

**MOTIF *SUBSCRIBERS* DALAM *CHANEL* YOUTUBE YUFID TV**

*Subscribers' Motive on Yufid TV Youtube Chanel*

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (SI) Pada Program Studi Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Politik Dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh**

**JOKO LORO SETYO  
20140530017**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI**

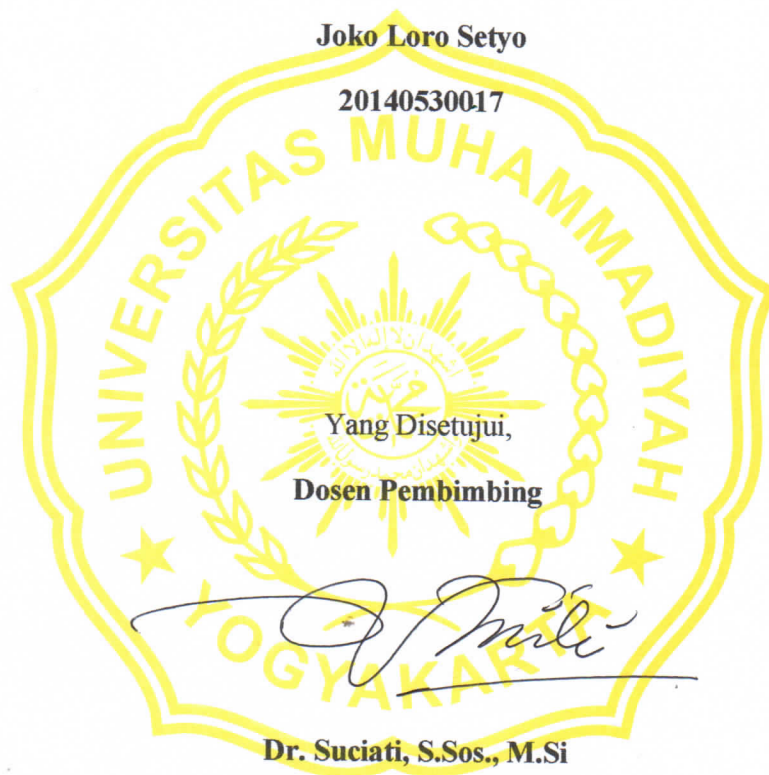
Naskah Publikasi dengan Judul

**MOTIF *SUBSCRIBERS* DALAM *CHANEL* YOUTUBE YUFID TV**

Oleh

**Joko Loro Setyo**

**20140530017**



**Dr. Suciati, S.Sos., M.Si**

# **MOTIF *SUBSCRIBERS* DALAM *CHANEL* YOUTUBE YUFID TV**

Joko Loro Setyo

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,  
Jalan Brawijaya Kasihan Tamantirto Bantul Yogyakarta  
Alamat Email: joko.loro.2014@fisipol.umy.ac.id

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis apa motif *subscribers* dalam *chanel* youtube yufid tv. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memafarkan motif dari *subscribers* dalam mengakses *chanel* youtube yufid tv, kemudian, mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi motif tersebut. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berupa teori motif menggunakan media baru yang meliputi motif informasi, motif identitas diri, motif integritas dan inetaksi sosial, dan yang terakhir motif hiburan.

Metode yang digunakana dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan tujuh orang informan yang dipilih dengan kriteria sebagai *subscribers* minimal sejak tahun 2012 dan pernah menghadiri tausiah offline. Teknik analisis data ialah dengan analisis kualitatif dengan proses uji validitas data yaitu dengan menggunakan tekni triangulasi.

Hasil dari penelitian ini secara keseluruhan memaparkan opini *subscribers chanel* youtube Yufid TV yang dimana yufid tv sebagai sarana untuk belajar agama dan mengembangkan diri dalam hal keagamaan, dari hal-hal yang dasar sampai hal-hal yang detail tentang agama. Serta faktor yang mempengaruhi masing-masing informan seperti kurangnya pendidikan agama, religiusitas, hijrah atau memperbaiki diri, teman dan lingkungan, serta kejenuhan.

**Kata Kunci: Motif, *Subscribers*, Youtube, Yufid TV**

### **A. PENDAHULUAN**

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan dalam bidang informasi dan komunikasi. Media massa hadir secara luas dengan dukungan kemajuan teknologi saat ini sehingga media telah menjadi kebutuhan masyarakat dari berbagai kalangan, tingkat usia, pendidikan, jenis kelamin, tempat tinggal dan kebiasaan. Media massa berperan sebagai perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ketertarikan individu atau masyarakat yang tinggi terhadap komunikasi melalui media televisi, majalah, radio, surat kabar, film dan internet menjadikan individu atau masyarakat tidak terlepas dari terpaan atau menerpaan diri terhadap media massa.

Sebagian dari mereka secara rutin menggunakan *YouTube* sebagai media untuk mencari informasi yang mereka inginkan, dan atau mereka rutin melihat tayangan di *Youtube* untuk menonton tanyangan kesukaan mereka. Menurut data dari Google Indonesia, sebanyak 23 persen pengakses *Youtube* adalah dari perangkat *Smartphone* yang rata-rata menonton video selama 30 menit atau lebih. Sebanyak 43 persen mengakses *Youtube* selama 15 menit atau lebih. Konten video juga mendorong meningkatnya penonton *Youtube* di Indonesia (*Tekno.Kompas.com 2015, diakses tanggal 17 mei 2018 jam 10.21*).

Saat ini aktivitas dakwah dikalangan umat muslim masih tetap berlangsung dan perhatian pada dakwah semakin besar. Dakwah tidak lagi dilakukan sebatas pemberian khutbah di masjid/mushalla, kantor-kantor, sekolah dan lembaga formal lainnya. Seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi penyebaran dakwah islamiyah tersebar melalui media teknologi, khususnya teknologi informasi seperti internet dan sosial media. Dengan trend digital life, Sesungguhnya kemudahan dari Alla SWT untuk nasrul fikrah semakin terbuka lebar. Dengan tersebarnya dakwah islam di internet dan media sosial membuat orang bisa mengakses konten dakwah islam kapan pun di manapun tanpa harus datang ke Tabliq akbar, masjid dan masih banyak lagi.

Berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan penelitian dengan beberapa *subscribers* dari Yufid TV, peneliti menemukan beberapa motif *subscriber* menonton atau mengikuti tausyiah Yufid TV baik online maupun offline, untuk belajar dan mengenal lebih jauh tentang agama, pengembang diri untuk lebih mendekatkan diri kepada allah SWT, menambah tali silaturahmi antar umat beragama, paham akan hukum agama, bisa mengaplikasikan apa yang ditonton di kehidupan sehari supaya mendapatkan ganjaran berupa pahala di akhirat nanti, ingat kematian, sadar diri karena ilmu masih sedikit, semangat beribadah, bisa mengajak teman kejalan allah, bisa mengajarkan kepada keluarga ketika sudah berkeluarga. (Hasil wawancara 2 September 2018).

Yufid adalah organisasi non-profit yang bergerak pada bidang pendidikan dan dakwah Islam. Kata “Yufid” terinspirasi dari kata kerja Bahasa Arab “يُفِيْدُ” yang memiliki arti “memberikan faidah” atau “memberikan manfaat”. Yufid memiliki *subscribers* (berlangganan) sebanyak 722,474. Selain Yufid TV, yufid memiliki 12 jaringan Yufid Network diantaranya ada [www.youtube.com/moslemchannel](http://www.youtube.com/moslemchannel), [www.kajian.net](http://www.kajian.net), [www.KonsultasiSyariah.com](http://www.KonsultasiSyariah.com), dan masih banyak lagi jaringan Yufid.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Media Baru (New Media)

Media adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi. Manfaat media adalah kita memudahkan seseorang untuk memperoleh sesuatu yang dicari yang biasanya memesan barang melalui fasilitas internet ataupun menghubungi customer service, dan juga bagi mahasiswa dan pelajar adalah penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan, proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik, proses pembelajaran menjadi interaktif, efisiensi dalam waktu dan tenaga, meningkatkan kualitas hasil belajar siswa, memungkinkan proses belajar dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, menumbuhkan sikap positif siswa terhadap materi dan proses belajar serta mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan produktif. Baru adalah sesuatu yang dapat menciptakan inovasi, ataupun perubahan yang dapat melahirkan sesuatu yang sangat diinginkan orang.

Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh dapat internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku atau oebulikasi berbasis kertas.

Kekuatan new media adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, agar mempermudah dan mempercepat mendapatkan informasi dari internet serta karakteristiknya yang mudah di akses yaitu mudah dignakan dimana saja tanpa melalui komputer namun sekarang bisa melalui handphone smartphone, android, tablet. Serta sifat yaitu koneksi antar jaringan yang melibatkan ke internet dengan adanya aplikasi-aplikasi yang mengubungan koneksi internet dan sangat interaktif karena didalam youtube tidak hanya mendengar dan melihat video dan suara, tetapi juga memberikan respon yang aktid dan respon itu yang mnenentukan kecepatan dan frekuensi penyajian. Media interaktif memiliki unsur *audio-visual* (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif.

Dari penjelasan New Media diatas maka dapat diketahui New Media memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja.
- b. Sebagai media transaksi jual beli.
- c. Sebagai media hiburan contohnya game online, jejaringan social, streaming video, dll
- d. Sebagai medi komunikasi yang efisien. Kita dapat berkomunikasi dengan orang berada jauh sekalipun, bahkan bertatap muka dengan video conference.

Berikut disampaikan juga beberapa kekurangan dari New Media yaitu sebagai berikut :

- a. Terbukanya informasi menimbulkan kemungkinan pencurian data pribadi. Hal ini biasa dilakukan hacker dengan tujuan-tujuan tertentu.
- b. Virus. Terbukanya arus informasi dan komunikasi juga dapat membawa virus yang berkedok aplikasi dengan mudah menyebar.
- c. Rasa ketagihan berlebihan, contohnya pada saat bermain game online atau jejaringan sosial.

## **2. Media Sosial**

Menurut Rulli Nasrullah dalam bukunya *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi* (2015) Mengatakan bahwa media sosial adalah sebuah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan virtual.

Menurut beberapa ahli seperti Mandibergh (2012) mengatakan bahwa media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (uses generated conten). Sedangkan menurut Meike dan Yough (2012) mengatakan bahwa media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be shared ono-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja ada kekhususan individu (Fuchs, 2014:35-36).

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah sebuah jaringan yang mampu menghubungkan para penggunanya, dimana mereka bisa berbagi dengan orang yang mereka kenal maupun tidak mereka kenal sehingga menghasilkan sebuah konten dan membentuk ikatan sosial secara virtual dari penggunanya. Seperti yang dikatakn teori sosial Karl Max yang menghasilkan makna sosial di internet yang biasa dikenal dengan web. 2.0 yakni komunitas yang saling membangun dan berkolaborasi dalam produksi merupakan bentuk dari kerja sama sehingga media sosial antar individu. Sebelumnya pada Web. 2.0 media sosial hanya dikenal sebagai sistem komunikasi saja sedangkan pada Web 1.0 media sosial hanya sebagai sistem pengenalan individu.

Perbedaan paling mencolok anantara media sosial dengan media lainnya adalah interaksi yang terjadi diantara penggunanya. David Holmes (2005) mengatakan bahwa pada media lama interaksi yang terjadi lebih kepada khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu sama lain sedangkan pada media baru termasuk media sosial interaksi yang terjadi adalah khalayak yang lebih banyak interaksi baik kepada sesama pengguna maupun produser konten media tersebut (Nasrullah, 2015 : 26).

Erik Qualman dalam *Socialnomics How Social Media Transform The Way We Live and Do Businnes* (2010) menjelaskan bahwa ada dua dampak media sosial dilihat dari

penggunanya yakni, yang pertama Preventative Behavior yakni pengguna yang sangat berhati-hati dalam menggunakan media sosial karena menurutnya apa yang pengguna lakukan di media sosial dapat mempengaruhi citra mereka di dunia nyata. Kedua Braggadocian Behavior atau pengguna yang lebih berpikir bahwa dengan selalu meng-update isi media sosial mereka akan lebih dipandang eksis dari pada pengguna lainnya.

Kehadiran media sosial juga berdampak pada munculnya Cyber Community atau bisa disebut sebagai komunitas Ruang Hampa. Karena kehidupan masyarakat pada komunitas ini tidak dapat dilihat secara penginderaan namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas. Mereka, para pengguna media sosial akan melakukan interaksi sosial dan kehidupan berkelompok, membangun stratifikasi sosial bahkan membangun kebudayaan dan melakukan kontrol sosial selayaknya kehidupan bermasyarakat dunia nyata. Hal ini dikenal sebagai Pseudo Community atau komunitas Semu (Nurudin : 127-147).

