

**EFEKTIVITAS CHANNEL YOUTUBE PEMUDA  
TERSESAT SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
(STUDI PADA IKATAN REMAJA MASJID AGUNG  
PALEMBANG)**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh:**

**RAMADHAN PUTRA BUNGSU SIREGAR  
07031281823093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**EFEKTIVITAS CHANNEL YOUTUBE PEMUDA TERSESAT  
SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
(STUDI PADA IKATAN REMAJA MASJID AGUNG PALEMBANG)**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**Ramadhan Putra Bungsu Siregar**

**07031281823093**

Pembimbing I

1 Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd

NIP. 197803022002122002

Tanda Tangan



Tanggal

21 November 2022

Pembimbing II

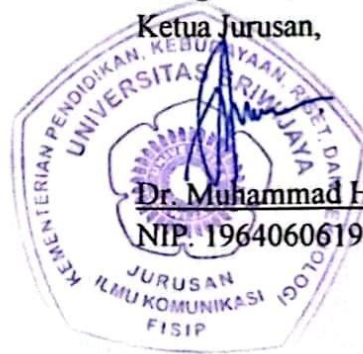
2 Rindang Senja Andarini, S.Ikom, M.Ikom

NIP. 198802112019032011-----



18 November 2022

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**EFEKTIVITAS CHANNEL YOUTUBE PEMUDA TERSESAT SEBAGAI  
MEDIA DAKWAH (STUDI PADA IKATAN REMAJA MASJID AGUNG  
PALEMBANG**

Skrripsi Oleh :

**RAMADHAN PUTRA BUNGSU SIREGAR**

**07031281823093**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 14 Desember 2022**

Pembimbing :

1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd  
NIP. 197803022002122002

2. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 198802112019032011

Tanda Tangan



Penguji :

1. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si  
NIP. 199309052019032019

2. Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom  
NIP.

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ramadhan Putra Bungsu Siregar  
NIM : 07031281823093  
Tempat dan Tanggal Lahir : Padang, 08 Januari 1999  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Channel Youtube Pemuda Tersesat Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,  
Yang membuat pernyataan,



**Ramadhan Putra Bungsu Siregar**  
NIM. 07031281823093

## **PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

**Skripsi ini saya persembahkan kepada :**

- 1. Puji syukur kepada Allah SWT atas karunianya dan nikmat sehat baik rohani maupun jasmani sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.**
- 2. Kedua orang tua tersayang dan tercinta, Papa saya Horas Parmohonan Baharuddin Siregar dan Mama saya Ratna Dewi yang selalu memberikan semangat, materi, motivasi, dan yang selalu dengan ikhlas mendo'a kan saya, sehingga saya bisa menyelesaikan gelar Sarjana.**
- 3. Saudara-saudari saya, Ayuk Citra, Ayuk Summi, dan Bang Aad yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan kuliah ini.**
- 4. Untuk dosen pembimbing ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd dan Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom yang telah membimbing dan memberikan masukan-masukan kepada saya selama proses bimbingan.**
- 5. Untuk keluarga besar yang memberikan dukungan dan do'a sehingga saya dapat menyelesaikan gelar sarjana**
- 6. Rati Puspita Sari, S.Pd, yang selalu memotivasi dan mendukung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan terima kasih selalu ada dalam kondisi apapun.**
- 7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah banyak berbagi ilmu dan**

mendidik dengan sabar, banyak ilmu dan pengalaman yang saya dapat selama perkuliahan sehingga ilmu yang di dapat sangat bermanfaat ketika saya menyusun skripsi ini hingga selesai.

8. Almamater yang saya cintai dan saya banggakan.

*Motto :*

*Pergilah kamu, carilah (berita) tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah hanyalah orang-orang kafir.*

(QS. 12 : 87)

