



Analisis *Clickbait* Terhadap Tajuk Dan Kelucu Kanal Youtube Johannes Liong Pada Kontennya Tentang Ustad Abdul Somad

Al Zuhri^{1*}, Heri Rahmatsyah Putra², Hanifah Nurdin³, Irsan Adrianda⁴, Agus Pratama⁵, Saiful Amri⁶

^{1,5,6} Universitas Teuku Umar, Jl. Alue Peunyareng, Ujoeng Tanoeh Darat, Meureubo, Aceh Barat, 23615

^{2,4} STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh, Jl. Lingkar Kampus Alue Peunyareng, Gunong Kleng, Meureubo, Aceh Barat, 23615

³ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Kopelma Darussalam, Syiah Kuala, Banda Aceh, 23111

Abstrak. Transfigurasi media terjadi begitu drastis didukung layanan internet yang sudah menembus banyak ruang bahkan sampai pelosok. Jika dahulu masyarakat hanya menjadi pengkonsumsi media secara aktif, maka saat ini memungkinkan siapa saja dapat mengelola media seperti YouTube dalam kajian ini. Tujuan dari serangkaian aktivitas penelitian yang dilakukan adalah mencari tahu apakah masyarakat sudah mampu memanfaatkan YouTube secara tepat, akurat, dan sehat dengan memanifestasikan regulasi dan fungsi media massa berdasarkan UU Pers dan ITE. Adapun subjek kajian di sini adalah kanal YouTube “Johannes Liong” dengan kualitatif sebagai metode yang diterapkan serta penggunaan dokumentasi dan observasi dalam melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Sementara teknik analisis data yang dipakai adalah *content analysis*. Setelah diteliti, maka didapati bahwa kanal YouTube “Johannes Liong” belum mampu memanifestasikan hukum dan fungsi media massa sebagaimana tuntunan UU Pers dan ITE. Di sana ada banyak ditemukan tajuk dan kelucu yang mempraktikkan *clickbait* dan tidak memiliki relevansi dengan isi video, diantaranya berjudul “Resmi Ditangkap”, “Somad Resmi Ditangkap Densus”, dan “Resmi Ditangkap Dijemput Polisi” yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Jadi konten-konten yang dipublikasi dapat dikategorikan ke dalam konten pembohongan publik yang dapat merugikan dan menyesatkan dengan memanfaatkan tajuk dan kelucu sensasional dan manipulasif demi kepentingan komersial semata, sehingga mengabaikan pemenuhan fungsi edukasi dan informasi serta etika dan moral bermedia.

Kata kunci: Johannes Liong; Kanal YouTube; Tajuk dan Kelucu; Umpan Klik; Ustad Abdul Somad

1. Pendahuluan

Media massa yang kini bertransformasi ke dalam digital memberikan peluang bagi masyarakat untuk mendulang uang dan popularitas. Siapa saja kini dapat mengelola media, tidak harus menjadi pengusaha besar terlebih dahulu. Bermodalkan kamera ponsel, peralatan seadanya, dan ide kreatif seseorang sudah bisa selancar berbisnis di dunia digital, YouTube salah satu medianya.

Bungin mendefinisikan media massa sebagai salah satu sarana dalam aktivitas komunikasi massa yang dapat difungsikan dalam penyebaran dan pengaksesan pesan secara massal, berjarak, dan terbuka oleh masyarakat (Santosa, 2017). Secara umum, pesan di sini dapat berwujud pemikiran maupun perasaan sebagaimana yang diutarakan Onong Uchana Efendy dalam Ardiansyah (2016).

Ada beragam wujud media massa saat ini berkembang mulai dari cetak, elektronik, sampai dengan dalam jaringan (*online*) seperti YouTube yang menjadi kajian dalam penelitian ini. YouTube merupakan situs web dan media sosial yang saat ini semakin populer keberadaannya yang diklasifikasikan sebagai media massa kekinian (Helianthusonfri, 2016). Selain populer, YouTube juga dikenal memiliki layanan yang lengkap dan variatif dengan bernanung di bawah perusahaan besar yaitu *Google* yang menawarkan beragam layanan bagi pengguna untuk mengunggah dan mengunduh video secara gratis (Tjanatjantia dalam Anggreswari & Isnaeni, 2020).

Sejak didirikan pertama kali oleh tiga mantan karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Kharim sampai saat ini YouTube masih menjadi kanal video terbaik dibandingkan Vimeo dan beberapa media sosial lainnya. Perlu juga diketahui video pertama YouTube diunggah 23 April 2005 oleh Jawed karim, *co-founder* YouTube saat berada di San Diego Zoo (Corbuzier, 2018).

Orang-orang di dunia politik pun tak ketinggalan memanfaatkan YouTube, sebagaimana penelitian Arofah (2015) yang menerangkan bahwa kesuksesan Barack Obama, mantan Presiden Amerika Serikat saat Pemilihan Umum tahun 2008 juga berkat sokongan YouTube. Bahkan para politisi di Indonesia tak terkecuali, juga mulai ikut merasakan arti penting dari keberadaan YouTube.

Turfekci berpendapat bahwa YouTube sebagai media sosial telah menjadi salah satu layanan internet primadona saat ini (Wibowo & Muzakki, 2021). Penggunaanya pun telah menembus angka dua miliar lebih (Moghavvemi et. al., dalam Wibowo & Muzakki 2021). Jika dicermati jenis pengguna YouTube secara gamblang dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori, yakni pencipta/pemilik YouTube itu sendiri, pembuat konten, pemasang iklan, dan penikmat konten.

Media massa satu ini memiliki kemampuan untuk menjangkau komunikasi yang relatif lebih luas, ramai, heterogen, anonim, dan bertebaran. Ditunjang kehadiran internet yang sudah mulai masuk ke seluruh penjuru Indonesia membuat layanan media baru ini dapat diakses siapa saja, baik yang memiliki akun di YouTube maupun tidak. Semua orang dapat menggunakan YouTube untuk menikmati tontonan gratis, memasang iklan, membuat konten, saling berbagi konten dengan orang lain, maupun saling mengapresiasi, berkomentar, dan memberikan saran.

Di Indonesia selain politisi, masyarakat juga sedang gairah berlomba-lomba membuat konten tentang berbagai hal seperti *review* film, konten jenaka, berita, olahraga, wisata, kuliner, bisnis, pendidikan, teknologi, *cover* lagu, dan lainnya. *Income* yang bisa diperoleh menjadi dorongan kuat bagi orang-orang ikut serta cemplung ke dunia YouTube menjadi *Youtuber*. Bahkan karena terlalu berambisi besar untuk mencapai angka penonton dan jam tayang dengan pertimbangan dapat mendatangkan keuntungan, ada yang berani membuat konten-konten dengan konsep *clickbait* yang bombastis, dramatis, manipulatif, dan sebangsanya. Ini tentunya bertentangan dengan hukum dan fungsi media massa yang telah tertuang jelas dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers atau Media Massa.