### **3. Motif Penggunaan Media Baru**

Banyak orang sepakat bahwa motivasi adalah separuh dari kesuksesan. Mungkin ini bukan hal yang berlebihan, manakala sebuah motivasi dianggap memiliki peran penting bagi sebuah keberhasilan seseorang dalam mencapai tujuannya. Jika tujuan tercapai maka kepuasan akan didapat. “Batu-batu sandungan” yang menghadang di depan kita, baik itu besar maupun kecil akan hancur oleh kekuatan motivasi. (Suciati, 2015:155).

Menurut weiner (1990) motivasi adalah kondisi internal yang membangkitkan seseorang untuk bertindak, mendorong mencapai tujuan tertentu dan membuat seseorang tetap tertarik terhadap kegiatan tertentu. Menurut Uno (2007) mengatakan bahwa motivasi dapat diartikan sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat dan minat untuk melakukan kegiatan, dorongan dan kebutuhan untuk melakukan kegiatan, harapan dan cita-cita, penghargaan dan penghormatan atas diri, lingkungan yang baik serta kegiatan yang menarik. Sehingga motivasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang membuat seseorang bertindak dalam melakukan sesuatu (Nursalam dan Efendi, 2008 :14).

Motif ada untuk memenuhi sebuah kebutuhan seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. S. Finn (1992) menyatakan bahwa motif seseorang menggunakan media dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori yaitu proaktif dan pasif. Mereka yang proaktif adalah mereka yang menggunakan media untuk mendapatkan hiburan sedangkan mereka yang pasif adalah seseorang yang hanya melihat media saja tanpa ada sesuatu yang ingin mereka dapatkan (Morissan, 2013:511).

Khalayak dalam memilih menggunakan media tertentu untuk mencapai kepuasaannya dipengaruhi oleh beberapa motif. Menurut McQuail mengatakan ada empat motif yang mempengaruhi seseorang dalam memilih media yakni :

#### **a. Motif Informasi**

Informasi merupakan salah satu bagian terpenting dalam sebuah media sosial. Seseorang pengguna akan membutuhkan informasi tertentu terkait suatu hal yang

membuatnya tertarik untuk berinteraksi dengan hal tersebut. Seseorang mencari informasi melalui sebuah media untuk memenuhi rasa keingintahuannya serta belajar akan sesuatu hal yang baru. Motif ini erat kaitannya dengan motif pengawasan yang dilakukan seseorang dalam menggunakan media. Mc Quail mengatakan bahwa motif pengawasan adalah motif di mana seseorang mencari informasi untuk mencapai sesuatu atau meningkatkan pemahaman akan suatu hal.

Dalam youtube informasi tidak hanya berupa berita tentang suatu bencana alam, namun bisa berupa video tausyiah agama, tutorial make up, vlog dan masih banyak lagi yang mereka unggah atau upload. Selain itu seseorang pemilik akun youtube dan subscribers (pengikut) dapat memuaskan rasa keingintahuannya akan sesuatu hal yang dia inginkan dengan cara mencari informasi yang dapat dituliskan dikolom pencarian (searching) di youtube.

b. Motif Identitas Diri

Motif yang digunakan seseorang untuk memuaskan kepentingannya sendiri atau menonjolkan sesuatu yang ada pada dirinya. Mereka akan berusaha untuk memuaskan penunjang nilai-nilai pribadi yakni nilai yang dianggap benar atau salah oleh masyarakat yang berkaitan dengan tingkah laku sehari-hari menemukan model perilaku yang sesuai dengan apa yang ia rencanakan, ia impikan dan fantasikan, lalu mengidentifikasi diri mereka dengan nilai-nilai dalam media dan berusaha untuk memuaskan diri dalam meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

c. Motif Integrasi dan interaksi sosial

Motif yang mendorong seseorang menggunakan suatu media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain. Mereka akan berusaha memuaskan diri mereka dengan memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dan dapat menghubungkan keluarga atau saudara, teman dan masyarakat. Kepuasan tersebut dapat dilakukan oleh seorang subscribers dengan cara saling berkomentar di video yang di upload oleh pemilik chanel youtube.

d. Motif Hiburan

Motif yang digunakan khalayak untuk memperoleh suatu kepuasan yakni hiburan akan suatu media yang mereka gunakan. Mereka menginginkan dapat melepaskan diri dari permasalahan jika mereka bermain atau menggunakan media tersebut, bersantai, mengisi waktu dan sebagai salah satu cara membangkitkan emosi mereka. Motif ini berkaitan dengan motif pengalihan yaitu motif dimana seseorang menggunakan media untuk melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari yang mereka hadapai. (Morrisan, 2013:510).

Motif seseorang menggunakan media juga dipengaruhi oleh tingkat kegunaan dan kepuasan dari suatu media yang digunakan. Oleh karena itu motif penggunaan media terletak pada lingkungan sosial, psikologis yang dirasakan sebagai masalah dan media yang digunakan untuk menanggulangi masalah tersebut (Utomo, 2013:148).



### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan memakai pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2007:4) sumber data yang digunakan, menggunakan dua pendekatan, yakni wawancara, dan dokumentasi.

### **D. PEMBAHASAN**

Pada tahap ini, peneliti melakukan langkah untuk menganalisis motif subscribers dalam chanel Yufid TV dengan mengolah hasil dari sajian data para subscribers dari akun youtube tersebut yang berjumlah tujuh orang informan sebagai perwakilan subscriber dalam mengakses chanel yufid tv.

Menurut M. Nur Ghifron dan Rini Rismawita S dalam bukunya Teori Psikologi (2012) mengatakan motif adalah sebuah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjukkan hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan tertentu yang menghasilkan sebuah perilaku untuk mencapai tujuan serta mendapatkan kepuasan. Harold Koontz (1980) mengatakan bahwa motif adalah sebuah keadaan yang berasal dari dalam diri seseorang yang mampu memberikan kekuatan untuk melakukan atau mewujudkan suatu tindakan agar mencapai tujuan (Alex Sobur, 2003:267).