## ABSTRAK

Penggunaan media sosial YouTube mengalami perkembangan pesat dan digunakan dalam banyak tujuan salah satunya sebagai media dakwah. Channel Pemuda Tersesat merupakan salah satu channel yang mengemas dakwah dengan memanfaatkan media sebagai sarana dalam menyebarkan konten-konten dengan fokus sasaran dakwah kepada anak muda atau remaja. Penggunaan media sosial tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri apakah pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat menarik perhatian atau tidak bagi anak muda atau remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas channel YouTube Pemuda Tersesat sebagai media dakwah. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner, observasi, dan studi dokumentasi dengan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori efektivitas media dari Bruhn, Schoenmueller, dan Schafer yang memiliki 4 indikator yang menjadi tolak ukur yaitu atraktivitas media, kejelasan media, kelengkapan informasi media, dan kemudahan akses media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa channel YouTube Pemuda Tersesat efektif dijadikan sebagai media dakwah, dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi, dengan konsisten mengemas konten-konten yang menarik dan menggunakan komunikasi yang dapat membangun selera humor dalam setiap pembawaan kontennya. Dari penelitian ini diketahui channel YouTube Pemuda Tersesat perlu terus memperbarui setiap tayangan dengan tema-tema yang sesuai dengan remaja yang banyak diminati. Seperti perlunya mengikuti pembahasan yang *viral* yang banyak dibicarakan atau menjadi *tranding topic* bagi para remaja saat itu dan memanfaatkan serta meningkatkan semua sumber daya dan media sehingga memudahkan para remaja dalam mendapatkan pesan-pesan dakwah melalui media sosial.

**Kata Kunci : Efektivitas, Channel YouTube Pemuda Tersesat, Media Dakwah, Pesan Dakwah, Remaja.**

**Pembimbing I**



**Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd**  
NIP. 197803022002122002

**Pembimbing II**



**Rindang Senja Andarini, S.IKom., M.IKom**  
NIP. 198802112019032011

**Indralaya, September 2022**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## ABSTRACT

The use of YouTube social media has experienced rapid development and is used for various purposes, one of which is as a medium of da'wah. The Pemuda Tersesat Channel is a channel that packages da'wah by utilizing the media as a means of disseminating content with a focus on da'wah targets for young people or teenagers. The use of social media is of course a challenge in itself whether messages conveyed through social media can attract the attention of young people or teenagers. This study aims to determine the effectiveness of the Pemuda Tersesat Youtube channel as a medium of da'wah. Data were obtained from the results of distributing questionnaires, observation, and documentation studies using quantitative descriptive research methods. This study uses the theory of media effectiveness from Bruhn, Schoenmueller, and Schafer which has 4 indicators that become benchmarks, namely the attractiveness of the media, the clarity of the media, the completeness of media information, and the ease of access to the media. The results of this study indicate that the Pemuda Tersesat Youtube channel is effectively used as a medium of da'wah, in conveying communication messages, by consistently packaging interesting content and using communication that can build a sense of humor in each content presentation. From this research it is known that the Pemuda Tersesat YouTube channel needs to continue to update every broadcast with themes that are in accordance with teenagers who are in great demand. Such as the need to follow viral conversations that are widely discussed or become trending topics for teenagers at that time and to utilize and improve all resources and media to make it easier for teenagers to get da'wah messages through social media.

**Keywords :** *Keywords: Effectiveness, The Pemuda Tersesat YouTube Channel, Medium of Da'wah, Da'wah Messages, Youth.*

Advisor I



**Hoirun Nisyak. S.Pd., M.Pd**  
NIP. 197803022002122002

Advisor II

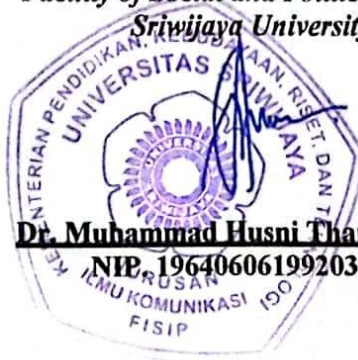


**Rindang Senja Andarini. S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198802112019032011

Indralaya, September 2022

Head of Communication Science Studies Program  
Faculty of Social and Political Science

Sriwijaya University



**Dr. Muhammad Husni Thamrin. M.Si**  
NIP. 196406061992031001



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Efektivitas Channel Youtube Pemuda Tersesat Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang). Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Penyiaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak,. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi.
5. Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat

skripsi.

6. Ibu Erlisa Saraswaty, S.KPM., M.Sc selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh Pengurus Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses pembuatan skripsi.
9. Kedua orang tuaku tercinta serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memotivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan agar saya selalu semangat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Indralaya, 14 Desember 2022

Ramadhan Putra Bungsu Siregar

NIM. 07031281823093

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                     | <b>I</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b> | <b>II</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....</b>  | <b>III</b>  |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>           | <b>IV</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....</b>             | <b>V</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                           | <b>VII</b>  |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                   | <b>VIII</b> |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                    | <b>IX</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                        | <b>XI</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>XIV</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                     | <b>XV</b>   |

### **BAB I : PENDAHULUAN**

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang .....             | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah Penelitian ..... | 9 |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....          | 9 |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....         | 9 |

