PENGARUH EFEKTIVITAS YOUTUBE TERHADAP POPULARITAS TOKOH MASYARAKAT

(Studi Video Dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di *Channel* Tafaqquh Video di Kalangan Remaja yang Tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Penyiaran

Disusun Oleh:

Adli Danu Vito

07031381320043

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2018

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR SKRIPSI

PENGARUH EFEKTIVITAS YOUTUBE
TERHADAP POPULARITAS TOKOH MASYARAKAT
(Studi Video Dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di *Channel* Tafaqquh Video di Kalangan Remaja yang Tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang)

Oleh:
Adli Danu Vito
07031381320043

Komisi Pembimbing	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I	Dr. Andy Alfatih, MPA NIP. 196012241990011001		
Pembimbing II	Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199005142015042001		

Telah dinyatakan memenuhi syarat
pada tanggal.....2018

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

PENGARUH EFEKTIVITAS YOUTUBE
TERHADAP POPULARITAS TOKOH MASYARAKAT
(Studi Video Dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di *Channel* Tafaqquh Video di Kalangan Remaja yang Tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang)

Skripsi
Oleh:
Adli Danu Vito
07031381320043

Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 25 Oktober 2018

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	Dr. Andy Alfatih, MPA NIP. 196012241990011001		
Sekretaris	Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199005142015042001		
Anggota	Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si NIP. 196012091989122001		
Anggota	Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd NIP. 197803022002122002		

Mengetahui,

Dekan FISIP Unsri

Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PUBLIKASI

1. Skripsi yang berjudul "Pengaruh Efektivitas YouTube Terhadap Popularitas Tokoh Masyarakat (Studi video dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di *Channel* Tafaqquh Video di kalangan remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang)" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik Skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor / pembimbing sebagai *author* dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, 17 Desember 2018

METERAI TEMPEL
TGL. 20
A0881AFF604445371
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Adli Danu Vito
07031381320043

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Orang yang tinggi adab, walaupun kekurangan ilmu itu lebih mulia dari orang yang banyak ilmu tetapi kekurangan adab”

- Habib Umar bin Hafidz -

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua Orang tuaku, Ayahanda
Hendra Kesuma dan Ibunda Nurilah.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan taufiq-Nya, sehingga skripsi penulis dapat menyelesaikan menyusun skripsi ini guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Penulis sadar bahwa begitu banyak pihak yang membantu memberikan bimbingan, saran, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sejak awal penulisan sampai skripsi ini diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE rektor Universitas Sriwijaya
2. Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Andy Alfatih, MPA selaku pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran dan motivasi serta dukungan selama penulis membuat skripsi ini.
5. Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing II yang memberikan arahan, saran dan motivasi serta dukungan selama penulis membuat skripsi ini.
6. Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom yang memberikan arahan, saran dan motivasi serta dukungan selama penulis membuat skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf Jurusan Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan bantuannya selama perkuliahan.

8. Kedua orangtuaku Ayahanda Hendra Kesuma dan Ibunda Nurilah yang selalu memberikan dukungan dan do'a selama ini.

9. KH. Ahmad Idris Kailany selaku pimpinan Pondok Pesantren Mahasiswa Ma'had Badar Palembang Darussalam yang selalu memberikan bimbingan dan do'a selama ini.

10. Ustadz Dwi Nofari, M.Pd.i selaku dewan Asatidz Pondok Pesantren Mahasiswa Ma'had Badar Palembang Darussalam yang selalu memberikan bimbingan dan do'a selama ini.

11. Seluruh dewan Asatidz Pondok Pesantren Mahasiswa Ma'had Badar Palembang Darussalam yang selalu memberikan bimbingan dan do'a selama ini.

12. Kakakku Aditya Ilmam Perdhana dan Adekku Andra Nugraha yang selalu memberikan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung dan do'a selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

13. Sahabat-sahabatku di Pondok Pesantren Mahasiswa Ma'had Badar Palembang Darussalam, Kak Ridwan, Kak Solkhan, Irwansyah, Kholis, Hamid, Ahmad, Kang Bisri, Fajrin, Kak Ongky, Kak Mail, Adit, Kak Adit, Ari, Nanda Caesar, Listiananda, Maul, Bambang, Kai, Ridho, Yoga, Yopi, Putu, Kak Afif, Dek Afifah, dll yang selalu mengingatkan tentang kebaikan.

14. Siti Nurbaiti (Bity) yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan do'a selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

15. Sahabat-sahabatku di Bekasi, Abang, Erlangga, Alvin, Iqbalz, Harry, Bagas, Aldifa, Bowo, Octa, Suwi, dll yang selalu memberikan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

16. Sahabat-sahabatku di Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang.

17. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang selalu memberikan dukunagn dan motivasi baik secara langsung maupun tidak lansung selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh darikesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun, penulis harapkan sebagai pemicu untuk dapat berkarya lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, 17 Desember 2018

Penulis

ABSTRAK

YouTube adalah salah satu media massa jenis media *online* yang menyediakan informasi, pengetahuan, pendidikan dan hiburan kepada khalayak luas yang memiliki daya tarik yang cukup besar dibanding media *online* lain. Oleh karena itu sebagian orang bisa mendapatkan popularitas melalui youtube, dalam hal ini Ustadz Abdul Somad, Lc., MA salah satu tokoh masyarakat yang mendapatkan popularitas melalui youtube dengan dipublikasikannya video-video ceramahnya.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori efektivitas media massa oleh Muhammad Nur Jaya dan teori popularitas oleh Rahmat sebagai tolak ukur. Pada teori efektivitas media massa terdapat tiga dimensi, yaitu 1.) Menampilkan *audio* dan *visual*, 2.) Mudah diakses, 3.) Biaya (cost) yang murah dan teori popularitas memiliki tiga dimensi, diantaranya 1.) Kredibilitas, 2.) Daya tarik, 3.) Kekuasaan. Hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara efektivitas youtube di *channel* tafaqquh video terhadap popularitas tokoh masyarakat Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di kalangan remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang dengan tingkat popularitas yang cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t sebesar 8,073 sedangkan pada tabel t_{tabel} adalah 1,991 pada taraf signifikasi 5% yang berarti bahwa Ha diterima yaitu ada pengaruh efektivitas youtube (*channel* tafaqquh video) terhadap popularitas tokoh masyarakat (Ustadz Abdul Somad, Lc., MA) di kalangan remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang, maka diketahui seberapa besar pengaruh yaitu sebesar 45,8% dan 54,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variabel efektivitas youtube.

Kata Kunci: Efektivitas youtube, popularitas tokoh masyarakat, video dakwah.

Pembimbing I

Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

Pembimbing II

Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199005142015042001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

YouTube is one type of online media mass media that provides information, knowledge, education and entertainment to a broad audience that has considerable appeal compared to other online media. Therefore some people can gain popularity through youtube, in this case Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, one of the community leaders who gained popularity through youtube with the publication of videos of his lectures.

In this study the author used the theory of effectiveness of mass media by Muhammad Nur Jaya and the theory of popularity by Rahmat as a benchmark. On the theory of the effectiveness of mass media there are three dimensions, namely 1.) Audio and visual displays, 2.) Easy to access, 3.) Low cost and popularity theory has three dimensions, including 1.) Credibility, 2.) Power pull, 3.) Power. The results showed that there was a significant effect between the effectiveness of youtube in the tafaqquh video channel on the popularity of public figures Ustadz Abdul Somad, Lc., MA among adolescents who are members of the Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang with a high degree of popularity, this evidenced by the results of the calculation of the t test of 8.073 while in the table t table is 1.991 at the significance level of 5% which means that Ha is accepted ie there is the influence of the effectiveness of youtube (channel tafaqquh video) on the popularity of public figures (Ustadz Abdul Somad, Lc., MA) among adolescents who are members of the Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang, it is known how much influence that is equal to 45.8% and 54.2% others are influenced by factors outside of youtube's effectiveness variable.

***Keywords**: Effectiveness of youtube, popularity of public figures, da'wah videos.*

Pembimbing I

Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

Pembimbing II

Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199005142015042001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Penelitian Terdahulu 9
2.2 Landasan Teori 12
2.3 Popularitas Tokoh Masyarakat 12
2.4 Efektivitas YouTube 21
2.5 Pengaruh Antar Variabel 31
2.6 Kerangka Pemikiran 32
2.7 Hipotesis 35
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Rancangan Penelitian 36

3.2 Definisi Konsep 36
3.3 Definisi Operasional 37
3.4 Unit Analisis dan Unit Observasi 39
3.5 Jenis Data dan Sumber Data 39
3.6 Populasi dan Sampel 40
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 41
3.8 Teknik Pengumpulan Data 43
3.9 Instrumen Penelitian 43
3.10 Uji Normalitas Data 44
3.11 Konversi Data 44
3.12 Teknik Analisis Data 44
3.13 Jadwal Penelitian 46

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Berdirinya Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang 48
4.2 Dasar, Visi, Misi dan Tujuan Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang 49
4.3 Fungsi, Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab IRMA Palembang 52
4.4 Keadaan Pengurus Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang 56
4.5 Program Kerja Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA Palembang..... 59

BAB V HASIL DAN ANALISIS

5.1 Analisis Data dengan Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif 61
5.2 Analisis Data dengan Teknik Analisis Eksplanatif (confirmatory) dengan Pendekatan Regresi Linier Sederhana 85

BAB I PENUTUP

6.1 Kesimpulan 93
6.2 Saran 95

DAFTAR PUSTAKA 96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Gambaran *Viral* Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA.....4

Tabel 1.2. Gambaran Luasnya Kepopuleran Ustadz Abdul Somad, Lc., MA.....6

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 9

Tabel 3.1. Definisi Operasional 38

Tabel 3.2. Jumlah Populasi 40

Tabel 3.3. Bobot Kuesioner Penelitian 44

Tabel 3.4. Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-Rata Skor (Analisis Eksplanatif).....46

Tabel 3.5. Jadwal Penelitian 47

Tabel 4.1. Daftar Kepengurusan Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang Masa Bakti 2017 - 2018 57

Tabel 4.2. Pengurus IRMA yang Pernah Menjadi Ketua.....58

Tabel 5.1. Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-Rata Skor (Analisis Deskriptif)..62

Tabel 5.2. Isi Ceramah Dapat Didengar dengan Jelas oleh *Audience* dalam Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube.....62

Tabel 5.3. Isi Ceramah Bisa Dipahami dengan Baik oleh *Audience* pada Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube.....64

Tabel 5.4. Gambar Tokoh Dapat Dilihat dengan Jelas oleh *Audience* pada Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube.....65

Tabel 5.5. Cara Penyampaian Ceramah Tidak Membosankan pada Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube.....67

Tabel 5.6. Gambar yang Menarik pada Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube 68

Tabel 5.7. Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube Dapat Dijangkau Melalui *Wifi* 70

Tabel 5.8. Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube Dapat Dijangkau Melalui Kuota Internet 71

Tabel 5.9. Proses untuk Mengakses Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Youtube Tidak Sulit 72

Tabel 5.10. Tidak Terlalu Banyak Menghabiskan Kuota Internet Saat Mengakses Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA.....74

Tabel 5.11. Durasi Menonton Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA Di Youtube Cukup Lama untuk Ditonton.....75

Tabel 5.12. Ustadz Abdul Somad, Lc., MA Berkompeten pada Bidang Keilmuannya 77

Tabel 5.13. Isi Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA Shahih (Dapat Dibenarkan).....78

Tabel 5.14. Isi Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA Penting Bagi Kehidupan Masyarakat.....79

Tabel 5.15. Cara Penyampaian Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA Menghibur.....81

Tabel 5.16. Isi Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA Banyak Menjadi Rujukan 83

Tabel 5.17. Tokoh (Ustadz Abdul Somad, Lc., MA dapat Menjadi Teladan 84

Tabel 5.18. Kategori Penilaian.....85

Tabel 5.19. Koefisien 86

Tabel 5.20. Uji Nilai Signifikansi 87

Tabel 5.21. Koefisien Regresi Sederhana 87

Tabel 5.22. Hasil Korelasi Pengaruh Efektivitas YouTube terhadap Popularitas Tokoh Masyarakat.....88

Tabel 5.23. Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-Rata Skor.....89

Tabel 5.24. Uji Hipotesis 89

Tabel 5.25. Rekapitulasi Perhitungan Analisis Eksplanatif (confirmatory) 91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur Pemikiran 34

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Uji Validitas

LAMPIRAN 2. Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 3. Uji Normalitas

LAMPIRAN 4. Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi

LAMPIRAN 5. Lembar Pengesahan Proposal Skripsi

LAMPIRAN 6. Kartu Bimbingan Proposal Skripsi

LAMPIRAN 7. Lembar Pengesahan Revisi Seminar Proposal Skripsi

LAMPIRAN 8. Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 9. Surat Balasan Izin Pengambilan Data

LAMPIRAN 10. Sertifikat Kuliah Kerja Komunikasi (KKK)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman modern saat ini perkembangan teknologi sangat berpengaruh terhadap kehidupan. Munculnya media *online* timbul karena teknologi yang begitu canggih. Media *online* adalah media yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual, yang sangat berguna dan bermanfaat pada era modern seperti saat ini. Dengan media *online* kita dapat mencari informasi yang sangat bermanfaat bagi masyarakat, seperti mencari berita terbaru yang masih hangat diperbincangkan. Media *online* itu sendiri menawarkan multimedia yaitu hasil karya seseorang yang berupa gambar, video maupun desain yang disebar luaskan ke pengguna lainnya.

Media *online* mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan dan sudah menjadi satu institusi sosial yang penting dalam kehidupan manusia. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas masyarakat disampaikan melalui media *online* mengenai berita, hiburan, ruang publik, ekonomi, budaya, dan politik. Media *online* dapat dikatakan sudah merambah semua bidang kehidupan manusia dan memberikan pengaruh yang cukup signifikan. Teknologi seperti media *online* pada akhirnya mencapai perkembangan sebagai kunci dalam masyarakat modern. Media *online* mampu mempresentasikan diri sebagai ruang publik utama dan turut menentukan dinamika sosial, politik, dan budaya, ditingkat lokal maupun global. Seiring berjalannya waktu, ternyata perkembangan teknologi pada media massa saat ini dapat menjadikan seseorang memiliki popularitas dengan tingkat yang berbeda-beda, salah satunya melalui youtube.

YouTube adalah salah satu penyedia layanan video terbesar saat ini dan youtube juga merupakan media untuk upload secara gratis. Para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. YouTube juga sangat

cocok bagi kita yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel. Pada umumnya video-video di youtube adalah video klip, acara TV, film serta video buatan para penggunanya sendiri. Manfaat lain dari penggunaan YouTube adalah bahwa isinya dapat disiarkan ke jutaan pemirsa. YouTube tersedia di hampir setiap negara di dunia dan di setiap komputer yang memiliki akses internet, serta dikunjungi setiap hari oleh jutaan orang.

Video merupakan salah satu cara tercepat untuk terhubung dengan pelanggan dan membangun hubungan baik dengan mereka dan alasan bahwa video sangat kuat karena 90% dari komunikasi adalah non-verbal. YouTube adalah cara tercepat dan salah satu alat paling kuat di ranah media *online*. YouTube menyediakan mekanisme interaksi sosial untuk menilai pendapat pengguna dan pandangan tentang video dengan cara *voting*, *rating*, favorit, berbagi (share) dan komentar, dll. Informasi ini berguna dalam mempelajari perilaku pengguna dan masyarakat. Kemampuan untuk mengekstrak pendapat dari baris-baris teks yang ada pada youtube dapat menjadi sangat berguna dan ini adalah area studi yang banyak dikaji, tidak diragukan karena kemungkinan nilai komersialnya (Ian Barber, 2010). Dikarenakan kebanyakan informasi (perkiraan umum mengatakan lebih dari 80%) saat ini disimpan sebagai teks, *text mining* diyakini memiliki potensi nilai komersial tinggi. Melalui youtube, tidak jarang seseorang bisa mendapatkan popularitas seperti para *da'i* yang kini banyak menjadi sorotan publik terkait isi ceramah dan cara penyampaiannya di youtube, salah satunya adalah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA sebagai tokoh masyarakat yang mendapatkan popularitas melalui youtube dengan dipublikasikan video-video ceramahnya.

Channel yang dimiliki oleh tim multimedia Ustadz Abdul Somad, Lc., MA sebagai sarana penyebaran kajian dakwah adalah Tafaqquh Video yang berdomisili di Pekanbaru, Riau.

Tokoh masyarakat adalah seseorang yang karena kedudukan sosialnya menerima kehormatan dari masyarakat dan pemerintah (Pasal 1 Angka 6 UU Nomor 8 Tahun 1987 Tentang Protokol). Tokoh masyarakat memiliki pengaruh kuat kepada masyarakat, pengaruh itu berupa dipatuhinya perintah atau anjuran

mereka oleh orang-orang disekitarnya. Seseorang yang menjadi tokoh masyarakat bisa didapatkan dengan cara formal atau informal. Seseorang bisa memperoleh status jabatan tokoh masyarakat bila memenuhi berbagai macam syarat kualifikasi tertentu. Mereka memiliki kekuasaan dan wewenang tertentu dalam lingkup wilayahnya.

Sehubungan dengan tokoh masyarakat yang saat ini menjadi sorotan publik khususnya di Indonesia adalah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, beliau adalah salah satu *da'i* Indonesia yang terkenal melalui video-video ceramahnya yang disebar melalui youtube. Tidak hanya di Indonesia saja bahkan video dakwahnya *viral* sampai ke Negeri Malaysia dan Brunai Darussalam. Selain tampilan visual dan audio baik, yang menjadi daya tarik dari video dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA adalah bagaimana saat beliau menyampaikan materi dalam video tersebut dengan gaya khas yang dimilikinya, seperti bahasa yang mudah dipahami, humoris, dan berbobot dalam pengetahuan ilmu agama yang disampaikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya *viewers* (penonton) yang mengunjungi video tersebut sehingga di beberapa media massa video Ustadz Abdul Somad, Lc., MA menjadi *viral* (populer) diantaranya di televisi dan youtube.

Melalui video yang tersebar inilah, kini Ustadz Abdul Somad, Lc., MA banyak dikenal oleh lapisan masyarakat khususnya di Indonesia. Namun ia mengaku *viral*nya video-video dakwah tersebut melalui proses panjang., bahkan ia telah mulai mengunggah videonya tujuh tahun silam, tepatnya di 2010 dan menjadi *viral* (populer) di tahun 2017. Ia menceritakan bahwa dakwahnya di Pekanbaru mulai dengan mengisi pelajaran setiap hari Sabtu. Setiap pertemuan tersebut kemudian direkam, akan tetapi saat itu belum terfikir untuk mengunggahnya ke media *online*. Setelah beberapa video diunggah, Ustadz Abdul Somad pun tidak pernah berfikir bahwa video tersebut akan *viral* (populer) dan diminati oleh *netizen* (warga internet). Hanya saja, ada pelajaran yang bisa diambil melalui kisah ini, yakni seorang pendakwah hanya bisa pasang pancingnya saja. Masalah ikannya datang itu urusan Allah Ta`ala. "Waktu itu ketika ceramah di masjid yang hadir hanya 100 orang, itu sangat sedikit. Oleh karena itu kami manfaatkan media ini

dengan baik untuk menyebarkan ajaran Islam ke seluruh pelosok. Jadi motivasi utamanya ialah memanfaatkan media sebagai wadah dakwah," ujar Ustadz Somad (Harianamanah.com).

1.1.1. *Viral*nya Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA

Banyak orang saat ini yang memilih untuk hijrah menjadi pribadi yang religius salah satu penyebabnya adalah munculnya beberapa video dakwah dari berbagai narasumber atau para *da'i* di media *online*. Namun hanya beberapa *da'i* yang sampai saat ini videonya tersebar luas di media *online* dan menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mencari berbagai macam permasalahan mengenai agama terutama agama islam, Ustadz Abdul Somad, Lc., MA salah satu *da'i* Indonesia yang saat ini video dakwahnya *viral* di youtube sehingga mencapai jutaan *viewers* (penonton) pada beberapa video dakwahnya yang tersebar. Adapun data mengenai *viral*nya video ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA sebagai berikut:

Tabel 1.1
Gsmbaran *Viral* Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA

No.	*Viral* Video Ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di Kalangan Remaja	Keterangan
1.	Jumlah *viewers* (penonton) di YouTube	39.145.109x penayangan (24 Juni 2018) Pada *channel* youtube UAS TV
2.	Jumlah *subscriber* (pelanggan) di YouTube	271.315 subscriber (24 Juni 2018) Pada *channel* youtube UAS TV
3.	Jumlah *likes* pada video di YouTube	3.221.490x penayangan (24 Juni 2018) Pada *channel* Tafaqquh Video dengan judul video "5 Penyesalan Setelah Mati (Masjid Raya Bandung, 30.3.2018) - Ustadz Abdul Somad, Lc., MA"
4.	Jumlah komentar pada video di YouTube	1.052 Komentar (24 Juni 2018) Pada *channel* youtube Tafaqquh Video dengan judul video "5 Penyesalan Setelah Mati (Masjid

		Raya Bandung, 30.3.2018) - Ustadz Abdul Somad, Lc., MA”

Sumber: www.youtube.com

1.1.2. Luasnya Kepopuleran Ustadz Abdul Somad, Lc., MA

Ceramah-ceramah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA yang banyak diunggah di youtube sangat digemari oleh semua kalangan, baik di kalangan anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Sosoknya yang tegas dan humoris saat menyampaikan ceramah mengundang banyak simpati masyarakat sehingga banyak dari berbagai wilayah di Indonesia mengundangnya untuk menyampaikan ceramah secara langsung pada hari-hari besar islam, seperti acara Maulid Nabi Muhammad SAW, Tahun Baru Islam, Nuzulul Qur’an, dll. Tidak hanya di Indonesia saja, bahkan Malaysia, Hongkong, dan Brunei Darussalam juga turut mengundangnya untuk menyampaikan ceramah. Fenomena yang terjadi pada Ustadz Abdul Somad, Lc., MA saat ini karena proses komunikasi massa yang terjadi pada era globalisasi saat ini.

Munculnya media baru seperti internet, memudahkan semua orang untuk berinteraksi atau sekedar mencari informasi ataupun hiburan melalui dunia maya seperti media *online*. Kemajuan teknologi komunikasi ternyata lebih banyak digunakan untuk megaktualisasikan diri, belajar, dan bermain. Melalui media *online*, tak sedikit masyarakat yang memanfaatkannya sebagai sarana mencari informasi. Media *online* dengan berbasis *audio-visual* saat ini banyak diminati masyarakat, karena memang lebih mudah untuk dimengerti dan menarik minat masyarakat. Melalui media *online* seseorang bisa mendapatkan popularitas baik di dunia maya maupun dunia nyata.

Dalam hal ini pesan melalui video sangat efektif menjadikan seseorang bisa mendapatkan popularitas. Saat video menjadi *viral* di media *online*, maka akan mendapatkan banyak respon dari *netizen* (warga internet) baik itu yang positif maupun yang negatif. Adapun data mengenai luasnya kepopuleran Ustadz Abdul Somad, Lc., MA sebagai berikut:

Tabel 1.2
Gsmbaran Luasnya Kepopuleran Ustadz Abdul Somad, Lc., MA

No.	Luasnya Kepopuleran Ustadz Abdul Somad, Lc., MA	Keterangan
1.	Jangkauan popularitas Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di berbagai wilayah	- Wilayah Sumatera (Palembang, Medan, Padang, dll). - Wilayah Jawa Barat (Bandung, Bekasi) - Wilayah Riau (Pekanbaru, Dumai, dll) - Wilayah Jakarta. - Wilayah Kalimantan. - Wilayah Sulawesi. - Malaysia - Brunei Darussalam - Hongkong, dll
2.	Popularitas Ustadz Abdul Somad, Lc., MA diketahui semua kalangan.	- Anak-anak - Remaja - Dewasa
3.	Video ceramah Usatadz Abdul Somad, Lc., MA *viral* di berbagai media massa	- Youtube - Facebook - Instagram - Televisi, dll

Sumber: www.instagram.com

Melihat begitu besarnya pengaruh media *online* youtube terhadap popularitas dalam kehidupan masyarakat saat ini, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "PENGARUH EFEKTIVITAS YOUTUBE TERHADAP POPULARITAS TOKOH MASYARAKAT (Studi Video Dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di *Channel* Tafaqquh Video di Kalangan Remaja yang Tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang)".

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Apakah ada pengaruh efektivitas youtube di *channel* tafaqquh video terhadap popularitas tokoh masyarakat Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di

kalangan remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang?.

b. Seberapa besar pengaruh efektivitas youtube di *channel* tafaqquh video terhadap popularitas tokoh masyarakat Usatdz Abdul Somad, Lc., MA di kalangan remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang?.

1.3. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas youtube di *channel* tafaqquh video terhadap popularitas tokoh masyarakat Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di kalangan remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang.

b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh efektivitas youtube di *channel* tafaqquh video terhadap popularitas tokoh masyarakat Ustadz Abdul Somad, Lc., MA di kalangan remaja yang tergabung dalam Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Menjadi harapan peneliti bahwa penelitian ini dapat berguna untuk:

a. Manfaat Akademis

Menurut peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan penelitian ilmu pengetahuuan terutama di bidang Ilmu Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru khususnya bagi peneliti maupun mahasiswa juga masyarakat tentang pengaruh efektivitas youtube terhadap popularitas tokoh masyarakat.

c. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dalam mengetahui efektivitas youtube terhadap popularitas tokoh masyarakat. Peneliti juga berharap rancangan dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kualitas media *online*

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Riswandi, 2009. *Ilmu Komunikasi (cetakan Pertama).* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.

Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Kedua. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Vera, Nawiroh. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa.* Tangerang : Renata

Creswell, J. W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogjakarta: PT Pustaka Pelajar.

Tasmara, Toto, 1997. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Poerwadarminta, 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.

Koentjaraningrat, 1983. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat.* Jakarta:Gramedia.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta.

Tasmara, Toto, 1997. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Wimmer, Roger D & Joseph R Dominick, 2011. *Mass Media Research*. New York: Wadsworth.

Liliweri, 2001. *Gatra Gatra Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Husein, Umar 2003. *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ancok, Jamaludin dan Fuad Nashori, 1995. *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ancok, D & Suroso, F.N, 2008. *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi.* Yokyakarta: Pustaka Pelajar.

Asep Syamsul, M. Romli, 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online.* Bandung: Nuansa Cendekia.

Ardianto, Elvinaro. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Jurnal:

Umar, Musni. *Tanggung Jawab Pemimpin dan Tokoh Masyarakat terhadap Rakyat dan Pembangunan.* 12 Juni 2013. https://musniumar.wordpress.com/2013/06/12/musni-umar-tanggung-jawab-pemimpin-dan-tokoh-masyarakat-terhadap-rakyat-dan pembangunan/

Muhammad Nur Jaya, 2012. *Iklan dan Berita Politik Calon Walikota dan Wakil Walikota PEMILUKADA Kota Jayapura Tahun 2010 di TOP TV Terhadap Tingkat Popularitas pada Mahasiswa STIKOM Muahmmadiyah Jayapura*. Jayapura: Jurnal Mediasi https://faskatnur.files.wordpress.com/2012/04/jurnal-mediasi-20112.doc

Trisnawati, E. 2012. *"Hubungan Popularitas Da'i dengan Minat Mad'u untuk Mengikuti Kegiatan Tabligh".* https://eprints.walisongo.ac.id/1133/3/081211050_Bab2.pdf

Internet:

http://gurupintar.com/threads/apakah-perbedaan-tokoh-masyarakat-formal-dan-tokoh-masyarakat-informal.6521/

http://wayansuyasahanura.com/penentu-suatu-pilihan-popularitas-atau-elektabilitas

http://zangpriboemi.blogspot.com/2014/09/tokoh-masyarakat.html
www.priandhika001.com

https://repsi9e1913.wordpress.com/my-job-2/perkembangan-youtube/

http://fungsi-dan-manfaat-youtube.com/

http://fungsi-dan-manfaat-media-online.com/

https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube

https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html