Menurut Ahmadi (2002) motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Dorongan tersebut biasanya bersifat bawaan dan merupakan hasil dari proses belajar. Motif yang ada pada setiap manusia merupakan sebuah dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang tersebut sehingga mereka mampu melakukan sesuatu agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga jika disimpulkan maka motif adalah sebuah dorongan yang terikat pada suatu tujuan dimana dorongan tersebut bisa berupa hasrat, keinginan, tenaga ataupun respon yang berasal dari dalam diri manusia sehingga mereka mampu melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Agus Pribadi dan Kawan-kawan, 2011 :51).

Pada dasarnya semua tingkah laku manusia mempunyai motif baik yang disadari maupun tidak oleh manusia itu sendiri. Sama halnya dengan ketika seseorang ingin menggunakan suatu media maka dia mempunyai motif yang mempengaruhi sehingga menggunakan media tersebut. Motif dalam mengkonsumsi media antara satu orang dengan orang lainnya sangatlah berbeda-beda tergantung masing-masing tujuan apa yang ingin mereka capai dan menggunakan media apa, meskipun kecil kemungkinan bagi mereka untuk mendapatkan dari sebuah media yang mereka harapkan. Menurut Mc Quail ada empat motif yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media yaitu motif

informasi, motif identitas diri, motif integritas dan interaksi sosial serta yang terakhir motif hiburan.

**Tabel 1.1 Motif *Subscriber* dalam *Chanel Youtube Yufid TV***

<b>No</b>	<b>Informan</b>	<b>Informasi</b>	<b>Identitas Diri</b>	<b>Integritas dan Interaksi Sosial</b>	<b>Hiburan</b>
1	AJ	Menambah Ilmu	Ingat akan kematian, lebih mendekatkan diri kepada allah swt, lebih banyak pengetahuan tentang agama	Sharing atau tukar pikiran, memperat tali silaturahmi	Ketenangan hati, relaxaxi
2	IA	Menambah Ilmu	Perubahan pada diri, mendekatkan diri kepada allah swt, lebih banyak tau lagi tentang agama baik itu hukum-hukumnya maupun aturannya	Tukar pikiran, berbagi pengetahuan tentang agama yang sudah di dapat	Ketenangan Hati, pikiran, dan jiwa
3	MR	Belajar agama	Pengetahuan yang matang tentang agama untuk modal menjadi imam keluarga, ingat kematian	Menambah Teman, diskusi bersama,	Ketenangan Hati
4	AM	Menambah Ilmu	Dorongan orang tua untuk mendekatkan diri dengan allah swt, Lebih tau banyak tentang	Sharing, diskusi, memperat tali silaturahmi antar sesama umat muslim	Menenangkan hati

			hukum-hukum agama		
5	DK	Belajar Agama	Ingat akan hari akhir, Bertobat, menjadi orang yang lebih berguna bagi keluarga	Berdiskusi tentang agama, memperat tali silaturahmi,	Tidak ada
6	DP	Menambah Ilmu	Bekal untuk hari akhir, Belajar menjadi calon imam keluarga yang dapat membimbing anak dan istri ke jalan yang benar	Berdiskusi tentang agama, menambah teman atau link	Tidak ada
7	MA	Menambah Ilmu	Menambah wawasan, memantafkan diri sebagai seorang imam keluarga	Memperat silaturahmi antar sesama umat muslim, berdiskusi bersama, <i>sharing</i> pengetahuan tentang agama	Tidak ada

### 1. Motif Informasi

Seperti dengan namanya motif informasi adalah bagian terpenting dalam sebuah media sosial. Seseorang pengguna akan membutuhkan informasi tertentu terkait suatu hal yang membuatnya tertarik untuk berinteraksi dengan hal tersebut. Seseorang mencari informasi melalui sebuah media untuk memenuhi rasa keingintahuannya serta belajar akan sesuatu hal yang baru. Adinda Meidina Lubis (2013) mengatakan motif informasi merupakan motif yang mempengaruhi seseorang untuk mencari informasi mengenai hal-hal yang belum ia ketahui atau untuk membantu mereka dalam melakukan hal-hal tertentu. Pada motif ini juga seseorang akan mencari dan menggali informasi untuk mencapai sesuatu atau meningkatkan pengetahuan dan wawasan mereka. Dalam *youtube*, informasi tidak hanya berupa berita tentang suatu bencana alam, namun bisa berupa video tentang tausiah agama, tutorial make up, vlog dan masih banyak lagi di *upload* dalam *youtube chanel*. Selain itu seorang pemilik akun *chanel youtube* dan *subscribers* (pengikut) dapat memuaskan rasa keingintahuannya akan sesuatu hal yang diinginkan

dengan cara menuliskan judul ataupun kata kunci pada kolom pencarian (*searching*) di youtube.

Informasi dari konten youtube ini sifatnya dakwah atau informasi yang hanya berisi tentang agama. Dimana pada *channel* ini menjadi sebuah sarana atau media untuk orang-orang belajar agama dan mendalami ilmu agama. Dapat kita lihat dari perkembangan zaman yang begitu cepat apapun kita butuhkan bisa kita dapat hanya dengan menggunakan gadget saja. Dengan gadget kita bisa memencari informasi apa yang kita inginkan, dimanapun kita berada. Selain gadget kita bisa juga menggunakan komputer berjaringan internet untuk mengakses informasi apa saja yang kita butuhkan.

Kesadaran agama dan pengalaman seseorang lebih menggambarkan sisi-sisi batin dalam kehidupan yang ada kaitannya dengan sesuatu yang sakral dan dunia gaib. Dari kesadaran agama yang dan pengalaman agama ini pula, kemudian muncullah sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan ketaatannya terhadap agama. Sikap keagamaan tersebut oleh adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai unsur efektif, dan perilaku terhadap agama sebagai unsur konatif. Jadi sikap keagamaan merupakan integritas secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan agama serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang. (Jalaluddin, 1998).

Proses pembelajaran agama disini, dan dilihat dari hasil wawancara yang di peroleh yakni kesadaran beragama, semua dari *subscribers* yufid baik itu dari yang pertama kali mengenal agama dan menambah wawasan tentang agama karena mereka sadar akan penting belajar agama. Selain kesadaran beragama disini bisa kita lihat juga bahwa kepribadian spiritual lah yang membuat *subscribers* dari yufid ini, ingin belajar dan menambah pengetahuan tentang agama lebih banyak.