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Landasan Teori .....   | 11 |
| 2.1.1. Efektivitas .....  | 11 |
| 2.1.2. Komunikasi Massa .....                                     | 14 |
| 2.1.3. Efek Komunikasi Massa .....                                | 18 |
| 2.1.4. Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....                      | 19 |
| 2.1.5. Media Sosial .....   | 22 |
| 2.1.6. Youtube .....  | 24 |
| 2.1.7. Media Dakwah .....   | 26 |
| 2.1.8. Fungsi Media Dakwah .....                                  | 28 |
| 2.1.9. Pesan Dakwah .....   | 29 |
| 2.1.10. Beberapa Teori Efektivitas Media .....                    | 32 |
| 2.1.10.1. Teori Efektivitas Charles Robert Wright .....           | 32 |
| 2.1.10.2. Teori Efektivitas Stewart L. Tubss dan Silvia Moss..... | 33 |

|   |    |
|---|----|
| 2.1.10.3. Teori Efektivitas Bruhn, Schoenmueller, dan Schafer ..... | 34 |
| 2.2. Teori yang digunakan .....                                     | 35 |
| 2.3. Penelitian terdahulu .....                                     | 36 |
| 2.4. Kerangka pemikiran .....                                       | 39 |
| 2.5. Hipotesis .....  | 39 |
| <b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>                                   |    |
| 3.1. Desain Penelitian .....  | 40 |
| 3.2. Definisi Konsep .....  | 40 |
| 3.3. Definisi Operasional .....                                     | 41 |
| 3.4. Unit Analisis, Populasi dan Sampel .....                       | 42 |
| 3.4.1. Unit Analisis .....  | 42 |
| 3.4.2. Populasi .....   | 42 |
| 3.4.3. Sampel .....   | 43 |
| 3.5. Data dan Sumber Data .....                                     | 44 |
| 3.5.1. Data .....   | 44 |
| 3.5.2. Sumber Data .....  | 44 |
| 3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....  | 45 |
| 3.6.1. Uji Validitas Instrumen Penelitian.....                      | 45 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....                   | 47 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data .....                                  | 49 |
| 3.8. Uji Normalitas Data .....                                      | 50 |
| 3.9. Konversi Skala Ordinal ke Interval .....                       | 50 |
| 3.10. Teknik Analisis Data .....                                    | 52 |
| 3.10.1. Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif .....                | 52 |
| <b>BAB IV: GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN</b>                      |    |
| 4.1. Sejarah Singkat IRMA Palembang .....                           | 53 |
| 4.2. Keanggotaan .....  | 54 |
| 4.3. Alamat Lengkap IRMA Palembang .....                            | 54 |
| 4.4. Visi dan Misi IRMA Palembang .....                             | 54 |
| 4.4.1. Bagan Struktur Organisasi .....                              | 56 |

## **BAB V: HASIL DAN ANALISIS**

|   |    |
|---|----|
| 5.1. Identitas Responden .....  | 57 |
| 5.2. Pengujian Persyaratan Statistik .....                                  | 58 |
| 5.3. Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif .....                           | 59 |
| 5.4. Kriteria Klasifikasi Penilaian Jawaban Kuisisioner per Indikator ..... | 59 |
| 5.5. Indikator Atraktivitas Media .....                                     | 59 |
| 5.6. Indikator Kejelasan Media .....  | 72 |
| 5.7. Indikator Kelengkapan Informasi Media .....                            | 79 |
| 5.8. Indikator Kemudahan Akses Media .....                                  | 83 |
| 5.9. Pembahasan Rekapitulasi Variabel X .....                               | 89 |

## **BAB VI: PENUTUP**

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 6.1. Kesimpulan ..... | 95 |
| 6.2. Saran .....      | 95 |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>94</b> |
|-----------------------------|-----------|

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>LAMPIRAN .....</b> | <b>96</b> |
|-----------------------|-----------|

