

**ANALISIS VIRAL YOUTUBE:
STUDI TERHADAP KONTEN “GUS YAHYA BERTANYA GUS MUS
MENJAWAB” DI SALURAN GUSMUS CHANNEL**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

ATIQA ISTIQLELI
NPM. 1443010023

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
SURABAYA**

2018

ANALISIS VIRAL YOUTUBE:

**STUDI TERHADAP KONTEN “GUS YAHYA BERTANYA GUS MUS MENJAWAB”
DI SALURAN GUSMUS CHANNEL**

Disusun Oleh :

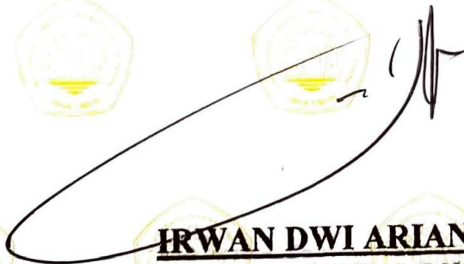
ATIQA ISTIOLELI

1443010023

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

Pembimbing



IRWAN DWI ARIANTO, S.Sos, M.Ikom

NPT. 3 7602 99 01731

Mengetahui,

Dekan



Dr. LUKMAN ARIF, MSI

NIP. 19641102 199403 1001

ANALISIS VIRAL YOUTUBE:

**STUDI TERHADAP KONTEN "GUS YAHYA BERTANYA GUS MUS MENJAWAB"
DI SALURAN GUSMUS CHANNEL**

Oleh :

ATIQA ISTIOLELI
NPM. 1443010023

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 19 November 2018

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua


IRWAN DWI ARIANTO, S.Sos, M.Ikom
NPT. 3 7602 99 01731


Drs. SAIFUDDIN ZUHRI, M.Si
NPT. 3 7006 94 00351

2. Sekretaris


Drs. KUSNARTO, M.Si
NIP. 195898911984021001

3. Anggota


IRWAN DWI ARIANTO, S.Sos, M.Ikom
NPT. 3 7602 99 01731

Mengetahui,

DEKAN



Dr. LUKMAN ARIF, M.Si
NIP. 19641102 199403 1001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Viral Youtube: Studi Terhadap Konten “Gus Yahya Bertanya Gus Mus Menjawab” Di Saluran Gusmus Channel”** dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak atas segala masukan, bimbingan, pengarahan serta dorongan semangat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Lukman Arif, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. Bapak
2. DR. Catur Suratnoaji, M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Irwan Dwi Arianto, S.SOS, M. IKOM. sebagai Dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan dorongan demi terselesainya penyusunan proposal skripsi ini. Dan Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ilmu Komunikasi atas semua ilmu-ilmu yang sudah diberikan.
5. Gus Rizal, sebagai konten kreator dari GusMus Channel yang juga sebagai informan penulis yang mau ditengah-tengah kesibukannya meluangkan waktu untuk membantu membagikan banyak ilmu dan informasinya kepada penulis, demi kelancaran proses penelitian. Salam ta'dzim kepada beliau Gus Rizal dan Romo Yai Mustofa Bisri.

Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga untuk:

1. Abah zuhdi tercinta dan Mama Ainun tersayang dan Mas Yafi yang sudah memberikan dukungan baik materi maupun moral, memberikan semangat serta pengertian, perhatian, do'a, nasihat, kasih sayang dan semuanya yang tidak akan penulis dapatkan tanpa kalian.

2. Wanita - wanitaku UU AA ku (Dinda, Fio, Nadia, dan Iffa) yang selalu sabar menemani, memotivasi dan membimbing penulis kejalan hidup yang lebih benar.
3. Terimakasih kepada sahabat karib seperjuangan Mahasiswa Terdepan (Fio, Nadia, Dinda, Iffa, Angga, Wilardo, Fariz, Armey, Dwiki, Faisal, Yudi, Denny), dan sahabat - sahabat saya yang lain yang sudah memberikan semangat, memberi dorongan agar penulis rajin mengerjakan skripsi serta segala bantuan kepada penulis.
4. Saudara-saudaraku yang berbeda bapak dan ibu, Akbar dika, Mas Vida, Mas Inu, Mas Roni, Mas Panji yang setia menemani, membantu dan menjaga penulis selama 4 tahun ini.
5. Abid Abdillah, yang selalu memberikan semangat, bimbingan rohani, candaan, menampung keluh kesah dengan sabar, yang selalu jadi *mood booster* penulis dikala *down*.
6. Terimakasih juga kepada Piki, Kalil dan Rijal yang memberikan semangat, dorongan, serta do'anya kepada penulis
7. Kepada saudara-saudaraku Yopi, Ferda, Robot dan Sawung yang selalu bersedia menampung keluhku dan membantu memberikan semangat kepada penulis.
8. Adik-adikku yang konyol Rafida, Ochit, Azizah, Arista, terimakasih sudah menghibur dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Commers 2014, keluarga ilmu komunikasi angkatan 2014. Yang selama ini memberikan kesan luar biasa dan pelajaran di setiap insan yang penulis temui.
10. Keluarga besar X-Phose yang sangat penulis cintai, terimakasih telah membentuk penulis menjadi manusia kuat seperti Gajah.
11. Seluruh pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu yang mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. semoga ilmu dan penelitian ini bermanfaat dan mendapatkan barokah dari Allah SWT.

Hanya ucapan terimakasih serta doa yang dapat penulis sampaikan untuk semua bantuan, dukungan hingga kritikan yang telah memberikan semangat kepada penulis. Semoga kita semua dilimpahkan kebahagiaan, kesehatan, sehingga dapat selalu memuji kebesaran serta menjalankan perintah-Nya.

Surabaya, 20 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Akademis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.4.3 Kegunaan Teoritis	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 <i>Word Of Mouth</i>	13

2.2.2 <i>Viral Marketing</i>	16
2.2.3 Komunikasi	21
2.2.4 Strategi Komunikasi	22
2.2.5 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	25
2.2.6 Media Baru (<i>New Media</i>)	30
2.2.7 Media Sosial	35
2.2.7.1. Pengertian Media Massa	35
2.2.7.2. Media Sosial dan Pemasaran	37
2.2.7.3. Jenis – Jenis Media	38
2.2.8 <i>Youtube</i>	42
2.2.9 Konsep A.I.S.A.S	44
2.2.7 Kerangka Berfikir	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian	48
3.2 Definisi Konseptual	48
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian	50
3.2.1 Subyek Penelitian	50
3.2.2 Obyek Penelitian	50
3.4 Sumber Data	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Narasumber/Informan	52
3.7 Teknik Pengolahan Data	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum GusMus Channel	54
4.1.2 Gambaran Umum Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab”	54
4.1.2.1. Ulasan Setiap Episode	55
4.1.2.2. Jumlah Penonton	57
4.2. Penyajian Data	58
4.2.1 Identitas Informan	59
4.2.2 Penyajian Data	61
4.2.2.1. GusMus Channel	62
4.2.2.2. Pengetahuan Tentang Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab” di akun <i>YouTube</i> GusMus Channel	64
4.2.2.3. Alasan tertarik menonton Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab” di akun <i>YouTube</i> GusMus Channel	68
4.2.2.4. Kontradiksi Paradigma Berfikir <i>Viewers</i> Dengan Konten Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab” Di Saluran GusMus Channel	72
4.2.2.5. Ekspektasi <i>Viewers</i> Terhadap Pengembangan Konten GusMus Channel	74

4.2.2.6. Referensi Channel Lain Yang Di Rekomendasikan Oleh Informan	78
4.2.2.7. Penilaian Secara Objektif Terhadap Konten GusMus Channel	84
4.2.2.8. Kecenderungan <i>Viewers</i> Untuk Merekomendasikan Konten GusMus Channel ke Lingkungan Sosial Media	87
4.3. Analisis Data	90
4.3.1 Identifikasi <i>Awareness</i> dan <i>Interest</i> pada model A.I.S.A.S melalui analisis <i>Traffic Viral</i> Konten Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab”	91
4.3.2 Identifikasi <i>Action</i> dan <i>Share</i> pada model A.I.S.A.S melalui analisis Faktor Pendorong <i>Viewers</i> Menyebarkan Konten Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab”	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Table 2.1 <i>Physiological Arousal</i>	20
Table 4.1 Pematatan Data	95
Tabel 4.2 Keranjang Fakta Sejenis Kategori : Tidak Membagikan Konten	
Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab”	98
Tabel 4.3 Keranjang Fakta Sejenis Kategori : Membagikan Konten	
Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab”	99

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab” dari Episode 1-5	92
---	----

**ANALISIS VIRAL YOUTUBE:
STUDI TERHADAP KONTEN “GUS YAHYA BERTANYA GUS MUS
MENJAWAB” DI SALURAN GUSMUS CHANNEL**

Atiqa Istiqleli

Email : atiqakumis@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, mengidentifikasi dan menganalisis *traffic viral* dan juga terkait alasan di balik cepatnya penyebaran video “Gus Yahya Bertanya, Gus Mus Menjawab Part 1-5” di saluran *YouTube* “GusMus Channel”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain *word of mouth*, *viral marketing*, *new media*, media sosial, teori CMC, konsep A.I.S.A.S. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis *traffic viral* terjadi peningkatan pada enam aspek yang dianalisis karena kunjungan Gus Yahya ke Yerusalem. Peningkatan keenam aspek tersebut meningkat sebesar 354 pada kolom *like*, 42 pada kolom *Unlike*, 45 pada kolom komentar, 126 pada kolom *share* konten, jumlah pelanggan bertambah 379 pelanggan pada kolom *subscriber* dan yang terakhir 18291 pada kolom *viewers*. Berdasarkan analisis data kualitatif dengan teknik koding, dapat diidentifikasi empat varians sub-sub kategorisasi terkait alasan di balik cepatnya penyebaran video “Gus Yahya Bertanya Gus Mus Menjawab” di saluran *YouTube* “GusMus Channel”, yaitu mendapatkan pengaruh positif terhadap konten video, mendapat manfaat setelah membagikan konten video, pemikiran Gus Mus komprehensif dan rasional, Gus Mus menampilkan Islam tanpa kebencian.

Kata Kunci : GusMus Channel, Viral Marketing, new media, media sosial, YouTube, teori CMC, konsep A.I.S.A.S

**VIRAL ANALYSIS ON YOUTUBE:
CASE STUDY CONTENT “GUS YAHYA BERTANYA GUS MUS
MENJAWAB” ON GUSMUS CHANNEL**

Atiqa Istiqleli

Email : atiqakumis@gmail.com

Abstract

This research aims to find out, track and analyze virus traffic and also the reasons behind the rapid spread of the video "Gus Yahya Asking, Gus Mus Answering Part 1-5" on the YouTube channel "GusMus Channel". This study uses a qualitative method. The theories related to this research include word of mouth, viral marketing, new media, social media, CMC theory, the concept of A.I.S.A.S. The results of the study indicate that the resolution of viral traffic occurred in six aspects analyzed because of Gus Yahya's visit to Jerusalem. The increase in the six aspects increased by 354 in columns such as, 42 in the column Unlike, 45 in the comments column, 126 in the column sharing content, number of customers, and number of viewers in 18291. By analyzing qualitative data with coding techniques, variants can be randomized the sub-categories related to the reasons behind the rapid screening of the video "Gus Yahya Asking Gus Mus Answering" on the YouTube channel "GusMus Channel", which is looking for positive influence on video content, and benefiting video content, Gus Mus's thinking is comprehensive and rational, Gus Mus displaying Islam without hatred.

Keyword : GusMus Channel, Viral Marketing, new media, media sosial, YouTube, teori CMC, konsep A.I.S.A.S