Ardi (1996) mengatakan bahwa pengetahuan adalah segenap apa yang kita ketahui tentang suatu objek tertentu yang diperoleh melalui kesadaran, informasi dan pengalaman sehari-hari. Kemudian Suhartono (1997) mengatakan bahwa pengetahuan adalah suatu yang diperoleh sehari-hari, melalui pengalaman-pengalaman, kesadaran, dan informasi. Dari dua penjelasan diatas tentang pengetahuan, dapat kita tarik kesimpulan bahwa keinginan tahu orang tentang agama itu yang pertama di dasari dari kesadaran beragama dan perkembangan spiritual yang dimana kesadaran beragama ini muncul ketika kita berada pada fase-fase yang sangat susah dan jauh dari agama atau ketika merasa kesusahan. Kedua pengalaman mereka sebelumnya yang menjadi motivasi mereka untuk belajar dan mendalami ilmu agama. (Sulaiman, 2014:203).

Dilihat dari penjelasan diatas, dimana hampir semua informan mengakses *channel* Yufid TV untuk belajar, berarti semua itu sudah menandakan bahwa kurangnya pendidikan agama sejak dini. Maka, kurangnya pendidikan agama lah yang membuat semua informan ingin belajar agama dan memperdalam ilmu agama.

Pada konteks belajar agama disini belajar dengan mendengarkan tausiah agama ataupun dengan menonton sebuah video yang dikemas dengan berfokus pada dakwah agama dengan penyampai tausiah agama yang dikemas dengan api melalui video sehingga membuat pendengar atau yang menonton dapat dengan mudah memahami apa yang disampaikan dalam video tersebut.

Dari penjelasan diatas dan hasil wawancara serta pengolahan data diatas dapat diketahui *subscriber* dari yufid tv dalam motif informasi yakni pengembang kepribadian spiritual dalam belajar agama dan menambah wawasan tentang agama, yang dimana mereka mencari informasi tentang agama yang dimana ketidakberdayaan diri mereka waktu dulu tentang pentingnya belajar agama dan dengan belajar agama mereka dapat memperoleh ilmu yang bermanfaat untuk diri mereka sendiri dan orang banyak.

**Tabel 3.6 Faktor yang mempengaruhi Motif Informasi**

Informan	Faktor yang mempengaruhi	Keterangan
AJ,IA,MR,AM,DK,DP,MA	Pendidikan	Dengan mereka sadar kurang pendidikan akan agama dan pentingnya belajar agama, itulah yang membuat mereka ingin terus mengembangkan pengetahuan akan ilmu agama

## 2. Motif Identitas Diri

Motif identitas diri yakni motif yang digunakan seseorang untuk memuaskan kepentingannya sendiri atau menonjolkan sesuatu yang ada pada dirinya. Mereka akan berusaha untuk memuaskan penunjang nilai-nilai pribadi yakni nilai yang dianggap benar atau salah oleh masyarakat yang berkaitan dengan tingkah laku sehari-hari menemukan model perilaku yang sesuai dengan apa yang ia rencanakan, ia impikan dan fantasikan, lalu mendentifikasi diri mereka dengan nilai-nilai dalam media dan berusaha untuk memuaskan diri dalam meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

Motif ini erat kaitanya dengan penguatan nilai atau menambah keyakinan, pemahan dan eksplorasi tentang diri sendiri. Pada motif ini pengguna media akan berusaha untuk mengklporaso potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dan nilai-nilai positif yang dimilikinya dan nantinya akan menjadi acuan dalam berperilaku.

Masa remaja yang merupakan masa transisi dari masa anak-anak ke masa dewasa adalah masa pencarian jati diri. Jati diri disini yang di cari yang jati diri seorang remaja

yang lebih mengenal dan taat akan agama. Perasaan atau kesadaran akan jati diri remaja akan membentuk konsep dirinya. Konsep diri remaja nantinya akan mempengaruhi perilakunya. Seperti yang dikatkan oleh Burns (1993) bahwa “konsep diri akan mempengaruhi cara individu dalam berting laku dalam masyarakat. Idealnya seorang remaja dapat mengen al dirinya sendiri dengan baik. Ia harus mampu menjawab pertanyaan tentang siapa dirinya, apa kelebihan dan kelemahannya, dan sebagainya.

Pada buku Teori Komunikasi yang ditulis oleh Little John beserta teman-temannya mengungkapkan yang dimaksud identitas diri ialah sebuah penghubung utama antara individu yang satu dengan individu lainnya dan komunikasi sebagai sarana agar hubungan tersebut dapat terjadi. Motif ini juga mendorong seseorang untuk menggunakan media untuk memperkuat serta menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya (Sherlycin Angkari, 2013:40).

Dalam kehidupan keagamaan perubahan sikap ini berhubungan dengan konversi agama. Seseorang yang merasa bahwa apa yang dilakukan sebelumnya adalah keliru, berupaya untuk mempertimbangkan sikapnya. Pertimbangan tersebut melalui proses dari munculnya persoalan hingga tercapainya suatu keseimbangan. Keempat fase dalam proses terjadinya perubahan sikap itu adalah yang pertama munculnya persoalan yang dihadapi, kedua munculnya beberapa pengertian yang harus dipilih, ketiga mengambil keputusan berdasarkan salah satu pengertian ang dipilih, dan yang keempat terjadinya keseimbangan.

Perubahan sikap yang dihubungkan dengan sikap keagamaan yang menyimpang menurut teori konsistensi ini terdapat dalam kasus-kasus konversi agama. Konversi pada dasarnya bersumber dari konflik yang terjadi dalam diri seseorang. Konflik terjadi pada tingkat tertentu menimbulkan semacam kegelisahan batin sebagai persoalan yang harus mendapat pemecahan. Pemilihan jalan keluar yang cocok dan tepat biasanta adalah yang paling dapat memberikan ketenangan batin bagi yang bersangkutan. (Sulaiman, 2014:207).

Dari penjelasan diatas dapat kita ketahui alasan *subscriber* belajar dan menambah wawasan tentang agama karena kesadaran beragama yakni perubahan sikap, atau sering kali disebut orang banyak dengan kata bertobat atau kembali ke jalan Allah SWT. Berharap dari perubahan sikap yang dilakukan oleh *subscribers* ini bisa membuat mereka merasa lebih baik dalam beragama dan menjadi contoh yang baik umat muslim lainnya.