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Media Massa Lama dan Media Baru ..... | 20 |
| Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu .....                                    | 37 |
| Tabel 3.1. Definisi Operasional .....                                    | 41 |
| Tabel 3.2. Uji Validitas Instrumen .....                                 | 46 |
| Tabel 3.3. Nilai <i>Alpha Cronbach</i> .....                             | 48 |
| Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas SPSS versi 26 .....                    | 48 |
| Tabel 3.5. Kriteria Penilaian Berdasarkan Skor .....                     | 52 |
| Tabel 5.1. Jumlah Frekuensi Umur Responden.....                          | 57 |
| Tabel 5.2. Rekapitulasi Indikator Atraktivitas Media .....               | 71 |
| Tabel 5.3. Rekapitulasi Indikator Kejelasan Media .....                  | 78 |
| Tabel 5.4. Rekapitulasi Indikator Kelengkapan Informasi Media .....      | 82 |
| Tabel 5.5. Rekapitulasi Indikator Kemudahan Akses Media .....            | 88 |
| Tabel 5.6. Rekapitulasi Variabel X .....                                 | 89 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1. Channel Youtube Pemuda Tersesat .....                | 5  |
| Gambar 2.1. Logo YouTube .....                                   | 24 |
| Gambar 4.1. Struktur Organisasi IRMA Palembang .....             | 56 |
| Gambar 5.1. <i>Pie Chart</i> Persentase Jenis Kelamin .....      | 58 |
| Gambar 5.2. Cuplikan Video Pemuda Tersesat .....                 | 74 |
| Gambar 5.3. Kualitas Video Channel Youtube Pemuda Tersesat ..... | 76 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi seperti saat ini sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia, terutama pada perkembangan komunikasi dakwah. Munculnya media komunikasi berbasis *online* seperti media sosial, timbul karena teknologi yang begitu canggih yang membuat model dakwah semakin dinamis dan berkembang pesat. Media sosial adalah sebuah media online di mana para penggunanya bisa dengan mudah ikut berpartisipasi, saling berbagi, dan menciptakan suatu karya atau pesan melalui jejaring sosial seperti Facebook, Whatsapp, Instagram, Youtube dan media sosial lainnya. Dengan adanya perkembangan teknologi seperti media sosial tersebut, memudahkan masyarakat dari semua kalangan untuk berkomunikasi ataupun berbagi suatu informasi dalam lingkup khalayak publik yang sangat luas.

Dakwah mengalami evolusi (perubahan) dari awalnya konvensional menjadi digital. Kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan dalam mengoptimalkan dakwah, termasuk dalam memanfaatkan media sosial. Dengan adanya hal tersebut diharapkan para pendakwah dapat memanfaatkan proses, waktu, dan biaya untuk memaksimalkan syiar dakwah. Islam adalah agama rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil alamin*) yang di mana artinya Islam harus disyiarkan kepada siapapun atau juga disebut dengan berdakwah secara menyeluruh, di mana kita sebagai manusia mempunyai kewajiban sebagai da'i (pengajak) kepada sesama manusia dalam kebaikan.



Media sosial mempunyai peran penting sebagai bagian dalam kehidupan manusia untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas masyarakat yang disampaikan melalui media sosial mengenai berita, hiburan, ruang publik, ekonomi, pendidikan, politik, dan agama. Media sosial menjadi diminati oleh berbagai kalangan dikarenakan karakteristiknya yang praktis, yakni dapat diakses melalui *smartphone* atau komputer yang terhubung dengan koneksi internet. Selain itu media sosial juga memberikan keuntungan untuk mempermudah manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi melalui lisan, tulisan, audio, atau visual dengan cepat. (Thea Rahmani:2016)

Melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat ini, beberapa orang memanfaatkannya untuk berbagai keperluan seperti ekonomi, berbagi ilmu, atau menggunakannya sebagai sarana dakwah. Berdakwah melalui media apapun tentu ada kendalanya, termasuk berdakwah melalui media sosial. Selain itu, dakwah di kalangan anak muda diyakini belum memiliki minat tersendiri, terutama di kalangan anak muda yang latar belakang agamanya masih minim dan kesadaran beragamanya belum terlihat. Oleh karena itu, diperlukan strategi baru untuk membuat generasi muda tertarik dengan hal tersebut. Biasanya dakwah dilakukan melalui pertemuan langsung pada pertemuan ilmiah dalam bentuk ceramah, namun hal ini berbeda dengan dakwah melalui jejaring sosial. Banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk menyajikan pesan-pesan yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan anak muda. Oleh karena itu, banyak da'i yang memanfaatkan kemajuan

teknologi komunikasi untuk kegiatan berdakwah sehingga dapat menjangkau berbagai pihak dari berbagai lapisan masyarakat. Salah satu jejaring sosial yang digunakan adalah YouTube.

