

**MODEL KOMUNIKASI KELUARGA ATTA HALILINTAR
DALAM MENCIPTAKAN KELUARGA SAKINAH
MAWADDAH WARAHMAH
(Studi Pada Channel Youtube Atta Halilintar Konten-Konten Kekeluargaan)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

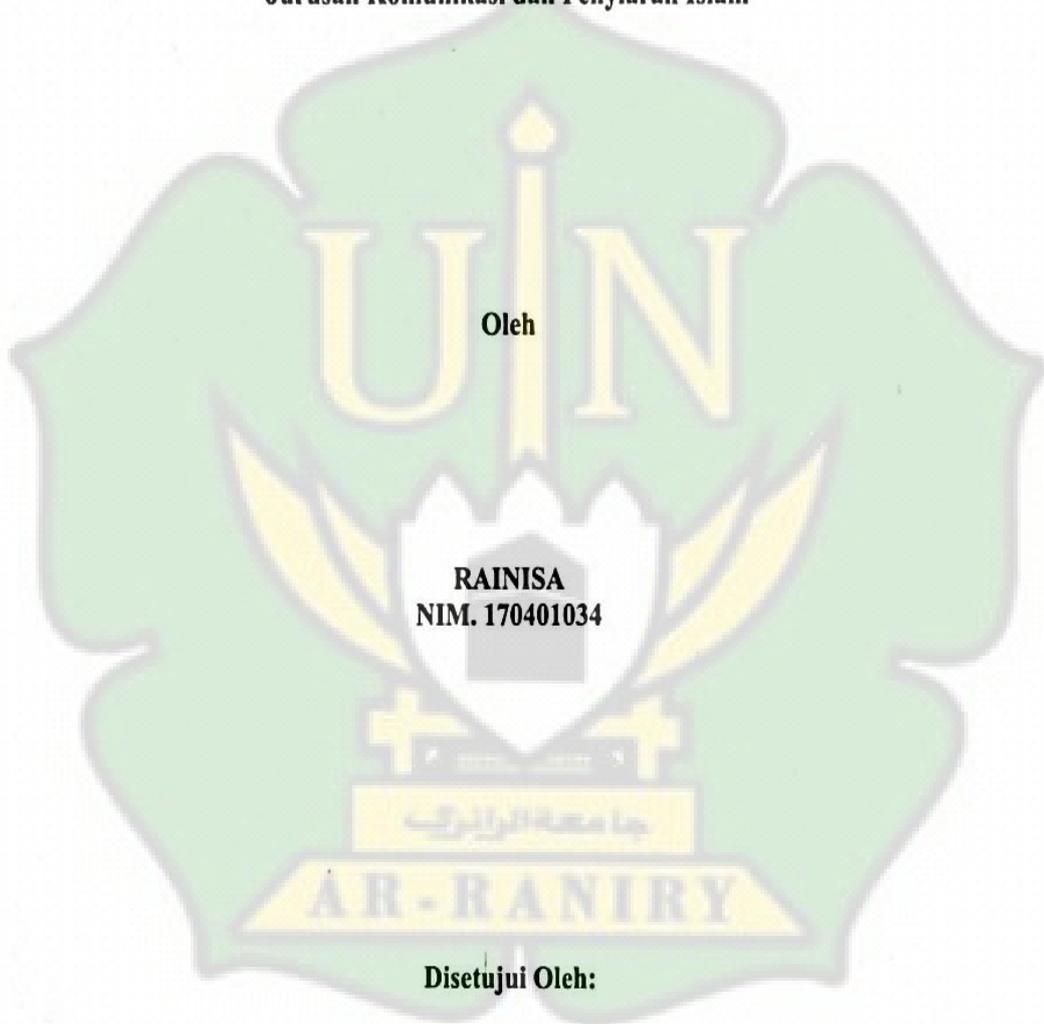
**RAINISA
NIM. 170401034
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1442 H / 2022 M**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

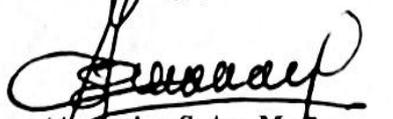


Oleh

**RAINISA
NIM. 170401034**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,


Almahuniza, S. Ag., M. Ag.
NIP. 197409092007102001

Pembimbing II,


Syahril Furqany, S. I. Kom, M.I. Kom
NIP. 198904282019031011

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

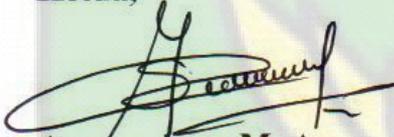
Diajukan Oleh

**RAINISA
NIM. 170401034**

Selasa, 19 Juli 2022

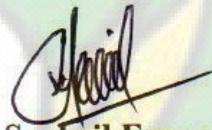
**Di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

Ketua,



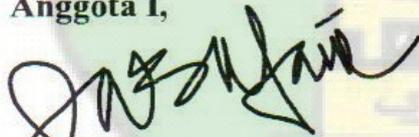
**Asmaunizar, M. Ag
NIP. 197409092007102001**

Sekretaris,



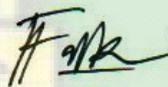
**Syahril Furqany, M. I. Kom
NIP. 198904282019031011**

Anggota I,



**Dr. Jasafat, M. A
NIP. 19631231 199402 1001**

Anggota II,



**Fitri Meliya Sari, M. I. Kom.
NIP. 199006112020122015**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**

S



**Dr. Akhri S Sos., MA
NIP. 196412291998031001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Rainisa

NIM : 170401034

Jenjang : Strata Satu (S1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 21 Januari 2021

Yang Menyatakan,



Raimisa

NIM. 17040103

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu, Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi kewajiban studi untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **“Model Komunikasi Keluarga Atta Halilintar Dalam Menciptakan Keluarga Sakinah Mawaddah warahmah (Studi Pada Channel Youtube Atta Halilintar Konten-Konten Kekeluargaan)”** dengan baik dan lancar. Shalawat dan salam selalu tercurah pada uswah khasanah kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya kelak di hari kiamat.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang teristimewa, kepada Ibunda Nur Hasanah (Almh) dan Ayahanda Hasballah (Alm), serta Kakak Fika Raujia S.Pd.I selaku keluarga yang telah memberikan segala macam fasilitas, kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, dukungan, doa dan nasehatnya. Terima kasih atas segala yang diberikan kepada penulis.
2. Dr. Fakhri S.Sos, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Drs. Yusri M.Lis selaku Wakil Dekan I, Zainuddin T. M.Si. selaku

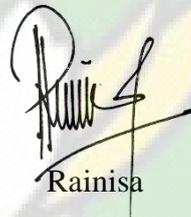
Wakil Dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Azman, M.I. Kom. dan Sekretaris Prodi Ibu Hanifah, S.Sos. I., M. Ag.

3. Pembimbing I Ibu Asmaunizar, M. Ag yang telah memberikan semangat dan bimbingan dengan sangat baik kepada penulis. Bapak Syahril Furqany, M. I. Kom. Sebagai pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sangat baik kepada penulis.
4. Drs. Baharuddin. M.SI selaku penasihat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat bagi penulis selama proses perkuliahan dan bimbingan proposal skrip
5. Bapak Drs. Syukri Syamaun, M. Ag. (Penguji Komprehensif Pengetahuan Agama). Ibu Dra. Muhsinah, M. Ag. (Penguji Komprehensif Pengetahuan Umum). Syahril Furqany, S. I. Kom., M.I.Kom. (Penguji Komprehensif Materi Keahlian).
6. Hormat dan Terimakasih saya juga kepada Bapak Dr. Jasafat, M.A dan Ibu Fitri Meliya Sari, S. I. Kom., M. I. Kom selaku pengji saya.
7. Para dosen dan asisten dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Sahabat seperjuangan dan kepada teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017.

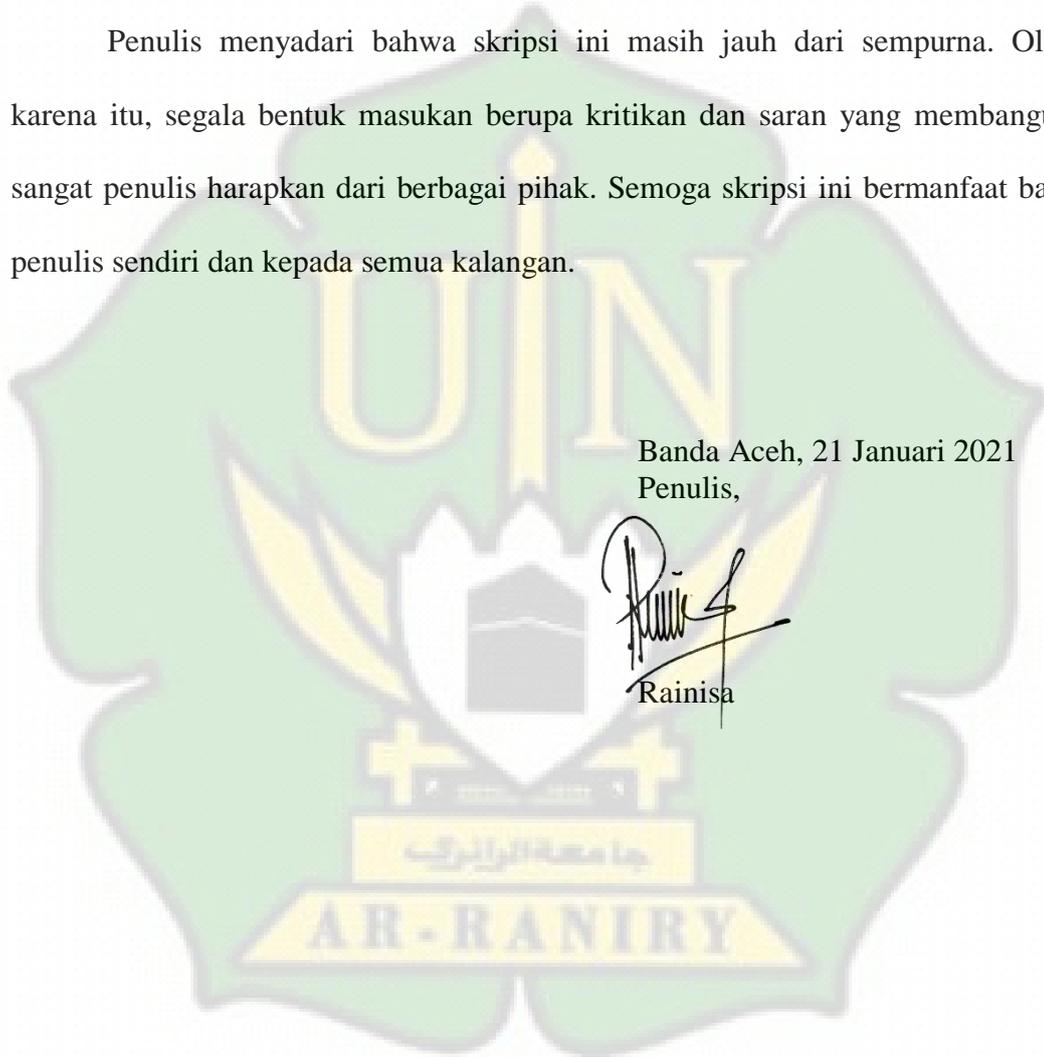
9. Kepada teman-teman yang telah setia menjadi subjek penelitian dan meluangkan waktu untuk menjadi informan dalam penelitian.
10. Terakhir untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua kalangan.

Banda Aceh, 21 Januari 2021
Penulis,



Rainisa



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Definisi Operasional.....	12
1. Definisi Model Komunikasi Keluarga.....	13
2. Atta Halilintar.....	13
3. Youtube.....	14
F. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	17
A. Kerangka Teoritik.....	17
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	17
2. Media Baru.....	20
3. Media sosial.....	23
3. Definisi model komunikasi keluarga.....	25
4. Youtube.....	27
5. Teori Use and Gratification.....	30
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Rancangan Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Sumber Data.....	38
1. Sumber Data Primer.....	38
2. Sumber Data Sekunder.....	38
D. Prosedur Pengumpulan Data.....	39
1. Dokumentasi.....	39
2. Studi Pustaka.....	40
E. Teknik Analisis Data.....	40
1. Unit fisik.....	41
2. Unit sintaksis.....	42
3. Unit referensial.....	42
4. Unit proporsional.....	43
5. Unit tematik.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	49
1. Akun Youtube Atta Halilintar (AH).....	52
B. Penyajian Data	53
C. Analisis Data	54
1. Analisis Unit Fisik.....	55
2. Analisis Unit Sintaksis	57
3. Unit Analisis Referensial.....	60
4. Unit Analisis Proposisional	61
5. Unit Analisis Tematik.....	63
D. Analisis dan Pembahasan.....	64
1. Bagaimana model komunikasi dalam keluarga Atta Halilintar.....	65
2. Bagaimana komunikasi keluarga Bahagia dalam konten youtube Atta Halilintar.....	66
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77

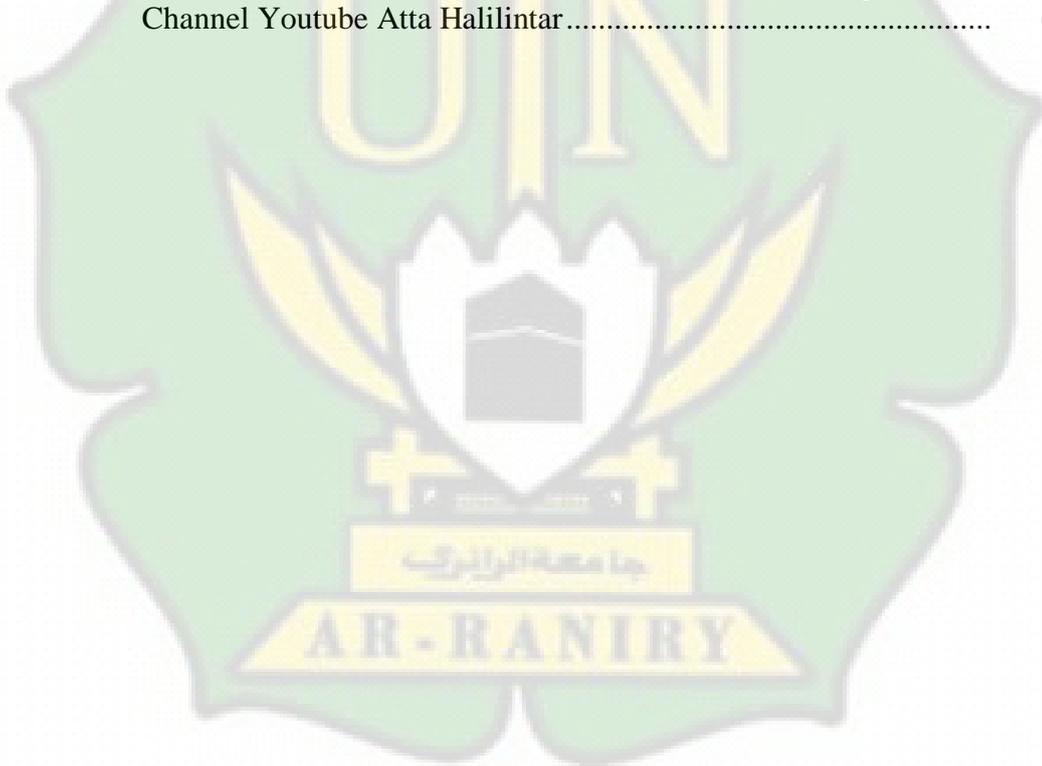
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Foto Channel Youtube Atta Halilintar	49
Gambar 4.2 Foto Salah Satu Konten Atta Halilintar	51
Gambar 4.3 Foto Konten Atta Hailintar.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populai dan Sampel Konten Yang Ada Dalam Channel Youtube Atta Halilintar	37
Tabel 4.1 Sampel Penelitian Konten Yang Ada Dalam Channel Youtube Atta Halilintar	54
Tabel 4.2 Analisis Unit Fisik Pada video Channel Youtube Atta Halilintar ...	58
Tabel 4.3 Analisis unit Sintaksis Berdasarkan Kosakata pada Vidio Postingan Channel Youtube Atta Halilintar	60
Tabel 4.4 Analisis unit Referensial Berdasarkan Kategori Pada Postingan Video Channel Youtube Atta Halilintar	64
Tabel 4.5 Analisis unit Propositional Berdasarkan Kalimat Dan Kata Pada Postingan Video Channel Youtube Atta Halilintar	66
Tabel 4.6 Analisis Unit Tematik Berdasarkan Tema Pada Postingan Video Channel Youtube Atta Halilintar	68



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Sampel Channel Youtube Atta Halilintar(AH) Priode Juli 2021-
September 2021
- Lampiran 2 : Sampel Postingan Vidio Pada Channel Youtube Atta Halilintar
Priode Juli 2021- September 2021
- Lampiran 3 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Ar- Raniry Banda Aceh tentang Pembimbing Skripsi
- Lampiran 4 : Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Nama : Rainisa
NIM : 170401034
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Model Komunikasi Keluarga Atta Halilintar Dalam Menciptakan Keluarga Sakinah Mawaddah Warahmah
Tebal Halaman : 80
Pembimbing I : Asmaunizar, S. Ag., M. Ag.
Pembimbing II : Syahril Furqany, S. I. Kom., M. I. Kom.

Komunikasi keluarga merupakan aktivitas anggota keluarga dalam menciptakan keharmonisan berumah tangga. Keluarga bertujuan untuk mencapai kesamaan pengertian melalui pola-pola komunikasi yang sesuai dalam mengungkap suka dan duka. Syaiful Bahri Djamarah menjelaskan, pola komunikasi orang tua dan anak dalam keluarga menentukan arah yang ingin dituju oleh keluarga tersebut. Komunikasi keluarga sangat diperlukan oleh anggota keluarga guna menghindari munculnya perbedaan terhadap anggota keluarga yang berpengaruh terhadap penilaian dan sikap anggota keluarga. Tujuan penelitian ini adalah menelaah model komunikasi keluarga bahagia menurut Atta Halilintar dalam video konten *youtube*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif guna mengungkap data secara mendalam melalui analisis isi yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi video konten *youtube* Atta Halilintar guna mengidentifikasi secara sistematis, objektif, valid, reliabel dan dapat direplikasi. Hasil dari penelitian ini Atta Halilintar menggunakan komunikasi keluarga dengan cara menerapkan unsur hidup rukun, simpati dan juga kasih sayang, untuk mewujudkan keluarga yang Sakinah mawaddah warahmah dengan melakukan komunikasi yang intens dengan melibatkan unsur-unsur tersebut. Dapat dilihat bahwa dalam setiap postingan Atta menggunakan komunikasi yang baik hingga terciptanya hubungan keluarga yang harmonis. Kekuatan suatu bangsa dalam mempertahankan nilai-nilai kebenaran ditentukan bagaimana keharmonisan sebuah keluarga. Untuk itu Perguruan Tinggi perlu memperhatikan kurikulum Keluarga Sakinah Mawaddah Warahmah sebagai materi pelajaran.

Keywords: *Model Komunikasi, Atta Halilintar*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antar satu individu dengan individu lainnya. Manusia menjadi tokoh utama yang melakukan komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Adanya komunikasi manusia dapat berhubungan baik dengan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bukunya Yasir mengatakan bahwa komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk memahami satu sama lain¹. A. anditha sari juga menulis pada bukunya bahwa komunikasi akan berjalan baik apabila pelaku didalamnya ikut terlibat, memberi perhatian terhadap tema atau pesan yang dikomunikasikan².

Terhambatnya komunikasi atau miskomunikasi dapat mengakibatkan konflik sehingga munculnya perpecahan dan juga ketidaksielarasan dalam hubungan, sehingga banyak terjadinya perceraian dan juga kekerasan. Dari hasil uraian diatas dapat kita simpulkan bahwa komunikasi ini merupakan komponen penting dalam kehidupan, guna membangun hubungan yang baik dalam keluarga dan masyarakat.

Fungsi komunikasi untuk menjaga hubungan baik antara manusia. Dengan melakukan komunikasi secara berkala dan berinteraksi dengan

¹ Dr. Yasir, M. Si., *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta : Deepublish, 2020), hal. 3

² A. Anditha Sari. S. Sos., M. I. Kom., *Komunikasi AnarPribadi* (Yogyakarta : Deepublish, 2017), hal. 3

orang lain sehingga hubungan yang dibangun dengan baik akan terjaga. Ovivi Tidal Jumrad dan Ira Dwi Mayang Sari menjelaskan dalam tulisannya bahwa fungsi dari komunikasi ada 4, komunikasi berfungsi untuk informasi yaitu memberikan dan menerima informasi, Pendidikan yaitu komunikasi juga mempunyai fungsi untuk mendidik, persuasive yaitu mengajak atau mempengaruhi orang lain, dan interaktif yaitu komunikasi yang berarti siapapun yang melakukan komunikasi itu diartikan bahwa dia telah berinteraksi dengan melakukan komunikasi³.

Untuk membangun hubungan yang harmonis semestinya kita dapat melakukan komunikasi dengan orang sekitar, namun sering kali orang tidak melakukan komunikasi dikarenakan kurangnya percaya diri dalam dirinya sehingga dia menjadi orang yang anti sosial. Seseorang harus meningkatkan kepercayaan dirinya agar mampu berkomunikasi dan menciptakan hubungan yang baik.

Tujuan komunikasi mengubah sikap, mengubah pendapat dan pola pikir orang lain agar selaras dengan pendapat kita. Setiap individu memiliki sikap, pendapat dan pola pikir yang berbeda-beda, membuat orang lain memahami dan setuju dengan pemikiran dan ide kita itulah tujuan dari pada komunikasi. Dalam bukunya Widjaja membahas tentang komunikasi memiliki empat tujuan, tujuan dari komunikasi supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, memahami orang lain, supaya gagasan dapat

³ Ovivi Tidal Jumrad dan Ira Dwi Mayang Sari, *Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame, Jurnal Common*, Vol 3, No 1 (2019): hal. 157-158

diterima oleh orang lain, memperseasif atau menggerakkan orang lain untuk mengerjakan sesuatu⁴. Muhammad Arni dalam tulisannya menulis bahwa ada enam tujuan dari pada komunikasi, mengenal diri sendiri, menemukan dunia luar, menciptakan dan menjaga hubungan yang bermakna, mengubah sikap dan tingkah laku, untuk bermain dan mencari hiburan, dan untuk membantu sesama⁵.

Perbedaan pendapat dapat sering kali menjadi masalah dalam hubungan masyarakat, keluarga dan juga sosial, sehingga melahirkan perselisihan dan perpecahan. Dari uraian diatas dapat kita simpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk menghindari terjadinya perselisihan dan perpecahan yang disebabkan oleh miskomunikasi, dan juga perbedaan pendapat.

Ada tiga alasan mengapa peneliti menjadikan komunikasi keluarga sebagai topik penelitian ini, *Pertama*, Komunikasi dalam keluarga sangatlah penting. dengan terjadinya komunikasi dapat menciptakan keluarga yang harmonis (Bahagia). Pada 26 januari 2022 Redaksi Memberitakah bahwa angka perceraian diaceh mencapai 6.448 perkara. Humas mahkamah syariah Aceh, Darmansyah Hasibuan mengatakan, sebelumnya perkara yang diterima oleh mahkamah syariat Aceh 7.145 perkara diantaranya 1.684 perkara cerai talak dan 5.461 cerai gugat. Darmansyah menyebutkan bahwa kasusu perceraian di Aceh meningkat

⁴ Prof. Drs. H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), hal. 10

⁵ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2004), hal. 159

dari tahun ke tahun, adapun faktornya itu disebabkan oleh ekonomi, perselisihan dan juga tidak adanya tanggung jawab dari siami⁶.

Dalam tulisannya Samsul Zakaria menulis bahwa masalah-masalah perceraian sering terjadi dikarenakan terjadinya miskomunikasi, suami dan istri tidak memiliki satu paham oleh karena itu timbullah percek cogan dan perselisihan⁷. Kebanyakan kasus dari perceraian disebabkan oleh kurangnya komunikasi antara dua belah pihak. Dari uraian diatas dapat kita simpulkan bahwa pemerintah juga kurang ikut berpartisipasi atas kasus perceraian. Pentingnya komunikasi dalam keluarga agar tidak timbul perselisihan

Kedua, dalam kehidupan keluarga jika tanpa komunikasi interaksi tidak akan terjadi. Dengan adanya komunikasi akan ada interaksi antara satu individu dan individu lainnya. Banyak kasus kekerasan dalam rumah tangga juga bisa diakibatkan oleh kurangnya komunikasi. dalam tulisannya Maya Syirurrifka dan Syamsul Bahri menjelaskan bahwa dari data yang tamping oleh Mahkamah Syariat Bireuen Cerai gugat Dikarenakan factor KDRT itu dalam kurn wajti 2018-2021 meningkat yaitu sebanyak 17 perkara⁸.

⁶ Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 <https://www.ajnn.net/news/angka-perceraian-di-aceh-capai-6-448-perkara-banyak-istri-gugat-suami/index.html> pada pukul 21.45

⁷ Samsul Zakaria, S. Sy., M.H., *Perceraian dan Komunikasi Dalam Keluarga*, Artikel (Rublik Opini Lombok : 2020), hal. 3

⁸ Maya Syirurrifka dan Syamsul Bahri, *Cerai Gugat Karena factor Kekerasan Dalam Rumah Tangga*, *JIM Bidang Hukum Perdana* (2021) Vol, 5, No : 2, hal. 254

Pada 18 november 2021 Antara memberitakan Jaksa tangkap ASN buronan kasus Penelantaran Keluarga Di Aceh. terpinada diketahui sudah meninngalkan istri dan anaknya lebih dari empat tahun, tanpa memberi nafkah dan kewajiban lain, terpidana juga memiliki hubungan dengan Wanita lain oelh karena itu membuat rumah tangganya tidak harmonis⁹. Jangan menggap sepele konunikasi, jika komunikasi tidak berjalan baik maka hubungan keluarga pun tidak akan harmonis.

Ketiga, Anak adalah titipan tuhan yang seharusnya kita jaga, rawat, memberi haknya dan kehidupan yang layak baginya. Tak sedikit anak yang terlantar dan tidak terurus akibat kelalaian dari orang tua. Kelalaian tersebut dapat timbul karna kurang komunikasi dan perhatian orang tua kepada anak. Seto Mulyadi mengatakan dalam pemberitaan tempo.com 2010 dengan judul Kekerasan Anak, Akibat Buruknya Komunikasi dengan Orang Tua, ketua Komisi Nasional Perlindungan Anak ini mengatakan bahwa orang tua harus melakukan komunikasi efektif kepada anaknya¹⁰.

Kompas.com 21 maret 2022 memberitakan bahwa kurangnya komunikasi dapat memberi efek buruk pada anak, tidak ada rasa saling percaya, berbicara saat butuh saja, merusak secara emosional, dan kedekatan tidak menjadi satu prioritas¹¹. Komunikasi menjadi satu kunci

⁹ Diakses pada tanggal 21 Juli 2022 <https://sumsel.antaranews.com/berita/599369/jaksa-tangkap-asn-buronan-telantarkan-keluarga> pukul 09.13

¹⁰ Diakses pada tanggal 21 Juli 2022 <https://nasional.tempo.co/read/224476/kekerasan-anak-akibat-buruknya-komunikasidengan-orang-tua> pukul 12 : 08

¹¹ Diakses pada tanggal 21 Juli 2022 <https://www.kompas.com/parapuan/read/533197230/ternyata-ini-efek-buruk-kurangnya-komunikasi-orang-tua-dan-anak-apa-saja> pukul 21:35

utama untuk membangun hubungan yang baik antara anak dan orang tua, tanpa adanya komunikasi akan mengakibatkan konflik dalam keluarga.

Komunikasi merupakan penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non verbal. Wursanto dalam bukunya menatakan bahwa istilah dari komunikasi dalam Bahasa Inggris *communication* mempunyai banyak arti, menurut kata asal katanya (*etimologi*), istilah komunikasi berasal dari Bahasa Latin, *communis* yang berarti sama dan berubah jadi kata kerja *communicare* yang berarti menyebarkan atau memberi tahu informasi kepada pihak lain guna mendapatkan pengertian yang sama¹².

Menurut Onong Uchjana dalam buku komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan pesan dari individu kepada individu lainnya baik secara verbal maupun non verbal¹³. Komunikasi memiliki beragam bentuk sehingga kita dapat menyesuaikan komunikasi apa yang ingin kita gunakan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kita dapat menggunakan bentuk komunikasi yang kita perlukan.

Komunikasi menjadi peranan terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi. Terutama bagi komunikasi yang sering terjadi dalam ruang lingkup terkecil yaitu komunikasi yang terjadi dalam keluarga. Dalam bukunya Singgih D. Gunarsa menyatakan bahwa suasana yang

¹² Wursanto, *Dasar-Dasar Komunikasi*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2005), hal. 153

¹³ Onong Uchjana, *Dinamika komunikasi*, (Bandung : CV. Remaja Rosda Karya, 1986), hal. 60

harmonis akan tercipta Ketika lancarnya komunikasi dalam keluarga antar anggota keluarga, dan akan tercapai jika setiap anggota keluarga menyadari akan tanggung jawabnya¹⁴.

Syaiful Bahri Djamarah juga menjelaskan dalam bukunya dalam keluarga Ketika dua orang berkomunikasi baik ibu dan ayah, ayah dan anak, ibu dan anak mereka akan menghasilkan pemikiran yang sama atau selaras¹⁵. dengan adanya komunikasi dapat menghubungkan satu individu dengan individu lainnya, dapat mempererat hubungan sesama keluarga. Dari penjelasan diatas menyatakan kehadiran informasi dalam keluarga sangatlah penting.

Keberhasilan komunikasi keluarga dapat dilihat dengan terbentuknya keluarga yang Sakinah mawaddah warahmah. Terbentuknya keluarga yang Sakinah mawaddah warahmah dapat dilihat dari bagaimana rumah tangga hidup dengan rukun, memiliki simpati dan kasih sayang. Menurut Hasbiyallah dalam bukunya keluarga Sakinah merupakan keluarga dengan penuh kebahagiaan yang terlahir dari usaha keras¹⁶. Dalam bukunya Suranto AW menulis komunikasi efektif dalam membina keluarga Sakinah, perlunya keterbukaan, empati, sikap positif, kesetaraan dan juga saling membutuhkan¹⁷.

¹⁴ Singgih D. Gunarsa, *psikologi Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*, (Jakarta : Gunung Mulia, 2001), hal. 208

¹⁵ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang tua Dan anak Dalam Keluarga*, (Jakarta : Bineka Cipta, 2004), hal. 11

¹⁶ Hasbiyallah, *Keluarga Sakinah*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2015), hal. 70

¹⁷ Suranto AW, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), hal. 283

Dalam memina keluarga yang harmonis (Sakinah mawaddah warahmah) diperlukan beberapa unsur komunikasi untuk mewujudkannya. Dari penjelasan diatas sangat jelas bahwa komunikasi itu suatu komponen yang paling dibutuhkan dalam membangun hubungan yang baik dalam keluarga.

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan. Bagian ini menjadi bukti bahwa benar adanya dilakukan penelitian. Adapun lokasi penelitian yang peneliti pilih untuk melakukan penelitian ini adalah beberapa konten dari Youtube Atta Halilintar, berkaitan tentang video kekeluargaan sebanyak 10 video, yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Sampel video yang diambil dalam jangka waktu 02 Juli 2021-26 September 2021.

Bidang kajian penelitian ini mengkaji dalam bidang Komunikasi sosial, komunikasi sosial merupakan kegiatan manusia dan kelompok untuk saling menghargai dan memahami untuk mengerti suatu pesan antara komunikator dan komunikan, komunikasi sosial juga bersifat umum dan juga secara langsung. Komunikasi akan berkangsung selama ada kecocokan antara komunikator dengan komunikannya¹⁸.

Dalam artian kegiatan komunikasi bukan hanya memberikan informasi, akan tetapi memiliki kegiatan tang membujuk atau mempengaruhi kegiatan bermasyarakat untuk tercapainya penyampain

¹⁸ Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta : CV ANDI OFFSET,2017), hal. 1.

pesan. Komunikasi sosial menurut Muzafer Sherief yaitu keseragaman sosial memiliki dua atau lebih individu yang mengharuskan interaksi sosial yang intensif dan terarah, sehingga kedua individu tersebut sudah dapat atau memiliki norma-norma yang terstruktur.¹⁹ Dengan demikian hal tersebut menyebutkan bahwasanya komunikasi sosial memiliki interaksi yang sangat intensif yang memiliki aturan tersendiri. komunikasi sosial sangat berkaitan dengan kelompok masyarakat yang saling berhubungan satu sama lainnya yang dapat menimbulkan komunikasi dan interaksi

Pada dasarnya dalam kehidupan manusia keluarga bahagia sangatlah di dambakan dalam sebuah pernikahan. Berbagai upaya dan usaha dilakukan untuk menghindari hal-hal yang merugikan dalam kehidupan keluarga. Al Qaimi dalam bukunya menjelaskan bahwa, keluarga bahagia merupakan keluarga yang penuh dengan ketenangan, ketentraman, kasih sayang, keturunan dan kelangsungan generasi masyarakat, belas-kasih dan pengorbanan, saling melengkapi dan menyempurnakan, serta saling membantu dan bekerja sama, yang akan menciptakan keharmonisan dalam keluarga²⁰.

Dalam bukunya Hasan Basri mengatakan bahwa dalam mewujudkan keluarga bahagia tidak hanya pembentukan hubungan antar suami dan istri tetapi juga mencakup segala hal yang berhubungan dengan kesejahteraan dan ketentraman keluarga sehingga terbentuknya keluarga

¹⁹ Slamet Santoso, *Dinamika Kelompok*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 36

²⁰ Ali Qaimi, *Menggapai Langit Masa depan Anak*, (Bogor: Cahaya, 2002), hal.

Sakinah, mawaddah warahmah. Keluarga yang terbentuk lewat perkawinan antara dua orang (laki-laki dan perempuan), merupakan perpaduan dari dua orang tersebut yang setuju untuk meraih kebahagiaan. Karena itu, mencapai tujuan perkawinan pada prinsipnya sama dengan mencapai kebahagiaan anggota keluarga²¹.

Muhammad Abu Zahrah mengemukakan minimal empat kesimpulan dari pada pernikahan. *Pertama*, bahwa untuk membangun keluarga smart (bahagia) anggota keluarga harus selalu ingat pada tujuan pernikahan, dan tujuan pernikahan sesuai dengan tujuan hidup. *Kedua*, dalam meraih tujuan pernikahan harus ada keselarasan antara konsep (pengertian) pernikahan dan tujuan pernikahan. *Ketiga*, dalam meraih tujuan pernikahan dilandasi pada prinsip-prinsip pernikahan, baik prinsip yang bersifat fondasi maupun prinsip yang bersifat instrumen. *Keempat*, prinsip-prinsip pernikahan ini dapat pula dijadikan indikator tercapai atau tidaknya tujuan pernikahan²².

Terciptanya keluarga yang Bahagia sakinah mawaddah dan warahma perlu adanya ketentraman, kerukunan dan saling memahami. Uraian di atas dapat menyimpulkan bahwa dalam mewujudkan keluarga yang Sakinah mawaddah warahmah juga memerlukan komunikasi yang baik. Ruang lingkup yang akan diteliti oleh peneliti yaitu konten-konten

²¹ Hasan Basri, *Keluarga Sakinah (Tinjauan Psikologi dan Agama)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hal. 111

²² Muhammad Abu Zahrah, *al-Ah}wa>l asy-Syakhs}iyah* (Kairo: Dar al-Fikr al-,,Arabi, 2005), hal. 19

Atta halilintar pasca menikah. Konten yang akan dijadikan objek penelitian yaitu konyen tentang kekeluargaan.

Atta halilintar merupakan seorang youtuber. Dapat dikatakan dia juga seorang public figure yang mana pernah dinobatkan sebagai youtuber yang memiliki subscriber terbanyak di asia. Seorang pablik figure yang memiliki banyak subscriber jelas dia memiliki banyak pengut atau penggemar.

Dari uraian diatas yang ingin dilihat oleh peneliti adalah MODEL KOMUNIKASI KELUARGA ATTA HALILINTAR DALAM MENCIPTAKAN KELUARGA SAKINAH MAWADDAH WARAHMAH.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana model komunikasi dalam keluarga
2. Bagaimana komunikasi keluarga Bahagia dalam konten youtube atta halilintar

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana model komunikasi dalam keluarga
2. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi keluarga Bahagia dalam konten youtube atta halilintar

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis yaitu bagi Akademisi dan para mahasiswa dapat mengembangkan dan melanjutkan penelitian ini dan dapat menyempurnakan penelitian ini dengan tema yang telah disebutkan diatas dan semoga dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan bagi yang lainnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dikaji lebih luas lagi dan dapat menambahkan ilmu-ilmu baru dalam ranah komunikasi dan media, sehingga dapat membuat hasil penelitian ini bermanfaat dan layak menjadi sebuah karya ilmiah yang bagus, dengan demikian pemanfaatan media dapat dipelajari dan dapat diketahui bagaimana media dalam cara dan pengaplikasiannya.
2. Kegunaan secara praktis ialah Sebagai masyarakat yang menggunakan Youtube, semoga dengan adanya penelitian ini dapat menggunakan Youtube dengan semaksimalnya dan semoga dapat membuat Youtube tersebut menjadi media yang handal dalam menyebarkan informasi dan juga dapat memberi feedback yang baik bagi para pengguna Youtube itu sendiri, bagi para pengguna Youtube dapat memilah dan memilih konten yang baik untuk dikonsumsi.

E. Definisi Operasional

Ada beberapa penjelasan konsep atau istilah yang diuraikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Definisi Model Komunikasi Keluarga

Model Komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya²³. Model adalah kerangka kerja konseptual yang menggambarkan penerapan teori untuk kasus-kasus tertentu.

a. Komunikasi Keluarga

komunikasi keluarga adalah kesiapan berbicara terbuka setiap hal dalam keluarga baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan dan juga siap menyelesaikan masalah-masalah dalam keluarga dengan pembicaraan yang dijalani dengan kesabaran dan kejujuran serta keterbukaan²⁴

2. Atta Halilintar

Atta Halilintar adalah seorang Youtuber yang sangat sukses pada saat ini, Atta sering kali mengunggah konten-konten yang tak pernah dari konten tersebut mendapat sedikit like dari pada pengguna Youtube lainnya, lewat konten-konten yang diunggah ke Youtube membuat ia semakin dikenal oleh masyarakat baik itu dikalangan anak muda sampai anak-anak pun kenal dengan pemilik nama asli Muhammad Attamimi Halilintar ini.

Muhammad Attamimi Halilintar atau yang sering dikenal dengan Atta Halilintar ini lahir di Dumai, Riau, pada tanggal 20 November 1994, yang pada

²³ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal. 5

²⁴ Sisca Febriyanti, *Dinamika Komunikasi Keluarga Single Mother*, Tesis Program Magister Ilmu Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran, Bandung, (2012), hal. 10

tahun 2019 ini genap berusia 25 tahun, Atta merangkap sebagai Youtuber, Pengusaha, Actor, Produser, Rapper, dan juga sebagai Penyanyi. Youtuber sekaligus pengusaha ini berkebangsaan Indonesia dan ia merupakan anak sulung dari sebelas bersaudara dari keluarga Gen Halilintar

3. Youtube

Youtube adalah salah satu sosial media yang beberapa decade merajai dunia media social, Youtube ini ialah salah satu media baru yang memungkinkan pengguna untuk *upload* video, mengunggah video dan juga membagikan sebuah video kepada Youtube tersebut, pada tahun 2019 jumlah pengguna Youtube meningkat hingga lima kali lipat dibanding pada tahun 2018, Maka tak heran jika aplikasi Youtube ini menjadi aplikasi terpopuler di Indonesia.²⁵

Youtube adalah salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan Youtube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya Youtube memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisisi lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain.²⁶

²⁵Dikutip dari CNN Indonesia,

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190430140843-185-390824/youtube-catat-kenaikan-pengguna-gold-hingga-lima-kali-lipat>. Diakses pada tanggal 13/01/2019 pukul (22 : 58).

²⁶Ricardo F. Nanuru, "Youtube", "Seni Berwawasan Teknologi Modern", (Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media, 2017), hal. 2.

Konten dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.²⁷ Konten ini sendiri bisa juga dikatakan sebagai sebuah produk dari jurnalistik yang dimana sebuah konten tersebut memberikan informasi dan pesan kepada orang lain melalui konten tersebut baik itu berbentuk video, podcast, tips and trik dan lain sebagainya, sehingga Ketika konten itu ditonton oleh orang dapat menimbulkan citra diri dari orang yang membuat konten tersebut, baik itu citra yang positif maupun citra yang negatif.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari pendahuluan, kajian teoritis, penyajian data, analisis data, penutup. Berikut ini akan peneliti uraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang di dalamnya mencakup latar belakang masalah, fokus dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II: KAJIAN TEORITIS

Berisi kajian kepustakaan yang menyangkut dengan judul karya ilmiah ini, yaitu kerangka teoritik dan penelitian terdahulu yang relevan.

²⁷ Kamus besar Bahasa Indonesia Edisi keempat
[https://id.wikipedia.org/wiki/Konten#:~:text=Konten%20\(Templat%3A%2Den\)%20adalah,Besar%20Bahasa%20Indonesia%20Edisi%20Keempat.&text=Istilah%20ini%20digunakan%20untuk%20mengidentifikasi,informasi%20sebagai%20tambah%5D%5D%20media](https://id.wikipedia.org/wiki/Konten#:~:text=Konten%20(Templat%3A%2Den)%20adalah,Besar%20Bahasa%20Indonesia%20Edisi%20Keempat.&text=Istilah%20ini%20digunakan%20untuk%20mengidentifikasi,informasi%20sebagai%20tambah%5D%5D%20media). Diakses pada tanggal 18/01/2022 pukul (10 : 30).

BAB III: PENYAJIAN DATA

Dalam bab ini meliputi: pendekatan dan metode penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik pengambilan sampel, Teknik analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas tentang profil Atta Halilintar, Akun youtube Atta Halilintar (AH), Analisis isi citra diri Atta Halilintar pasca menikah (studi pada konten Aurel berhijab), Analisis dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini peneliti menyimpulkan akhir dari penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kerangka Teoritik

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa berperan penting dalam ranah perindustrian dalam mendapatkan popularitas. Nama-nama populer di masyarakat seperti dari kalangan politik, ekonomi, intelektual sosial, hiburan, olah raga dan sebagainya tidak terlepas dari peran pemberitaan media massa. Dengan adanya pemberitaan dan pengenalan yang dilakukan media massa membuat nama-nama tersebut dikenang dan dikenal oleh masyarakat. Komunikasi massa merupakan alat untuk menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada orang lain dengan menggunakan media massa sebagai alat penyalurnya baik menggunakan alat elektronik maupun cetak. Dari pengertian diatas dapat kita simpulkan bahwa komunikasi massa merupakan suatu media massa untuk penyampaian pesan atau informasi.

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan atau disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Seperti yang telah kita ketahui bahwa komunikasi masa ini menggunakan suatu media untuk menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak ramai. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jika komunikasi harus menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan pesan atau informasi maka berikut media yang digunakan oleh komunikasi massa untuk menyampaikan informasi/pesan tersebut, radio dan

siaran televisi ini disebut media elektronik. Surat kabar dan majalah, sebagai media cetak dan terakhir yaitu film²⁸

Media sendiri dalam komunikasi massa sendiri diartikan sebagai alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat mengaksesnya.²⁹ berikut beberapa karakteristik dari pada komunikasi massa.

a. Karakteristik Komunikasi Massa

- 1) Bersifat umum
- 2) Komunikasinya bersifat umum dan heterogen
- 3) Pesan diterima secara serentak diwaktu yang sama dan dan bersifat sekilas.
- 4) Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
- 5) Komunikasi bersifat satu arah
- 6) Stimulasi alat indra terbatas
- 7) Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Komunikasi massa juga memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

b. Fungsi Komunikasi Massa

- 1) Informasi

Memberikan dan menyebarkan informasi melalui media kepada pembaca dan pendengar, berbagai informasi yang dibutuhkan oleh khalayak.

²⁸ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa*, (Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media 2007), hal. 3.

²⁹ Hafied cangara, *pengantar ilmu komunikasi*, rajawali pers, (Jakarta: PT Pusaka Persada 2010), hal. 25.

2) Pendidikan

Salah satu fungsinya lagi yaitu Pendidikan yang dimana media juga menjadi satu wadah untuk Pendidikan yang mana media menyajikan pengajaran dan siaran-siaran yang memiliki nilai pengajaran etika.

3) Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik ini menjadi kedudukan tertinggi yang dimiliki oleh media ini yaitu televisi, televisi menjadi salah satu media yang masih dijadikan sebagai alah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menghibur dirinya kala sepuang beraktivitas.

4) Persuasi

Media massa dapat mempersuasif masyarakat dalam pengetahuan, fashion, gaya hidup, perasaan maupun tingkah laku

5) Transmisi budaya

Transmisi budaya tidak dapat dielakkan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang memiliki dampak penerimaan seseorang. Beberapa bentuk komunikasi menjadi bagian dari pengalaman dan pengetahuan seseorang.

6) Pengawasan

Menunjukkan pada pengumpulan dan penyebaran informasi dari kejadian-kejadian yang ada di sekitar kita, fungsi dari pengawasan ini bisa dibagi menjadi dua yaitu, sebagai pengawasan peringatan dan sebagai pengawasan instrumental.

7) Korelasi

Fungsi media massa korelasi ini yaitu bagaimana media menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya atau peran media mass aini sebagai alat penghubung antara berbagai komponen masyarakat.³⁰

2. Media Baru

Media massa memiliki peran penting dalam dunia komunikasi yang dimana dapat menghubungkan satu individu dengan yang lainnya. Media massa memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak luas dengan pesan atau informasi yang kuat dan berdampak pada masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi maka berkembang pula ranah dari komunikasi yang selama ini kita kenal dengan new media atau sering disebut juga dengan media baru. New media adalah media yang semua sudah dipengaruhi oleh teknologi.

Di era informasi ini media sudah menyediakan platform langsung, informatif, cerdas, dan interaktif untuk menghasilkan ruang diskusi, media baru

³⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2007), hal. 11.

dipahami sebagai istilah yang menjelaskan mengenai kondisi teknologi digital dan internet teraktual. Serta dampaknya terhadap budaya di sekitarnya, terkadang dikaitkan dengan istilah revolusi digital.

Media baru digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi, dan berjaringan sebagai efek dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Media baru memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai konten media kapan saja, dimana saja dengan menggunakan berbagai alat elektronik, media baru memiliki sifat interaktif dan bebas.³¹

a. Sifat dari Media baru

1) Interaktif

yang dimaksud interaktif adalah khalayak yang dapat berinteraksi langsung dengan konten media yang mereka konsumsi. Mereka dapat secara aktif memilih konten media dan memberikan feedback terhadap konten media tersebut secara langsung, contohnya saja pada aplikasi youtube siapa pun yang menonton konten tersebut langsung dapat memberikan suka atau komentarnya sebagai feedback.

2) Bebas

yang dimiliki bebas adalah sebuah new media berkaitan juga dengan konten yang terkandung dalam new media, khalayak dapat

³¹ Indrawan, jerry, DKK, *Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik*, Jurnal Medium, vol. 8, No. 1, ISSN : 2303-0194, hal. 1-3

dengan bebas membuat konten – konten media yang mengandung berbagai informasi.³²

b. Karakteristik Media baru

1) Digitalisasi

Digitalisasi atau digitalisme adalah ciri dari media baru di mana hampir semua media komunikasi dan informasi sudah mengutamakan bentuk digital. Digitalisasi digunakan untuk mengartikan kondisi kehidupan dalam budaya digital.

2) Konvergensi

Konvergensi adalah penggabungan komunikasi massa cetak, televisi, radio, internet bersama dengan teknologi portabel dan interaktif melalui berbagai platform media digital. Penggabungan ini bertujuan memberikan pengalaman yang dinamis.

3) Interaktivitas

Interaktivitas adalah proses komunikasi yang terjadi antara individu dengan individu lainnya melalui platform-platform media. Dengan karakteristik ini, media baru bisa menghubungkan pesan-pesan yang terhubung satu sama lain

4) Virtual

³² Indrawan, Jerry, DKK, *Kehadiran Media Baru (New Media)*hal. 6

Media baru juga menghadirkan virtual, adanya kehadiran dalam platform online yang memudahkan Anda untuk berhadapan langsung pada objek yang Anda hubungi secara virtual

5) Hypertextual

Maksud dari Hypertextual adalah media baru menyediakan teks yang dapat mengizinkan kita mengakses teks-teks lain, contohnya jika sedang membaca sebuah artikel dan biasanya di antara paragraf yang kita baca diselipkan kata-kata “baca juga ...” sekiranya begitulah contoh dari Hypertextual ini³³

3. Media sosial

Media sosial adalah sebuah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah, dengan kemudahan tersebut penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah.³⁴ Sebagai media yang lahir karena dampak perkembangan dari teknologi ini, media sosial menjadi media yang banyak digunakan oleh pengguna untuk menunjukkan citra diri dan mempresentasikan dirinya pada dunia sosial, dengan cara berinteraksi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya menggunakan sosial media dalam membentuk ikatan sosial secara virtual.³⁵

³³ Indrawan, Jerry, DKK, *Kehadiran Media Baru (New Media)*....., hal. 7-9

³⁴ Paramitha, Cindy Rizal Putri, *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP (2011), hal. 25.

³⁵ Rulli Nasrullah, *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: simbiosis Rekatama Media, 2016, hal. 79.

Media sosial memiliki sifat yaitu tak terbatas dengan ruang dan waktu, dengan adanya sifat media sosial ini menjadikan media sosial yang semulanya ruang privat bagi individu sekarang malah menjadi ruang publik, banyak dari remaja menggunakan media sosial sebagai media ekspresif dalam membagikan aktivitas sehari-hari yang bersifat individu kepada publik, hal tersebut dilakukan oleh remaja untuk menunjukkan eksistensi, membentuk identitas, dan juga membentuk citra diri.³⁶

a. Karakteristik Media Sosial

1) *Network*

Network atau jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

2) *Informations*

Informations atau informasi keberadaan informasi adalah hal penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3) *Archive*

³⁶ Mayfield Antony, *What Is Social Media*, (California: Creative Commons. 2008), hal. 4

Archive atau Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4) *Interactivity*

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan, akan tetapi hal tersebut dapat terjadi dengan adanya interaksi yang terjadi sesama pengguna sosial media tersebut.

5) *Simulation of society*

Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya interaksi masyarakat di dunia virtual.

b. Konten

Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Hal ini berbeda dengan media lama dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan³⁷

3. Definisi model komunikasi keluarga

Model Komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya³⁸. Model adalah kerangka kerja konseptual yang menggambarkan penerapan teori untuk kasus-kasus tertentu.

³⁷ Ahmad setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, E-Mail : ahmad.ams@bsi.ac.id, hal. 2

³⁸ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), Hal : 5

Dalam bukunya David Crystal dalam menerangkan bahwa kerap memodelkan komunikasi melalui definisi, komunikasi terjadi ketika informasi yang sama maksudnya dipahami oleh pengirim dan penerima. Sedangkan Edmondson dan Burquest mengatakan bahwa bahasa sebagai alat komunikasi berisi jenis-jenis kode yang dikomunikasikan melalui suatu proses encoding suatu konsep yang akan disandi balik melalui proses decoding.³⁹

a. Komunikasi Keluarga

komunikasi keluarga adalah kesiapan berbicara terbuka setiap hal dalam keluarga baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan dan juga siap menyelesaikan masalah-masalah dalam keluarga dengan pembicaraan yang dijalani dengan kesabaran dan kejujuran serta keterbukaan⁴⁰

1) Komunikasi dalam Keluarga

Dalam jurnalnya Rae Sedwig menjelaskan bahwa komunikasi keluarga adalah suatu pengorganisasian yang menggunakan kata-kata, sikap tubuh, intonasi suara, tindakan untuk menciptakan harapan image, ungkapan perasaan serta saling membagi pengertian . Ascan dan Mery Anne dalam jurnal menulis komunikasi keluarga adalah komunikasi yang melibatkan banyak orang dan simbol-simbol untuk dapat dimengerti oleh orang banyak dan dapat saling memahami satu sama lain dalam sebuah perkumpulan yang intim dimana terdapat nuansa kerumahan dan identitas, juga pengalaman berbagi tentang masa lalu dan masa datang. Komunikasi pada teorinya harus menggunakan simbol, proses kognitif yang tercipta dan diinterpretasikan .

Dalam sebuah keluarga sudah hal yang umum ketika terjadi suatu konflik, dan biasanya hal itu terjadi karena kesalahan atau terhambatnya

³⁹ Sisca Febriyanti, *Dinamika Komunikasi Keluarga Single Mother*, (Tesis Program Magister Ilmu Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran, Bandung, 2012) Hlm: 10

⁴⁰ Sisca Febriyanti, *Dinamika Komunikasi Keluarga Single Mother*,..... Hlm: 10

proses komunikasi yang terjadi. Dalam bukunya masin mengemukakan bahwa, melakukan dialog didalam keluarga ada hal-hal yang perlu diperhatikan juga menyangkut keefektifan sebuah proses komunikasi supaya tidak menimbulkan kesalahan. Berikut ini kesalahan yang sering terjadi dalam dialog keluarga :

- a) Berdialog dalam suasana kurang kondusif
- b) Mendominasi pembicaraan
- c) Tidak dapat mengendalikan emosi
- d) Tidak bersedia mengakui kekeliruan

Kesalahan diatas memang biasa terjadi didalam keluarga dan hal itu bisa saja terjadi karena membicarakan sesuatu hal yang bersifat sensitif disaat yang tidak tepat, keadaan yang kurang tepat tersebut akan memancing emosi seseorang yang diajak berdialog.

4. Youtube

Youtube adalah salah satu sosial media yang beberapa decade merajai dunia media social, Youtube ini sendiri ialah salah satu media baru yang memungkinkan pengguna untuk mengupload video, mengunggah video dan juga membagikan sebuah video kepada Youtube tersebut, pada tahun 2019 jumlah pengguna Youtube meningkat hingga lima kali lipat dibanding pada tahun 2018, Maka tak heran jika aplikasi *Youtube* ini menjadi aplikasi terpopuler di Indonesia.⁴¹

Youtube adalah salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna yang

⁴¹Dikutip dari CNN Indonesia, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190430140843-185-390824/youtube-catat-kenaikan-pengguna-gold-hingga-lima-kali-lipat>. Diakses pada tanggal 15/01/2022 pukul (22 : 58).

lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan Youtube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya Youtube memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisisi lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan layanan Google yang lain.⁴²

Youtube adalah platform berbagi video yang memungkinkan Anda untuk mengunggah konten ke Saluran Youtube khusus Anda, yang mencantumkan video pilihan Anda atau yang orang lain buat. *Youtube* menampilkan utas komentar di saluran dan video yang dapat Anda kelola, dan penghitung yang memungkinkan Anda melacak siapa yang menonton video Anda.

Pada saat ini fenomena penggunaan Youtube dengan bermacam konten dan juga bermacam Video Blog sedang marak dilakukan oleh pengguna Youtube, yang dimana dari konten dari Video Blog yang mereka buat dapat menghasilkan penonton like dan subscriber dari situlah mereka memperoleh ketenaran dan kepopuleran sehingga banyak orang yang akan menonton konten yang mereka buat, di Indonesia sendiri memiliki beberapa Youtuber ternama yang memiliki penghasilan ratusan hingga milyaran rupiah.

Youtube diakses selama 1 hari mencapai 2 miliar orang, jadi tentunya mereka membuka Youtube ini untuk melihat Vlog blog atau mengunggah video atau mengakses video yang mereka inginkan, dengan pengunjung yang demikian maka akan menguntungkan para Youtuber kemungkinan orang akan

⁴² Ricardo F. Nanuru, "*Youtube*", "*Seni Berwawasan Teknologi Modern*", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hal.2.

melihat video mereka juga sangat besar, dengan demikian dengan bertambah pengikut di akun mereka maka bertambah pula pendapatan yang mereka dapatkan.

Youtube merupakan salah satu perusahaan milik Google, Youtube sendiri diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, Youtube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat.

Adapun kelebihan YouTube diantaranya:

- a. Informatif. Karena YouTube dapat memberikan informasi terkait perkembangan ilmu dan teknologi.
- b. Cost Effective. Karena YouTube dapat diakses secara gratis.
- c. Potensial. Karena situs ini sangat populer.
- d. Praktis dan lengkap. Karena YouTube dapat digunakan dengan mudah oleh semua kalangan dan juga terdapat fasilitas editing video.
- d. Shareable. Karena link YouTube dapat dibagi di berbagai situs lainnya.⁴³

Dengan adanya youtube masyarakat jadi banyak berkreasi membuat video dan konten secara independent dan di unggah di youtube, Konten sendiri memiliki arti informasi yang berisi hal-hal yang diciptakan dengan menggunakan

⁴³ Kindarto, Asdani, *Belajar Sendiri YouTube*, (Jakarta, , PT Elex Media Komputindo, 2018), hal. 2.

berbagai macam pendekatan baik yang belum pernah ada sebelumnya atau hal lama namun dikemas lagi mengikuti perkembangan zaman.⁴⁴

5. Teori Use and Gratification

Menurut etimologi Teori *Use and Gratification* terdiri dari dua kata yaitu *use* dan juga *gratification*, *use* sendiri memiliki arti pengguna dan *gratification* yaitu pemenuhan. Jika dilihat dari terminologi teori *use and gratification* ini memiliki arti pengguna media dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan seseorang. Teori tersebut juga berfokus pada bagaimana seorang individu dalam melihat media. Individu memiliki kebebasan dan memiliki hak dalam menggunakan media. Teori *Use and Gratification* juga disebut sebagai teori penggunaan dan kepuasan.

Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana seseorang yang menggunakan media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan bagaimana konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam teori penggunaan dan kepuasan seorang pengguna dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh pengguna itu sendiri.

Dalam buku *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratification Research* yang ditulis oleh Herbert dan Elihu Katz mereka memperkenalkan teori *use and gratification* yaitu pada tahun 1974 dalam bukunya itu mereka menjelaskan bahwa Teori tersebut menekankan bahwa pengguna

⁴⁴ Evita Widasari, DKK, *Perencanaan Konten 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif Bekraf Melalui Video Full Dome*, Universitas Dian Nuswantoro, 2017, hal. 4.

dalam menggunakan media menjadi pihak yang aktif dalam berkomunikasi. pengguna yang menggunakan media berusaha mencari media yang bersumber paling baik untuk memenuhi kebutuhannya.⁴⁵

Ada 5 asumsi dasar teori *use and gratification* yaitu :

- a. Khalayak dianggap aktif artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Inisiatif dalam melibatkan rasa puas akan kebutuhan dikarenakan pemilihan media berada di tangan khalayak.
- c. Media berkompetisi untuk memenuhi kebutuhan khalayak.
- d. Khalayak mempunyai kesadaran yang baik terhadap penggunaan media, ketertarikan dan motif sehingga memberikan jawaban yang akurat pada peneliti.
- e. Khalayak dapat memberikan penilaian terhadap isi media.⁴⁶

Teori ini juga menjelaskan karakter individu yang aktif dalam menggunakan media, maka pengguna tidak hanya aktif dalam menggunakan media namun juga mampu membedakan berita-berita atau asumsi yang benar dan hoax sehingga pengguna lebih hati-hati dalam mengonsumsi informasi yang ada pada media. Kebanyakan pengguna menggunakan media dengan keperluan untuk diri mereka baik itu untuk keperluan memperoleh informasi, hiburan dan juga sebagai Pendidikan atau untuk membagikan apa yang didapatkan dari media

⁴⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, 2003), hal.181.

⁴⁶ Ansar Suherman, *Teori-Teori Komunikasi*, Deepublish, (Yogyakarta: Gava Media 2012), hal. 69-70.

kepada orang lain. Informasi yang pengguna dapatkan sesuai dengan kebutuhan dan kesukaan mulai dari pendidikan atau hanya sekedar hiburan.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu adalah salah satu pedoman bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian ini. Sejauh yang telah penulis amati, hingga saat ini, sudah banyak penelitian atau tulisan yang membahas tentang citra diri sebagai karya ilmiah. Namun, untuk mengetahui posisi penulis dalam melakukan penelitian ini, penulis berusaha untuk melakukan ulasan terhadap beberapa literatur yang ada kaitannya atau relevan terhadap masalah yang menjadi objek dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis mengamati beberapa literatur ini untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Pertama, Pada jurnal Pola Komunikasi Keluarga dalam Perspektif Islam yang ditulis oleh Samsinar S. Penelitian ini menjelaskan tentang Komunikasi keluarga yang harus dimaksimalkan dalam menjaga keutuhan keluarga. Dalam penelitian ini menemukan hasil bahwa Islam sangat menjunjung tinggi prinsip komunikasi keluarga, sehingga berbagai masalah yang dihadapi harus diselesaikan dengan musyawarah dan mufakat, termasuk dalam menyelesaikan konflik yang terjadi dalam keluarga. Kemudian tujuan dari komunikasi keluarga. Pola komunikasinya dapat dilakukan dengan cara yang demokratis melalui musyawarah dan mufakat. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu variabel

yang diteliti sama yaitu komunikasi keluarga. Perbedaan terletak pada objek peneliti dan metode penelitian⁴⁷.

Kedua, Pada jurnal Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Sarana Komunikasi Keluarga dalam Upaya Meminimaisir Perilaku Menyimpang pada Masyarakat di Surabaya yang ditulis oleh Tira Fitriawardhani. Penelitian ini menjelaskan tentang sosial media sebagai sarana komunikasi keluarga. Dalam penelitian ini menemukan hasil bahwa bentuk penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi keluarga dalam upaya untuk mengurangi atau menghilangkan perilaku menyimpang dalam masyarakat di kota Surabaya. Kemudian tujuan dari penelitian ini menentukan apakah media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi keluarga dalam meminimalkan perilaku menyimpang dalam masyarakat di Surabaya. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terdapat pada subjek media sosial dan komunikasi keluarga. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian⁴⁸.

Ketiga, Pada skripsi berjudul Komunikasi Keluarga Dalam Pembinaan Mental Spiritual Remaja Di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran ditulis oleh Muhammad Abdan Syakuro. Penelitian ini menjelaskan tentang proses komunikasi yang terjadi didalam keluarga antara orang tua terhadap anak dalam membina mental spiritual. Hasil yang diperoleh yaitu proses komunikasi keluarga dalam membina mental spiritual remaja di Desa Paguyuban berjalan dengan baik meskipun ada yang kurang dalam berkomunikasi dengan

⁴⁷ Samsinar S, file:///C:/Users/ASUS/Downloads/POLA%20KOMUNIKASI%20KELUARGA%20DALAM%20PERSPEKTIF%20ISLAM.pdf, diakses pada 22 Juli 2022.

⁴⁸ Tira Fitriawardhani, file:///C:/Users/ASUS/Downloads/pemanfaatan%20social%20media%20sebagai%20sarana%20komunikasi%20keluarga.pdf, diakses pada 22 Juli 2022.

anaknyanya. Kemudian tujuannya ialah untuk menambah wawasan kepada keluarga bahwa komunikasi itu sangat penting terutama dalam membina mental spiritual kepada anak remaja. Persamaan penelitian ini dengan dengan peniliti terdapat pada subjek yaitu komunikasi keluarga. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian⁴⁹.

Keempat, Pada skripsi berjudul Komunikasi Orang Tua Kepada Anak dalam Mencegah Terjadinya Dampak Negatif Gadget yang ditulis oleh Yusef Kaprino Parto. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana komunikasi orang tua terhadap anak yang menggunakan gadget. Hasil yang diperoleh yaitu pengetahuan orang tua tentang pemanfaatan gadget dalam keluarga. Kemudian tujuannya ialah untuk mengetahui sejauh mana pemahaman orang tua terhadap pemanfaatan gadget yang tepat pada anak. Persamaan penelitian ini dengan dengan peniliti terdapat pada subjek yaitu komunikasi keluarga. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian⁵⁰.

Pada penelitian diatas, masing-masing meneliti hal yang berbeda namun ingin melihat dari sisi bagaimana terbentuknya model komunikasi keluarga yang digunakan oleh pengguna. Dalam penelitian diatas peneliti ingin melihat model komunikasi bangaimana yang dipakai dalam kajian terdahulu ini. Pada penelitian ini, peneliti ingin menganalisis model Komunikasi keluarga Atta Halilintar dalam menciptakan keluarga yang sainsah mawaddah warahmah, bagaimana model komunikasi keluarga dan bagaimana komunikasi keluarga Bahagia dalam konten

⁴⁹ Muhammad Abdan Syakuro, file:///C:/Users/ASUS/Downloads/skripsi%20(1).pdf, diakses pada 22 Juli 2022.

⁵⁰ Yosef Kaprino Parto, file:///C:/Users/ASUS/Downloads/111114045_full.pdf, diakses pada 22 Juli 2022.

youtube Atta Halilintar peneliti juga memilih untuk meneliti konten-konten tentang keluarga dalam Channel Youtube Atta Halilintar.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak.⁵¹ Dalam metode analisis isi kuantitatif peneliti menentukan unit analisis dan mengkategorikan subjek penelitian yang akan diteliti lebih mendalam. Unit analisis merupakan sesuatu yang akan dianalisis sedangkan dalam analisis isi unit analisisnya adalah teks, pesan atau medianya sendiri.⁵²

Secara umum analisis isi kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran isi dan menarik kesimpulan dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak, dan dilakukan secara objektif, valid, reliable, dan dapat direplikasi.⁵³

Dalam menentukan dan menganalisis citra diri seorang Youtuber bernama Atta Halilintar pasca menikah dalam channel Youtube konten Aurel Berhijab yang sesuai dengan rumusan masalah tujuan, dan manfaat

⁵¹ Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. (Jakarta, Kencana, 2010), hal. 232.

⁵² Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. (Jakarta, Kencana, 2010), hal. 232.

⁵³ Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta. Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 15.

penelitian, maka penulis menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Untuk mengetahui citra diri Atta Halilintar Maka peneliti menggunakan metode analisis ini disini untuk mengetahui gambaran dan karakteristik pesan dan isi dalam konten sehingga penulis dapat menarik kesimpulan dari konten tersebut.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel adalah sumber atau tempat memperoleh data bagi peneliti. Dalam penelitian ini subjek yang akan diteliti adalah citra diri Atta Halilintar Pasca Menikah, dan objek dari penelitian ini adalah konten Aurel berhijab dalam channel youtube Atta Halilintar. Sampel yang diambil oleh peneliti berupa beberapa konten dari Youtube Atta Halilintar, berkaitan tentang video kekeluargaan sebanyak 10 video, yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Sampel video yang diambil dalam jangka waktu 02 Juli 2021-26 September 2021.

Table 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian Konten Yang Ada Dalam Channel Youtube Atta Halilintar

Tanggal postingan video	Postingan Vidio Channel youtube Atta Halilintar
02 Juli 2021	Keluarga Atta Aurel Diuji
10 Juli 2021	Atta Surprise Aurel semua keluarga hadir pertama kali
18 Juli 2021	Alhamdulillah dapet Grandung 1.4 ton
20 Juli 2021	Selamat jalan Garandung 1.4 ton, tersayang
21 Juli 2021	Idul Adha Sekeluarga Atta Aurel, Mimi KD, Gen Halilintar ngumpul

21 Agustus 2021	Alhamdulillah Aurel hamil lagi, Atta jadi papa
22 Agustus 2021	Syukur hamil Aurel
26 Agustus 2021	Alhamdulillah ya Allah anakku
20 September 2021	4 bulan baby AH, satukan semua keluarga
26 September 2021	Alhamdulillah selamat datang Baby Aurel

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang penulis dapatkan langsung dari objek penelitian yang diteliti atau yang ada kaitan dengan objek yang akan penulis teliti. Data primer penulis ambil dari Channel Youtube Atta Halilintar. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang dikumpulkan adalah postingan video konen yang membahas tentang kekeluargaan dalam Channel Youtube Atta Halilintar.

2. Sumber Data Sekunder

Sebaliknya data Sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, data sekunder juga dapat dikatakan sebagai data yang diperoleh dari pihak kedua sebagai sarana memperoleh data atau sumber sekunder

dari data yang dibutuhkan.⁵⁴ Adapun sumber data sekunder yang peneliti peroleh yaitu dari berbagai literatur bacaan yang memiliki relevansi dengan kajian ini seperti skripsi, artikel, jurnal ilmiah, majalah dan juga website

D. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara :

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah Teknik pengumpulan data dengan sumber bukan manusia, *non human resource*, diantaranya dokumen dan bahan statistik. Dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan kepada subjek penelitian.⁵⁵

Menurut penelitian lain dokumentasi adalah salah satu Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial.⁵⁶ Yang akan menjadi data dokumentasi dalam penelitian ini adalah data dokumentasi berupa screenshot konten-konten yang akan peneliti bahas dalam penelitian ini.

⁵⁴ Sigit Hermawan, Amirullah. *Metode penelitian Bisnis*, hal.29

⁵⁵ Irawan Suhartono. *Metodologi Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Sosial Lainnya*, cet, 8, (Bandung. Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 70

⁵⁶ Burhan Bugin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta. Kencana, 2011), hal.154

2. Studi Pustaka

Studi Pustaka ini bertujuan untuk memperoleh data teoritis dari berbagai literatur yang dapat mendukung penelitian ini. Studi Pustaka ini Adapun kegiatannya yaitu dengan mengkaji dan menganalisis berbagai literatur dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti seperti buku, artikel, jurnalistik, analisis isi, komunikasi, dan hasil dari penelitian sebelumnya yang juga menggunakan analisis isi.

E. Teknik Analisis Data

Pada Teknik Analisis data ini peneliti menggunakan (*content analysis*) atau analisis isi. Analisis isi adalah teknik yang sistematis untuk mengurai isi dan mengolah pesan. Analisis isi juga dapat dipandang sebagai alat untuk mengamati dan mengurai tindak komunikasi yang terbuka dari komunikator terpilih.⁵⁷ pengertian lain menyebutkan bahwa analisis ini merupakan suatu metode untuk menganalisa dan mempelajari secara objektif, sistematis terhadap pesan yang tampak.⁵⁸

Dalam menentukan dan menganalisis citra diri Atta Halilintar melalui konten Aurel berhijab dalam channel youtube Atta Halilintar yang sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, maka penulis menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif, penulis

⁵⁷ Sumarno, “ Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa Dan Sastra”, *Jurnal Elsa*, VOL. 18, No. 2, 2020, hal. 38

⁵⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta. Kencana Prenada Media Group, 2012), hal. 282.

menggunakan metode ini untuk mengetahui isi dan citra diri dari seorang Atta Halilintar. Jenis penelitian ini adalah analisis isi terhadap citra diri Atta Halilintar pasca menikah melalui konten Aurel berhijab. Bahan yang dipelajari dapat berupa perkataan dan perilaku dalam konten tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis isi menggunakan cara dari Krippendorff. Langkah yang penting dalam analisis isi adalah dengan menentukan unit analisis. Unit analisis adalah satuan yang diteliti terkait dengan benda, individu, dan kelompok sebagai objek penelitian.⁵⁹ Krippendorff sendiri mendefinisikan unit analisis sebagai hal apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memilah menurut batas-batas dan digambarkan sebagai bagian dari isi yang telah diteliti maupun juga dapat digunakan untuk menyimpulkan isi dari suatu teks.

Menurut Krippendorff unit pencatatan ini terdiri dari lima jenis yaitu unit fisik (*physical units*), unit sintaksis (*syntactical units*), unit referensial (*referential units*), unit proporsional (*proportional units*) dan unit tematik (*thematical units*).⁶⁰

1. Unit fisik

Unit Fisik adalah unit yang didasarkan pada ukuran fisik dari suatu teks, bentuk ukuran fisik ini sangat tergantung pada jenis teks dihitung berdasarkan satuan panjang, kolom, inci, waktu, dari pesan

⁵⁹ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang ; UMM Press, 2005), hal, 75-76

⁶⁰ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta. Prenada Media Group, 2011), hal. 59-60.

yang disampaikan. Contohnya, peneliti bisa menghitung panjang durasi sebuah video atau konten.

Unit Analisis	Kriteria
Unit fisik	Keluargaan
	Beramal
	Royal
	Silaturrehmi

2. Unit sintaksis

Unit sintaksis berupa kata atau elemen Bahasa, Elemen bahasa ini sangat tergantung kepada jenis teks. Untuk bahasa tertulis unit bahasa ini dapat berupa kata, ayat, kalimat dan anak kalimat. Sedangkan untuk bahasa gambar dapat berupa potongan adegan dan sebagainya. Contohnya, berapa kali kemunculan adegan kekerasan dalam film.

Unit analisis	kriteria
Unit Sintaksis	Assalamualaikum
	Alhamdulillah
	Bismillah
	Bersyukur
	Doa

3. Unit referensial

Unit referensial ini merupakan perluasan dari unit sintaksis. Pada unit sintaksis, yang dicatat dan dihitung adalah pemakaian dari kata atau kalimat. Masing-masing kata dilihat secara langsung. Sementara dalam unit referensial, kata yang mirip, sepadan, atau punya arti dan maksud yang sama.

Unit Analisis	Kriteria
Unit fisik	Keluargaan
	Beramal
	Royal
	Silaturrahi

4. Unit proporsional

Unit proporsional merupakan satu kalimat dengan kalimat lainnya yang disambungkan dan menyimpulkan pernyataan yang terbentuk dari rangkaian antara kalimat-kalimat. Penggunaan unit proporsional dalam analisis isi membutuhkan kemampuan peneliti dalam hal logika dan tata bahasa, karena pada dasarnya unit proporsional mengubah kalimat-kalimat menjadi sebuah pernyataan baru.

Unit Analisis	kriteria
Unit proporsional	Kalimat religi
	Kalimat motivasi
	Ajakan bersedekah
	Ajakan memenuhi prokes

5. Unit tematik

Unit tematik merupakan unit analisis yang lebih melihat topik atau tema pembicaraan dari suatu teks, unit ini melihat secara keseluruhan maksud yang ada di dalam teks, bukan melihat maksud kata maupun kalimat.⁶¹

Unit Analisis	kriteria
Unit Tematik	kekeluargaan

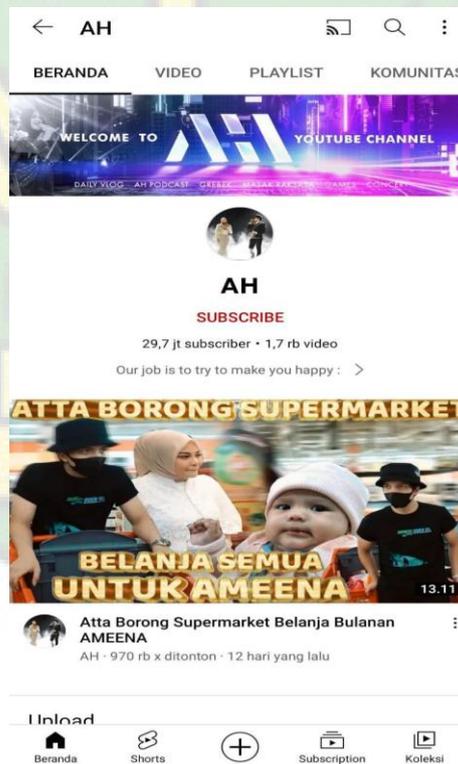
⁶¹ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta. Prenada Media Group, 2011), hal. 59-60.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Muhammad Attamimi Halilintar atau yang sering dikenal dengan Atta Halilintar ini lahir di Dumai, Riau, pada tanggal 20 November 1994, yang pada tahun 2019 ini genap berusia 25 tahun, Atta merangkap sebagai *Youtuber, Pengusaha, Actor, Produser, Rapper*, dan juga sebagai Penyanyi. Youtuber sekaligus pengusaha ini berkebangsaan Indonesia dan ia merupakan anak sulung dari sebelas bersaudara dari keluarga Gen Halilintar.



Gambar 4.1 Foto Chennel youtube Atta Halilintar

Atta Halilintar adalah seorang *Youtuber* yang sangat sukses pada saat ini, Atta sering kali mengunggah konten-konten yang tak pernah dari konten tersebut mendapat sedikit like dari pada pengguna *Youtube* lainnya, lewat konten-konten yang diunggah ke *Youtube* membuat ia semakin dikenal oleh masyarakat baik itu dikalangan anak muda sampai anak-anak pun kenal dengan pemilik nama asli Muhammad Attamimi Halilintar

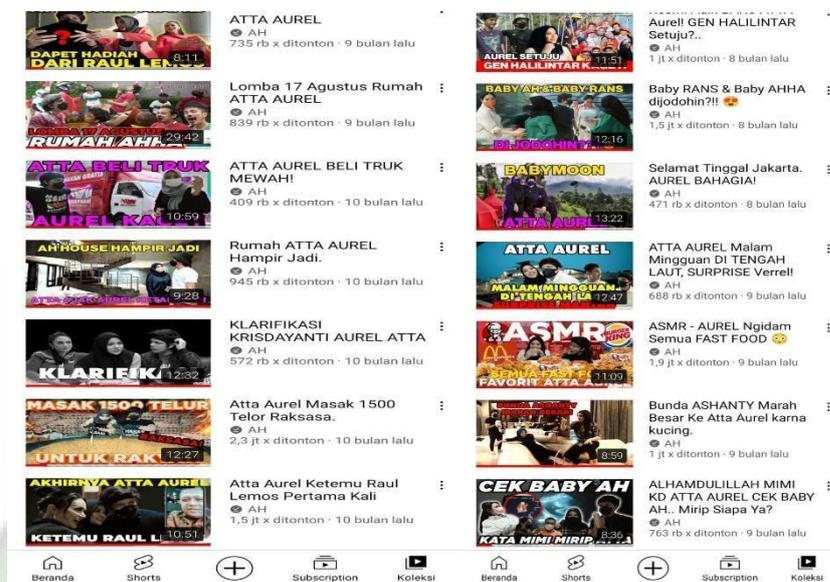
Dari sekian banyak *Youtuber* di Indonesia, Atta Halilintar lah yang memiliki subscriber paling banyak, Terhitung hingga Maret 2019, Atta sudah mencapai 13 juta subscriber. Disusul dengan Ria Ricis yang jumlah subscriernya baru mencapai 11 juta subscriber, hingga Maret 2022 Atta Halilintar memiliki 29,7 juta subscriber, Atta juga dikenal sebagai salah satu *Youtuber* dengan penambahan jumlah subscriber tercepat, pada tahun 2019 dengan 13 juta subscriber menjadikan Atta Halilintar sebagai *Youtuber* dengan 13 juta subscriber pertama di Asia Tenggara.



Gambar 4.2 Foto dari salah satu konten Atta Halilintar

Lelaki sulung dari keluarga Gen halilintar ini juga sering dijuluki dengan “king of youtuber” dari Indonesia, Atta memulai karirnya sebagai *Youtuber* semenjak tahun 2016, Atta halilintar lahir dari pasangan Halilintar Anofial Asmid dan Lenggogeni Faruk, Gen Halilintar ini dulu tidak terkenal dan mereka sempat menetap di Malaysia dan sempat mengalami kesulitan pada perusahaan orang tuanya, Gen Halilintar ini mulai dikenal ketika ibunda dari Atta yaitu Lenggogeni menuliskan buku yang berjudul kesebelasan Gen Halilintar : *My Family My Team*.

Atta menyajikan konten yang banyak diminati oleh para anak muda zaman sekarang, dari penampilan saja Atta sudah dapat menarik perhatian dari para penonton, penampilan yang *stylish* dan barang yang sering ditampilkan dalam kontennya adalah barang-barang yang diproduksi oleh dia sendiri seperti baju yang bermerekkan “AHHA” yang menambah citra dari seorang Atta Halilintar dan ditambah pula dengan kata yang selalu diidentikkan dengan Atta Halilintar yaitu kata “ASYIAP”, kata itulah yang langsung mengidentikkan dengan “King Of Youtuber”.



Gambar 4.3 Foto konten Atta Halilintar

Penghasilan yang diperoleh oleh Atta sebagai *Youtuber* yaitu 490 Juta Rupiah perbulannya. Dalam konten video blog Atta juga sangat sering memamerkan barang-barang mewah seperti mobil apartemen rumah dan berbagai barang koleksinya dan disini Atta secara tak langsung telah memperlihatkan citra dirinya sebagai *Youtuber* dan pengusaha yang kaya dan sukses dengan harta yang diperoleh oleh Atta, dengan kata lain dengan Atta menjadi *Youtuber* membuat citra Atta lebih dikenal oleh masyarakat baik itu di dalam negeri atau luar negeri.

1. Akun Youtube Atta Halilintar (AH)

Atta Halilintar memulai channel youtubanya sejak 26 Januari 2014 dan telah mengunggah 1,7ribu video, terhitung sampai Mei 2022. Atta halilintar pada awalnya membuat video blog hanya untuk menyalurkan hobinya saja, namun dengan seiring waktu Atta memutuskan membuat Channelnya sendiri yang Bernama Atta

Halilintar. Atta mengisi channelnya dengan berbagai video mulai dari daily life, rap, prank, Q & A, social experiment dan gaming, Lelaki berdarah Minangkabau ini pun sering mempromosikan brandnya sendiri yaitu brand AHHA.

Pada setiap video yang diunggah oleh Atta juga sering disematkan dengan caption yang menjelaskan mengenai video tersebut. Tak jarang juga menyematkan sejumlah penggunaan tagar yang mengaitkan dengan sebuah brand dan endorse yang terdapat dalam klip video itu sendiri. Sampai tahun 2022 ini Atta telah memperoleh 29,7 juta subscriber dengan 1,7 juta video yang telah diunggah ke dalam channel youtubanya (AH).

Sejumlah video yang diunggah Atta, yaitu video dalam bentuk hiburan semata, karena pada dasarnya Atta membuat channel itu untuk menghibur orang banyak, membagikan kegiatan kesehariannya, dan juga video Amal seperti membagikan makanan kepada orang di jalan. Video yang Atta buat sesuai dengan apa yang telah Atta deskripsikan pada channel youtubanya "*Our Job Is To Try To Make You Happy : spread love And Happiness*" yang artinya tugas kami adalah mencoba membuatmu Bahagia : menebarkan cinta dan kebahagiaan.

B. Penyajian Data

pada penelitian ini sampel yang digunakan peneliti berupa beberapa video blog postingan pada Channel Youtube Atta Halilintar Meliputi konten-konten Aurel berhijab. Konten-konten yang dipilih pada periode 02 Juli 2021-26 September 2021, periode ini dipilih atas dasar pertimbangan ilmiah untuk meneliti citra diri yang ditampilkan pada setiap postingan dalam konten yang dipilih oleh peneliti.

Pada periode yang telah dipilih memilih 10 video, yaitu konten yang terdapat dalam channel youtube Atta halilintar pasca menikah. Isi dari konten tersebut adalah kegiatan sehari-hari Atta Halilintar dan istrinya Aurel.

Tabel 4.1 Sampel penelitian konten yang ada dalam channel youtube Atta Halilintar

NO	Tanggal	Konten
1	02 Juli 2021	Keluarga Atta Aurel Diuji
2	10 Juli 2021	Terharu Atta Surprise Aurel Semua Keluarga Hadir Pertama Kali
3	18 Juli 2021	Alhamdulillah Dapet Grandung 1.4 Ton
4	20 Juli 2021	Selamat Jalan Grandung, Sapi 1.4 Ton, Tersayang
5	21 Juli 2021	Idul Adha Sekeluarga Atta Aurel, Mimi KD, Gen Halilintar
6	21 Agustus 2021	Alhamdulillah Aurel Hamil Lagi. Atta Jadi Papa
7	22 Agustus 2021	Syukuran Hamil Aurel
8	26 Agustus 2021	Alhamdulillah Ya Allah Anakku
9	20 September 2021	4 Bulanan baby AH, Satukan Semua Keluarga! The Hermansyah, The Lemos, Gen Halilintar Kumpul
10	26 September 2021	Alhamdulillah Selamat Datang Baby Aurel

C. Analisis Data

Pada bab ini peneliti ingin membahas tentang analisis isi berdasarkan model dari Krippendorff dalam proses pembentukan citra diri Atta Halilintar pasca menikah konten Aurel berhijab pada channel youtube Atta Halilintar

(AH). Dalam hal ini unit analisis yang digunakan ada lima berdasarkan model dari Krippendorf, yakni unit fisik, referensial, sintaksis, proposisional, dan tematik. Postingan yang diambil dalam penelitian ini merupakan konten berupa video dan juga keterangan teks (caption) yang terdapat pada setiap postingan.

Pada penelitian ini sampel yang digunakan peneliti berupa beberapa video blog postingan pada Channel Youtube Atta Halilintar Meliputi konten-konten Aurel berhijab. Konten-konten yang dipilih pada periode 02 Juli 2021-26 September 2021, periode ini dipilih atas dasar pertimbangan ilmiah untuk meneliti citra diri yang ditampilkan pada setiap postingan dalam konten yang dipilih oleh peneliti, dari keseluruhan video yang diambil sebagai sampel berjumlah 10 video.

1. Analisis Unit Fisik

Unit Fisik adalah unit yang didasarkan pada ukuran fisik dari suatu teks, bentuk ukuran fisik ini sangat tergantung pada jenis teks.⁶²

Tabel 4.2 Analisis unit fisik pada video channel youtube Atta Halilintar

Jenis postingan video	Frekuensi Postingan Video	Durasi (menit, detik) Postingan Video	Persentase video
Keluargaan	4	40,03	38%
Beramal	2	26,4	24%

⁶² Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal.64

Royal	2	18,7	18%
Silaturahmi	2	21,89	20%
Total	10	107,02	100 %

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Dapat dilihat dari tabel tersebut video yang paling mendominasi ialah video tentang kekeluargaan yang diposting sebanyak 38% dari semua postingan video yang ada pada channel youtube Atta Halilintar(AH) 02 Juli 2021-26 September 2021. Postingan video tentang kekeluargaan di posting sebanyak 4 video dengan durasi postingan video rata-rata 40,03 menit. Jenis postingan video selanjutnya tentang beramal ditemukan 24%, sifat royal sebanyak 18%, dan postingan video tentang silaturahmi sebanyak 20%.

Dengan data yang diatas dapat kita simpulkan bahwa Atta Halilintar Telah melakukan komunikasi keluarga dengan baik dengan postingan video yang ada dalam channel youtubanya, dengan tidak langsung penonton dapat memberikan gambaran atau konsep diri dari seorang Atta halilintar dalam pandangannya sendiri seperti yang dikatakan oleh Irfan Fitriadi dalam skripsinya yang membahas tentang citra diri yaitu bagaimana cara individu menampilkan dirinya pada orang lain untuk membentuk penilaian atau konsepsi orang lain terhadap dirinya.

Pada channel atta halilintar ini telah membuktikan bahwa seorang Atta Halilintar Bukan hanya menjadi seorang youtuber yang sukses juga

Atta juga menjadi seorang suami dan anak yang dibanggakan oleh orang tua dan istrinya. Pada postingan-postingannya pun kita dapat melihat karakter Atta halilintar yang tekun dan fokus dalam berkarya sehingga membuatnya sukses sampai yaitu dengan kerja keras dan kerja sama tim yang suportif.

Channel youtube Atta halilintar ini pun berhasil memperlihatkan bagaimana melakukan komunikasi keluarga yang baik Atta Halilintar, yaitu iya sering memberikan perhatian dan simpati kepada keluarganya, dan itu merupakan salah satu komponen untuk menciptakan keluarga yang bahagia, pada akun ini orang lain dapat melihat bagaimana Atta halilintar membangun komunikasi dalam keluarga ketika dirinya membuat video dengan karakter dan kata-kata yang unik.

2. Analisis Unit Sintaksis

Unit sintaksis berupa kata atau elemen Bahasa, Elemen bahasa ini sangat tergantung kepada jenis teks. Untuk bahasa tertulis unit bahasa ini dapat berupa kata, ayat, kalimat dan anak kalimat. Sedangkan untuk bahasa gambar dapat berupa potongan adegan dan sebagainya, Dalam unit sintaksis, peneliti menghitung frekuensi dari unit bahasa (kata, kalimat) dalam teks.⁶³

Tabel 4.3 Analisis unit sintaksis berdasarkan kosakata pada video postingan channel youtube Atta Halilintar(AH)

⁶³ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal.71

Kosakata yang terdapat Pada Video Postingan Channel Youtube Atta Halilintar(AH)	kosakata Dalam Postingan Video	Kosakata Pada Judul Postingan Vidio	Jumlah Kosakata
Assalamualaikum	10	0	10
Alhamdulillah	2	1	3
Bismillah	4	0	4
Doa	2	0	2
Bersyukur	5	1	6

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Dapat dilihat dari keseluruhan kosakata yang ada dalam postingan video yaitu 25 kosakata, dalam periode postingan video 02 Juli 2021-26 September 2021 kosakata yang sering diucapkan yaitu “Assalamualaikum” yang berjumlah 10 kosakata, kemudian kata “Bersyukur” sebanyak 6 kosakata, kata “Bismillah” sebanyak 4 kosakata, kata “Alhamdulillah” sebanyak 3 kosakata, dan kata “doa” sebanyak 2 kosakata,

Berdasarkan analisis unit sintaksis, channel youtube Atta Halilintar menunjukkan komunikasi keluarganya lewat postingan video dalam Channel Youtube Atta Halilintar, dengan cara menyampaikan pesan dalam video secara berulang dan tertata dengan baik, dan disampaikan dengan cara bertahap dan terus menerus sehingga penonton /audiens yang secara tidak langsung mengingat dengan Atta, karakteristik dan juga brand Atta Itu sendiri. Atta halilintar menggunakan kata Assalamualaikum untuk membuka vidia, Atta juga sering kali memposting konten tentang kedekatannya dengan keluarga dan juga sering memberi perhatian kepada

istrinya. Dengan konten-konten tersebut dapat kita ketahui bagaimana Atta membangun hubungan keluarga yang baik

Kosakata “Bersyukur” terus menerus diucapkan untuk mengucapkan rasa syukur dan juga untuk memberi nasihat, penyebutan kata “Bersyukur” pada postingan video periode 02 Juli 2021-26 September 2021 itu sebanyak 6 kali. Hal ini membuat audiens memberikan penilaian bahwa Atta adalah suami yang setia dan tau bagaimana harus memberikan Pendidikan tentang bersyukur kepada keluarganya, dan tak banyak juga audien memberikan komentar di postingan video Atta Halilintar menjulukinya sebagai suami idaman, Atta juga sering menggunakan kata “Bismillah” untuk membuka vidionya, kata Assalamualaikum yaitu suatu kosakata yang begitu dekat dengan para muslim, ada sebanyak 4 kali penyebutan kata “Bismillah” dari total keseluruhan postingan yang dianalisis. Dari penyebutan kata ini ada suatu pesan yang ingin dibangun oleh Atta yaitu nilai identitas diri sebagai pribadi muslim yang selalu menjunjung nilai-nilai agama.

Atta Halilintar dalam video postingannya pun menyebutkan kata “doa”, yang mana kata tersebut menjelaskan bahwa bagaimanapun dalam membangun hubungan dengan keluarga juga harus membangun hubungan yang baik juga dengan penciptanya dengan cara berdoa, dalam video yang diambil sebagai sampel oleh peneliti terdapat 2 kali pengucapan.

3. Unit Analisis Referensial

Unit referensial ini merupakan perluasan dari unit sintaksis. Pada unit sintaksis, yang dicatat dan dihitung adalah pemakaian dari kata atau kalimat. Masing-masing kata dilihat secara langsung. Sementara dalam unit referensial, kata yang mirip, sepadan, atau punya arti dan maksud yang sama.⁶⁴

Tabel 4.4 Analisis unit referensial berdasarkan kategori pada postingan video Channel Youtube Atta Halilintar(AH).

Kategori	Vidio
Keluargaan	4
Beramal	2
Royal	2
Silaturahmi	2
Total	10

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Dari total keseluruhan postingan channel youtube Atta Halilintar selama periode 02 Juli 2021-26 September 2021 terdapat 10 postingan vidio, 4 diantaranya sebagai postingan video yang berkaitan dengan keluargaan dan kebersamaan Atta halilintar dengan keluarganya, 2 postingan terkait kegiatan beramal yaitu kegiatan berbagi sesama dengan masyarakat dan juga berbagi sesama tim Ahha produksi, 2 diantaranya sebagai postingan video yang berkaitan dengan royalti yaitu terkait dengan

⁶⁴ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal.75

video Atta membahagiakan team, keluarga dan juga masyarakat, postingan yang terkait dengan silaturahmi sebanyak 2 postingan video.

Dalam Analisis unit referensial ini channel youtube Atta Halilintar memiliki keunikan tersendiri dikarenakan Atta Membuat video yang mampu membentuk video yang mampu membentuk karakteristik dirinya dalam video tersebut sehingga Audien/penonton yang sering menonton video postingannya mengikat dan melekat pada benak audiennya.

Dalam postingan Atta didominasi dengan konten-konten tentang kekeluargaan. Yang mana dengan seperti itu penonton atau audien pun dapat melihat bagaimana Atta Halilintar berkomunikasi dengan keluarganya, guna membangun hubungan yang harmonis dan menciptakan keluarga Sakinah mawaddah warahmah.

4. Unit Analisis Proporsional

Unit proporsional merupakan satu kalimat dengan kalimat lainnya yang disambungkan dan menyimpulkan pernyataan yang terbentuk dari rangkaian antara kalimat-kalimat. Penggunaan unit proporsional dalam analisis isi membutuhkan kemampuan peneliti dalam hal logika dan tata bahasa, karena pada dasarnya unit proporsional mengubah kalimat-kalimat menjadi sebuah pernyataan baru.⁶⁵

Tabel 4.5 Analisis unit proposisional berdasarkan kalimat dan kata pada postingan video channel youtube Atta Halilintar (AH)

⁶⁵ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*,..... hal.80

Kalimat dan kata pada postingan video	Jumlah
Kalimat-kalimat religi	23
Kalimat motivasi	6
Ajakan bersedekah	4
Ajakan untuk mematuhi protokol Kesehatan	10
TOTAL	43

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Postingan video di channel youtube Atta Halilintar periode 02 Juli 2021-26 September 2021, kalimat-kalimat yang religi seperti penyebutan kata Alhamdulillah dan mengisi beberapa nasihat ketika acara sebanyak 23 kalimat, 6 kalimat mengenai motivasi, 4 kalimat mengenai ajakan untuk saling berbagi dan bersedekah, dan yang terakhir terdapat juga 10 kalimat mengenai ajakan untuk mematuhi protokol kesehatan.

Dalam unit terdapat pembentukan citra diri yang sangat mencolok yang dimana Atta Halilintar sering membagikan postingan video priode 02 Juli 2021-26 September 2021 yang banyak mengandung kalimat religi sehingga penonton atau audiens dapat memberikan pandangan yang positif terhadap Atta, dapat dilihat juga bahwa Atta mampu berkomunikasi dengan keluarga dengan baik dimana Atta dapat menjadi keluarga yang mampu mengajarkan sisi ke agaman dalam keluarganya.

5. Unit Analisis Tematik

Unit tematik merupakan unit analisis yang lebih melihat topik atau tema pembicaraan dari suatu teks, unit ini melihat secara keseluruhan maksud yang ada di dalam teks, bukan melihat maksud kata maupun kalimat.⁶⁶ Unit ini tidak berhubungan dengan kalimat dan kata namun unit ini lebih ke bagian sebuah topik/tema, berbeda dengan unit sintaksis, proposisional, dan referensial. Menurut Krippendorff sendiri cara menentukan tema ialah dengan cara melihat kesesuaian dengan definisi struktural dari isi cerita dan penjelasannya, suatu tema/topik tidak ditentukan oleh suatu teks dalam cerita namun topik/tema itu dibentuk dari sebuah ide/gagasan yang akan membuat cerita.

Tabel 4.6 Analisis unit tematik berdasarkan tema pada postingan video channel youtube Atta Halilintar(AH)

Tema	Vidio
Keluarga	10
Total	10

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Dari setiap postingan pada channel youtube Atta Halilintar Dalam Periode 02 Juli 2021-26 September 2021, terdapat 10 postingan yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari dan kebersamaannya dengan keluarga, Sebagian besar postingan Atta Halilintar merupakan video tentang keluarga. Dengan video

⁶⁶ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk...*, .86

tersebut dapat dilihat bahwa Atta yang sangat menjunjung tinggi hubungan kekeluargaan.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa postingan youtube Atta Halilintar mampu menciptakan keluarga yang harmonis, yang mana dalam postingannya Atta banyak melakukan kegiatan bersama keluarga yaitu sebanyak 10 postingan video, yang dapat disimpulkan oleh Audiens bahwa Atta adalah orang yang hangat dan suka membahagiakan keluarganya,

Dari semua tema di atas postingan video youtube Atta Halilintar dapat membuat kesan tersendiri bagi penonton, bahwa Atta Halilintar bukan hanya seorang youtuber sukses, dan juga pemberi semangat pada grup sepak bolanya (PSG Pati) namun Atta juga menjadi seorang anak, suami dan ayah yang mampu menciptakan keluarga yang Sakinah mawaddah warahmah, dari postingan youtube Atta dapat dilihat bahwa Atta memiliki sifat hangat, royal, Atta juga menjadi salah satu kebanggan keluarga dan juga istrinya .

D. Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan data-data diatas, proses pembentukan komunikasi keluarga Atta Halilintar dalam menciptakan keluarga sakinah mawaddah warahmah melalui konten-konten kekeluargaan sebagai berikut :

1. Bagaimana model komunikasi dalam keluarga Atta Halilintar

Model komunikasi dalam keluarga Atta Halilintar adalah dengan melakukan komunikasi secara langsung, dengan melakukan komunikasi secara langsung maka lebih mudah dalam memahami maksud dari pada pesan yang disampaikan oleh Atta maupun Aurel.

Bersikap saling pengertian sangat bermanfaat dalam menjaga keharmonisan dalam rumah tangga. Saling pengertian berarti saling memahami kesukaan, ketidaksukaan, kelebihan, kekurangan, dan keinginan masing-masing. Sikap saling terbuka akan menciptakan suasana yang hangat dalam keluarga untuk saling memahami satu sama lain. Kebanyakan kerengangan yang terjadi dalam sebuah hubungan keluarga disebabkan oleh miskomunikasi, hal tersebut biasa terjadi pada hubungan keluarga, hubungan.

Keharmonisan rumah tangga dalam berhubungan suami istri akan berjalan dengan baik dengan cara berfikir lebih dewasa dalam menjalin komunikasi, dengan komunikasi yang baik dan kematangan pikiran pastilah akan ditemukan jalan keluar dari setiap permasalahan anda. Dalam kehidupan berumah tangga diperlukan hubungan yang harmonis, hubungan harmonis akan terjalin apabila diantara kedua pasangan yaitu suami istri diperlukan sebuah pola komunikasi yang baik antara keduanya.

Dalam setiap konten yang dibuat Atta ysng mengenai keluarga mereka slalu melakukan komunikasi, baik secara langsung maupun secara tidak langsung(virtual). Hal tersebut digunakan oleh atta untuk

menciptakan hubungan keluarga dan menciptakan keluarga Sakinah mawaddah warahmah.

2. Bagaimana komunikasi keluarga Bahagia dalam konten youtube Atta Halilintar

Atta Halilintar merupakan seorang youtuber yang sangat sukses pada saat ini. Atta sering kali memposting konten-konten yang tak pernah dari konten tersebut mendapat sedikit like dari para pengguna youtube, Atta menggunakan youtube dengan semaksimal mungkin. Dari youtube tersutlah Atta memperlihatkan bagaimana Atta melalukan komunikasi dengan keluarganya lewat konten-konten postingannya ke youtube.

Muhammad Attamimi Halilintar atau yang sering dikenal dengan Atta Halilintar ini lahir di Dumai, Riau, pada tanggal 20 November 1994, Atta merangkap sebagai Youtuber, Pengusaha, Actor, Produser, Rapper, dan juga sebagai Penyanyi. Youtuber sekaligus pengusaha ini berkebangsaan Indonesia dan ia merupakan anak sulung dari sebelas bersaudara dari keluarga Gen Halilintar.

Pada tahun 2021 lalu Atta membuat heboh jagat maya yaitu tentang kabar dirinya yang akan menikahi pujaan hatinya yang Bernama Titania Aurelie Nurhermansyah atau yang sering disapa Aurel yang dilangsungkan pada tanggal 03 April 2021 yang bertempat di Hotel Raffles Jakarta. Tak lama ini Atta juga membawa kabar gembira dengan kelahiran anak pertamanya yang Bernama Ameena Hanna Nur Atta yang sering disapa dengan panggilan Ameena.

Atta menggunakan beberapa unsur dari komunikasi dalam menciptakan keluarga Bahagia (Sakinah, mawaddah, warahmah). Atta menggunakan unsur hidup dengan rukun, dimana keluarga Atta sejauh ini terhindar dari pada perselisihan dan juga pertengkaran, dalam video postingannya pun jelas terlihat bahwa keluarga Atta satlah akur.

Unsur yang kedua memiliki simpati, yang disebut keluarga itu komunikasi yang digunakan menggunakan komunikasi dua arah yang dimana akan terjadinya umpan balik secara langsung. Simpati merupakan salah satu unsur yang harus ada dalam keluarga untuk terjalin hubungan yang baik. Atta menggunakan unsur tersebut dalam membangun hubungan keluarga yang harmonis.

Selanjutnya kasih sayang, kasih sayang juga adalah unsur yang penting dalam keluarga, dengan adanya kasih sayang dalam keluarga maka akan tercipta kehangatan dalam keluarga. Dalam postingan Atta sering memperlihatkan bagaimana dirinya menyayangi keluarganya, oleh sebab itu dengan adanya kasih sayang tercipta kehangatan dan kerhindar dari konflik dalam keluarga.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang diajukan serta juga hasil analisis isi dari “Model Komunikasi Keluarga Atta Halilintar Dalam Menciptakan Keluarga Sakinah Mawaddah Warahmah” Peneliti menyimpulkan sejumlah hal sebagai berikut:

1. Keharmonisan rumah tangga dalam berhubungan suami istri akan berjalan dengan baik dengan cara berfikir lebih dewasa dalam menjalin komunikasi, dengan komunikasi yang baik dan kematangan pikiran pastilah akan ditemukan jalan keluar dari setiap permasalahan anda. Dalam kehidupan berumah tangga diperlukan hubungan yang harmonis, hubungan harmonis akan terjalin apabila diantara kedua pasangan yaitu suami istri diperlukan sebuah pola komunikasi yang baik antara keduanya. Dalam setiap konten yang dibuat Atta yang mengenai keluarga mereka selalu melakukan komunikasi, baik secara langsung maupun secara tidak langsung (virtual). Hal tersebut digunakan oleh Atta untuk menciptakan hubungan keluarga dan menciptakan keluarga Sakinah mawaddah warahmah.
2. Atta menggunakan beberapa unsur dari komunikasi dalam menciptakan keluarga Bahagia (Sakinah, mawaddah, warahmah). Atta menggunakan unsur hidup dengan rukun, dimana keluarga Atta sejauh ini terhindar dari

pada perselisihan dan juga pertengkaran, dalam video postingannya pun jelas terlihat bahwa keluarga Atta satlah akur.

Unsur yang kedua memiliki simpati, yang disebut keluarga itu komunikasi yang digunakan menggunakan komunikasi dua arah yang dimana akan terjadinya umpan balik secara langsung. Simpati merupakan salah satu unsur yang harus ada dalam keluarga untuk terjalin hubungan yang baik. Atta menggunakan unsur tersebut dalam membangun hubungan keluarga yang harmonis. Selanjutnya kasih sayang, kasih sayang juga adalah unsur yang penting dalam keluarga, dengan adanya kasih sayang dalam keluarga maka akan tercipta kehangatan dalam keluarga. Dalam postingan Atta sering memperlihatkan bagaimana dirinya menyayangi keluarganya, oleh sebab itu dengan adanya kasih sayang tercipta kehangatan dan terhindar dari konflik dalam keluarga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang sudah diuraikan, maka peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi Team (AH) dan Atta Halilintar untuk meningkatkan kreativitasnya dalam membuat video.
2. Diharapkan juga bagi orang tua untuk pandai dalam memilih dan memilah tontonan anak-anak .
3. Saya selaku peneliti juga berharap kepada peneliti yang akan meneliti tentang Model Komunikasi Keluarga agar lebih mendalam lagi dalam

melakukan penelitiannya, juga mempertimbangkan poin-poin yang belum lengkap dalam penelitian ini dapat disempurnakan oleh penelitian selanjutnya agar memperluas ilmu terkait komunikasi tentang citra ini.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ali Qaimi, 2002, *Menggapai Langit Masa depan Anak*, Cahaya, Bogor.
- A Anditha Sari, 2017, *Komunikasi AnarPribadi*, Deepublish, Yogyakarta.
- Ansar Suherman, 2012, *Teori-Teori Komunikasi*, Deepublish, Gava Media, Yogyakarta.
- Arni Muhammad, 2000, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Burhan Bugin. 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya*, Kencana, Jakarta.
- Dr. Yasir, M. Si., 2020, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Deepublish, Yogyakarta.
- Elvinaro Ardianto, 2007, *Komunikasi Massa*,: PT. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Eriyanto, 2011, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Evita Widasari, DKK, 2017, *Perencanaan Konten 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif Bekraf Melalui Video Fulldome*, Universitas Dian Nuswantoro.
- Geldard, Kathryn. dan David Geldard, 2011, *Konseling Remaja*,. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Hafied cangara, 2010, *pengantar ilmu komunikasi*, rajawali pers, PT Pusaka Persada, Jakarta
- Hamidi, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, UMM Press, Malang.
- Hasan Basri, 2002, *Keluarga Sakinah (Tinjauan Psikologi dan Agama)*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Hasbiyallah, 2015, *Keluarga Sakinah*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Kindarto, 2018, Asdani, *Belajar Sendiri YouTube*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

- Kriyantono, Rachmat. 2010, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*, Kencana, Jakarta.
- Mayfield Antony, 2008, *What Is Social Media*, Creative Commons, California
- Muhammad Abu Zahrah, 2005, *al-Ah}wa>l asy-Syakhs}iyah*, Dar al-Fikr al-Arabi, Kairo.
- Nurudin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Onong Uchjana, 1986, *Dinamika komunikasi*, CV. Remaja Rosda Karya, Bandung
- Prof. Drs. H.A.W. Widjaja, 2002, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Rachmat Kriyantono, 2012, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Ratu Mutialela Caropeboka, 2017, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, CV ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Ricardo F. Nanuru, 2017, *Youtube “ Seni Berwawasan Teknologi Modern ”*, PT. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Rulli Nasrullah, 2016, *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan Sosioteknologi*, simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Singgih D. Gunarsa, 2001, *psikologi Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*, Gunung Mulia, Jakarta.
- Slamet Santoso, 2006, *Dinamika Kelompok*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Suranto AW, 2011, *Komunikasi Interpersonal*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Syaiful Bahri Djamarah, 2004, *Pola Komunikasi Orang tua Dan anak Dalam Keluarga*, Bineka Cipta, Jakarta.
- Wursanto, 2005, *Dasar-Dasar Komunikasi*, CV. Andi Offset, Yogyakarta

B. Jurnal

Ahmad setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, E-Mail : ahmad.ams@bsi.ac.id.

Evita Widasari, DKK, *Perencanaan Konten 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif Bekraf*

Melalui Video Fulldome, Universitas Dian Nuswantoro, 2017

Indrawan, jerry, DKK, *Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik*, Jurnal Medium, vol. 8, No. 1, ISSN : 2303-0194

Maya Syirurrifka dan Syamsul Bahri, *Cerai Gugat Karena factor Kekerasan Dalam*

Rumah Tangga, JIM Bidang Hukum Perdana (2021) Vol, 5, No : 2

Ovivi Tidal Jumrad dan Ira Dwi Mayang Sari, *Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame*, Jurnal Common, Vol 3, No 1, 2019

Paramitha, Cindy Rizal Putri, *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner*. Tesis. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP, 2011.

Samsul Zakaria, S. Sy., M.H., *Perceraian dan Komunikasi Dalam Keluarga*, Artikel, Rublik Opini Lombok, 2020

Sisca Febriyanti, *Dinamika Komunikasi Keluarga Single Mother*, (Tesis Program Magister Ilmu Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran, Bandung, 2012.

Sumarno, “ *Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*”, Jurnal Elsa, VOL. 18, No. 2, 2020.

C. Referensi Lain

Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 <https://www.ajnn.net/news/angka-perceraian-di-aceh-capai-6-448-perkara-banyak-istri-gugat-suami/index.html> pada pukul 21.45

Diakses pada tanggal 21 Juli 2022 <https://nasional.tempo.co/read/224476/kekerasan-anak-akibat-buruknya-komunikasidengan-orang-tua> pukul 12 : 08

Diakses pada tanggal 21 Juli 2022 <https://sumsel.antaranews.com/berita/599369/jaksa-tangkap-asn-buronan-telantarkan-keluarga> pukul 09.13

Diakses pada tanggal 21 Juli 2022 <https://www.kompas.com/parapuan/read/533197230/ternyata-ini-efek-buruk-kurangnya-komunikasi-orang-tua-dan-anak-apa-saja> pukul 21:35

Dikutip dari CNN Indonesia, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190430140843-185-390824/youtube-catat-kenaikan-pengguna-gold-hingga-lima-kali-lipat>. Diakses pada tanggal 13/01/2019 pukul (22 : 58)

Dikutip dari CNN Indonesia, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190430140843-185-390824/youtube-catat-kenaikan-pengguna-gold-hingga-lima-kali-lipat>. Diakses pada tanggal 15/01/2022 pukul (22 : 58).

Kamus besar Bahasa Indonesia Edisi keempat [https://id.wikipedia.org/wiki/Konten#:~:text=Konten%20\(Templat%3A%2Den\)%20adalah,Besar%20Bahasa%20Indonesia%20Edisi%20Keempat.&text=Istilah%20ini%20digunakan%20untuk%20mengidentifikasi,informasi%20sebagai%20tambah%5D%5D%20media](https://id.wikipedia.org/wiki/Konten#:~:text=Konten%20(Templat%3A%2Den)%20adalah,Besar%20Bahasa%20Indonesia%20Edisi%20Keempat.&text=Istilah%20ini%20digunakan%20untuk%20mengidentifikasi,informasi%20sebagai%20tambah%5D%5D%20media). Diakses pada tanggal 18/01/2022 pukul (10 : 30).

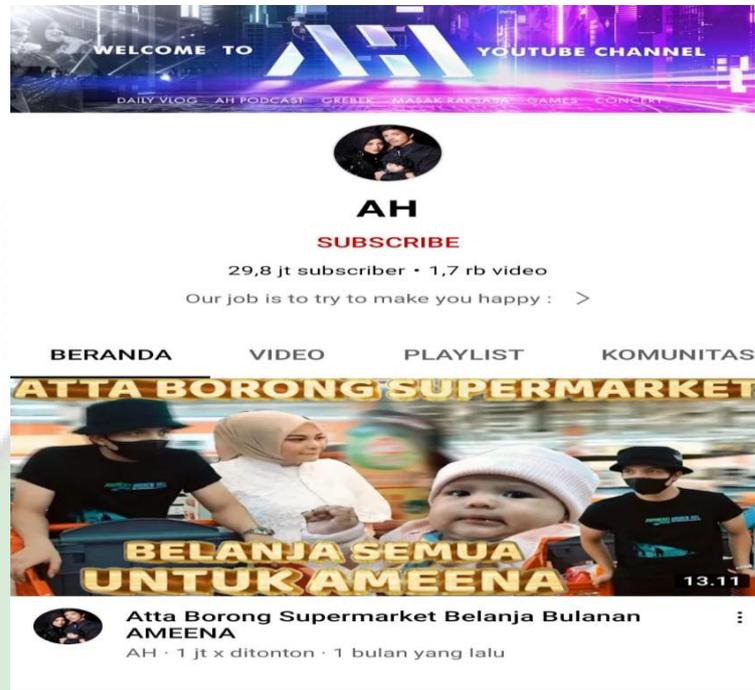
Muhammad Abdan Syakuro, [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/skripsi%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/skripsi%20(1).pdf), diakses pada 22 Juli 2022

Samsinar S, <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/POLA%20KOMUNIKASI%20OKELUARGA%20DALAM%20PERSPEKTIF%20ISLAM.pdf>, diakses pada 22 Juli

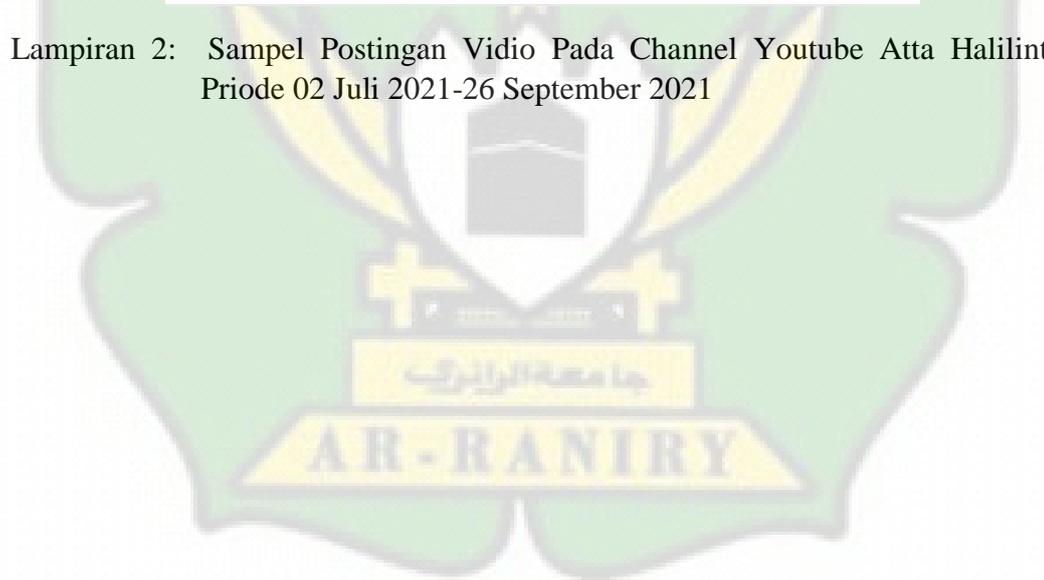
Tira Fitriawardhani, <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/pemanfaatan%20social%20media%20sebagai%20sarana%20komunikasi%20keluarga.pdf>, diakses pada 22 Juli 2022

Yosef Kaprino Parto, file:///C:/Users/ASUS/Downloads/111114045_full.pdf, diakses pada 22 Juli 2022.

Lampiran 1: Sampel Channel Youtube Atta Halilintar(AH)



Lampiran 2: Sampel Postingan Vidio Pada Channel Youtube Atta Halilintar Priode 02 Juli 2021-26 September 2021



- | | | | |
|--|---|--|---|
| | AUREL HARUS SABAR, ATTA PAMIT SEBENTAR..
👤 AH
377 rb x ditonton · 9 bulan lalu | | Semua FAST FOOD 🍔
👤 AH
1,9 jt x ditonton · 9 bulan lalu |
| | ATTA AUREL KETEMU OM RAUL LEMOS, SEGERA!
👤 AH
718 rb x ditonton · 9 bulan lalu | | Bunda ASHANTY Marah Besar Ke Atta Aurel karna kucing.
👤 AH
1 jt x ditonton · 9 bulan lalu |
| | ALHAMDULILLAH! SELAMAT DATANG BABY AUREL..
👤 AH
4,7 jt x ditonton · 9 bulan lalu | | ALHAMDULILLAH MIMI KD ATTA AUREL CEK BABY AH.. Mirip Siapa Ya?
👤 AH
763 rb x ditonton · 9 bulan lalu |
| | ATTA PANIK !! PERUT AUREL KESAKITAN..
👤 AH
870 rb x ditonton · 9 bulan lalu | | Bunda Ashanty STRESS Masak raksasa 1500 LELE - #MasakRaksasa
👤 AH
885 rb x ditonton · 9 bulan lalu |
| | Pertemuan Pertama ARSY AMORA dan Aurel ❤️ TRIO Cantik ni boss
👤 AH
1 jt x ditonton · 9 bulan lalu | | ASMR ATTA AUREL - Bumil Makan Super Pedas Bikin Ngiler!!!
👤 AH
2,1 jt x ditonton · 9 bulan lalu |
| | 4 BULANAN BABY AH, Satukan SEMUA KELUARGA! The Herman...
👤 AH
1,1 jt x ditonton · 9 bulan lalu | | AUREL NGIDAM JAJANAN - ATTA BAWA SEMUA GEROBAK BUAT BUMIL
👤 AH
1,5 jt x ditonton · 9 bulan lalu |
| | 👤 AH
407 rb x ditonton · 9 bulan lalu | | 24 JAM ATTA AUREL Jaga Anak Bayi Cewek..
👤 AH
943 rb x ditonton · 10 bulan lalu |
| | AUREL STRESS, ATTA Bawa Jalan-Jalan Ke Gunung..
👤 AH
382 rb x ditonton · 9 bulan lalu | | |
| | Resmi Adik BARU ATTA Aurel! GEN HALILINTAR Setuju?..
👤 AH
1 jt x ditonton · 9 bulan lalu | | GRANDUNG, Sapi 1.4 TON, Tersayang
👤 AH
2 jt x ditonton · 11 bulan lalu |
| | Baby RANS & Baby AHHA dijodohin?!
👤 AH
1,5 jt x ditonton · 9 bulan lalu | | ATTA NGAMUK! Bulu Kucing Bahaya Tokso...
👤 AH
654 rb x ditonton · 11 bulan lalu |
| | Selamat Tinggal Jakarta. AUREL BAHAGIA!
👤 AH
471 rb x ditonton · 9 bulan lalu | | Alhamdulillah dapet GRANDUNG 1.4 TON
👤 AH
3,1 jt x ditonton · 11 bulan lalu |
| | ATTA AUREL Malam Mingguan DI TENGAH LAUT, SURPRISE Verre!
👤 AH
688 rb x ditonton · 9 bulan lalu | | Mimpi JADI NYATA! Borong Sapi Kambing Sekandang Untuk Semua...
👤 AH
1 jt x ditonton · 11 bulan lalu |
| | ASMR - AUREL Ngidam Semua FAST FOOD 🍔
👤 AH
1,9 jt x ditonton · 9 bulan lalu | | Main mobile legend.. atta aurel mesra..
👤 AH
511 rb x ditonton · 11 bulan lalu |
| | | | HBD AUREL di semua Billboard di Jakarta! Kejutan ATTA untuk Istri
👤 AH
1,2 jt x ditonton · 11 bulan lalu |
| | | | Atta Kadoin Mobil Untuk AUREL ❤️ Kado Atta bikin istri Terharu....
👤 AH
2,1 jt x ditonton · 11 bulan lalu |



Ternyata! ATTA SURPRISE AUREL Semua Keluarga Hadir **♥** Pertama Kali..
 ● AH
 1,6 jt x ditonton · 11 bulan lalu



PERTAMA KALI Cari SAPI TERBESAR BUAT ISTRI!!
 ● AH
 1,5 jt x ditonton · 11 bulan lalu



BOS BAIK!! KASIH RUMAH BUAT TIM!..
 ● AH
 457 rb x ditonton · 11 bulan lalu



ATTA AUREL Masak KAMBING RAKSASA Super!
 ● AH
 636 rb x ditonton · 11 bulan lalu



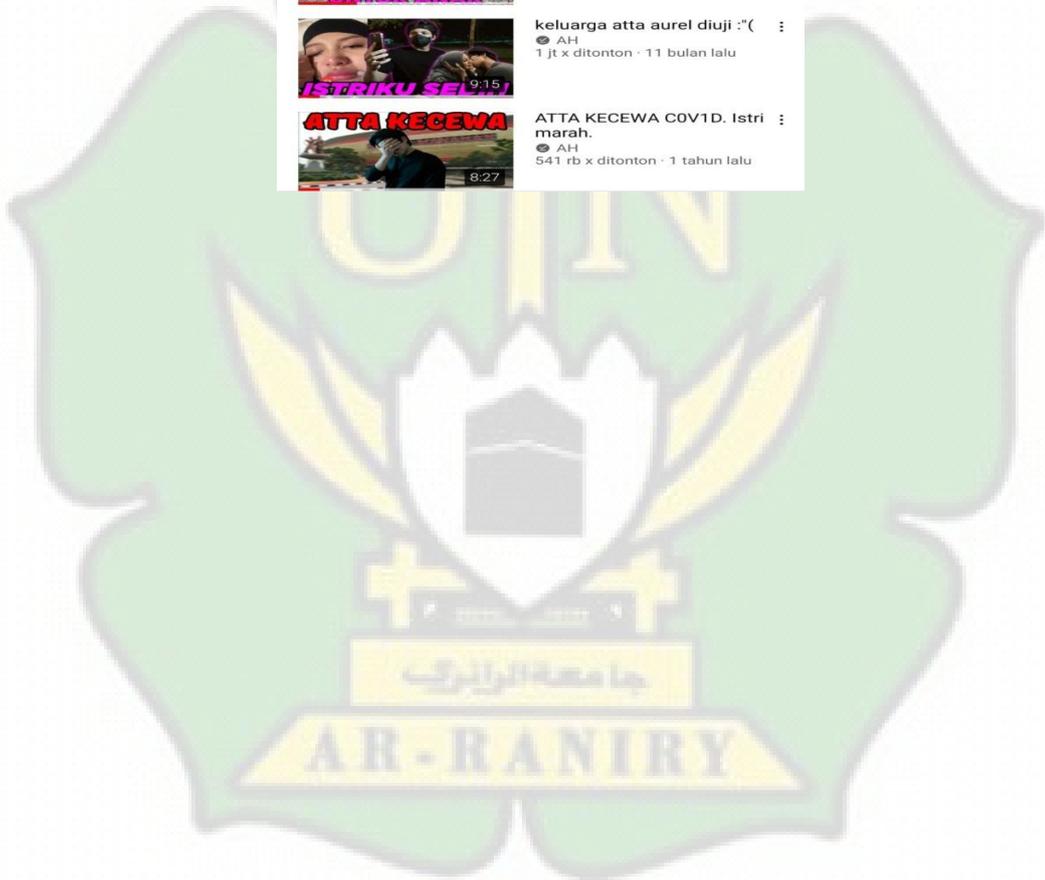
Atta Ajak Aurel ke RUMAH BARU untuk anak
 ● AH
 638 rb x ditonton · 11 bulan lalu



keluarga atta aurel diuji :"(
 ● AH
 1 jt x ditonton · 11 bulan lalu



ATTA KECEWA COVID. Istri marah.
 ● AH
 541 rb x ditonton · 1 tahun lalu



Lampiran 3: Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh tentang Pembimbing Skripsi

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.2335/Un.08/FDK/KP.00.4/06/2022
Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022**

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2022, Tanggal 17 November 2021

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr.: 1) Asmaunizar, M.Ag PEMBIMBING UTAMA (Subtansi Penelitian)
2) Syahril Furqani, M.I.Kom PEMBIMBING KEDUA (Teknik Penulisan)

Untuk membimbing KCU Skripsi:

Nama : Rainisa
NIM/Jurusan : 170401034/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Citra Diri Atta Haliintar Pasca Menikah (Studi pada Konten Aurel Berhijab)*

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN AR-Raniry Tahun 2022;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 28 Juni 2022 M
28 Zulqaidah 1443 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



Fakri

- Terbusan:**
1. Rektor UIN Ar-Raniry
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry
3. Pembimbing Skripsi
4. Mahasiswa yang bersangkutan
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal 24 Juni 2023