Identitas diri disini bisa diartikan dalam pengembang kepribadian spiritual, yang dimana dapat kita ketahui perubahan yang tidak begitu mudah untuk kita menjalaninya, karena melihat masalah ataupun perbuatan kita dimasa lampau amat tidak mencerminkan kepribadian spritual yang baik. Yang pada intinya kehidupan manusia dengan segala pernak-pernik kehidupan lain yang menyertainya dikaitkan dengan prinsip-prinsip ilahiah, seluruhnya akan menghasilkan buah keabadian di sisi tuhan. Disamping manusia mempunyai umur yang bersifat fana, ia juga mempunyai umur yang bersifat kekal ditinjau dari sisi kehidupan kalbu dan rahaninya. Keduanya akan terus teraktualisasikan

secara sempurna dan hidup lewat pengenalan Tuhan, kecintaan pada-Nya, pengabdian pada-Nya, serta keridhaan kepada-Nya, sehingga segala aktivitas dan usia yang fana menjelma usia yang abadi.

Mengembangkan diri kita dalam beragama otomatis mempunyai alasan yang kuat, dari penjelasan di atas semua orang ingin belajar agama dan menambah wawasan tentang agama lebih luas ataupun dalam itu, karena yang pertama ingin memperbaiki diri yang dimana pada masa sebelumnya mereka banyak melakukan kesalahan-kesalahan yang dilarang agama, kedua ingat akan kematian juga motivasi yang kuat untuk mempelajari ilmu agama untuk membantu orang lain dengan ilmu yang bermanfaat baik di dunia maupun di akhirat. Ketiga, orang tua juga menjadi motivasi untuk belajar agama karena dengan kita berbakti dengan orang tua sudah masuk dalam kategori belajar agama.

Kehidupan religiusitas yaitu kehidupan kerohanian yang tercermin dalam kehidupan keagamaan. Seseorang yang memiliki religiusitas tinggi biasanya menggunakan agama sebagai referensi semua perilakunya, termasuk juga dalam penyesuaian dirinya. Menurut Jalaluddin (2007), religiusitas adalah suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama atau religi.

Perubahan diri yang awalnya tidak mengerti sama sekali tentang agama sampai sedikit mengerti tentang agama merupakan sebuah pengembang identitas diri kita sebagai umat beragama yang mau bertaubat dengan mendekatkan diri dengan yang maha kuasa dan menjalankan kewajibannya dengan bersungguh-sungguh tanpa ada paksaan. Semua perubanan yang terjadi itu baik kepribadian spiritual kita yang semakin meningkat dan lebih mendekatkan diri dengan yang maha kuasalah yang membuat kita tidak takut akan datangnya hari akhir.

Perubahan diri dalam mengenal agam dan mengembangkan pengetahuan akan agama yang diterjadi dimasa remaja sangatlah jarang terjadi, karena dilihat saja kebanyakan remaja diwaktu sekarang lebih mementingkan urusan dunianya saja seperti bermain dan membuang waktu dengan melakukan kegiatan yang tidak bermanfaat tanpa ada terpikir belajar agama dan beragapan bahwa belajar agama itu nanti saja ketika sudah tua saja jadi semasa mudah ingin menikmati masa muda yang bisa kemana saja dan melakukan apapun yang diinginkan.

**Tabel 3.7 Faktor yang mempengaruhi Motif Identitas Diri**

Informan	Faktor yang mempengaruhi	Keterangan
AJ,MR,AM,DP,MA	Religiusitas	Semua orang itu perlu meningkatkan kerpribadian akan pengetahuan agama karena dengan

		bertambah atau meningkatnya pengetahuan tentang agama membuat kita lebih siap dalam menghadapi cobaan yang datang kepada kita
IA,DK	Hijrah (Memperbaiki Diri)	Memperbaiki diri merupakan salah satu cara untuk membuat diri kita lebih baik lagi dari pada sebelumnya, dan berusaha tidak mengulangi kesalahan yang sama lagi

### 3. Motif Integritas dan Interaksi Sosial

Motif integritas dan interaksi sosial yakni motif yang mendorong seseorang menggunakan suatu media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain. Mereka akan berusaha memuaskan diri mereka dengan memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, mengindentikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dan dapat menghubungkan keluarga atau saudara, teman dan masyarakat.

Motif yang eratkaitannya dengan hubungan antar individu dengan individu lainnya ini ternyata memberikan pengaruh *subscribers* dalam mengakses *chanel* youtube yufid tv. Yang dimana yufid tv memberikan bahan-bahan atau pengetahuan tentang agama yang menjadi bahan berdiskusi dan bertukar pendapat ketika bertemu dengan sesama *subscriber* dari yufid tv.

Melalui hasil pengolahan data pada tabel 3.5 dapat diketahui motif integritas dan interaksi sosial merupakan salah satu motif yang mempengaruhi *subscribers* yufid tv dalam mengakses *chanel* yufid tv untuk menjadikan bahan obrolan dan menambah teman. Menurut Sherlycin Angkari pada tulisan *Hard Rockers On SBO* pada tahun 2013 yang dimaksud dengan motif integritas dan interaksi sosial adalah motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media sebagai sarana menjaga kelangsungan hubungannya dengan orang lain. Motif ini juga membuat manusia untuk berusaha menjaga hubungan baik dengan menambahkan mereka sebagai teman (Edy Sofyan, 2014:139).



Menurut Walgito (2003), interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat adanya hubungan yang saling timbal balik. Interaksi sosial merupakan salah satu cara individu untuk memelihara tingkah laku sosial individu tersebut sehingga individu tetap dapat bertingkah laku sosial dengan individu lain. Interaksi sosial dapat pula meningkatkan jumlah atau kuantitas dari tingkah laku sosial individu sehingga individu makin matang dalam bertingkah laku sosial individu dalam situasi sosial (Santoso, 2010). Menurut Soekanto (2012), interaksi sosial merupakan kunci semua kehidupan sosial karena tanpa interaksi sosial, tak akan mungkin ada kehidupan bersama.

Interaksi sosial dengan teman sebaya adalah proses timbal balik antara individu dengan kelompok sosialnya yang seusia yang di dalamnya mencakup adanya keterbukaan dalam kelompok, kerjasama dalam kelompok dan frekuensi hubungan individu dengan kelompok, yang mana interaksi teman sebaya tersebut dapat mengajarkan kepada anak tentang cara bergaul di lingkungan baik dalam lingkungan keluarga, sekolah maupun masyarakat (Eka Setiawan dan Suparno, 2010:57).

Semua orang berinteraksi karena mempunyai tujuan yang berbeda-beda, salah satunya karena mereka ingin bertukar pikiran, karena dengan bertukar pikiran mereka bisa mendapatkan jawaban dan pemahaman yang berbeda dengan apa yang mereka pelajari dan pahami. Interaksi semua orang dalam bertukar pikiran biasanya dilakukan dengan berdiskusi bersama, *sharing* melalui media sosial, dan masih banyak lagi.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa interaksi sosial merupakan kesanggupan individu untuk saling berhubungan dan bekerja sama dengan individu lain maupun kelompok di mana kelakuan individu lain atau sebaliknya seperti teman sebaya, sehingga terdapat adanya hubungan saling timbal balik satu sama lain.

**Tabel 3.8 Faktor yang mempengaruhi Motif Integritas dan Interaksi Sosial**

Informan	Faktor yang mempengaruhi	Keterangan
AJ, IA, MR, AM,DK,DP,MA	Teman	Dengan bertukar pikiran dengan teman, bisa membuat kita mendapatkan pemahaman yang berbeda dengan apa yang kita pahami walaupun dari segi materi yang sama dan lingkungan juga mempengaruhi kita dalam belajar beragama

#### 4. Motif Hiburan

Motif hiburan yakni motif yang digunakan khalayak untuk memperoleh suatu kepuasan yakni hiburan akan suatu media mereka gunakan. Mereka menginginkan dapat melepaskan diri dari permasalahan jika mereka bermain atau menggunakan media tersebut, bersantai, mengisi waktu dan sebagai salah satu cara membangkitkan emosi mereka. Motif ini berkaitan dengan motif pengalihan yaitu motif dimana seseorang menggunakan media untuk melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari yang mereka hadapi. (Morrison, 2013:510).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui jika motif hiburan merupakan salah satu motif yang turut mempengaruhi *subscribers* dalam mengakses *chanel* youtube yufid tv, namun tidak dalam konteks menghibur atau membuat tertawa. Pada *chanel* youtube yufid ini motif hiburan *subscriber* yakni hiburan dalam konteks ketenangan hati dan relaksasi dalam kejenuhan dalam beraktivitas.

Hiburan dan dakwah sering kali dihadapkan secara bersebrangan. Seolah hiburan bertentangan dengan dakwah islamiyah, dan sebaliknya dakwah islamiyah harus jauh dengan hiburan. Penghadapan hiburan dan dakwah memang beralasan, sebab sering kali hiburan tidak mengindahkan etika dan ajaran agama. Sebaliknya, penyampaian ajaran agama tidak diperkenankan dilakukan secara komedian, dalam artian ajaran agama tidak diperkenankan dijadikan sebagai bahan guyonan (gurauan). Sebab penyampaian ajaran agama secara gurauan dikhawatirkan agama menjadikan ajaran agama sebagai beban ejekan belaka. (Ishaq, 2014:117).

Secara sosiologis fenomena ini dapat disikapi sebagai berikut; Pertama, kelucuan atau komedi dalam dakwah digunakan sebagai penyegar dan selingan bagi audiens. Masyarakat yang telah capek dengan tuntunan ekonomi hendaknya dihibur dengan pesan-pesan keagamaan supaya hidupnya *fresh*/segar. Pikiran dan hati audiens harus dibuat segar sehingga mereka tidak mengalami 'kegelapan' yang dapat mengakibatkan mereka hidup tanpa arah. Komedian yang dilakukan oleh para muballigh diperlukan agar audien dapat menerima pesan-pesan dakwah secara mudah serta membekas dalam hati dan pikiran audien (Anshari, 1993:194).

Semua orang membutuhkan hiburan untuk menghilangkan ketejenuhan dan kebosanan dari semua rutinitas maupun aktivitas sehari-hari. Karena dengan hiburanlah mereka dapat mengurangi rasa jenuh dan bosan yang sedang dihadapi. Tontonan yang kita sukai merupakan salah satu cara kita untuk menghilangkan kejenuhan, dengan menonton tayangan kesukaan kita, bisa membuat kita puas dan nyaman untuk melakukan aktivitas seperti biasanya.

Dari penjelasan diatas sudah jelas bahwa motif hiburan pada *chanel* yufid yakni pelepas dari rutinitas sehari-hari dengan tutunan ekonomi, jadi dengan mengakses *chanel*

yufid tv para *subscribers* dari yufid tv membuat pikiran dan hati *subscribers* menjadi lebih tenang tanpa ada beban pikiran.

**Tabel 3.9 Faktor yang mempengaruhi Motif Hiburan**

Informan	Faktor yang mempengaruhi	Keterangan
AJ,IA,MR,AM, DK,DP,MA	Rutinitas	Kejenuhan merupakan hal yang wajar dalam semua orang ketika sedang melakukan aktivitas baik itu kuliah maupun berkerja, menghilangkan jenuh dan kebosanan itu dengan menonton tontonan yang bermanfaat dan menambah pengetahuan.

## E. SIMPULAN

Penelitian ini terfokus pada motif subscribers dalam chanel youtube yufid tv. Youtube merupakan media baru yang menjadi wadah untuk mendapatkan informasi dengan motif tertentu untuk mencapai tujuan yang ingin mereka capai. Dari keseluruhan informan yang telah menjelaskan motif mereka dalam mengakses chanel youtube yufid tv, didapat kesimpulan dari masing-masing motif yang dijabarkan oleh informan.

Motif dari seluruh informan dalam chanel youtube yufid tv adalah menambah ilmu dan belajar tentang agama dari hal-hal dasar hingga hal yang detail. Ingat akan kematian, mendekatkan diri kepada Allah SWT karena dengan mendekatkan diri kepada allah dengan cara menjalan ibadah sholat, puasa, dan lainnya akan membuat kita lebih tenang dalam menjalani cobaan yang datang serta mendapatkan pahala, Periapan menjadi imam rumah tangga yang baik sehingga bisa membimbing keluarga ke jalan yang benar karena tidak semua anak muda yang berumur 22-30 tahun yang ingin mempersiapkan pengetahuan agama untuk menuju ke jenjang pernikahan, bertaubat karena semua orang yang melakukan kesalahan dimasalalnya harus bertaubat ataupun memperbaiki diri sehingga mendapatkan pahala disetiap kegiatan yang kita laksanakan, bertukar pikiran yakni bagaimana kita menyampaikan pengalaman kita tentang agama dan orang lain memberikan respon ataupun feedback yang membuat kita lebih mengerti akan sesuatu yang sudah kita dapat, mempererat silaturahmi yakni bertujuan untuk menambah teman baik dari segi kehidupan beragama maupun bermasyarakat, ketenangan hati yakni merasa bahwa tidak ada yang menjadi beban dalam kehidupan kita sehari-hari sehingga kita melakukan aktivitas dengan ceria dan bersemangat, dan relaxaxi. Hal ini dibukti dari

motif informan yang sama, dimana tujuh orang informan yang masing-masing menyampaikan motif mereka dalam chanel youtube yufid tv yang sama.