Youtube adalah website atau aplikasi yang dapat berbagi video, menonton, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam kolom komentar. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke dalam Youtube seperti video klip musik, film pendek, video blog, video edukasi, dan konten video lainnya. Menurut riset dari *dataportal.com* pada Januari 2022 dalam laporan bertajuk Digital 2022 Indonesia, melaporkan bahwasanya media sosial yang paling banyak digunakan adalah Youtube dengan pengguna di Indonesia mencapai 139 juta orang atau setara 50 persen dari total penduduk selama 2022. Hal ini disusul juga oleh media sosial lain seperti Facebook mencapai 129,9 juta pengguna, Instagram mencapai 99,15 juta pengguna, dan Tiktok mencapai 92,07 juta pengguna pada tahun 2022.

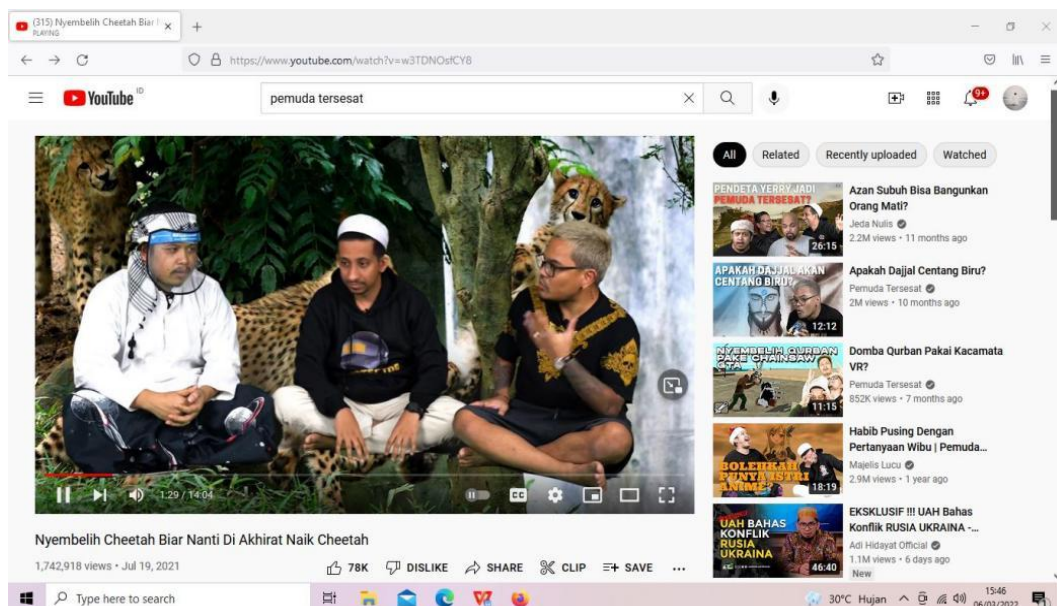
Konsep dakwah di media sosial Youtube tentu berbeda dengan dakwah tatap muka. Jika dakwah secara langsung, audiens hanya bisa mendengar dan melihat pendakwah. Namun, dakwah secara media dapat memperluas konsep penyampaian pesan, seperti penggunaan meme, ilustrasi, lagu, dan produk audiovisual, sehingga umat lebih tertarik untuk mendengarkan pesan yang disampaikan. Selain itu, dakwah dapat lebih cepat dan mudah diterima kapanpun dan dimanapun, sehingga sangat cocok dengan gaya hidup anak muda saat ini. Penelitian yang dilakukan Afifah Nurrohmah, salah satu alumni UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tentang efektivitas Instagram sebagai media dakwah (studi pada followers akun Instagram (@xkwavers)) menunjukkan hasil bahwa media

sosial Intragram sebagai media dakwah mendapatkan hasil efektif di mana 5 indikator sebagai tolak ukur seperti indikator pengertian, kesenangan, memengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik, dan tindakan memperoleh rata-rata 3,17 yang berada pada skala 2,51-3,35 yaitu efektif. Dalam observasinya dakwah digital di platform Instagram menghasilkan banyak sekali respon positif yang dilihat dari tanggapan pengikut dalam kolom komentar dan jumlah *like* pada konten yang di unggah (Afifah Nurrohmah, 2020).

