

ABSTRAK

DAYA TARIK KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE* PADA KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

**Arif Nurachman
2015240037**

(x + 5BAB + 90 Halaman + 18 Lampiran + 34 Bibl (2000-2016)

Daya tarik dalam berdakwah melalui media sosial *YouTube* memerlukan strategi dalam berkomunikasi terutama pada kalangan anak muda (mahasiswa). Ustadz Abdul Somad, merupakan salah satu ustadz yang kini cukup terkenal di semua kalangan baik orang tua, pemuda, maupun remaja. Yang menjadi permasalahan bagaimana Daya Tarik Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui Media Sosial *YouTube* mampu untuk menarik perhatian banyak khalayak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Daya Tarik Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Sosial *YouTube* pada Kalangan Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta. Berisi tentang Frekuensi Menonton, Daya Tarik Da'i, dan Daya Tarik Penyampaian Pesan Ustadz Abdul Somad dalam Berdakwah.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Jarum Hipodermik mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera, dan langsung yang sejalan dengan pengertian “perangsang tanggapan (stimulus-response)” yang mulai dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sahid Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 96 mahasiswa. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Sosial *YouTube* pada Kalangan Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta dikategorikan Sangat Tertarik (Tinggi) dengan presentase sebesar 53,1%.

Kata Kunci: *Daya Tarik, Komunikasi Dakwah, Media Sosial YouTube*