Semua motif diatas hampir sama dengan motif-motif pada umumnya orang menggunakan ataupun mengakses suatu media sosial. Keunikan dari motif pada subscribers Yufid TV ini yakni anak muda yang berumur 22-30 tahun sudah giat belajar tentang agama, sedangkan kita lihat saja pada zaman sekarang tidak banyak anak muda yang memikirkan urusan agama, salah satunya mempersiapkan pengetahuan tentang agama dari yang sifatnya pribadi sampai keluarga.

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi motif dari masing-masing informan. Faktor pertama yakni pendidikan yang kurang ditanamkan sejak dinilah yang menyebabkan para subscriber dari yufid ini kurang pengetahuan tentang agama, sehingga menyebabkan mereka ingin belajar agama dan mengembangkan ilmu agama. Faktor kedua yakni religiusitas yang kurang menimbulkan rasa untuk meningkatkan dan mengembangkannya, faktor ketiga yakni Hijrah atau memperbaiki diri karena dirasa pada masa sebelumnya banyak melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama, maka dari itu memperbaiki diri sehingga tidak terjadi kesalahan yang sama seperti yang lalu, faktor keempat yakni teman dan lingkungan karena dengan teman kita bisa bertukar pikiran, dengan bertukar pikiran kita bisa saling berbagi pengalaman dan pengetahuan, dan yang terakhir faktor Rutinitas, semua orang pasti merasakan rasanya jenuh dalam melakukan aktivitas sehari-hari yang sangat padat yang menyebabkan kita bosan dan stres, untuk membuang rasa jenuh itu kita bisa melakukan aktivitas yang kita sukai, seperti menonton tayangan kesukaan ataupun hiburan, sehingga bisa sedikit menghilangkan rasa jenuh dan bosan dari rutinitas kita sehari-hari.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Suciati. (2015). *Psikologi Komunikasi (Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam)*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta
- Moleong, J Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Arflko Yori, (2018), Pengaruh Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Yufid.TV Terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam, JOM FISIP Vol.5:Edisi 1 Januari-Juni 2018, Pekanbaru, Universitas Riau
- Mellyaningsih, Adinda.(2016), Motif Subscribers Menonton Chanel Youtube Raditya Dika. Dalam Jurnal E-Komunikasi Vol.4 NO.1 Tahun 2016,Surabaya, Unibersitas Kristen Petra
- Pribadi, Agus Santoso dkk. (2011). Motif Afiliasi Pengguna Aktif facebook dalam Jurnal Proyeksi, Vol. 6, Semarang.
- Lubis, Adinda Meidina. (2013). Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Pengguna instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sumatera Utara. Medan : Universitas Sumatera Utara
- Angkari, Sherlycin. (2013). Motif Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers On SBO dalam Jurnal E-Komunikasi, Vol. I, No.3 : Surabaya
- Sofyan, Edy. (2014). Pengaruh Penggunaan Media Internet dengan Motif Kreatif dan Motif Hiburan Terhadap Karakter Peserta Didik SMAN di Bandung dalam Jurnal Pendidikan, Hukum, Politik dan Kewarganegaraan, Vol. 1, No 2 : Bandung
- Sazali, Hasan.(2015). Komunikasi Pembangunan Agama Dalam Membangun Toleransi Agama (Analisis Sistem dan Aktor), dalam Jurnal Studi Islam dan Humaniora, Vol 13, No.2, Desember 2015,
- Ishaq, Ropingi el. (2013). Dakwah di Tengah Industri Media, dalam Jurnal Komunikasi Islam |ISBN 2088-6314|Volume 03, Nomor 01, Juni 2013, IAIN Sunan Ampel
- Ishaq, Ropingi el. (2014), Hiburan dan Dakwa Sebuah Era Baru Dakwah Islamiyah, dalam AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2014, Kediri, STAIN Kediri
- Khulaisie, Rusdiana Navlia. (2016), Hakihat Kepribadian Muslim, Seri Pemahaman Jiwa Terhadap Konsep Insan Kamil, dalam Jurnal Reflektika, Vol. 11, No 11, Januari 2016, Madura
- Zaprul Khan. (2015). Perkembangan Kepribadian Secara Spiritual dalam Perspektif Bediuzzaman Said Nursi, dalam Jurnal Farabi Volume 12 Nomor 1 Juni 2015 ISSN

1907-0993 E ISSN 2442-8264, Belitung, STAIN Syaikh Abdurrahman Siddik  
Bangka-Belitung

- Sulaiman, Umar. (2014), Analisis Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Beragama Siswa (Khusus pada Siswa SLTP Negeri 1 dan MTs Negeri Bulukumbang, Dalam Jural AULADUNA, Vol. 1 No. 2 Desember 2014:201-217, Makasar, UIN Aldauddin Makassar
- Mujib, Abdul. (2017). Ekonomi Islam Global dalam Ranah Fiqh, dalam Jurnal Masharif al-Syarifah : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol. 2, No.2, Surabaya
- Yunus, Muhammad, Hamdani, Fahmi Rosyadi Satria, Shofia, Gusti Khairina.(2018), Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food, dalam Jurnal Amwaluna, Vol 2 No. 1, Bandung, Universitas Islam Bandung
- R, Galuh Nashrullah Kartika Mayangsari. (2017), Pendidikan Aqidah Dalam Perspektif Hadist, Dalam Jurnal Transformatif (Islamic Studies), Volume 1, Nomor 1, April 2017, Banjarmasin, Universitas Islam Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
- Rahmawati, Asti & Suharso. (2015), Indonesia Determinan Konsep Diri Siswa Kelas VIII di SMP Negeri Se-Kota Semarang, Indonesia Journal of Guidance dan Counseling, ISSN 2252-6374
- Sholihah, Fasihatus. (2017), Pengaruh Pendidikan Agama Islam Terhadap Keaktifan Ibadah Sholat Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Surabaya, Jurnal Pendidikan Islam Vol. 6 No.1. 2017