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk memastikan pesan dapat diserap oleh banyak kelompok, terutama kaum muda sebagai kelompok yang paling banyak terpapar media sosial. Jika ilmu agama tidak diajarkan sejak dini oleh orang tua dan dalam kerangka pendidikan, maka generasi muda khususnya Generasi Z yang sedang mencari jati diri berpeluang besar mudah terbawa pergaulan negatif. Faktanya, dalam sebuah penelitian yang diterbitkan oleh Barn Research Institute, hanya 16% Gen Z yang mengatakan bahwa mereka ingin menjadi dewasa secara spiritual, dan 34% Gen Z mengatakan bahwa berbohong bukanlah hal yang tidak bermoral. Di Amerika, jumlah remaja yang mengaku ateis dua kali lipat dari orang dewasa (Asima Sihombing, 2019). Selain itu, menurut Kemenag, 39% pelajar Indonesia mengalami intoleransi (Basori, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran generasi muda terhadap penerapan nilai-nilai Islam masih sangat kurang. Untuk itu, menghadapi krisis ini, para pemuka agama harus menyusun strategi agar pemuda dapat menerima pesan dakwah, salah satunya dengan memasukkan seruan tersebut ke dalam platform yang paling banyak digunakan oleh pemuda, yaitu media sosial.

Fenomena perkembangan literatur keislaman *online* melalui media sosial khususnya Youtube yang semakin berkembang. Literatur *online* yaitu seluruh pengetahuan keagamaan yang tersedia secara *online*, baik melalui website maupun yang tersebar melalui media sosial, tidak hanya sebatas melalui buku elektronik atau *e-book*. Literatur keislaman tersebut disebarakan secara online oleh sekelompok orang untuk menyampaikan sebuah opini terhadap sebuah permasalahan, menggerakkan massa, atau hanya untuk menyebarkan ajaran Islam terhadap objek dakwah tertentu seperti anak muda atau remaja (Agus Iswanto, 2018). Dari hal tersebut tentunya penyebaran ajaran Islam dapat dimanfaatkan oleh konten kreator dengan membuat akun Youtube untuk menyebarkan informasi dan pesan dakwah. Langkah ini dimanfaatkan channel Youtube Pemuda Tersesat, sebuah kanal konten video yang berada di bawah naungan Yayasan Pemuda Tersesat yang di bentuk oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar.

Gambar 1.1 Channel Youtube Pemuda Tersesat.



Sumber : Channel Youtube Pemuda Tersesat

Habib Hussain Jaafar, Tretan Muslim dan Coki Pardede mulai membuat materi dakwah berjudul "Pemuda Tersesat" pada tahun 2020. Tretan dan Coki merupakan seorang komedian sehingga genre dakwah yang dibawakan oleh mereka mengandung unsur komedi atau candaan. Mereka juga merupakan komika yang tergabung dalam Majelis Lucu Indonesia. Latar belakang Tretan adalah seorang muslim, sedangkan Coki sendiri adalah seorang agnostik. Mereka berdua ingin memberi contoh kepada masyarakat bahwa meski berbeda keyakinan, mereka tetap bisa berteman. Coki sendiri dapat mengimbangi dan membantu Tretan ikut mengisi konten tersebut bersama Habib yang sangat sederhana dan berpaham agama yang baik. Meski berbau komedi, Habib menyampaikan pesannya tanpa mengesampingkan sisi serius saat membahas ajaran Islam. Diharapkan pesan dakwah dalam genre yang masih dianggap sangat baru dan sangat berbeda ini akan memberikan dampak yang besar bagi khalayak dan membuat pesan-pesan Islami lebih efektif.

Konsep dasar di balik konten ini adalah Tretan yang bertindak sebagai perwakilan anak muda yang mencari jawaban atau kebenaran dengan membacakan pertanyaan dari pemuda di kolom komentar yang sebelumnya telah di pilih terlebih dahulu. Sedangkan Coki berperan sebagai setan yang suka mengganggu arus konten tersebut, dan Habib Hussain Jaafar yang menjawab pertanyaan dan memberikan pencerahan kepada pemuda. Tretan dan Coki menyelipkan sisi komedi di dalam konten tersebut, di mana Tretan membawa komedi normal dan Coki membalas dengan komedi sensitif (dark jokes). Kelak akan antara Tretan dan Coki diimbangi dengan respon dari Habib Husein Jafar, sehingga tidak dianggap mengurangi esensi dakwah itu sendiri.