Dalam UU ITE pasal 45A poin 1 (Kominfo, 2022) dijelaskan bahwa:

“Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”

Sementara dalam UU Pers dijelaskan pula fungsi media massa sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol sosial, dan lembaga ekonomi (Surbakti, 2016). Di referensi lain sedikit berbeda namun mendekati, Elvinaro dalam Habibie (2018) mengategorikan fungsi pers ke dalam lima bagian, yakni pengawasan (*surveillance*), hiburan (*entertainment*), penyebaran nilai-nilai (*transmission of value*), penafsiran (*interpretation*), dan pertalian (*linkage*). Namun dari uraian di atas dapat kita amati bahwa di beberapa poin masih ada kesamaan seperti fungsi hiburan, pengawasan/kontrol sosial, dan pendidikan/penyebaran nilai-nilai. Artinya, media massa yang bertebaran di Indonesia diminta tunduk dan taat pada aturan hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia untuk menciptakan harmonisasi di masyarakat.

Clickbait atau umpan klik merupakan term yang mengarah pada konten situs web yang memiliki tujuan utama menarik perhatian dan menstimulasi pembaca/penonton untuk mengklik tautan tertentu menuju halaman situs web yang disuguhi. *Clickbait* galibnya digunakan dengan tujuan mengeksploitasi kesenjangan keingintahuan (*curiosity ago*) dengan cara menyugui informasi yang membuat pembaca/penonton penasaran dan ingin tahu lebih lanjut. Rasa ingin tahu tersebut tidak akan terpenuhi apabila tidak mengklik tautan atau hipertaut yang dibagikan (Syafieq, 2018).

Haque dalam Sandi & Ayuni (2018) menambahkan bahwa praktik *clickbait* ini dilakukan dengan membuat tajuk-tajuk sensasional dan kelucu yang menstimulasi mata bahkan bisa manipulatif. Hal ini dilakukan dengan maksud memperoleh keuntungan dari iklan yang dipasang, hasil dari banyaknya klik yang dihimpun. Tajuk (*headline*) di sini adalah judul (Hidayati, 2015), jika dipautkan dengan konten maka judul konten, jika pautkan dengan berita maka judul berita. Sementara kelucu (*thumbnail*) adalah gambar dengan ukuran lebih kecil daripada ukuran aslinya (gambar mini) yang ditampilkan pada monitor untuk menghemat ruang (Lie, Moeljadi & Hendrick, 2018). Mudah-mudahan, kelucu dapat dipahami sebagai sampul (*cover*) awal dari setiap konten yang dibuat, diunggah, dan dibagikan yang menjadi representasi dan identitas dari setiap konten sebagaimana fungsi tajuk.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *clickbait* merupakan eksploitasi tajuk/judul atau kelucu/gambar mini dengan tujuan meraup keuntungan semata dengan cara menggantungkan penyampaian informasi, melebih-lebihkan, memprovokasi, bahkan memanipulasi. Upaya ini dilakukan demi membangkitkan rasa penasaran, amarah, dan ketidakpuasan orang-orang, sehingga pada akhirnya tergerak mengklik untuk mengetahui lebih lanjut sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh pengunjung.

Penggunaan metode *clickbait* telah menjadi hal yang lazim dan sulit dicegah di era persaingan digital seperti saat ini (Ananda & Mulyadi, 2020). Praktik ini umumnya digunakan oleh media-media online. Menurut Wardani, Ningsih & Dewi (2021), *clickbait* awalnya familiar didengar di platform YouTube yang digunakan para YouTuber sebagai umpan untuk menghasilkan *viewer* sebanyak-banyaknya dengan menghidangkan judul-judul bombastis.

Dengan berbagai persoalan di atas maka perkembangan dunia digital yang ada hari ini tentunya sangat perlu mendapat perhatian bersama, guna memastikan apakah semua konten yang dibuat dan dibagi memenuhi tuntunan undang-undang atau sekadar alat komersial semata dan mengabaikan hukum serta fungsi media massa yang seharusnya dipenuhi. Hal inilah yang penulis upayakan dalam penelitian ini meneliti bagaimana masyarakat memanfaatkan media dengan menjadikan kanal YouTube “Johannes Liong” sebagai subjek dan objek penelitian. Hal ini penting dilakukan sebagaimana pendapat Mc Luhan dan para peneliti bahwa media sangat berpengaruh pada masyarakat karena

memiliki efek langsung dan tidak langsung (West, Tuner, Littlejohn, & Foss dalam Anggraini, 2020).

Kanal YouTube “Johannes Liong” terdata telah bergabung sejak 11 September 2017, berarti sudah berusia empat tahun tujuh bulan. Saat ini konten-kontennya telah ditonton total sebanyak 335.803.223 kali dengan jumlah *subscriber* mencapai 1,26 juta orang dan total postingan video sebanyak 2000-an. Artinya, ada banyak orang suka mengikuti dan menonton konten-konten pada kanal “Johannes Liong”. Dengan pertimbangan ramainya khalayak yang menonton dan efek yang dapat ditimbulkan dari konten tersebut, maka penulis merasa kanal ini dapat dipertimbangkan untuk menjadi bahan kajian tepat dan penting dalam penelitian ini.

Adapun tujuan yang dikehendaki dari penelitian ini adalah mencari tahu apakah konten-konten yang diekspos pada kanal “Johannes Liong” sudah mampu memanifestasikan fungsi media massa atau belum dan memuat konten melanggar hukum atau tidak. Selanjutnya juga berusaha mendorong penonton untuk sama-sama peka, peduli, dan terlibat dalam mengamati serta mengkritisi lingkungan sosialnya. Salah satunya dengan mengontrol berbagai hal yang dihidangkan oleh media massa dewasa ini, agar tetap terus dapat menyajikan hal-hal yang baik, benar, dan layak.

Kemudian, ini juga merupakan ikhtiar untuk membangun kesadaran dan mengajak masyarakat untuk mampu benar-benar menggunakan media secara wajar, sehat, bermanfaat, dan bermartabat. Harapannya, fungsi media massa terutama sebagai alat informasi dan edukasi dapat diejawantahkan dalam realita kehidupan. Bukan sebaliknya, membodohi dan membohongi publik dengan konten-konten yang dimunculkan dan dibagi hanya karena pertimbangan nilai komersialnya saja, akan tetapi menanam banyak pemahaman keliru dan menyulut amarah serta kebencian di masyarakat. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sudahkah masyarakat mampu memanifestasikan UU Pers dan ITE dalam mengelola media secara personal dengan menjadikan kanal YouTube Johannes Liong sebagai subjek penelitian?

2. Metode Penelitian

Kualitatif menjadi desain dalam penelitian ini dengan sumber data diambil dari video-video yang diunggah pada kanal YouTube “Johannes Liong”. Lebih spesifiknya lagi, penelitian ini memilih tiga unggahan terbaru dari kanal “Johannes Liong” yang mengangkat tajuk, kelucu, dan konten seputar Ustad Abdul Somad (UAS) saat penelitian berlangsung.

Alasan pemilihan konten berisi UAS saja dikarenakan: *Pertama*, UAS merupakan sosok yang sangat populer dan familiar di Indonesia. Hal ini tentu akan bertalian dengan banyak kepentingan orang-orang, terutama muslim di Indonesia untuk mengetahui informasi-informasi seputar beliau. *Kedua*, konten-konten lainnya yang ada di sana tidak jauh berbeda konsep penyajiannya, sehingga menurut penulis mengambil beberapa kontennya saja sudah dapat mewakili sebagai sampel. *Ketiga*, kanal tersebut juga mengulas sangat banyak konten tentang sosok lainnya dan durasi dari setiap konten panjang serta banyak cuplikan-cuplikan video yang dikombinasikan di dalamnya. Oleh karenanya, melihat target penelitian yang dikehendaki dan dijadwalkan, penulis merasa tidak memiliki waktu yang cukup untuk meneliti semuanya, sehingga diperlukan batasan penelitian yang jelas, terukur, dan terwakili.

Sebagai pengetahuan, UAS merupakan dai kondang kelahiran Silo Lama, Asahan, Sumatera Utara, Indonesia pada 18 Mei 1977. Dai yang terkenal dengan gaya khas dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan penuh kejenakaan dan kritis (Qultum Media, 2018). Berdasarkan keterangan geotimes.co.id dalam Islami, dkk., (2020) nama UAS

semakin tersohor di publik karena ilmu dan kelugasannya dalam memberikan penjelasan di setiap tausiahnya.

Selain itu, UAS juga aktif membagikan video tausiahnya melalui YouTube. Kajian-kajiannya yang tajam dan atraktif membuat banyak orang suka dengan UAS. Ulasan yang cerdas dan lugas ditambah lagi dengan kepiawaian dalam menguntai kata menjadi sebuah retorika dakwah yang sangat apik, membuat tausiah UAS begitu mudah diserap dan dicerna oleh berbagai level masyarakat.

Teknik pengumpulan data di sini dilakukan melalui dokumentasi dan observasi. Sedang analisis data menggunakan *content analysis* sebagai pisau bedah, menelaah segala hal yang terdapat dalam kanal tersebut yang memiliki korelasi dengan objek yang hendak diketahui. Rahmat Kriyantono dalam Ahmad (2018) menyebutkan bahwa *content analysis* adalah teknik sistematis untuk menganalisis pesan atau suatu instrumen untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi terbuka dari komunikator yang dipilih. Sementara menurut Berelson & Kerlinger *content analysis* merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis dan objektif terhadap pesan yang tampak (Na'im, 2019). Artinya, penelitian ini hanya akan menganalisis pesan-pesan yang tampak saja, bukan *interpretative analysis* yang juga mengharuskan meneliti pesan-pesan tersembunyi atau pesan-pesan dengan makna tersirat.

Untuk melakukan analisis terhadap konten-konten pada kanal "Johannes Liong", penulis menggunakan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 pasal 3 dan Nomor 40 Tahun 1999 pasal 45A sebagai parameter, menilik implementasi hukum dan fungsi media massa pada kanal tersebut. Elemen yang nantinya akan dianalisis pada videonya adalah tajuk/deskripsi, keluku, isi pesan, cara/konsep/alur penyampaian pesan, makna pesan yang tampak, durasi, *like* yang diperoleh, jumlah komentar, dan intensitas tayangan. Tahapan analisis data yang dilakukan mengikuti konsep yang ditawarkan oleh Miles dan Huberman dalam Rijali (2019) yakni diawali dengan pemilahan data (*data reduction*), menyajikan/menampilkan data (*data display*), dan terakhir penarikan kesimpulan (*conclusion*).

3. Hasil dan Diskusi

Sebagai seorang yang gemar menonton berbagai konten yang ada di YouTube, beranda YouTube penulis pun sempat direkomendasi untuk menonton konten-konten dari kanal "Johannes Liong". Akhirnya, penulis pun mencoba menonton video yang disuguhkan tersebut. Semakin penulis tonton, maka semakin penulis merasa ada hal yang mengganjal dalam konten-konten tersebut mulai dari tajuk, keluku, dan isi videonya, sehingga penulis berinisiatif untuk meneliti konten-kontennya sebagai upaya responsif dan kritis. Berikut uraian rinci dari hasil analisis yang penulis lakukan mengikuti tahapan analisis data yang telah didesain.

3.1. Analisis Akun

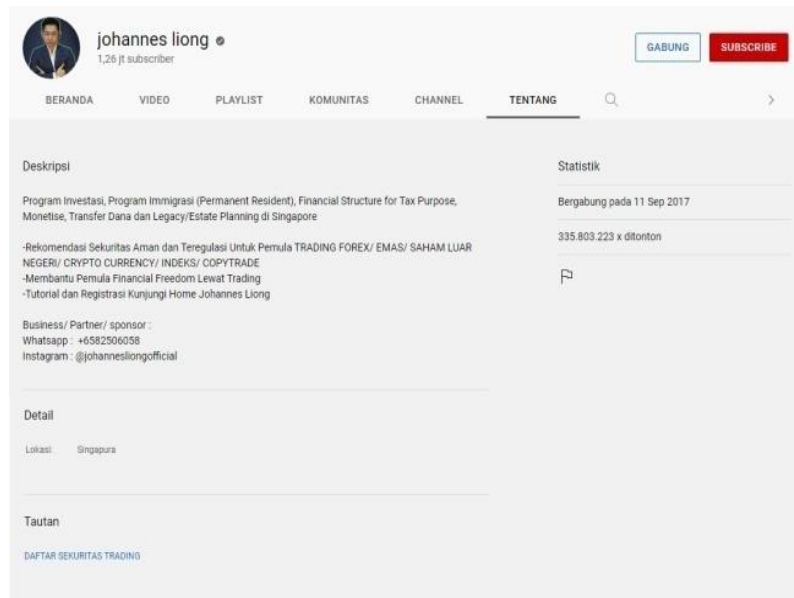
Pada bagian deskripsi kanal, "Johannes Liong" tidak memberikan gambaran apa-apa tentang arah kanalnya. Di sana hanya menampilkan iklan dengan bunyi:

"Program Investasi, Program Imigrasi (*Permanent Resident*), *Financial Structure for Tax Purpose*, *Monetise*, Transfer Dana dan *Legacy/Estate Planning* di Singapore".

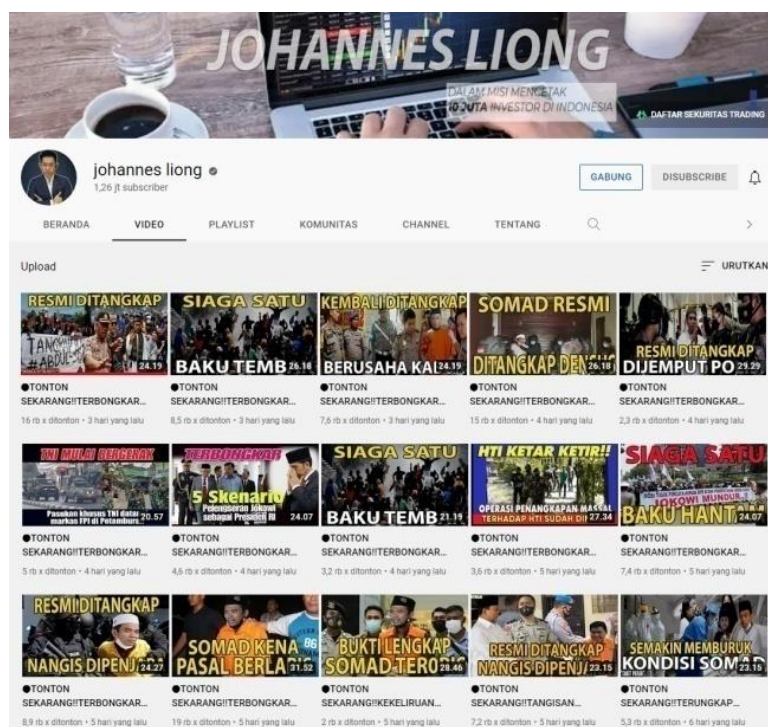
Selanjutnya, kanal tersebut juga membubuhkan iklan tentang beberapa hal lainnya seperti:

"Rekomendasi sekuritas aman dan teregulasi untuk pemula *Trading Forex/Emas/Saham Luar Negeri/Crypto Currency/Indeks/Copytrade*, membantu pemula *Financial Freedom* lewat *Trading*, dan Tutorial dan Registrasi Kunjungi *Home Johannes Liong*".

Dari hasil temuan di atas, maka diketahui bahwa kanal ini mengarah kepada aktivitas bisnis yang dijalankan. Jadi dapat disimpulkan, sedikit banyak tentu ada korelasi antara deskripsi kanal dengan konten di dalamnya.



Gambar 1. Akun YouTube “Johannes Liong”



Gambar 2. Tampilan dan konten di kanal YouTube “Johannes Liong”

3.2. Analisis Konten

3.2.1. Tajuk: Tonton sekarang!! Terbongkar Pemeriksaan Abdul Somad di Balik Mahfud MD, Ahok Bongkar Ulama Palsu.

Waktu: Publikasi (Selasa, 22 Maret 2022). Analisis (Rabu, 23 Maret 2022, 13.15 WIB).

Keterangan: Durasi video 24.18 menit. Ditonton 21.240 kali, disukai 141, dan dikomentari 69.

Keluku dan Isi Konten: Resmi Ditangkap.



Gambar 3. Tampilan keluku YouTube “Johannes Liong” dengan judul konten Resmi Ditangkap

Konten berisi kompilasi beberapa fragmen video diantaranya:

- a. Potongan video tanggapan Nofi Faryanto (Gus Arya) pada menit 0.00 – 0.23 tentang Saifuddin Ibrahim, pendeta yang minta Menag untuk menghapus 300 ayat Alquran yang menurut Saifuddin berisi ajaran radikal. Gus Arya berpendapat bahwa Saifuddin telah menistakan agama dan harus diproses;
- b. Menit 0.24 – 2.00 merupakan potongan video Saifuddin mengelak bahwa dia bukan menistakan agama, akan tetapi hanya meminta, “*kalau tidak ya sudah*”, pungkasnya. Selanjutnya Saifuddin juga meminta kepada Mahfud MD, Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan Indonesia agar terlebih dulu menangkap Abdul Somad, Felix Siau, dan Nandar yang menurutnya penista agama;
- c. Menit 2.01 – 2.20 berisi tanggapan Cholil Nafis, Ketua MUI Pusat bahwa Saifuddin harus diproses karena telah menistakan agama lain, agar menjadi pelajaran;
- d. Menit 2.21 – 2.54 berisi tanggapan Mahfud MD, Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan Indonesia terhadap Saifuddin, bahwa apa yang diminta oleh Saifuddin itu merupakan tindakan menistakan agama;
- e. Menit 2.55 – 3.26 berisi video Saifuddin meminta Menag jangan hanya mengatur suara azan, akan tetapi juga kurikulum madrasah. Kemudian menurut Saifuddin pesantren melahirkan kaum radikal. Dia juga meminta untuk dihapuskan 300 ayat

pada Alquran, serta meminta untuk orang yang jidatnya hitam dan celana cingkrang untuk tidak diangkat sebagai TNI, Polisi, dan ASN;

- f. Menit 3.27 – 4.05 berisi video tentang sejumlah orang yang menyatakan “Tunda Pemilu atau Percepat Tegakkan Khilafah”;
- g. Menit 4.06 – 4.35 berisi reaksi Novel Chaidir Hasan Bamukmin, seorang tokoh Front Pembela Islam (FPI) tentang Menag yang dianggap mempersamakan suara azan dengan gogongan anjing. Menurutnya, ini adalah penistaan agama;
- h. Menit 4.36 – 4.56 berisi potongan video reaksi UAS terhadap pernyataan Menag tentang persoalan azan;
- i. Menit 4.57 – 5.29 berisi respons Gus Nur (Sugi Noor Raharjo) terhadap pernyataan Menag tentang persoalan azan;
- j. Menit 5.30 – 5.41 berisi tanggapan Zein Assegaf alias Habib Kribo terhadap pernyataan “Tuhan Tidak Tuli”. Menurutnya, jika ada yang menyatakan seperti itu tidak masalah, akan tetapi jika Jenderal Dudung, Kepala Staf TNI Angkatan Darat (KSAD) mengatakan Tuhan kita orang Arab baru bermasalah;
- k. Menit 5.42 – 5.51 berisi potongan video Habib Rizieq yang sedang menyampaikan perihal pendapatnya tentang Pancasila, Yesus, dan Kuil;
- l. Menit 5.52 – 6.07 berisi potongan video UAS yang menyampaikan bahwa pada salib ada jin kafir;
- m. Menit 6.08 – 6.14 berisi penyampaian Ahok tentang salib sebagai lambang mulia bukan jin;
- n. Menit 6.15 – 6.24 berisi potongan video Quraisy Shihab yang menyampaikan bahwa Nabi Muhammad tidak dijamin masuk surga;
- o. Menit 6.25 – 6.27 berisi potongan video K.H. Abdul Syakur Yasin, MA (Buya Syakur) yang ditampilkan sedang berucap “Nabi Muhammad tidak dijamin masuk surge”;
- p. Menit 6.28 – 6.55 berisi potongan video Habib Kribo berpendapat Islam masih jauh dari kesempurnaan, jadi hindari tuduhan kafir kepada orang lain. Menurutnya, Arab jika tidak ada Kakbah maka tidak ada kehormatan. Arab bangsa yang tidak punya budaya dan tidak melahirkan intelektual. Selanjutnya, Habib Kribo juga mengatakan ia ingin muntah melihat Islam yang ada sekarang ini;
- q. Menit 6.56 – 7.20 berisi video Ahok menyampaikan bahwa tidak pernah mau mundur untuk menyampaikan kebenaran, keadilan, kejujuran, dan perikemanusiaan. Ahok akan menghadapi siapapun yang rasis dan dia tidak pernah menyesal telah menyampaikan pernyataannya tentang Surat Al-Maidah ayat 51 saat kunjungannya ke Kepulauan Seribu yang membuat dia dipenjara dengan kasus penistaan agama;
- r. Menit 7.21 – 8.01 Johannes Liong mengucapkan terima kasih kepada para penontonnya atas saran, like, dan kesetiaan sudah menonton konten-kontennya;

- s. Menit 8.01 – 17.20 berisi video versi panjang mengenai pendapat Gus Arya tentang Saifuddin Ibrahim;
- t. Menit 17.21 – 22.03 berisi video versi panjang Saifuddin yang menanggapi pernyataan Mahfud MD tentang permintaan Saifuddin untuk dihapus 300 ayat dari Alquran. Saifuddin bertanya kenapa permintaannya tersebut yang menanggapi malah Mahfud MD?;
- u. Menit 22.04 – 24.18 kembali berisi video Johannes Liong yang menyampaikan ucapan terima kasihnya kepada penonton yang sudah menonton, *subscribe*, dan menekan lonceng.

3.2.2. Tajuk: Tonton sekarang!! Terbongkar Penjemputan Abdul Somad di Balik Mahfud MD, Ahok Bongkar Ulama Palsu.

Waktu: Publikasi (Selasa, 22 Maret 2022). Analisis (Rabu, 23 Maret 2022, 17.00 WIB).

Keterangan: Durasi video 26.17 menit. Ditonton 17.271 kali, disukai 167, dan dikomentari sebanyak 104.

Keluku dan Isi Konten: Somad Resmi Ditangkap Densus.



Gambar 4. Tampilan keluku YouTube “Johannes Liong” dengan judul konten Somad Resmi Ditangkap Densus

Konten berisi kompilasi beberapa fragmen video diantaranya:

- a. Potongan video Saifuddin pada menit 0.00 – 1.37 yang tidak terima dikatakan sebagai penista agama oleh Mahfud MD;
- b. Menit 1.38 – 1.56 berisi tanggapan Cholil Nafis bahwa Saifuddin harus diproses karena telah menistakan agama lain agar memberikan pelajaran;
- c. Menit 1.57 – 2.30 berisi tanggapan Mahfud MD terhadap Saifuddin, bahwa apa yang diminta oleh Saifuddin merupakan tindakan menistakan agama;

- d. Menit 2.31 – 3.03 berisi video Saifuddin meminta Menag jangan hanya mengatur suara azan, akan tetapi juga kurikulum madrasah. Kemudian menurut Saifuddin pesantren melahirkan kaum radikal. Dia juga meminta untuk dihapuskan 300 ayat pada Alquran, serta meminta untuk orang yang jidatnya hitam dan celana cingkrang untuk tidak diangkat sebagai TNI, Polisi, dan ASN;
- e. Menit 3.04 – 3.41 berisi video tentang sejumlah orang yang menyatakan “Tunda Pemilu atau Percepat Tegakkan Khilafah”;
- f. Menit 3.42 – 4.11 berisi reaksi Novel Chaidir Hasan Bamukmin, seorang tokoh Front Pembela Islam tentang Menag yang dianggap mempersamakan suara azan dengan gogongan anjing. Menurutnya, ini adalah penistaan agama;
- g. Menit 4.12 – 4.32 berisi potongan video reaksi UAS terhadap pernyataan Menag tentang persoalan azan;
- h. Menit 4.33 – 5.05 berisi respons Gus Nur terhadap pernyataan Menag tentang persoalan azan;
- i. Menit 5.06 – 5.17 berisi tanggapan Habib Kribo terhadap pernyataan “Tuhan Tidak Tuli”. Menurutnya, jika ada yang menyatakan seperti itu tidak masalah, akan tetapi jika Jenderal Dudung, Kepala Staf TNI Angkatan Darat (KSAD) mengatakan Tuhan kita orang Arab baru bermasalah;
- j. Menit 5.18 – 5.28 berisi potongan video Habib Rizieq yang sedang menyampaikan perihal pendapatnya tentang Pancasila, Yesus, dan Kuil;
- k. Menit 5.29 – 5.44 berisi potongan video UAS yang menyampaikan bahwa pada salib ada jin kafir;
- l. Menit 5.45 – 5.50 berisi penyampaian Ahok tentang salib sebagai lambang mulia bukan jin;
- m. Menit 5.51 – 6.00 berisi potongan video Quraisy Shihab yang menyampaikan bahwa Nabi Muhammad tidak dijamin masuk surga;
- n. Menit 6.01 – 6.03 berisi potongan video Buya Syakur yang ditampilkan sedang berucap Nabi Muhammad tidak dijamin masuk surga;
- o. Menit 6.04 – 6.32 berisi potongan video Habib Kribo berpendapat Islam masih jauh dari kesempurnaan, jadi hindari tuduhan kafir kepada orang lain. Menurutnya, Arab jika tidak ada Kakbah maka tidak ada kehormatan. Arab bangsa yang tidak punya budaya dan tidak melahirkan intelektual. Selanjutnya, Habib Kribo juga mengatakan ia ingin muntah melihat Islam yang ada sekarang ini;
- p. Menit 6.33 – 6.56 berisi video Ahok menyampaikan bahwa tidak pernah mau mundur untuk menyampaikan kebenaran, keadilan, kejujuran, dan perikemanusiaan. Ahok akan menghadapi siapapun yang rasis dan dia tidak pernah menyesal telah menyampaikan pernyataannya tentang Surat Al-Maidah ayat 51 saat kunjungannya ke Kepulauan Seribu yang membuat dia dipenjara dengan kasus penistaan agama;

- q. Menit 6.57 – 7.38 Johannes Liong mengucapkan terima kasih kepada para penontonnya atas saran, like, dan kesetiaan sudah menonton konten-kontennya;
- r. Menit 7.39 - 24.03 berisi video versi panjang Saifuddin yang menanggapi pernyataan Mahfud MD tentang permintaan Saifuddin untuk dihapus 300 ayat dari Alquran. Saifuddin bertanya kenapa permintaannya tersebut yang menanggapi malah Mahfud MD bukan Kemenag, dan serentetan pernyataan Saifuddin lainnya;
- s. Menit 24.04 – 26.17 kembali berisi video Johannes Liong yang menyampaikan ucapan terima kasihnya kepada penonton yang sudah menonton, *subscribe*, dan menekan lonceng.

3.2.3. Tajuk: Tonton sekarang!! Terbongkar Penjara Abdul Somad di Balik Mahfud MD, Ahok Bongkar Ulama Palsu.

Waktu: Publikasi (Senin, 21 Maret 2022). Analisis (Rabu, 23 Maret 2022, 17.00 WIB).

Keterangan: Durasi video 29.28 menit. Ditonton 2.313 kali, disukai 25, dan dikomentari sebanyak 10.

Keluku dan Isi Konten: Resmi Ditangkap Dijemput Polisi.



Gambar 5. Tampilan keluku YouTube “Johannes Liong” dengan judul konten Resmi Ditangkap Dijemput Polisi

Konten berisi kompilasi beberapa fragmen video diantaranya:

- a. Potongan video menit 0.00 – 1.02 berisi tentang sejumlah orang yang menyatakan sikap “Tunda Pemilu atau Percepat Tegakkan Khilafah?”;
- b. Menit 1.03 – 2.29 berisi video seseorang yang tidak penulis ketahui namanya memberikan tanggapan menyangkut keputusan Menag yaitu Yaqut Cholil Qoumas persoalan label halal. Menurutnya, kelompok “*kadrin-kadrin keparat*” akan kecewa atas

keputusan Menag ini. Dia juga meminta tidak hanya label halal yang dicabut otoritasnya dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) akan tetapi juga MUI nya sekalian dihapuskan dari NKRI;

- c. Menit 2.30 – 2.44 berisi video seorang gadis yang diperlihatkan sedang menggunakan air yang dalam video tersebut dijelaskan sedang berwudu dengan cara yang salah saat aksi 212 demo Menag;
- d. Menit 2.45 – 3.15 menampilkan ibu-ibu sedang melakukan aksi demo terhadap Menag atas persoalan suara azan yang menurutnya disamakan oleh Menag dengan suara anjing. Ini tentunya menyakiti hati umat muslim di Indonesia, jelasnya. Selanjutnya, dia juga meminta Jokowi untuk turun dari jabatan;
- e. Menit 3.16 – 3.58 berisi tanggapan Habib Kribo terhadap demo mengenai suara azan yang dianggap disamakan dengan suara anjing. Menurut Habib Kribo, para pendemo tidak perlu mengurus soal Tuhan, urusi diri sendiri saja dulu. Kemudian dia juga mengatakan andaikata dirinya seorang nonmuslim melihat Islam gerombolannya Habib Rizieq maka dia akan jijik untuk masuk Islam karena melihat aksi demo yang dia anggap sebagai demo bayaran;
- f. Menit 3.59 – 4.18 berisi video sejumlah orang yang menerangkan bahwa umat kristiani selama ini tidak pernah terganggu dengan suara azan. Jika terganggu, maka jangan tinggal di dekat masjid, tegasnya;
- g. Menit 4.19 – 4.39 berisi aksi demo sejumlah orang yang menyampaikan bahwa umat Islam harus semakin kencang menyuarakan azan dan menolak keputusan Menag soal pemberlakuan peraturan toa masjid;
- h. Menit 4.40 – 4.55 berisi himbauan Jenderal Dudung untuk tidak memilih penceramah radikal yang akan membuat pemahaman-pemahaman tidak bagus sampai ke dalam keluarga;
- i. Menit 4.56 – 5.26 berisi himbauan Joko Widodo, Presiden Indonesia kepada TNI dan Polisi untuk tidak mengundang penceramah yang radikal. Bila mengundang ceramah harus dikoordinir oleh Kesatuan;
- j. Menit 5.27 – 5.55 berisi reaksi Novel Chaidir Hasan Bamukmin, seorang tokoh Front Pembela Islam tentang Menag yang dianggap mempersamakan suara azan dengan gogongan anjing. Menurutnya, ini adalah penistaan agama;
- k. Menit 5.56 – 6.16 berisi potongan video reaksi UAS terhadap pernyataan Menag tentang persoalan azan;
- l. Menit 6.17 – 6.49 berisi respons Gus Nur (Sugi Noor Raharjo) terhadap pernyataan Menag tentang persoalan azan;
- m. Menit 6.50 – 7.01 berisi tanggapan Habib Kribo terhadap pernyataan “Tuhan Tidak Tuli”. Menurutnya, jika ada yang menyatakan seperti itu tidak masalah, akan tetapi jika Jenderal Dudung mengatakan Tuhan kita orang Arab baru bermasalah;

- n. Menit 7.02 – 7.12 berisi potongan video Habib Rizieq yang sedang menyampaikan perihal pendapatnya tentang Pancasila, Yesus, dan Kuil;
- o. Menit 7.13 – 7.28 berisi potongan video UAS yang menyampaikan bahwa pada salib ada jin kafir;
- p. Menit 7.29 – 7.34 berisi penyampaian Ahok tentang salib sebagai lambang mulia bukan jin;
- q. Menit 7.35 – 7.44 berisi potongan video Quraisy Shihab yang menyampaikan bahwa Nabi Muhammad tidak dijamin masuk surga;
- r. Menit 7.45 – 7.47 berisi potongan video Buya Syakur yang ditampilkan sedang berucap Nabi Muhammad tidak dijamin masuk surga;
- s. Menit 7.48 – 8.16 berisi potongan video Habib Kribo berpendapat Islam masih jauh dari kesempurnaan, jadi hindari tuduhan kafir kepada orang lain. Menurutnya, Arab jika tidak ada Kakbah maka tidak ada kehormatan. Arab bangsa yang tidak punya budaya dan tidak melahirkan intelektual. Selanjutnya, Habib Kribo juga mengatakan ia ingin muntah melihat Islam yang ada sekarang ini;
- t. Menit 8.17 – 8.40 berisi video Ahok menyampaikan bahwa tidak pernah mau mundur untuk menyampaikan kebenaran, keadilan, kejujuran, dan perikemanusiaan. Ahok akan menghadapi siapapun yang rasis dan dia tidak pernah menyesal telah menyampaikan pernyataannya tentang Surat Al-Maidah ayat 51 saat kunjungannya ke Kepulauan Seribu yang membuat dia dipenjara dengan kasus penistaan agama;
- u. Menit 8.41 – 9.22 Johannes Liong mengucapkan terima kasih kepada para penontonnya atas saran, like, dan kesetiaan sudah menonton konten-kontennya;
- v. Menit 9.23 – 22.50 berisi video versi panjangnya tentang sejumlah orang yang menyatakan “Tunda Pemilu atau Percepat Tegakkan Khilafah”;
- w. Menit 22.51 – 27.14 berisi video versi panjangnya tentang seseorang yang tidak penulis ketahui namanya memberikan tanggapan menyangkut keputusan Menag yaitu Yaqut Cholil Qoumas persoalan label halal. Menurutnya, kelompok “*kadrun-kadrun keparat*” akan kecewa atas keputusan Menag ini. Dia juga meminta tidak hanya label halal yang dicabut otoritasnya dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) akan tetapi juga MUI nya sekalian dihapuskan dari NKRI;
- x. Menit 27.15 – 29.28 kembali berisi video Johannes Liong yang menyampaikan ucapan terima kasihnya kepada penonton yang sudah menonton, *subscribe*, dan menekan lonceng.

Setelah serangkaian analisis terhadap konten “Johannes Liong” dilakukan, maka dapat penulis paparkan beberapa temuan disertai pembahasan sebagai berikut:

- a. Dari ketiga konten yang dianalisis, faktanya tidak ada satu pun isi video ditemukan memiliki korelasi dengan tajuk dan kelucu yang ditampilkan. Pada konten pertama misalkan, di kelukunya ditulis “Resmi Ditangkap” dengan mengusung gambar UAS dikelilingi oleh Polisi sebagai pendukung. Melihat kelucu seperti ini tentu kita akan

menangkap makna bahwa UAS lah yang dimaksud resmi telah ditangkap tersebut. Namun nyatanya, setelah penulis telusuri dan analisis lebih jauh tidak ada satu cuplikan pun dari isi videonya yang penulis temukan atau menerangkan UAS ditangkap. Bahkan faktanya sampai hari ini Ustad Abdul Somad tidak pernah ditangkap oleh Polisi maupun Densus. Tindakan ini merupakan praktik *clickbait* yang penuh sensasional, bahkan juga mengarah kepada hoaks dan penyesatan publik. Jadi dapat disimpulkan konten-kontennya terlalu mengeksploitasi tajuk dan keluku secara tidak wajar. Hal ini dapat merugikan penonton dan menguntungkan pembuat konten semata. Nahasnya lagi, praktik ini tidak hanya didapati pada satu tajuk dan keluku kontennya saja, akan tetapi dominan tajuk dan kelukunya mengandung *clickbait*. Artinya, ada kesengajaan yang ditampilkan dengan membuat tajuk dan keluku penuh sensasional demi mengaut perhatian penonton untuk mencapai angka tayang, sehingga memperoleh iklan dan bayaran.

- b. Jika diamati dengan saksama, maka kentara bahwa tajuk yang selalu digunakan kanal ini semuanya hampir sama, paling pada kata-kata tertentu saja yang sedikit diubah serta tulisan dan gambar pada kelukunya saja yang berbeda. Contoh tajuk pada sampel video pertama “Tonton sekarang!! Terbongkar Pemeriksaan Abdul Somad di Balik Mahfud MD, Ahok Bongkar Ulama Palsu”, tajuk pada sampel video kedua “Tonton sekarang!! Terbongkar Penjemputan Abdul Somad di Balik Mahfud MD, Ahok Bongkar Ulama Palsu”, dan tajuk pada sampel video ketiga “Tonton sekarang!! Terbongkar Penjara Abdul Somad di Balik Mahfud MD, Ahok Bongkar Ulama Palsu”, maka dapat kita lihat tajuk pada ketiga video tersebut nyaris sama yang berbeda hanya pada kata “Pemeriksaan, Penjemputan, dan Penjara”.
- c. Beberapa foto pada kelukunya terlihat jelas editannya bagi yang memiliki pengetahuan desain grafis mumpuni. Hal ini dilakukan sipembuat konten tentu agar terlihat sinkron antara tajuk dengan kelukunya guna menyakinkan penonton untuk mengklik dan pada akhirnya menonton karena penasaran atau hanya untuk memastikan isi konten.
- d. Ihwal yang diangkat dalam kontennya menyangkut tokoh-tokoh publik populer di Indonesia yang memiliki relevansi kuat dengan masyarakat untuk kebutuhan informasi tentangnya. Juga menyangkut ihwal yang sedang menjadi buah bibir banyak orang baik pro maupun kontra. Kanal ini mampu membaca pasar bahwa konten-konten tentang sosok tertentu dan ihwal yang sedang hangat diperbincangkan publik memiliki pengaruh besar dan nilai jual fantastis untuk menjaring mata menontonya, salah satunya Ustad Abdul Somad yang juga termasuk bahan dalam konten tersebut.
- e. Banyak kontennya merupakan hasil kombinasi dari beberapa potongan video. Dikhawatirkan konsep konten seperti ini akan membuat penonton jadi multitafsir karena potongan bagian tertentu yang tidak tepat dan pesan akhirnya tidak utuh diterima, sehingga bisa terjadi *misunderstand*. Contohnya video Buya Syakur dalam konten “Johannes Liong” yang ditampilkan sedang berucap “Nabi Muhammad tidak dijamin masuk surga”. Kita belum dapat memastikan konteks Buya Syakur menyampaikan seperti itu sebenarnya bagaimana. Jangan-jangan, sebelum atau

sesudah video tersebut sebenarnya ada penjelasan lagi, namun karena dipotong akhirnya pesannya tidak utuh ditangkap khalayak sehingga bisa beralih arti.

- f. Antara konten satu dengan lainnya isinya sama, hanya saja posisi potongan video di dalamnya saja yang diacak-acak, sehingga penulis pun merasa cukup hanya mengambil tiga judul sebagai sampel agar tidak mubazir waktu, tenaga, pikiran, dan pengeluaran. Hebatnya, sekalipun konten-kontennya memiliki isi yang cenderung sama, akan tetapi angka penontonnya tetap tinggi. Tentunya ini ada kaitan dengan konsep *clickbait* yang dimainkan.
- g. Kanal ini didapati telah terkoneksi ke *Google Adsense* untuk memperoleh bayaran dari hasil tayangannya, salah satu tandanya adalah telah muncul tayangan iklan pada kontennya yang ditonton.
- h. Intensitas eksposnya di sana juga terlihat rutin dan sering. Tiap hari kita bisa melihat ekspos tayangan terbarunya, serta dalam sehari kanal ini mampu mengekspos lebih dari dua konten. Bahkan dalam sehari ada yang sampai tujuh konten diekspos di sana, begitu getolnya kanal ini menjaga frekuensi tayangannya.
- i. Pada akhirnya, dapat disimpulkan bahwa kanal YouTube “Johannes Liong” belum mampu memenuhi tuntunan UU Pers/Media Massa untuk menjadi media informasi dan edukasi karena telah menarik minat penonton dengan cara memanipulasi tajuk dan kelucu kontennya. Kemudian juga melangkahi UU ITE, tepatnya pasal 45A poin 1 tentang larangan menyebarkan informasi bohong dan menyesatkan yang merugikan orang lain karena tajuk, kelucu, dan isi videonya tidak ada relevansi sama sekali. Artinya, penonton telah ditipu secara sengaja dan terstruktur.
- j. Apabila praktik-praktik seperti ini dibiarkan maka dikhawatirkan akan ada banyak orang mencoba dan mengikuti mencari peruntungan dengan cara seperti itu karena dianggap efektif dan tidak ada yang memperlmasalahkannya. ‘Mengais’ rezeki dan berkreasi melalui cara yang tidak baik dengan membohongi dan merugikan orang lain tentu tidak dapat dibenarkan. Menurut penulis, semua orang setuju dengan itu.

4. Kesimpulan

Dari pembahasan panjang di atas maka dapat ditarik ‘benang merah’ bahwa fenomena *clickbait* banyak terjadi dan sering ditemui saat ini, salah satu contohnya kanal YouTube “Johannes Liong”, maka penting bagi kita memiliki kepedulian untuk sama-sama menolak praktik tersebut. Beberapa pertimbangannya adalah praktik *clickbait* dapat merugikan penonton karena tertipu dengan tajuk dan kelucu sensasional yang menggugah rasa ingin tahu lebih lanjut, sehingga akan menyia-nyiakan waktu penonton dan membuat kesal karena tidak menemukan isi video yang dicari sebagaimana tajuk dan kelucu yang ditampilkan. Selanjutnya, tajuk dan kelucu dengan konsep *clickbait* juga mampu memunculkan dampak negatif lainnya seperti memprovokasi dan sebagainya.

Tajuk dan kelucu yang tidak ada korelasi dengan isi video dapat menabur informasi keliru di masyarakat yang berakibat pada banjirnya informasi-informasi yang tidak valid, membuat kegaduhan, dan dapat menyulut konflik. Terlebih lagi bagi mereka yang tidak menonton isi kontennya atau yang menonton tetapi tidak tuntas sampai akhir, maka akan sangat mungkin terjadi *misinformation*. Penggunaan tajuk dan kelucu dengan konsep *clickbait* juga dapat membentuk pemikiran tertentu sesuai dengan arah dan konotasi yang dikehendaki para *content creator*.

Besar harapan penulis, semoga banyak masyarakat terlibat dan ikut mencari peruntungan di YouTube, hanya saja jangan lupakan bahwa kita punya tugas bersama untuk mengedukasi dan menyampaikan hal faktual. Bukan malah sebaliknya, hanya atas dasar keuntungan diri semata, sehingga mengabaikan etika dan moral dengan menyebarkan informasi-informasi keliru yang menyesatkan. Media sebagaimana lazimnya diibaratkan seperti pisau bermata dua, maka setidaknya mata yang dapat mengupas kebaikan dan manfaatlh yang lebih diasah dan banyak digunakan.

Referensi

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (*Content analysis*). *Research Gate*, 5(9), 1-20.
- Ananda, Z. F., & Mulyadi, M. (2020). Interjeksi Clickbait Headline pada YouTube “Malam Malam Net”: Sebuah Kajian Semantik. *Pujangga*, 6(1), 62-74.
- Anggraini, I. (2020). Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(1), 30-42.
- Anggreswari, N. P. Y., & Isnaeni, S. N. (2020). Analisis Fungsi Media Massa Dalam Channel YouTube “Loloan Project”. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 238-252.
- Ardiansyah, M. Z. (2016). “Pesan-Pesan Dakwah melalui Buku (Analisi Content Pesan Moral dan Dakwah Pada Buku dari Puncak Andalusia)”. *Skripsi*, Universitas Islam Bandung.
- Arofah, K. (2015). YouTube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 111-123.
- Corbuzier D. (2018). *YouTube for Dummies*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, hal. 2-15.
- Habibie, D. K. (2018). “Dwi Fungsi Media Massa”. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 7(2), hal. 79-86.
- Helianthusonfri, J. (2016). *YouTube Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hidayati, N. (2015). Analisis Pragmatik Kritis Keberpihakan Penulis Berita Dilihat dari Tajuk Berita “Tragedi Pembantaian Salim Kancil” Di berbagai Surat Kabar. *Prosiding Prasasti*, 228-232.
- Islami, S. H., Agustina, L., & Rohman, M. F. (2020). Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial YouTube. *TSAQILA*, 1(1), 44-59.
- Kominfo, “Salinan – Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia”. Diakses Minggu, 6 Maret 2022 melalui <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/users/4761/UU%2019%20Tahun%202016.pdf>.
- Lie, G., Moeljadi, D., & Hendrick. J. S. (2018). Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima. Aplikasi Luring Resmi Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Na'im, R. (2019). “Analisis Isi Pesan Dakwah Iman, Islam Dan Ihsan Dalam Film Munafik 2”. *Skripsi*, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

QultumMedia, T. R. (2018). *Ustadz Abdul Somad: Da'i Berjuta Followers*. Jakarta Selatan: Qultum Media.

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.

Sandi, S., & Ayuni, R. D. (2018). Tren Umpan Klik di Media Daring: Keselarasan Antara Judul dan Isi Berita. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).

Santosa, B. A. (2017). "Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik". *Jurnal Aspikom*, Vol. 3(2), hal. 199-214.

Surbakti, D. (2016). "Peran dan Fungsi Pers Menurut Undang-Undang Pers Tahun 1999 serta Perkembangannya". *Jurnal Hukum PRIORIS*, Vol. 5(1), hal. 77-86.

Syafieq, A. (2018). Penggunaan Umpan Klik pada Judul Berita untuk Menarik Minat Pembaca. *uniska*.

Wardani, I. N., Ningsih, M., & Dewi, R. Z. (2021). Penggunaan *Clickbait Headline* pada Portal Berita Tribunnews.com. *PAWITRA KOMUNIKA: Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora*, 2(1), 28-43.

Wibowo, K. A. T., & Muzakki, M. H. N. (2021). Optimalisasi YouTube untuk Mendapatkan Konsumen Loyal. *Jurnal Informatika*, 10(1), 39-43.
