ahli/>.
- Muzzammil, F. (2021). Moderasi Dakwah di era disrupsi (studi tentang Dakwah Moderat di YouTube). *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15(2), 109–129.
- Munif, Yusuf Romadhon, (2023), *Manajemen Produksi Konten Streaming Dengan Konsep Hifzhil Lisan Channel YouTube Fauzi Noerdin*. Skripsi, UIN Walisongo Semarang.
- Mustofa, Helmi. Staff Progress / Redaktur, Wawancara Pribadi, 25 Februari 2025.
- Muttaqien, G. A. (2019). Pandangan Syed Muhammad Naquib Al-Attas tentang Islamisasi Ilmu. *Ja'fari Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 4(2), 93–130.
- Nanu, R. P. (2021). Pemikiran Syed Muhammad Naquib Al-Attas terhadap Pendidikan di Era Modern. *ARBAWI*, 6(01), 14–29.
- Ni'amah, Luthfi Ulfa, (2023), *Analisis Wacana Kritis Konten YouTube CakNun.com pada Playlist Jurnal Medsos dan Rahmatan Lil'alam*. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Nidhi. "YouTube Statistics 2025." *AffMaven*. Diakses pada 16 Februari 2025. <https://affmaven.com/id/youtube-statistics/>.
- Nurhakim, F. (2022). Pandangan Syed Muhammad Naquib Al-Attas tentang pendidikan dan relevansinya dengan teori pendidikan kontemporer. *Ta'limDiniyah Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 3(1), 106–121.
- Nurdin Alfiana Muas, (2023), *Analisis Pesan Dakwah dalam Konten YouTube Emha Ainun Nadjib*. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung.
- Nuryanti, M., & Hakim, L. Pemikiran Islam Modern Syed Muhammad Naquib Al-Attas. *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 2020, 73-83.
- Patton, (1980), *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Penyo. Staff Progress / Kru Produksi, Wawancara Pribadi, 25 Februari 2025.
- Pringle, Peter K. & Starr, Michael F. (2006). *Electronic Media Management (Fifth Edition)*. Burlington, USA: Focal Press.

- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, (2003), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi ke-3. Balai Pustaka.
- Rachman, Rio Febriannur. (2018), "Dakwah Interaktif Kultural Emha Ainun Nadjib." *Jurnal Spektrum Komunikasi Vol. 6 No. 2*, 1-9.
- Riady, A. S. (2021). Agama dan Kebudayaan Masyarakat Perspektif Clifford Geertz. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 2(1), 13–22.
- Sholikhathi, N. I. (2018). Analisis Praktik Sosiokultural dalam Pemberitaan Kasus Korupsi pada Media Metro TV dan NET melalui Perspektif Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Caraka Jurnal Ilmu Kebahasaan Kesastraan Dan Pembelajarannya*, 5(1), 36–51.
- Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumbulah, U. (2012). Islam Jawa dan Akulturasi Budaya: Karakteristik, Variasi dan Ketaatan Ekspresif. *Jurnal el Harakah*, 51-68.
- Syamsir Torang, (2003), *Organisasi dan Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Vebrynda, R. (2022). Manajemen Produksi Konten ‘Sketsamu’ di YouTube Muhammadiyah Channel. *WACANA Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 164–177.
- Website CakNun.com: *Tafsir Nadjibiyah*. Diakses pada 9 Februari 2025. <https://www.caknun.com/2024/tafsir-nadjibiyah/>.
- Yantu, F., dkk. (2021). Kearifan Lokal Masyarakat Bugis dalam Novel *Lontara Rindu* Karya S. Gegge Mappangewa. *Jambura Journal of Linguistics and Literature*, 1(2), 27-36.
- Yusran Fariz, (2023), *Konstruksi Wacana Tasawuf dalam Video Segmen Mbah Nun Menjawab: Analisis Wacana Kritis pada Kanal YouTube CakNun.com*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Zubair A. A., dkk. (2024). Kehidupan Agama dan Kebudayaan Islam. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial Dan Keislaman*, 299-321.
- Zuhdi, Ahmad. (2016). *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*. Bandung: Alfabeta.