Tujuan dari channel Youtube Pemuda Tersesat bukan untuk menyesatkan akan tetapi untuk mengembalikan para pemuda atau remaja ke jalan yang lurus sesuai ajaran Islam. Konten yang berisikan tanya jawab antara netizen dengan da'i ini telah mengundang banyak perhatian dari para remaja atau pemuda yang membutuhkan jawaban. Pertanyaan-pertanyaan yang dipertanyakan oleh netizen di jawab secara ilmu pengetahuan agama oleh da'i, walaupun pertanyaan tersebut tidak ilmiah atau tidak biasa dipertanyakan pada seorang tokoh agama. Akan tetapi, bagi Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan channel Pemuda Tersesat pertanyaan-pertanyaan dalam kolom komentar di channel Youtube tersebut merupakan hal yang menarik perhatian bagi remaja atau pemuda yang ingin mendapatkan jawaban akan tetapi tidak ada media yang dapat mereka pakai untuk menyampaikan pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Melalui observasi lapangan, peneliti mengamati video pertama yang di unggah channel Pemuda Tersesat pada tanggal 12 April 2021. jika dihitung secara keseluruhan video yang telah diunggah berjumlah 24 video dalam 6 bulan terakhir. Walaupun diambil secara keseluruhan, channel Pemuda Tersesat dapat membuat 3-6 video per bulannya. Sedangkan dari segi jumlah penonton bisa mencapai 300 ribu hingga 1,5 juta penonton. Peneliti melihat video konten yang sangat besar jumlah penonton nya tergantung dari judul atau tema dalam pembahasan tertentu. Di lihat dari jumlah komentar netizen yang berjumlah sebanyak 5.251 dalam salah satu video yang di upload oleh channel Youtube Pemuda Tersesat yang membahas mengenai "Nyembelih Cheetah Biar Nanti di Akhirat Naik Cheetah" membuktikan bahwa banyaknya antusias penonton terhadap konten dari channel ini dan juga jumlah pengikut (subscriber) dari channel Pemuda Tersesat sebanyak

684.000 pengikut. Hasil pengamatan diperoleh peneliti ketika merangkum dengan cara melihat aktivitas channel tersebut dan mencatatnya ke dalam catatan pribadi. Dari rangkuman tersebut, penulis bisa melihat bagaimana channel Pemuda Tersesat sudah menjadi perhatian bagi para remaja atau pemuda dan mengundang *feedback* positif.

Studi ini berfokus pada bagaimana efektivitas channel Youtube Pemuda Tersesat sebagai media dakwah. Adapun fokus pemilihan Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang sebagai objek penelitian dikarenakan Organisasi Ikatan Remaja Masjid Agung merupakan salah satu organisasi remaja masjid yang tertua di Kota Palembang yang telah berdiri dan eksis selama 38 Tahun dengan ratusan anggota dan alumni yang masih aktif hingga saat ini. Berdasarkan pra-riset peneliti pada bulan desember tahun 2021, di dalam salah satu program kerja IRMA Palembang yaitu Kuliah Dhuha, peneliti melihat bahwa masih ada remaja yang ragu untuk bertanya mengenai keluh kesahnya kepada pendakwah. Dalam hal ini peneliti menduga ada suatu faktor yang memengaruhi hal tersebut seperti dikarenakan terbatasnya komunikasi antara penceramah dan remaja karena metode penyampaian dakwah dari pendakwah yang belum efektif kepada apa yang dibutuhkan oleh para remaja sehingga para remaja lebih memilih menggunakan media sosial.

Salah satu hal yang melatar belakangi peneliti memilih anggota IRMA Palembang adalah karena peneliti melakukan wawancara singkat kepada beberapa anggota IRMA Palembang secara acak diantaranya Ketua Umum, pengurus dan anggota. Dari hasil wawancara tersebut, peneliti mendapatkan suatu permasalahan di mana remaja cenderung mengaku bosan dan jenuh mendengarkan pesan

dakwah yang disampaikan oleh pendakwah yang terlalu serius dan monoton. Sehingga mereka lebih tertarik untuk mendengarkan dakwah melalui media sosial Youtube salah satunya yaitu channel Youtube Pemuda Tersesat. Mereka memilih menonton melalui Youtube dan channel Pemuda Tersesat dikarenakan channel tersebut terbilang unik dengan pembawaan gaya bahasa anak muda dan penuh candaan dengan tema-tema yang menarik. Maka dari itu berdasarkan latar belakang di atas menarik bagaimana channel Youtube Pemuda Tersesat dapat menjadi sebuah media dakwah bagi para remaja sehingga peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam dengan judul “Efektivitas Channel Youtube Pemuda Tersesat Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang)“.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Efektivitas Channel Youtube Pemuda Tersesat Sebagai Media Dakwah (Studi pada Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang) ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektivitas Channel Youtube Pemuda Tersesat Sebagai Media Dakwah (Studi pada Ikatan Remaja Masjid Agung Palembang)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Menjadi harapan peneliti bahwa penelitian ini dapat berguna untuk :

### **A. Manfaat Praktis**

Penelitian ini untuk mengetahui seberapa tingkat efektivitas channel



Youtube Pemuda Tersesat sebagai media dakwah. Penelitian ini juga memberikan kontribusi khususnya para pengguna Youtube dalam membuat karya-karya video dakwah yang di kemas dengan komedi dengan menggunakan media Youtube.

#### B. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan terkait ilmu komunikasi secara umum dan media sosial khususnya YouTube. Sebagai bahan perbandingan penelitian selanjutnya dan sebelumnya terkait jejaring sosial sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Sehingga nantinya dapat ditemukan format baru yang lebih efektif dalam menggunakan YouTube sebagai media dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albert, Kurniawan. (2009). *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*. Yogyakarta : Mediakom. Hal : 62.
- Alfatih, Andy. (2016). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Sosial*. Palembang : UPT Universitas Sriwijaya.
- Ali, Akbar. (2018). *efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi*.  
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/4/Ali%20Akbar.pdf>.  
Diakses pada 15 Juli 2022 pukul 10.03 WIB
- Aminuddin. (2016). *Media Dakwah*. Jurnal Media Dakwah. Vol 9, No 2, Hal 349.
- Azizah, Rifat Auva. (2019). *Penggunaan Bahasa Indonesia Bahasa Gaul Kalangan Reamaja*. Jurnal Skipta Universitas PGRI Yogyakarta. Vol. No 2.
- Dwi Yanti Siregar. (2017). *Pengukuran Kesuksesan Sistem Informasi Keuangan Universitas Atma Jaya Yogyakarta Dengan Model DeLone dan McLean*.  
<https://e-journal.uajy.ac.id/11790/4/3TF07402.pdf>. Diakses : 18 November 2022
- Herlina, Novi (2017). *efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumbar\_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat*. JOM FISIP Vol. 4 no. 2.
- Iskandar, I (2020). *Pesan Dakwah Zaidul Akbar Di Youtube Perspektif Meanings And Media*. Jurnal Manajemen Dakwah. Vol 2, No 2, 228- 254.
- Lukas Indra. (2019). *Tujuh Kriteria Video Baik*.  
[https://www.kompasiana.com/lukasindra/5c6fb97aab12ae58907793d9/7-kriteria-video-baik?page=all&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/lukasindra/5c6fb97aab12ae58907793d9/7-kriteria-video-baik?page=all&page_images=1). Diakses pada 23 November pukul 13.02 WIB
- Manfred Bruhn, Verena Schoenmueller, and Daniela B. Schafer. (2012). *Are Social Media Replacing Traditional Media in Terms of Bran Equity Creation*. Management Research, Vol 35, Iss 9, pp 770-790.
- Martono, Nanang. (2010). *Statistik Sosial*. Yogyakarta : Gaya Media
- Nala Prasasta Jati, Zainal Abidin, dan Mickey Oxcygentri. (2022). *Pengaruh Sosial Media Youtube Terhadap Perilaku Literasi Siswa SMA Utama*.

Jurnal Ilmu Komunikasi. E-ISSN : 2614-0381. ISSN : 2614-0373. Vol 5,  
No 1

Nova, P.S (2018) *Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru*. JOM FISIP Vol. 5 No. 1

Nurul Haq, Diena (2017). *Pengaruh Pesan Dakwah Program “Kajian Bersama Ustadz” Radio Hidayah 103,4 Fm Terhadap Pengetahuan Ilmu Agama Islam Pada Masyarakat Kota Pekanbaru*. JOM Fisip Vol. 4 No. 2

Ragil Yoga Priyanga M. (2020). *Pemuda Tersesat Dakwah Ringan Ala Milenial*. <https://ibtimes.id/pemuda-tersesat-dakwah-ringan-ala-milenial>. Diakses pada 12 Januari pukul 15.10 WIB

Raharjo, P.N & Februansyah, M.F (2019). *Analisis efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Segaf Baharun Pada Media Youtube*. Jurnal Ilmu komunikasi dan penyiaran Islam Vol. 02, No. 2, 2654-2595.

Rakhmat, J. (2011). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Sari, L. (2020). *Upaya Meningkatkan Kualitas Pendidikan Dengan Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Tawadhu Vol. 4 no. 1, 2580-8826.

Sondang P. Siagian. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia