

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT *YOUTUBER*
MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN
(Studi Kasus *Youtuber* Kota Metro)**

Oleh:

**NINDY AYU MEILISKA
NPM.1602040032**



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1442 H/2020 M

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT YOUTUBER
MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN
(Studi Kasus *Youtuber* Kota Metro)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

Oleh:

NINDY AYU MEILISKA

NPM.1602040032

Pembimbing I : Drs. Tarmizi, M.Ag

Pembimbing II : Hotman, M.Esy

**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1442 H/2020 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Munasqsyah

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di -
Tempat

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : Nindy Ayu Meiliska
NPM : 1602040032
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT YOUTUBER MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqsyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

Metro, 30 November 2020

Pembimbing I



Drs. Tarmizi, M.Ag

NIP. 196012171990031002

pembimbing II



Hotman, M.E.Sy

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal :FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
YOUTUBER MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI SUMBER
PENGHASILAN

Nama : Nindy Ayu Meiliska
NPM : 1602040032
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 30 November 2020

Pembimbing I



Drs. Tarmizi, M.Ag

NIP. 196012171990031002

pembimbing II



Hotman, M.F.Sy



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41907, Fax (0725) 47296 Website: www.metroiniv.ac.id E-mail: iainmetro@metroiniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 0043/In.22.A/D/PP.00.9/01/2021

Skrripsi dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT YOUTUBER MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN (Studi Kasus Youtuber Kota Metro), disusun oleh: NINDY AYU MEILISKA, NPM: 1602040032, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Kamis, 17 Desember 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Drs. Tarmizi, M.Ag
Penguji I : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
Penguji II : Hotman, M.E.Sy
Sekretaris : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy



Mengetahui,
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widiyanti Ningsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT *YOUTUBER* MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN (Studi Kasus *Youtuber* Kota Metro)

Oleh:
Nindy Ayu Meiliska

YouTube merupakan sebuah situs web berbagi video yang memungkinkan pengguna menonton, mengunggah, dan berbagi video. YouTube tidak hanya dapat dimanfaatkan untuk mencari hiburan dan informasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media bisnis untuk menghasilkan uang. Youtube merupakan salah satu *platform* online paling populer saat ini. *Youtuber* atau *Content Creator* adalah istilah untuk para pembuat dan pengunggah video di YouTube. Profesi tersebut yang kini sedang naik daun di era perkembangan dunia digital. Setiap pekerjaan yang dilakukan manusia memiliki faktor pendorong sebagai motivasi mereka. Salah satu profesi yang saat ini sangat menjanjikan untuk mendapatkan keuntungan yang signifikan adalah menjadi seorang *Youtuber*.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat *Youtuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada tiga *youtuber* dengan pengikut yang sudah banyak di Kota Metro yaitu IbaF Fabi, Lily Nasda dan Bachtiar. Kemudian semua data tersebut di analisis secara induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor internal, minat dipengaruhi oleh kebutuhan, kemampuan, dan motivasi dalam diri. Kemudian untuk faktor eksternal, minat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, popularitas, dan kecanggihan teknologi.

Kata kunci : Minat, *Youtuber*, Pendapatan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NINDY AYU MEILISKA

Npm : 1602040032

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, November 2020

Yang Menyatakan,



Nindy Ayu Meiliska

NPM.1602040032

MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang mengetahui yang ghaib dan yang nyata, dan Diberitakannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

(Q.S At-Taubah : 105)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup penulis. Penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Anwarudin dan Ibu Sulis Apriyani yang tidak pernah lelah mendo'akan dan mendukung penulis baik dalam bentuk moral, materil serta mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas.
2. Saudara kandung saya Bagus Aditya yang senantiasa memberikan semangat dan doanya untuk keberhasilan pembuatan skripsi.
3. Dosen Pembimbing skripsi Bapak Drs. Tarmizi, M.Ag dan Bapak Hotman, M.Esy yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan dan menyampaikan ilmunya kepada saya, akan selalu saya kenang apa yang telah diberikan.
5. Fadli Rinekso yang selalu menjadi suport system dan moodboster ku dikala jenuh dan pusing akibat revisian.
6. Sahabat-sahabatku Arma Yoga, Yaser Nopiyanto, Clara Berliana, Yogi Dede, Diki Pangestu, Viska Febriliyanti, Restiana, Saskia Duwi, Abduhu Zaini serta kawan kawanku yang lain yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamater Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas taufik Hidayah dan Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, atas perjuangan beliau kita dapat saling mengenal dan menjalin tali *ukhuwah islamiyah*.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E (Sarjana Ekonomi).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku rektor IAIN Metro.
2. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Drs. Tarmizi, M.Ag selaku Pembimbing I serta Hotman, M.E.Sy selaku pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan proposal ini.
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak berbagi serta memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

5. Teman-teman Ekonomi Syariah yang telah bersama-sama mencari ilmu dan saling memotivasi penulis untuk menyelesaikan penulisan proposal ini di IAIN Metro.

Kepada mereka semua penulis tidak dapat memberikan apa-apa. Hanya ucapan terima kasih dan do'a, semoga jasa dan kebaikan semua pihak tersebut di catat oleh Allah SWT sehingga kelak mendapatkan tempat yang paling baik di sisinya. Kritik dan saran demi perbaikan Proposal ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada dan akhirnya semoga Proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca dalam pengembangan ilmu Pengetahuan Ekonomi Syariah.

Metro, Oktober 2020
Penulis



Nindy Ayu Meiliska
NPM.1602040032

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan penelitian	6
2. Manfaat penelitian.....	6
D. Penelitian Relevan	7
BAB II LANDASAAN TEORI	
A. Minat.....	11
1. Pengertian Minat	11
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	14
3. Tujuan Minat <i>Youtuber</i>	17
B. Pendapatan <i>youtuber</i>	18
1. Pengertian Pendapatan <i>youtuber</i>	18

2. Jenis-jenis Pendapatan <i>youtuber</i>	20
3. Sistem Monetisasi YouTube	22
C. Minat <i>Youtuber</i> sebagai Pendapatan.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	29
B. Sumber Data	31
C. Teknik Pengumpulan Data	32
D. Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil <i>Youtuber</i> Kota Metro	35
B. Faktor-faktor Minat <i>Youtuber</i> Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan	47
C. Analisis Faktor-faktor Minat <i>Youtuber</i> Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan	55

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat YouTuber Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan	54
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Surat Izin Prasurevey
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas
5. Outline
6. Alat Pengumpul Data
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Turnity
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era digitalisasi ini perkembangan teknologi dan internet semakin pesat, bahkan tidak dipungkiri bahwa perkembangan teknologi dan internet dapat mempermudah kegiatan sehari-hari masyarakat. Dalam bidang sosial media, *e-commerce* maupun teknologi digital lainnya yang tidak lepas dari suatu jaringan bernama internet.¹Merambahnya internet diplosok negeri membuat seseorang harus mampu menguasai kemampuan dalam pengoperasiannya, termasuk bersaing di berbagai hal dalam bidang ekonomi digital. Secara tidak langsung internet sangat mempengaruhi model bisnis saat ini.

Berkat perkembangan teknologi dan internet dapat memunculkan banyak pekerjaan baru yang kini banyak di gemari oleh masyarakat khususnya generasi milenial. Pekerjaan itu seperti Youtuber, Blogger, Selebgram, Reseller Online Shop dan sebagainya.

Hal ini turut menjadi peluang besar bagi masyarakat khususnya generasi milenial untuk menciptakan lapangan pekerjaan di masa depan yang menjanjikan dalam bidang teknologi untuk mengembangkan ekonomi kreatif, contohnya yaitu dalam sektor Film , Animasi , dan video. Ekonomi kreatif dalam subsektor Film, Animasi, dan video adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi

¹Ahmad Budi, "Revolusi Bisnis berbasis Platform Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia" vol 9 (desember 2018): 62.

Film, Animasi, dan Video.²Salah satunya dengan memanfaatkan sosial media *Youtube* yang menjadi ladang penghasilan pada era digital saat ini.

Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video yang memungkinkan pengguna menonton, mengunggah, dan berbagi video. *Youtube* merupakan media dimana semua orang bisa mendapatkan ilmu secara audio maupun visual, disini banyak orang yang memamerkan kemampuannya. *Youtube* tidak hanya dapat dimanfaatkan untuk mencari hiburan, mencari informasi maupun pengetahuan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media bisnis untuk menghasilkan uang. Individu atau sekelompok orang yang aktif bekerja dengan mengunggah video produksi mereka di *Youtube* disebut *Youtuber*.³*Youtube* merupakan salah satu *platform* online paling populer saat ini.

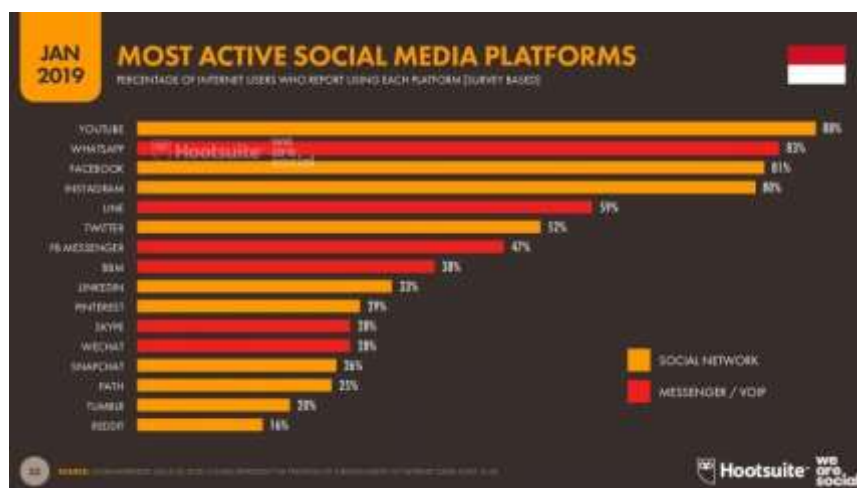
Popularitasnya diperkirakan akan terus meningkat seiring setiap tahunnya dengan jumlah penggunanya. Bahkan, survey yang dilakukan oleh Hootsuite (We Are Social) atau situs layanan manajemen konten yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial yang menyajikan data atau informasi seputar pertumbuhan internet, sosial media, dan *e-commerce*. Dari hasil survey Hootsuite yang dilakukan pada Januari 2019 menyatakan bahwa sebanyak 150 juta orang yang aktif menggunakan sosial media, dan *Youtube* menjadi *platform* sosial

²Purno Rochmat Aldy, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, pertama (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), h. 21.

³Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), h.

media yang paling banyak digunakan saat ini, sebanyak 88% dari total pengguna sosial media telah mengakses Youtube.⁴

Gambar 1. Pertumbuhan pengguna sosial media 2019



Sumber: situs layanan manajemen konten

Hootsuite.WeAreSocial<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Youtuber atau *Content Creator*, istilah untuk para pembuat dan pengunggah video atau konten di Youtube. *Youtuber* dan *Content Creator* merupakan profesi membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Profesi tersebut yang kini sedang naik daun di era perkembangan dunia digital. Popularitasnya mendatangkan tawaran *endorse* dari berbagai *brand* produk, tentu saja menantang setiap orang untuk mencobanya.⁵ Karena makin meningkatnya pengguna Youtube saat ini serta mampu menghasilkan pundi-pundi rupiah dari video yang di unggah, membuat banyak

⁴Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019," *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019* (blog), 9 Februari 2019, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>. Diakses pada 30 November 2019

⁵Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, h. 2.

bermunculan *youtuber* atau *content creator* yang telah sukses berbisnis dalam dunia Youtube. Di Indonesia misalnya, sudah banyak *youtuber* yang terkenal dan sukses berkat bisnisnya dalam dunia Youtube seperti Atta Halilintar, Ria Ricis, Raditya Dika, Jess no Limit, dan lain-lain.

Berdasarkan gambaran tentang Youtube yang dapat menghasilkan keuntungan dan juga cukup dengan modal yang sederhana untuk mendapatkan penghasilan, tentunya menarik berbagai kalangan untuk membuka peluang bisnis dan mencari keuntungan lewat media sosial Youtube. Kondisi tersebut juga dapat mempengaruhi generasi muda khususnya generasi milenial untuk menjadi wirausahawan lewat Youtube.

Beberapa generasi milenial yang mampu memanfaatkan *platform* Youtube untuk mendapatkan penghasilan yaitu Ibafe Fabi, Lily Nasda, dan Bachtiar. Mereka adalah *youtuber* Kota Metro yang bisa dikatakan sukses dalam berkarya melalui Youtube. Ibafe Fabi terkenal setelah ia meng-*upload* video tentang sosial eksperimen yang berpura-pura menjadi seorang gelandangan. Sejak itu pengikut atau *subscriber* di akun Youtube miliknya semakin bertambah. Hingga saat ini *subscriber* di channel Youtube miliknya sudah mencapai 2,22 juta pengikut dengan jumlah video yang di *upload* sebanyak 136 video.

Setiap pekerjaan yang dilakukan manusia memiliki faktor pendorong sebagai motivasi mereka. Salah satu profesi yang saat ini sangat menjanjikan untuk mendapatkan keuntungan yang signifikan adalah menjadi seorang wirausahawan. Seseorang dalam berwirausaha memiliki beberapa faktor yang menjadi pertimbangan mereka untuk membuka sebuah usaha. Faktor-faktor tersebut terdiri

dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan, kepribadian, motivasi, dan tingkat pendidikan. Dan faktor eksternal meliputi lingkungan, keluarga, dan lokasi.⁶

Namun, dari faktor yang telah dipaparkan tersebut adanya kesenjangan antara teori dengan praktiknya bagi seorang *youtuber* yang menggeluti bisnis di dunia Youtube. Selain dari faktor-faktor diatas, seorang wirausahawan dalam dunia Youtube atau biasa disebut *youtuber* juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yaitu, faktor popularitas dan kecanggihan teknologi. Dan ada juga beberapa faktor yang telah disebutkan dalam paragraf di atas yang tidak berlaku bagi seorang *youtuber*. Seperti faktor pendidikan dan faktor lokasi, kedua faktor tersebut tidak mempengaruhi seseorang untuk menjadi *youtuber*.

Berdasarkan hasil pra survey, dikatakan oleh Ibafe Fabi, Lily Nasda dan Bachtiar bahwa untuk menjadi seorang *youtuber* tidak memerlukan tingkat pendidikan yang tinggi, dan juga tidak memerlukan lokasi yang harus selalu menetap untuk membuka usaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menjadi seorang *youtuber* yang bisa mendapatkan penghasilan ialah faktor *skill*, kebutuhan, popularitas, lingkungan sekitar (pergaulan), dan kecanggihan teknologi.⁷

⁶Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 32.

⁷Wawancara pra-survey dengan Ibafe Fabi, Bachtiar, dan Lily Nasda 2-4 desember 2019.

Berdasarkan latar belakang di atas mendorong penulis untuk meneliti dalam bentuk skripsi untuk melihat dan menganalisis lebih lanjut terkait mendapatkan penghasilan dari Youtube yang akan dijadikan penelitian dalam bentuk skripsi berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Youtuber menjadikan Youtube sebagai Pendapatan”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka terdapat pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah “Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* Kota Metro menjadikan Youtube sebagai pendapatan?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan dilihat dari sisi faktor internal dan eksternal.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini memberikan pengetahuan baik kepada peneliti maupun kepada masyarakat luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* dan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam perkembangan keilmuan kepada peneliti berikutnya.

b. Secara Praktis

Diharapkan dapat memberikan solusi-solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* dan dapat menjadikan sebuah eksposisi pemikiran bagi masyarakat khususnya yang ingin menjadi seorang *youtuber* dan juga dapat dijadikan sebagai bahan penelitian berikutnya yang ada relevansinya dengan masalah ini.

D. Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat menambah teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun, penulis menggunakan beberapa penelitian sebagai referensi dan menambah bahan kajian pada penelitian penulis.

Untuk menghindari duplikasi, peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu, diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti:

1. Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Dwi Solikhah mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, dalam skripsi yang berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan Youtube sebagai Sumber Penghasilan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan, faktor-faktor yang

mempengaruhi minat diukur dengan variabel penghargaan finansial, lingkungan kerja, dan popularitas. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa penghargaan finansial dan lingkungan kerja tidak berpengaruh positif terhadap minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan, sedang popularitas berpengaruh positif terhadap minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan. Dalam penelitian ini terlihat bahwa peneliti sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang menjadikan youtube sebagai sumber penghasilan. Yang membedakan penelitian Ulfa dengan calon penelitian penulis ialah lokasi dan subyek yang akan diteliti. Penelitian Ulfa berada di Universitas Islam Indonesia dan sasaran subyek Ulfa ialah mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia. Sedangkan lokasi penelitian yang akan dilakukan penulis berada di Kota Metro Lampung dan sasaran obyek penelitian ialah Youtuber yang ada di Kota Metro. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Ulfa ini dapat melengkapi gambaran mengenai Sumber Penghasilan lewat Youtube, sehingga penelitian ini dianggap relevan untuk dijadikan acuan dalam penelitian ini.⁸

2. Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Jimi N. Mahameruji, Lilis Puspitasari, dkk mahasiswa Universitas Padjajaran Bandung dalam jurnalnya yang berjudul “Bisnis *Vlogging* dalam Industri Media Digital di Indonesia”. Dalam jurnal ini dibahas mengenai fenomena bisnis pada era industri media digital seperti *Vlogging*. Berkembangnya media digital di Indonesia memunculkan berbagai bisnis internet dengan memanfaatkan sosial

⁸Ulfa Dwi Solikhah, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna menjadikan Youtube Sebagai Sumber Penghasilan” (Universitas Islam Indonesia, 2018).

media seperti *Youtube*. Vlogging merupakan salah satu profesi yang kini cukup banyak diminati masyarakat untuk berkarya dan menghasilkan uang. Berdasarkan penelitian tersebut persamaan terlihat ketika membahas tentang bisnis *online* yang berkembang pada era digital saat ini, dan membahas tentang peran Youtube dalam perkembangan komunitas *youtuber* atau *vloggeer*. Yang membedakan penelitian Jimi dkk dengan penelitian penulis ialah Jimi hanya membahas salah satu jenis konten video di Youtube yaitu Video Blog (*Vlog*), sedangkan penulis ingin membahas tentang keseluruhan jenis konten di Youtube. Pada penelitian Jimi gambaran mengenai pekerjaan Vlogging dapat dijadikan acuan oleh peneliti dalam melakukan penelitian dan dianggap relevan dengan penelitian ini.⁹

3. Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rijalus Sholihin, Wahyu Arianto, Dina Fitri Khasanah mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang Jawa Timur dalam jurnal yang berjudul “Kunggulan Sosial Media dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia”. Dalam jurnal ini membahas mengenai peran sosial media untuk mengembangkan ekonomi kreatif di era digital bagi pelaku usaha kreatif di Indonesia. Dan memberikan pengetahuan terhadap keunggulan sosial media untuk mengembangkan sebuah usaha di era digital yang berbasis teknologi dan internet ini, sehingga dapat disayangkan jika kesempatan ini tidak dimanfaatkan oleh para pelaku usaha. Berdasarkan jurnal tersebut terdapat kesamaan yaitu membahas mengenai peran sosial media dalam meningkatkan ekonomi di era digital. Adapun

⁹Jimi Mahameruji dkk., “Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia” vol 15 (Juni 2018).

perbedaan yang terlihat pada obyek yang akan diteliti, penelitian yang dilakukan Muhammad Rijalus dkk lebih tertuju pada semua aplikasi yang termasuk sebagai sosial media. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis lebih spesifik ke salah satu yang termasuk sosial media yaitu Youtube. Berdasarkan pembahasan diatas, penelitian dalam bentuk jurnal oleh Muhammad Rijalus dkk yang berjudul “Keunggulan Sosial Media dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia” dapat dijadikan acuan dalam penelitian kali ini.¹⁰

¹⁰Muhammad Rijalus Solihin, Wahyu Arianto, dan Dina Fitri, “Keunggulan Sosial Media dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia,” 2018.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap suatu obyek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan obyek tersebut. Sedangkan menurut Sukardi:

Minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat menghantarkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu obyek tertentu.¹

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sedangkan cita-cita merupakan perwujudan dari minat, dalam hubungan dengan prospek (jangkauan masa depan dimana seseorang merencanakan dan menentukan pilihan terhadap pendidikan, jabatan).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah dorongan diri yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan perasaan suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut.

¹ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003).

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu.

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, menguasai, dan berhubungan dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari obyek.²

Minat berperilaku adalah keinginan seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Jadi apabila seseorang berminat untuk memperhatikan suatu aktivitas dan melakukan aktivitas yang dilakukan pasti dilandasi dengan rasa senang dalam melakukannya. Jika menimbulkan rasa senang, maka seseorang di masa yang akan datang akan secara terus menerus ingin melakukannya.

Fungsi minat sangat berhubungan erat dengan perasaan dan pikiran. Manusia akan memberikan suatu penilaian, menentukan sesudah memilih pilihan yang diinginkan dan secara langsung mengambil suatu keputusan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu.

Kenyataan yang sebenarnya, minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak yang diinginkan suatu individu yang bersangkutan. Minat tidak hanya

² Abdul Rahman Saleh dan Muhibid Abdul, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263.

selalu bersifat tetap. Semakin panjang lamawaktunya, minat yang akan dialami akan terjadi perubahan yang semakin besar. Begitu juga sebaliknya, apabila lama waktu semakin kecil, terjadinya perubahan minat dapat diminimalisir.

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa minat adalah ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaatnya. Timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu rasa tertarik atau rasa senang, faktor perhatian dan kebutuhan.

Youtuber adalah istilah untuk para pengguna YouTube. *Youtuber* adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, atau tampil di video yang ada di YouTube. Sederhana nya seseorang dikatakan *Youtuber* apabila sudah memproduksi dan mengunggah video di Youtube.³

Sedangkan minat *Youtuber* ialah minat seseorang yang tertarik untuk menjadi seorang *Youtuber*. Minat itu timbul karena adanya ketertarikan dengan kegiatan atau hal lain yang berhubungan dengan dunia YouTube. Minat *Youtuber* adalah keinginan untuk menjadi salah satu pengguna YouTube, dalam hal ini *Youtuber* yang dimaksud adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, dan tampil di dalam video yang ada di YouTube.

³Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, h.4

Menjadi Youtuber mulai menjadi lahan pekerjaan yang menjanjikan bagi banyak kalangan anak muda saat ini. Karena memang sudah banyak yang menjadi Youtuber sukses yang menghasilkan banyak pundi-pundi rupiah dari hasil video di *channel* Youtube mereka.

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa minat *Youtuber* adalah ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaatnya. Timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu rasa tertarik atau rasa senang, faktor perhatian dan kebutuhan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian.

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.

Minat berkaitan erat dengan perhatian, oleh karena itu minat merupakan suatu hal yang sangat menentukan dalam setiap usaha. Minat tidak dibawa

sejak lahir, namun minat tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Faktor dibedakan menjadi 2, faktor internal dan eksternal meliputi:

a. Faktor internal

1) Kemampuan yang dimiliki seorang individu

Salah satu modal utama bagi seorang untuk melakukan suatu usaha adalah kemampuan dalam menguasai suatu pekerjaan. Menurut teori, Kemampuan bisa tercipta karena adanya kebiasaan mengerjakan sesuatu sehingga kita sudah mampu melakukan hal itu. Kemampuan bisa diasah agar menjadi lebih besar dengan cara selalu belajar dan mencari tahu tentang hal apa yang belum kita ketahui.

2) Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional melalui tindakan yang akan dilakukan.⁴

3) Kebutuhan secara finansial

Faktor kebutuhan memang selalu menjadi faktor utama seseorang untuk mencari pekerjaan, karena semakin hari kebutuhan hidup bisa semakin banyak. Dengan bekerja seseorang mampu menghasilkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari hari. Menurut

⁴ Etta Mamang, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013) h.155

teori, kebutuhan merupakan hal dasar dalam memenuhi keberlangsungan hidup dan harus segera terpenuhi. Pemenuhan kebutuhan yang dilakukan manusia menjadi faktor dasar dalam melakukan bisnisnya.

4) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum. Tingkat pendidikan merupakan suatu kegiatan seseorang dalam mengembangkan kemampuan, sikap, dan tingkah lakunya. Baik untuk kehidupan masa kini atau untuk kehidupan masa yang akan datang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin kecil pengaruhnya terhadap keinginan untuk memilih pengusaha sebagai jalan hidupnya.⁵

b. Faktor eksternal

1) Lingkungan

Lingkungan sekitar atau lingkungan kerja menurut teori merupakan lingkungan fisik tempat para pekerja melakukan pekerjaannya dan mempengaruhi kinerja, keamanan, dan mutu kualitas kerja mereka. Lingkungan kerja yang kondusif memberikan rasa aman dan nyaman yang memungkinkan para pekerja untuk bekerja secara optimal. Lingkungan merupakan salah satu penyebab keberhasilan dalam

⁵ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), h.62

melaksanakan suatu pekerjaan, karena lingkungan kerja sangat mempengaruhi kompetensi pekerja.

2) Lokasi atau tempat yang strategis⁶

Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan suatu pekerjaan karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan tersebut sehingga bisa menjadikan perusahaan lebih berkembang. Keputusan lokasi sangat penting karena berkaitan dengan potensi penjualan dan keuntungan, daya saing dan kesinambungan usaha. Jika salah dalam menentukan lokasi maka akibatnya bukan hanya jangka pendek namun juga bisa berakibat jangka panjang.⁷

3. Tujuan Minat *Youtuber*

Motivasi tiap orang untuk menjadi *Youtuber* berbeda-beda. Berikut macam-macam minat yang mempengaruhi orang untuk menjadi seorang *Youtuber*:

- a. Mengekspresikan pandangan, opini, atau sikap tertentu.
- b. Mengerjakan hobi.
- c. Berbagi pengetahuan.
- d. Mengasah kemampuan.
- e. Menjadi terkenal.

⁶Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses menuju Sukses*, h. 32.

⁷Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi* (Bandung: Penerbit Alfabeta), h.86

f. Untuk promosi bisnis.⁸

B. Pendapatan *Youtuber*

1. Pengertian Pendapatan *youtuber*

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulana, bahkan borongan. Menurut kamus manajemen pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.⁹Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh seseorang atau badan usaha berdasarkan kinerjanya, baik pendapatan uang maupun bukan uang selama periode tertentu, baik harian, mingguan, atau bulanan.

Reksoprayitno mendefinisikan bahwa pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu.¹⁰Pendapatan yang diterima oleh masyarakat tentu berbeda antar satu dengan yang lainnya, hal ini disebabkan berbedanya jenis pekerjaan yang dilakukannya. Perbedaan pekerjaan tersebut dilatarbelakangi oleh tingkat pendidikan, *skill* dan pengalaman dalam bekerja. Indikator tingkat kesejahteraan dalam masyarakat dapat diukur dengan pendapatan yang diterimanya. Peningkatan taraf hidup masyarakat dapat digambarkan dari kenaikan hasil *real income* atau pemasukan asli perkapita, sedangkan taraf

⁸Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, h.3

⁹Marbun B.N, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 230.

¹⁰Soediyono Reksoprayitno, *Ekonomi Makro* (Yogyakarta: Liberty, 1985), h. 79.

hidup tercermin dalam tingkat dan pola konsumsi yang meliputi unsur pangan, pemukiman, kesehatan, dan pendidikan.

Accounting Terminology Bulletin mendefinisikan pendapatan (*revenue*) sebagai berikut:

Pendapatan berasal dari penjualan barang dan penyerahan jasa serta diukur dengan pembebanan yang dikenakan kepada pelanggan, klien, atau penyewa untuk barang dan jasa yang disediakan bagi mereka. Pendapatan juga mencakup keuntungan dari penjualan atau pertukaran aktiva, bunga, dan dividen yang diperoleh dari investasi, dan peningkatan lainnya dalam ekuitas pemilik kecuali yang berasal dari kontribusi modal dan penyesuaian modal.¹¹

Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitik beratkan pada total pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.¹²

Pendapatan *youtuber* adalah pendapatan atau hasil yang didapatkan oleh para pengguna YouTuber yang telah mengunggah video ke channel YouTube miliknya. Tidak semua bisa mendapatkan penghasilan dari YouTube, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar channel YouTube bisa menghasilkan pundi pundi uang. Salah satu persyaratan agar channel YouTube bisa menghasilkan rupiah adalah dengan memonetisasi channel YouTube.

¹¹Ahmed Riahi, *Accounting Theory*, 5 ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 279.

¹²Zuhriski Hemnur, "Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Keliling di Kelurahan Tegallega Kota Bogor" (Skripsi, IPB, 2008), h. 22.

Sistem Monetasi, adalah cara untuk mendapatkan uang dari *Youtube* dengan cara mendaftarkan akun YouTube pada Google AdSense. Setelah akun YouTube terdaftar pada Google AdSense maka dapat menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya. Seorang *Youtuber* agar dapat me-monetasi video nya harus bergabung dengan *Youtube Partner Program* (YPP). *Youtuber* dapat menghasilkan uang dari iklan yang ditampilkan di videonya, serta dari *subscriber* youtube premium yang menonton videonya.¹³

Pada tahun 2018 *Youtube* merubah persyaratan kelayakan untuk monetisasi menjadi harus tinggal di negara atau wilayah tempat *Program Partner Youtube* tersedia, dan juga minimal penayangan dalam setahun sebanyak 4.000 tayangan, dan harus memiliki 1.000 pelanggan atau *subscriber*. Serta harus memiliki akun AdSense yang ditautkan pada video. Perubahan persyaratan monetisasi *Youtube* ini dilakukan untuk memperbaiki pedoman dari kebijakan *Youtube*.¹⁴

2. Jenis – jenis pendapatan *youtuber*

Secara umum, ada beberapa penghasilan yang di dapat dari *Youtube*, antara lain:

- a. Iklan, adalah penayangan sebuah produk milik seseorang atau perusahaan yang diselipkan dalam video para *youtuber* untuk dilihat penonton video mereka.¹⁵ *Youtuber* mendapatkan penghasilan dari iklan yang muncul di

¹³Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, h. 134.

¹⁴Jubilee Enterprise, *Kitab Youtuber* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 20.

¹⁵Gusti Made, “Peran Penting Pemanfaatan Teknologi Internet sebagai Media Penghasil Uang” 4 (November 2018): h. 25.

- video mereka. Iklan ini bisa berupa iklan video ataupun iklan banner yang muncul dibagian bawah video atau di sisi kanan atas situs youtube. Youtube bekerja sama dengan Google AdSense untuk menyediakan jasa penyedia iklan untuk di selipkan dalam video di Youtube, pengguna akan mendapatkan 45% dari iklan, sementara 55% sisanya untuk Youtube.
- b. Sponsor, para pemilik bisnis atau produk atau perusahaan dapat memberikan sponsor kepada *youtuber* untuk di buat menjadi sebuah video. *Youtuber* melakukan promosi produk di video mereka.
 - c. Jualan produk sendiri, kita bisa memanfaatkan Youtube untuk menjadi lapak kita berdagang atau menawarkan produk yang kita miliki. Kita bisa mempublikasikan video-video promosi produk kita. Dari hasil penjualan produk yang di promosikan lewat video youtube, dari situlah kita mendapatkan penghasilan.
 - d. *Membership*, ada satu situs yang bernama Patreon.com. Patreon memudahkan seorang youtuber atau *creator* untuk mendapatkan pendapatan tetap dari para penonton video mereka. Sebagai seorang Patron, kita akan memberikan dana secara rutin tiap bulan kepada si *youtuber*. Besarnya dana yang diberikan ditentukan oleh *youtuber*. Sebagai timbal balik, *youtuber* akan memberikan sebuah *feedback* berupa hadiah eksklusif bagi Patron. Contoh hadiah tersebut adalah merchandise tertentu, nama Patron akan dicantumkan dalam video.
 - e. Potensi pendapatan lainnya, apabila *youtuber* sudah terkenal, mereka mendapatkan banyak peluang untuk penghasilan. Mereka bisa mendapatka

tawaran pekerjaan lain sesuai dengan keahlian di bidang mereka. Misal *youtuber* yang mempunyai tema memberikan motivasi, mereka bisa disebut sebagai *Influencer*, dan bisa menjadi seorang pembicara ketika seminar atau acara lainnya.¹⁶

3. Sistem Monetasi Youtube

Sistem Monetasi adalah cara untuk mendapatkan uang dari *Youtube*, dapat dengan menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya. Seorang *Youtuber* agar dapat *me-monetasi* video nya harus bergabung dengan *Youtube Partner Program* (YPP). *Youtuber* dapat menghasilkan uang dari iklan yang ditampilkan di videonya, serta dari *subscriber* youtube premium yang menonton videonya.¹⁷

Pada tahun 2018 *Youtube* merubah persyaratan kelayakan untuk monetisasi menjadi harus tinggal di negara atau wilayah tempat *Program Partner Youtube* tersedia, dan juga minimal penayangan dalam setahun sebanyak 4.000 tayangan, dan harus memiliki 1.000 pelanggan atau *subscriber*. Serta harus memiliki akun AdSense yang ditautkan pada video. Perubahan persyaratan monetisasi *Youtube* ini dilakukan untuk memperbaiki pedoman dari kebijakan *Youtube*.¹⁸

Beberapa contoh video yang dapat *di-monetasi*:

- a. Video yang berisi musik tanpa royalti atau *copyright*, dan dapat membuktikan hak cipta penggunanya.

¹⁶Helianthusonfri, *Passive Income dari Youtube*, h. 4-6.

¹⁷Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, h. 134.

¹⁸Jubilee Enterprise, *Kitab Youtuber* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 20.

- b. Video hasil buatan orang lain, namun mendapat izin untuk menggunakan serta mendapatkan hasil dari video tersebut.
- c. Video yang menampilkan musik buatan sendiri dan tidak dikontrak oleh sebuah label.

Dan berikut ini adalah contoh video yang tidak dapat di-*monetasi*:

- a. Video yang berisi musik yang dibeli di situs musik, atau video yang direkam di radio atau televisi.
- b. Mengedit kompilasi video yang dibuat oleh orang lain tanpa izin.
- c. Video tentang kekerasan, pornografi, dan ujaran kebencian.¹⁹

Dari beberapa persyaratan video yang bisa di-*monetasi* dapat disimpulkan bahwa video yang di buat dan di unggah harus terbebas dari pelanggaran hak cipta. Pelanggaran hak cipta adalah larangan yang dibuat oleh kebijakan Youtube. Hal itu untuk menghindari kejahatan plagiasi di dunia internet.

C. Minat *Youtuber* sebagai Pendapatan

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Dibawah ini terdapat pengertian menurut beberapa ahli:

Minat, sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama/tidak ada perbedaan. Memang keduanya hampir sama dan dalam praktek selalu bergandengan satu sama lain.²⁰ Minat merupakan suatu

¹⁹Enterprise, h. 25.

²⁰Ahmadi, *Psikologi Umum*, h. 151.

kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, menguasai, dan berhubungan dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari obyek.²¹

Sedangkan pengertian *Youtuber* adalah istilah untuk para pengguna YouTube. *Youtuber* adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, atau tampil di video yang ada di YouTube. Sederhana nya seseorang dikatakan *Youtuber* apabila sudah memproduksi dan mengunggah video di Youtube.²²

Maka minat *Youtuber* ialah minat seseorang yang tertarik untuk menjadi seorang *Youtuber*. Minat itu timbul karena adanya ketertarikan dengan kegiatan atau hal lain yang berhubungan dengan dunia YouTube. Minat *Youtuber* adalah keinginan untuk menjadi salah satu pengguna YouTube, dalam hal ini *Youtuber* yang dimaksud adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, dan tampil di dalam video yang ada di YouTube.

Menjadi *Youtuber* mulai menjadi lahan pekerjaan menjanjikan bagi banyak anak muda. Karena memang sudah banyak yang menjadi *Youtuber* sukses yang menghasilkan banyak pundi-pundi rupiah dari hasil video di *channel* Youtube mereka.

Dengan banyaknya pengguna *youtube* di Indonesia menimbulkan kegemaran baru, kegemaran tersebut dapat menciptakan penghasilan baru bagi para pengguna *youtube* tersebut. *Youtube* merupakan suatu wadah untuk

²¹Rahman Saleh dan Abdul, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, h. 263.

²²Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, h.4

menciptakan suatu popularitas baru dengan bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Tidak sedikit para artis televisi berpindah haluan menjadi artis *youtube* dikarenakan pada masa sekarang *youtube* lebih diminati oleh masyarakat daripada televisi. Semua itu dikarenakan *youtube* mempunyai jangkauan geografis yang tak terbatas, *youtube* bisa diakses dimana saja dan kapan saja, dengan hanya menggunakan *smartphone* yang bisa selalu digenggam para pengguna bisa menonton video apa saja yang mereka inginkan. Hal ini sesuai dengan slogan dari *youtube* itu sendiri yaitu “*youtube lebih dari sekedar TV*”. Keuntungan yang didapatkan di dalam *youtube* dapat berupa suatu popularitas atau bahkan penghasilan tambahan, dengan pengaksesan dan peralihan penghasilan yang mudah membuat *youtube* menjadi salah satu ladang penghasilan baru yang diciptakan secara tidak sengaja atau secara kebetulan, karena pada dasarnya para pelaku usaha di media sosial *youtube* hanya melakukan kegemarannya saja namun kegemaran tersebut dapat menghasilkan sebuah penghasilan.

Dengan adanya situs Youtube, membuat perusahaan penyiaran baik itu surat kabar, radio, dan televisi semakin berkurang. Semua dapat menyiarkan kabar dan informasi bahkan ada beberapa berita yang hanya disiarkan lewat Youtube dikarenakan bebasnya orang untuk meng-*upload* video mereka sendiri. Karena tujuan utama Youtube adalah sebagai tempat berbagi video untuk semua orang.²³

Dilihat dari beberapa tahun terakhir, terdapat pergeseran pola perilaku konsumsi konten di masyarakat. Jika dulu, media seperti koran, majalah, radio, dan televisi menjadi sumber informasi yang dicari masyarakat, kini telah terjadi

²³Yessi Nurita dan Daisy Indira, “Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus Youtube Indonesia” vol 4 (2017): h. 104.

perubahan atau pergeseran. Bisa kita perhatikan, anak-anak, remaja, dan hampir semua kalangan masyarakat lebih tertarik menonton dan mencari video di Youtube. Dengan demikian, kalau ingin menjadi seorang pembuat konten atau *content creator* maka Youtube adalah sebuah platform yang tidak boleh dilewatkan. Seorang penulis, musisi, pembuat film, pebisnis, atau politikus sekalipun, jika ingin karya nya dinikmati banyak orang, Youtube bisa menjadi solusi utama.²⁴

Menjadi Youtuber mulai menjadi lahan pekerjaan menjanjikan bagi banyak anak muda. Karena memang sudah banyak yang menjadi Youtuber sukses yang menghasilkan banyak pundi-pundi rupiah dari hasil video di *channel* Youtube mereka.

Youtube sendiri selaku penyedia platform video memang membagikan semacam penghargaan dalam bentuk trofi yang dikenal dengan sebutan *Youtube Play Button*. Untuk mendapatkan penghargaan tersebut harus mempunyai minimum *subscriber* pada *channel* Youtube masing-masing. Jadi siapa saja yang mendapatkan trofi ini bisa dianggap sebagai orang yang telah berhasil memikat hati para penonton untuk terus berlangganan ke *channel* Youtube mereka.

Berikut ini beberapa level para Youtuber berdasarkan jumlah *subscriber* yang dimiliki:

1. *Silver Play Button*, 100 ribu *Subscriber*.
2. *Gold Play Button*, 1 juta *Subscriber*.
3. *Diamond Play Button*, 10 juta *Subscriber*.

²⁴Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Youtube* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), h. 3.

4. *Custom Play Button*, 50 juta *Subscriber*.

5. *Red Diamond Play Button*, 100 juta *Subscriber*.

Sistem Monetasi, adalah cara untuk mendapatkan uang dari *Youtube*, dapat dengan menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya. Seorang *Youtuber* agar dapat *me-monetasi* video nya harus bergabung dengan *Youtube Partner Program* (YPP). *Youtuber* dapat menghasilkan uang dari iklan yang ditampilkan di videonya, serta dari *subscriber* *youtube premium* yang menonton videonya.²⁵

Pada tahun 2018 *Youtube* merubah persyaratan kelayakan untuk monetisasi menjadi harus tinggal di negara atau wilayah tempat *Program Partner Youtube* tersedia, dan juga minimal penayangan dalam setahun sebanyak 4.000 tayangan, dan harus memiliki 1.000 pelanggan atau *subscriber*. Serta harus memiliki akun *AdSense* yang ditautkan pada video. Perubahan persyaratan monetisasi *Youtube* ini dilakukan untuk memperbaiki pedoman dari kebijakan *Youtube*.²⁶

Beberapa contoh video yang dapat di-*monetasi*:

- a. Video yang berisi musik tanpa royalti atau *copyright*, dan dapat membuktikan hak cipta penggunanya.
- b. Video hasil buatan orang lain, namun mendapat izin untuk menggunakan serta mendapatkan hasil dari video tersebut.
- c. Video yang menampilkan musik buatan sendiri da tidak dikontrak oleh sebuah label.

Dan berikut ini adalah contoh video yang tidak dapat di-*monetasi*:

²⁵Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, h. 134.

²⁶Jubilee Enterprise, *Kitab Youtuber* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 20.

- a. Video yang berisi musik yang dibeli di situs musik, atau video yang direkam di radio atau televisi.
- b. Mengedit kompilasi video yang dibuat oleh orang lain tanpa izin.
- c. Video tentang kekerasan, pornografi, dan ujaran kebencian.²⁷

Dari beberapa persyaratan video yang bisa di-*monetasi* dapat disimpulkan bahwa video yang di buat dan di unggah harus terbebas dari pelanggaran hak cipta. Pelanggaran hak cipta adalah larangan yang dibuat oleh kebijakan Youtube. Hal itu untuk menghindari kejahatan plagiasi di dunia internet.

²⁷Enterprise, h. 25.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini bermaksud mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.¹ Sedangkan menurut Kartini Kartono, penelitian lapangan merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas apa yang terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.² Jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

Penelitian lapangan ini dilakukan pada *youtuber* kota Metro. Penelitian ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi pada Youtuber kota Metro khususnya dalam hal yang berkaitan dengan faktor faktor yang mempengaruhi minat Youtuber menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif

¹Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: RajaGravindo, 2009), h. 80.

²Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 32.

memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.³ Pada penelitian ini penulis mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang sedang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa yang sedang terjadi.⁴ Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utamanya itu menggambarkan secara tepat. Sedangkan kualitatif adalah suatu penelitian yang mendalam (*independent*), berorientasi pada kasus dari sejumlah kecil kasus, termasuk satu studi kasus, tujuan utamanya adalah untuk membuat suatu fakta yang dapat dipahami.⁵

Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa penelitian deskriptif kualitatif ini adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat sesuai dengan masalah yang ada guna memperoleh suatu kejelasan dari suatu fakta. Dalam penelitian ini penulis akan menggambarkan mengenai fenomena Youtube yang telah menjadi tren sumber penghasilan sehingga menarik kesimpulan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

³Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h. 34.

⁴Morissan, *Metodologi Penelitian Survey* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h. 37.

⁵Morissan, h. 22.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.⁶ Sumber data primer merupakan sumber pertama dari individu yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan obyek penelitian.⁷

Sumber data primer diperoleh langsung dari informan atau narasumber. Informan atau narasumber dalam penelitian kualitatif disebut sebagai sampel, data yang diperoleh dari sampel akan menghasilkan sebuah teori. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini digunakan metode yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah metode untuk menentukan sampel dengan cara menetapkan kriteria atau ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian.⁸

Peneliti menentukan narasumber berdasarkan Youtuber Kota Metro yang sudah lama terjun di dunia Youtube dan memiliki *subscriber* atau pengikut lebih dari 1000 pengikut. Dipilih Youtuber yang sudah memiliki lebih dari 1000 pengikut karena untuk mendapatkan penghasilan dari Youtube harus memiliki 1000 *subscriber* dengan penayangan sebanyak 4000 tayangan dalam setahun. Sumber data primer pada penelitian ini adalah data

⁶Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, h. 39.

⁷Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), h. 129.

⁸P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

yang berasal dari informan langsung yaitu *Youtuber* Kota Metro IbaF Fabi, Lily Nasda dan Bachtiar.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer, sumber data sekunder ini diharapkan dapat membantu mengungkapkan data yang diharapkan. Jadi data sekunder adalah sumber data penunjang atau pendukung yang berupa tulisan dan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari jurnal-jurnal, situs internet, dan buku-buku yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara perwawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.⁹ Ada tiga bentuk wawancara yaitu:

- a. Wawancara sistematis yaitu wawancara yang dilakukan dengan perwawancara menyiapkan pedoman tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden terlebih dahulu.

⁹Subagyo, h. 89.

- b. Wawancara terarah (bebas terpimpin) adalah wawancara yang sedikit lebih formal sistematis. Dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh pewawancara.
- c. Wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan informal. Biasanya wawancara ini digunakan bersama dengan metode observasi partisipasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara terarah (bebas terpimpin). Wawancara terarah adalah wawancara yang dilaksanakan secara bebas, tetapi tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada informan dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.¹⁰ Dengan demikian, peneliti menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat Youtuber menjadikan Youtube sebagai sumber pendapatan. Dalam hal ini yang akan diwawancarai yaitu Youtuber Kota Metro Iba Fabi, Lily Nasda dan Bachtiar.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data dan informasi tertulis yang dilakukan dengan cara membaca literatur-literatur buku/artikel, dokumen-dokumen, atau majalah mengenai penghasilan dari Youtube, profesi dalam bidang teknologi dan

¹⁰Subagyo, h. 135.

internet di era digital, dan lain-lain yang mampu mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian.¹¹

D. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif. Analisis kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain sebagai pembaca.¹² Data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif. Berfikir induktif merupakan suatu cara berfikir yang berawal dari fakta-fakta yang khusus kemudian dari fakta tersebut ditarik kesimpulan menjadi umum.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisa data peneliti menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berawal dari informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat Youtuber menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan.

¹¹Subagyo, h. 153-154.

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 244.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil *Youtuber* kota Metro

1. IbaF Fabi

Gambar 4.1 Profil Akun YouTube IbaF Fabi



a. Sejarah *youtuber* IbaF Fabi

IbaF Fabi memiliki nama asli yaitu Fabi Hasbi Assidiq, IbaF Fabi istilah untuk nama panggung atau nama populer nya. IbaF Fabi lahir dan besar di Kota Metro yang bertempat tinggal di 16c Ganjarasri Kota Metro. IbaF fabi merupakan anak terakhir dari empat bersaudara. Saat ini dia hanya tinggal bersama dengan ayahnya karena ibunya sudah meninggal dunia sejak 4 tahun lalu. Karena hanya tinggal berdua dengan ayahnya, membuat IbaF Fabi merasa harus membalas budi atas pengorbanan ayahnya selama ini. IbaF Fabi saat ini

sudah menjadi tulang punggung keluarganya. Karena 3 saudara Fabi sudah lama berumahtangga sehingga sudah memiliki tanggung jawab sendiri.¹

Meskipun orang tua Fabi bukan berasal dari daerah Lampung asli, orangtua Fabi berasal dari daerah di Sumatera Barat atau di Padang. Tapi Fabi lahir dan dibesarkan di Kota Metro. Sejak kecil Fabi sudah bersekolah di Kota Metro, yaitu di SDN 7 Kota Metro. Kemudian setelah lulus dari sekolah dasar Fabi memutuskan untuk masuk ke Pesantren Al-Muhsin di 28 Purwosari Kota Metro dari SMP hingga lulus SMA. Setelah lulus SMA Fabi meneruskan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu di IAIN Kota Metro mengambil jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI). Namun sangat disayangkan, Fabi memutuskan untuk tidak meneruskan dan berhenti di semester ke 5. Karena ada satu dan lain hal yang membuatnya tidak ingin meneruskan kuliahnya kembali.²

Setelah berhenti dari kuliah nya, lalu Fabi bekerja sebagai penjaga salah satu warung internet (warnet) di Mulyojati, Metro Barat. Ketika Fabi menjadi penjaga warnet, pada saat itulah muncul ide untuk bermain YouTube. Tapi Fabi pada saat itu belum menjadi seorang konten *creator*, dia masih menjadi seorang *re-uploader* dari video milik orang lain lalu dia unggah di akun miliknya. Tetapi itu tidak bertahan lama karena YouTube membuat kebijakan baru untuk memblokir akun-akun YouTube yang bukan akun asli, sehingga akun *re-upload* milik Fabi pada saat itu di hapus oleh YouTube. Kemudian

¹ Wawancara dengan *Youtuber* IbaF Fabi Kota Metro, dilaksanakan pada 2 september 2020

² Wawancara dengan *Youtuber* IbaF Fabi, pada 2 september 2020.

Fabi membuat akun asli atas nama ia sendiri, dan membuat video asli produksinya.

Channel YouTube IbaF Fabi dibuat pada tahun 2014 dengan video pertama berupa film pendek bergenre *action*. Pada awal akun YouTube nya dibuat IbaF Fabi hanya memiliki subscriber sebanyak 300 subscriber pada bulan pertama. Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya pengikut di channel YouTube miliknya membuat Fabi dituntut harus lebih kreatif lagi untuk membuat video. Munculah ide membuat video dengan jenis sosial *experiment*, Fabi memilih tempat umum dan ramai untuk proses *shooting* yaitu di KFC Kota Metro dan warung makan lainnya. Fabi berpura-pura menjadi seorang gembel yang meminta makan ke pengunjung untuk melihat apakah masih ada orang yang peduli atau tidak. Video itu di unggah di channel YouTube IbaF Fabi dengan judul “Social Experiment – Gembel masuk KFC vs Gembel masuk Warteg, Lihat Apa Yang Terjadi !!” video itu diunggah pada 21 februari 2017 dan berhasil tembus 14 juta penonton. Bukan hanya satu video itu saja yang banyak penontonnya hingga jutaan ditonton. Ada video sosial *experiment* juga dengan judul “Cewe Sexy vs Cewe Hijab, Lihat Apa Yang Dilakukan?” berhasil mendapat *viewers* sebanyak 11 juta. Sejak saat itu Fabi semangat membuat video dengan tema *social experiment*. Berkat unggahan video sosial Experiment nya itu, pengikut di channel YouTube IbaF Fabi terus bertambah. Dari yang hanya belasan ribu, sampai setiap bulannya bertambah sampai 100 ribu subscriber hingga saat ini.

b. Mekanisme Channel YouTube IbaF Fabi

Saat ini IbaF Fabi dalam proses pembuatan video telah merekrut karyawan untuk menjadi *team* nya yang membantu dia untuk memproduksi sebuah konten. Tetapi karyawan yang ada *team* nya bukanlah karyawan tetap melainkan hanya karyawan *freelance*. *Team* terdiri dari 2 orang yaitu sebagai perekam video, dan *editing* video. Untuk *peng-upload* video Fabi biasa melakukannya sendiri. Tidak jarang Fabi melakukan proses *shooting* sendiri tidak dibantu oleh *team*, mulai dari merekam video sendiri, sampai mengedit video juga sendiri. Karena memang sejak awal karir nya di YouTube Fabi sudah terbiasa mandiri melakukan apa-apa sendiri.³

Dalam proses pembuatan video IbaF Fabi dan *team* membutuhkan peralatan seperti kamera, *tripod*, mikrofon untuk proses perekaman video dan beberapa properti yang dibutuhkan sesuai dengan tema konten yang akan dibuat. Untuk proses *editing* video Fabi cukup menggunakan laptop atau komputer. Begitupun untuk *upload* video ke Youtube Fabi cukup menggunakan laptop untuk mengunggahnya ke channel YouTube miliknya.

Kemudian untuk waktu yang dibutuhkan dalam proses pembuatan video berbeda-beda di setiap video nya. Karena channel YouTube IbaF Fabi mempunyai ciri khas konten yang bertemakan sosial *experiment* dan jelajah pelosok negeri yang membutuhkan waktu lumayan lama, maka waktu pembuatan video pun berbeda beda durasi nya. Misalnya untuk pembuatan video dengan tema sosial *experiment* biasanya Fabi membutuhkan waktu satu

³ Wawancara dengan *Youtuber* IbaF Fabi Kota Metro, dilaksanakan pada 2 september 2020

hari untuk proses *recording* video, kemudian butuh waktu satu hari lagi untuk mengedit hasil rekaman video. Tetapi biasanya IbaF Fabi setelah proses *shooting* tidak langsung mengedit bahan video di keesokan hari nya, karena ada beberapa kegiatan lain yang menguras waktunya sehingga video bisa di *edit* sekitar dua hari kemudian. Berbeda dengan konten video bertema jelajah pelosok negeri, video jenis ini cukup membutuhkan waktu yang cukup lama. Karena butuh perjalanan panjang dan lama untuk menempuh tujuan yang di inginkan. Seperti pada saat Fabi mendaki gunung Pesagi di Lampung Barat, dia dan *team* membutuhkan waktu 5 jam perjalanan dari Kota Metro ke Lampung Barat, belum lagi mendaki gunungnya hingga sampai ke atas Puncak, kurang lebih butuh waktu 24 jam. Total waktu yang dibutuhkan ketika membuat video mendaki gunung bisa sampai 4 hari. ⁴

Saat ini pengikut di channel YouTube IbaF Fabi sudah mencapai 2,44 juta *subscribers* dengan total video yang di unggah sebanyak 160 video. Pada awal pembuatan video di YouTube nya, Fabi menggunakan kamera pinjam atau sewaan karena belum mempunyai kamera sendiri, kemudian dia edit dan *upload* menggunakan komputer yang ada di warnet.

Berkat ketekunan nya menjadi konten *creator*, IbaF Fabi mampu menghasilkan pundi pundi rupiah yang cukup banyak bagi anak muda zaman sekarang. Pada 2014 penghasilan IbaF Fabi dari YouTube masih sekitar Rp. 500.000 per bulan, hingga saat ini penghasilannya sudah mencapai Rp. 9.000.000 sampai Rp. 144.000.000 perbulan. IbaF Fabi sudah bisa memenuhi

⁴ Wawancara dengan *Youtuber* IbaF Fabi Kota Metro, dilaksanakan pada 2 september 2020

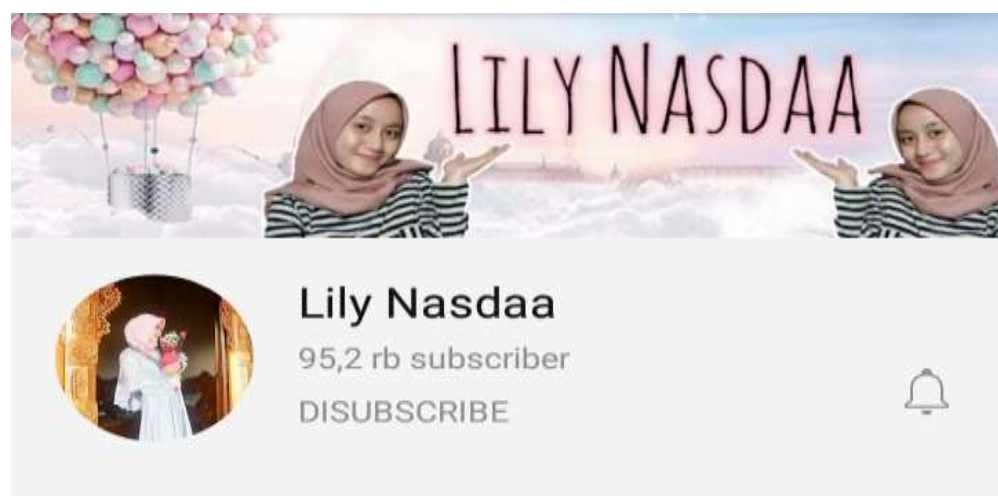
kebutuhan hidupnya bersama ayah nya. Dan sekarang Fabi sudah bisa membeli peralatan seperti kamera, komputer, kendaraan sampai rumah.⁵

c. Hambatan menjadi *Youtuber*

Untuk menjadi seorang *youtuber* seperti IbaF Fabi tentu tidak lepas dari sebuah hambatan untuk melakukan sesuatu. Ada beberapa hambatan yang di rasakan oleh IbaF Fabi, seperti terbatasnya ide dan kreatifitas, waktu luang terbatas, tidak adanya karyawan tetap, dan selera tontonan *subscriber* yang berubah-ubah.

2. Lily Nasda

Gambar 4.2 Profil Akun YouTube Lily Nasda



a. Sejarah *youtuber* Lily Nasdaa

Youtuber Lilly Nasda adalah seorang mahasiswa IAIN Kota metro jurusan Ahwal Al Syakhsiyah atau AS, yang bertempat tinggal di kecamatan Punggur kabupaten Lampung Tengah. Lily merupakan anak kedua dari tiga

⁵ *Ibid.*,

bersaudara. Lilly sejak kecil sudah tinggal di salah satu kampung yang berada di kecamatan Punggur. Lily bersekolah di SDN 1 Tanggulangin kecamatan Punggur, lalu melanjutkan sekolah di SMPN 1 Punggur, lanjut bersekolah di SMAN 1 Punggur. Setelah lulus dari sekolah menengah atas tahun 2018 Lily memantapkan diri untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi negeri di kota Metro yaitu IAIN Kota Metro, lilly saat ini sudah memasuki kuliah semester 5 di jurusan Al Syakhshiyah atau AS fakultas Syari'ah.⁶

Lily memulai usaha lewat YouTube sejak tahun 2018 hingga sekarang. Pada awal akun YouTube nya dibuat Lily hanya mempunyai subscriber sebanyak 100 subscriber pada minggu pertama. Awal Lily mencoba terjun ke dunia YouTube karena hanya iseng untuk mengisi kekosongan waktunya selama menunggu masuk kuliah setelah lulus dari SMA (Sekolah Menengah Atas). Jenis konten video di *channel* YouTube Lilly yaitu video tentang tutorial. Sejak pertama menunggah video pertamanya di YouTube Lilly selalu konsisten dengan jenis konten yang dia produksi hingga saat ini. Biasanya Lilly membuat video tutorial tentang apa yang sedang viral saat ini, karena banyak orang yang ingin tau bagaimana cara atau tutorial membuat sesuatu yang sedang viral pada saat ini.⁷

b. Mekanisme channel YouTube Lily Nasda

Pada awal memproduksi video YouTube dari merekam sampai mengunggah ke YouTube, Lilly hanya menggunakan sebuah *Smartphone* dengan versi yang rendah sehingga kualitas video Lilly pada awal unggahan

⁶ Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

⁷ *Ibid.*,

masih sederhana. Tapi untuk sekarang Lilly sudah menggunakan kamera untuk merekam, walaupun untuk proses edit video dia masih menggunakan *smartphone* karena Lilly belum menguasai edit video menggunakan laptop atau komputer yang lebih rumit prosesnya. Sehingga kualitas video Lilly Nasda saat ini sudah jauh lebih baik.

Ketika proses produksi video, Lily hanya melakukan produksi video seorang diri, mulai dari menyiapkan peralatan dan properti sampai merekam dan mengedit video Lily melakukannya sendiri tidak dibantu oleh siapapun. Untuk memproduksi sebuah video Lily hanya membutuhkan waktu satu hari saja, satu hari itu sudah termasuk proses merekam dan meng-*upload* video.⁸

Saat ini *channel* YouTube Lilly Nasda memiliki jumlah pengikut sebanyak 95 ribu *subscriber* dengan jumlah video sebanyak 267 video. Meningkatnya jumlah *subscriber* pada channel YouTube Lily Nasda dikarenakan Lily sangat rutin meng-*upload* video di channel Youtube miliknya. Lily menargetkan untuk selalu mengunggah video minimal 2 kali dalam seminggu, itu dikarenakan agar Lily tetap produktif dan konsisten dalam menjalankan bisnisnya di dunia YouTube.

Lily Nasda menjadi seorang *youtuber* baru 2 tahun lamanya, walaupun masih tergolong pemula tapi Lily sudah bisa menghasilkan pundi-pundi rupiah dari hasil video di YouTube miliknya. Lily butuh waktu 6 bulan untuk menunggu honor dari YouTube turun. Karena ada banyak persyaratan yang

⁸ Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

harus dipenuhi seorang *youtuber* agar *channel* YouTube mereka bisa monetisasi sehingga bisa mendapatkan penghasilan dari YouTube.

Berkat ketelatenannya menekuni bisnis di dunia Youtube, Lily bisa mendapatkan penghasilan dari video yang telah dia unggah pada channel YouTube miliknya. Penghasilan Lily pada enam bulan pertama dari YouTube sebanyak 1.800.000 rupiah. Lalu semakin banyaknya *subscriber* yang mengikuti Lily di YouTube maka semakin banyak pula yang menonton video nya sehingga saat ini Lily bisa menghasilkan uang sebanyak 2.000.000 – 5.000.000 rupiah per bulan dari channel YouTube miliknya.

c. Hambatan menjadi seorang *youtuber*

Menjadi seorang *youtuber* pun tak terlepas dari hambatan yang bisa menghalangi mereka berkarya. Seperti yang dirasakan oleh Lily sebagai seorang *youtuber*, dia mempunyai hambatan yang mungkin dirasakan juga oleh para *youtuber* lainnya. Hambatan yang dirasakan oleh Lily ada bermacam-macam yaitu rasa malas untuk memproduksi video, keterbatasan ide dan inovasi baru, jaringan internet yang terkadang sering down ketika hendak meng-*upload* video ke YouTube, serta masalah *copyright* yang sering ditemukan oleh para *youtuber* lainnya.⁹

⁹ Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

3. Bachtiar Yusuf (Dunia Modifikasi Vixion Jari)

Gambar 4.3 Profil Akun YouTube Dunia Modifikasi Vixion (Bachtiar)



a. Sejarah *youtuber* Bachtiar Yusuf (Dunia Modifikasi Vixion Jari)

Bachtiar Yusuf atau akrab dipanggil tiar adalah salah satu seorang *youtuber* kota Metro yang sudah sejak tahun 2016 memulai bisnis nya di dunia YouTube. Bachtiar menggunakan nama akun YouTube “Dunia Modifikasi Vixion Jari” dikarenakan tema konten pada channel YouTube miliknya yaitu tentang modifikasi motor dan hal hal lain yang berbau tentang dunia modifikasi.¹⁰

Bachtiar adalah alumnus dari IAIN kota Metro yang telah menyelesaikan pendidikannya pada bulan Agustus tahun 2020 ini. Bachtiar adalah salah satu mahasiswa jurusan Bahasa dan Sastra Arab. Meskipun jurusan kuliah yang ia ambil berbeda jauh dengan apa yang sedang ia tekuni

¹⁰ Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar Yusuf, dilaksanakan pada 3 september 2020

di dunia YouTube, itu tidak menyurutkan hasratnya untuk tetap menyalurkan hobi nya. Karena bagi Bachtiar apa yang sedang dia lakukan di YouTube itu hanya sebagai hobi semata yang menghasilkan, tetapi untuk cita cita utamanya Bachtiar ingin menjadi seorang pengajar bahasa arab sesuai jurusan kuliah yang dia ambil.

Awal mula Bachtiar terjun ke dunia YouTube ketika dia mulai bergabung di salah satu komunitas motor yang ada di kota Metro. Setiap komunitas motor memiliki jadwal untuk berkumpul dengan seluruh anggotanya atau biasa disebut dengan “kopdar”, biasanya jadwaal berkumpul dengan komunitas yaitu setiap malam minggu. Ketika sedang berkumpul itulah Bactiar selalu mendokumentasikan setiap kegiatan acara yang dilewati, mulai dari *review* modifikasi motor sampai konvoi mengelilingi kota. Dari dokumentasi yang Bachtiar miliki lalu dia membagikannya ke channel YouTube miliknya. Pada awalnya Bahctiar membagikan video kegiatan komunitas nya hanya sekedar untuk menyimpannya saja di YouTube lalu dari video yang dia *upload* ternyata mengundang banyak orang untuk menonton sehingga Bachtiar bisa mendapatkan uang dari video itu. Selain karena YouTube bisa menghasilkan uang, alasan lain Bachtiar tetap produktif di YouTube yaitu karena Bachtiar ingin memberi wawasan kepada semua orang bahwa tidak semua komunitas motor itu bersifat negatif.¹¹

¹¹ Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar Yusuf, dilaksanakan pada 3 september 2020

b. Mekanisme channel YouTube

Bachtiar mulai bergabung di YouTube sejak tahun 2016, pada awal karirnya di Youtube dia hanya memiliki jumlah subscriber sebanyak 100 subscriber pada bulan pertama. Bachtiar mendapatkan penghasilan dari YouTube setahun setelah akun YouTube nya dibuat. Pada 2017 bachtiar mendapatkan penghasilan pertama dari YouTube sebanyak 1.500.000 rupiah. Seiring berjalannya waktu pengikut channel YouTube nya semakin bertambah dan penghasilannya pun meningkat hingga saat ini Bachtiar bisa mendapatkan penghasilan dari YouTube sebanyak 1.800.000 sampai 3.000.000 rupiah per bulan nya.

Saat ini jumlah *subscriber* pada channel YouTube Dunia Modifikasi Vixion Jari milik Bachtiar sudah sebanyak 15 ribu pengikut dengan jumlah video yang di unggah yaitu sebanyak 303 video. Bachtiar rutin mengunggah video setiap minggunya, karena kunci utama sukses di dunia YouTube adalah konsisten.

Bachtiar membutuhkan waktu dua hari untuk proses produksi video, satu hari untuk mengambil video dan satu hari lagi untuk mengedit dan meng-*upload*. Karena konten video YouTube milik Bachtiar diambil ketika sedang berkumpul dengan komunitas, maka waktu produksi video pun menyesuaikan jadwal kumpul komunitas.

Ketika proses produksi video Bachtiar menggunakan kamera untuk merekam seluruh kegiatan, lalu mengedit menggunakan laptop di sebuah aplikasi editor video. Bachtiar melakukan proses merekam video bersama

dengan teman-temannya yang bergabung dalam satu komunitas yang sama, tetapi untuk mengedit video nya Bachtiar hanya melakukannya sendiri.¹²

c. Hambatan menjadi *youtuber*

Setiap apapun yang akan dilakukan tak lepas dari sebuah hambatan. Begitu pun yang dirasakan oleh Bachtiar sebagai *youtuber*. Hambatan yang dirasakan oleh Bachtiar yaitu terbatasnya ide yang akan dijadikan sebagai bahan olah video, serta jumlah anggota komunitas yang sering kali tidak mendukung untuk proses pembuatan video.

B. Faktor-faktor Minat *Youtuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan

Menjadi seorang *Youtuber* seperti IbaF Fabi, Lily Nasdaa dan Bachtiar timbul karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat nya melakukan sesuatu. Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau senang, perhatian dan kebutuhan. Minat tidak akan muncul dengan sendirinya tanpa adanya faktor-faktor pendukung. Minat dapat timbul dari diri seseorang karena adanya proses.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada *Youtuber* Kota Metro, penulis mendapatkan informasi pada saat wawancara langsung dengan informan. IbaF Fabi, Lily Nasda dan Bachtiar mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi dia menjadi seorang *Youtuber*. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi:

¹² Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar Yusuf, dilaksanakan pada 3 september 2020

1. Faktor Internal

a. *Skill* (kemampuan)

Menurut Ibafe Fabi faktor kemampuan sangat mempengaruhi minat dia menjadi *youtuber*, karena dengan kemampuan yang di miliki bisa menjadikan hasil video lebih berkualitas. Contoh kemampuan yang harus dimiliki *youtuber* yaitu kemampuan berbicara di depan umum, kemampuan teknik merekam video dan kemampuan mengedit video agar lebih menarik. Apabila ada kemampuan lain yang bisa dikembangkan akan menjadi nilai plus untuk seorang *youtuber*. Misalnya kemampuan olahraga *parkuer* yang di kuasai Ibafe Fabi, membuat Fabi ingin memperkenalkan olahraga ini kepada khlayak ramai lewat video YouTube miliknya.¹³

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Lily Nasda, Lily mengatakan bahwa faktor kemampuan sangat mempengaruhi minat nya menjadi *youtuber*, karena dengan kemampuan yang di miliki dia bisa bertahan sampai saat ini menjadi seorang *youtuber*. Kemampuan yang dimiliki oleh Lily yaitu kemampuan berkomunikasi dengan baik, lalu dia juga mempunyai kemampuan edit video yang menjadi modal utama dirinya menekuni bisnis di YouTube. Meskipun Lily sudah memiliki kemampuan dasar sebagai modal menjadi *youtuber* namun Lily tetap mengasah kemampuannya agar semakin

¹³ Wawancara dengan *Youtuber* Ibafe Fabi Kota Metro, dilaksanakan pada 2 september 2020

meningkat dengan cara terus belajar dan mencari tahu informasi mengenai dunia YouTube.¹⁴

Bachtiar mengatakan faktor kemampuan adalah faktor utama dirinya menjadi seorang *youtuber*. Karena menurutnya kemampuan adalah modal dasar bagi setiap orang melakukan pekerjaan. Bachtiar yang memiliki kemampuan edit video dan kemampuan *review* motor membuat dia ingin terjun ke dunia YouTube. Menurutnya ilmu yang dipunya akan lebih berguna apabila kita memiliki kemampuan dalam prakteknya juga.¹⁵

b. Kebutuhan

Berdasarkan hasil wawancara dengan IbaF Fabi, dia termotivasi untuk tetap meneruskan menjadi *youtuber* karena faktor kebutuhan yang semakin lama semakin banyak, dan penghasilan dari YouTube mampu memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarga. Secara financial menjadi *youtuber* memang sangat menggiurkan. Menurut IbaF Fabi penghasilan yang didapatkan dari YouTube merupakan hasil perjuangannya selama ini.

IbaF Fabi mengatakan bahwa sejak adanya penghasilan dari YouTube dia bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, misalnya membeli barang-barang yang dia inginkan seperti *handphone* dengan tipe tertinggi, dan juga Fabi bisa membeli beberapa kendaraan yang selama ini dia impikan, serta barang-barang lain yang dia beli hanya karna untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan.¹⁶

¹⁴ Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

¹⁵ Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar Yusuf, dilaksanakan pada 3 september 2020

¹⁶ Wawancara dengan *Youtuber* IbaF Fabi Kota Metro, dilaksanakan pada 2 september 2020

Menurut Lily Nasda, faktor kebutuhan bukan menjadi faktor utama dia menjadi *youtuber*. Karena pada awalnya Lily hanya iseng bermain di dunia YouTube. Meskipun demikian Lily makin bersemangat memproduksi video karena dia bisa mendapatkan uang hasil dari unggahan video nya.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Bachtiar, dia mengatakan bahwa tujuan utama orang bekerja karena untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu faktor kebutuhan juga mempengaruhi Bachtiar menjadi seorang *youtuber*. Penghasilan dari YouTube yang dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saat ini.¹⁸

c. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan IbaF Fabi, dia menyatakan bahwa tingkat pendidikan bukanlah faktor yang mempengaruhi dia untuk bekerja. Karena menurutnya modal utama menjadi *youtuber* adalah kemampuan dan ketekunan. Tingkat pendidikan hanyalah bonus atau nilai tambah untuk menjadi sebuah faktor penentu pekerjaan. IbaF Fabi hanya memiliki pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), memang dia pernah melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, namun tidak sampai selesai karena ada beberapa alasan yang membulatkan tekad nya untuk tidak melanjutkan kuliah.

IbaF Fabi mengatakan bahwa kesuksesan seseorang tidak diukur dengan tinggi atau tidaknya pendidikan yang dia miliki, tetapi *attitude* yang baik dan sopan lah menjadi nilai utama sebuah kesuksesan seseorang. Untuk saat ini

¹⁷ Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

¹⁸ Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar Yusuf, dilaksanakan pada 3 september 2020

modal utama yang harus dimiliki pembisnis terutama dalam dunia YouTube ialah kemampuan dan kreativitas untuk menciptakan sebuah karya.¹⁹

Menurut Lily Nasda, faktor tingkat pendidikan mempengaruhi dirinya menjadi *youtuber*. Karena dengan adanya pendidikan maka dia bisa meningkatkan wawasan dan kreativitasnya. Lily Nasda mengungkapkan bahwa dengan dirinya memiliki pendidikan yang tinggi maka itu bisa menjadikan dirinya lebih sopan dan berwawasan.²⁰

Berbeda dengan yang dikatakan oleh Bachtiar ketika wawancara, menurut Bachtiar tingkat pendidikan tidak mempengaruhi dirinya menjadi *youtuber*. Karena modal utama dirinya menjadi *youtuber* yaitu kemampuan dan kreativitas yang tinggi.²¹

2. Faktor Eksternal

a. Popularitas

Menurut hasil wawancara dengan Ibafe Fabi, dia mengatakan bahwa faktor popularitas menjadi pendorong dia untuk jadi *youtuber*. Dengan memiliki popularitas Fabi bisa menjadi sosok orang yang terkenal di khalayak umum. Dengan adanya modal popularitas maka akan lebih mudah mencuri perhatian masyarakat.

Ibafe Fabi mengatakan bahwa menjadi orang yang populer bisa mendatangkan banyak pekerjaan baru dan teman baru. Salah satu contoh pekerjaan baru ketika dia sudah menjadi populer adalah pekerjaan menjadi seorang bintang tamu di berbagai macam acara. Dan juga ada pekerjaan yang

¹⁹ Wawancara dengan *Youtuber* Ibafe Fabi Kota Metro, dilaksanakan pada 2 september 2020

²⁰ Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

²¹ Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar Yusuf, dilaksanakan pada 3 september 2020

saat ini sedang ramai dikerjakan oleh para *youtuber* adalah ”endorsement”, pekerjaan ini yaitu mengharuskan para *youtuber* untuk mempromosikan produk atau jasa suatu perusahaan.

Sama seperti Ibafe Fabi, Lily Nasda juga mengatakan bahwa saat ini faktor popularitas yang mempengaruhi dia menjadi seorang *youtuber*. Karena semakin terkenal seseorang maka akan semakin mudah mendapatkan tawaran pekerjaan lain. Menurut Lily menjadi seorang yang populer bisa mendatangkan banyak rezeki, mendapatkan tawaran pekerjaan lain dan juga mendapatkan teman baru.²²

Berbeda dengan Bachtiar, ketika wawancara yang dilakukan dengan Bachtiar, dia mengatakan bahwa dirinya menjadi seorang *youtuber* bukan karena dia ingin terkenal. Faktor popularitas tidak mempengaruhi dirinya menjadi seorang *youtuber*, karena chanel YouTube miliknya tidak mengatasnamakan dirinya sendiri maka dia hanya ingin memperkenalkan konten Youtube nya saja bukan dirinya.²³

b. Lingkungan

Menurut Ibafe Fabi faktor lingkungan sangat mempengaruhi kita dalam melakukan sesuatu. Apabila lingkungan menerima dan mendukung kita melakukan sesuatu maka kita akan terus ingin melakukan sesuatu itu. Lingkungan sekitar Ibafe Fabi pada saat dulu dia masih menjadi operator warnet mempengaruhi Fabi terjun ke dunia YouTube. Yang awalnya hanya bermain-

²² Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

²³ Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar, dilaksanakan pada 3 september 2020

main saja kemudian Fabi tahu bahwa YouTube juga bisa menghasilkan pundi pundi rupiah membuat dia terus menekuni bisnis di YouTube hingga saat ini.

Setelah IbaF Fabi menjadi *youtuber* semakin luas pula lingkungan yang memiliki *background* yang sama dengannya. Karena para *youtuber* di suatu kota atau daerah memiliki satu kelompok grup atau komunitas yang sama untuk mempererat tali silaturahmi dan saling berbagi pengalaman. Mulai dari *youtuber* senior sampai *youtuber* pemula ikut bergabung di dalam komunitas itu.²⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Lily Nasda, dia mengatakan bahwa faktor Lingkungan sangat mempengaruhi dirinya menjadi *youtuber*. Para keluarga dan teman-teman di sekelilingnya sangat mendukung apa yang Lily kerjakan di dunia YouTube. Bahkan tak jarang teman-temannya sering memberikan motivasi dan ide untuk Lily membuat konten video.²⁵

Sama halnya dengan Bachtiar, Bachtiar mengungkapkan bahwa faktor lingkungan sangat mempengaruhi dirinya menjadi seorang *youtuber*. Teman-teman komunitas nya adalah salah satu pendorong dia terjun ke dunia YouTube. Bachtiar mengatakan bahwa lingkungan yang baik adalah lingkungan yang selalu mendukung apa saja yang kita kerjakan selama itu memberikan dampak positif kepada orang lain.²⁶

c. Kecanggihan teknologi

Menurut hasil wawancara dengan IbaF Fabi, dia mengatakan bahwa faktor kecanggihan teknologi juga mempengaruhi dia menjadi seorang

²⁴ Wawancara dengan *Youtuber* IbaF Fabi Kota Metro, dilaksanakan pada 2 september 2020

²⁵ Wawancara dengan *Youtuber* Lily Nasda, dilaksanakan pada 5 september 2020

²⁶ Wawancara dengan *Youtuber* Bachtiar Yusuf, dilaksanakan pada 3 september 2020

youtuber. Karena dengan teknologi yang semakin canggih pekerjaan apa saja lebih mudah dikerjakan. Dengan teknologi yang canggih manusia bisa menyalurkan ide agar menjadi sebuah karya yang menakjubkan. Ibafe Fabi mengatakan bahwa dengan adanya teknologi yang canggih dia bisa melakukan apa saja yang dia inginkan, seperti bermain sosial media, bermain game, berkomunikasi dengan sanak saudara, dan juga bisa berbelanja bermodalkan *handphone*.²⁷

Lily Nasda dan Bachtiar juga mengatakan bahwa faktor kecanggihan teknologi ialah faktor yang mempengaruhi mereka menjadi *youtuber*, karena saat ini teknologi semakin canggih maka saatnya untuk para manusia khususnya anak muda bisa memanfaatkannya dengan sebaik mungkin agar tidak tertinggal dengan majunya zaman. Dengan kecanggihan teknologi juga kita bisa meningkatkan kemampuan yang dimiliki.

d. Lokasi atau Tempat yang Strategis

Ibafe Fabi menyatakan bahwa untuk menjadi seorang *youtuber* tidak membutuhkan suatu tempat yang strategis untuk membuka sebuah usaha. Karena dia bisa melakukan proses produksi video dimana saja, misalnya ketika *shooting* bisa di berbagai macam tempat, dan edit video bisa dimana saja asalkan tempatnya nyaman dan tidak ramai.

Lily dan Bachtiar juga mengatakan hal yang sama dengan Ibafe Fabi, bahwa Lokasi tidaklah dibutuhkan untuk para *youtuber*. Mereka bisa memproduksi video dimana saja sesuai dengan tema yang diinginkan para

²⁷ *Ibid.*

youtuber. Tidak ada lokasi yang menetap, semuanya bisa berubah ubah sesuai keinginan mereka.

C. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Youtuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan

Wawancara secara langsung yang telah dilakukan pada 2- 5 September 2020 mendapatkan hasil yang bervariasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan yang disajikan dalam sebuah tabel:

Tabel 4.1

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat *YouTuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi	Keterangan
1	Kemampuan	Berpengaruh
2	Kebutuhan	Berpengaruh
3	Popularitas	Berpengaruh
4	Lingkungan	Berpengaruh
5	Kecanggihan Teknologi	Berpengaruh
6	Tingkat Pendidikan	Tidak berpengaruh
7	Lokasi	Tidak berpengaruh

Sumber: Hasil wawancara dengan youtuber Ibaq Fabi Kota Metro

Berikut akan dibahas secara deskriptif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan:

1. Kemampuan

Salah satu modal utama bagi seorang *youtuber* adalah kemampuan dalam menguasai suatu pekerjaan. Menurut teori, Kemampuan bisa tercipta karena adanya kebiasaan mengerjakan sesuatu sehingga kita sudah mampu melakukan hal itu. Kemampuan bisa diasah agar menjadi lebih besar dengan cara selalu belajar dan mencari tahu tentang hal apa yang belum kita ketahui. Begitu juga dengan kemampuan yang harus dimiliki seorang *youtuber* agar karya yang mereka ciptakan bisa berkualitas dan bermanfaat bagi orang lain.

Tiga *youtuber* Kota Metro Iba Fabi, Lily Nasda, dan Bachtiar menyatakan bahwa faktor kemampuan sangat mempengaruhi minat mereka menjadi *youtuber*, karena dengan kemampuan yang dimiliki bisa menjadikan hasil video lebih berkualitas. Atas dasar tersebut, faktor kemampuan menjadi faktor yang berpengaruh positif bagi *youtuber* Kota Metro yang menjadikan YouTube sebagai pendapatannya.

2. Kebutuhan (finansial)

Faktor kebutuhan memang selalu menjadi faktor utama seseorang untuk mencari pekerjaan, karena semakin hari kebutuhan hidup bisa semakin banyak. Dengan bekerja seseorang mampu menghasilkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Menurut teori, kebutuhan merupakan hal dasar dalam memenuhi keberlangsungan hidup dan harus segera terpenuhi.

Pemenuhan kebutuhan yang dilakukan manusia menjadi faktor dasar dalam melakukan bisnisnya.

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Ibafe Fabi, Lily Nasda dan Bachtiar tentang alasan mereka menjadi seorang *youtuber* karena ada kebutuhan hidup yang harus dipenuhi dengan bekerja. Kebutuhan tidak akan bisa dipenuhi apabila kita tidak bekerja, karena jika tidak bekerja maka kita tidak akan mendapatkan hasil yang berupa uang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Atas dasar tersebut, faktor kebutuhan secara finansial menjadi faktor yang berpengaruh positif bagi *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

3. Popularitas

Popularitas yang positif akan menghasilkan dampak positif. Sementara jika popularitas negatif yang didapat maka akan berdampak pada citra diri yang negatif di mata masyarakat. Popularitas menentukan kesan yang ingin dibentuk dalam pandangan masyarakat. Semakin baik citra diri yang ditampilkan, maka peluang untuk mendapatkan kesan yang baik di masyarakat juga akan tercapai.

Dua dari tiga *youtuber* kota Metro yaitu Ibafe Fabi dan Lily Nasda mengatakan bahwa faktor popularitas menjadi pendorong mereka untuk jadi *youtuber*. Dengan memiliki popularitas mereka bisa menjadi sosok orang yang terkenal di khalayak umum. Dengan adanya modal popularitas maka akan lebih mudah mencuri perhatian masyarakat. Atas dasar tersebut, faktor popularitas juga mempengaruhi minat *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

4. Lingkungan

Lingkungan sekitar atau lingkungan kerja menurut teori merupakan lingkungan fisik tempat para pekerja melakukan pekerjaannya dan mempengaruhi kinerja, keamanan, dan mutu kualitas kerja mereka. Lingkungan kerja yang kondusif memberikan rasa aman dan nyaman yang memungkinkan para pekerja untuk bekerja secara optimal. Lingkungan merupakan salah satu penyebab keberhasilan dalam melaksanakan suatu pekerjaan, karena lingkungan kerja sangat mempengaruhi kompetensi pekerja.

Tiga *youtuber* kota Metro yaitu Ibafe Fabi, Lily Nasda, dan Bachtiar menyatakan bahwa lingkungan yang ada di sekitarnya mempengaruhi minat dia menjadi *youtuber*. Apabila lingkungan menerima dan mendukung kita melakukan sesuatu maka kita akan terus ingin melakukan sesuatu itu. Setelah Ibafe Fabi, Lily Nasda, dan Bachtiar menjadi *youtuber* semakin luas pula lingkungan yang memiliki *background* yang sama dengannya. Karena para *youtuber* di suatu kota atau daerah memiliki satu kelompok grup atau komunitas yang sama untuk mempererat tali silaturahmi dan saling berbagi pengalaman. Menurut pernyataan yang dikatakan oleh ketiga *youtuber* menunjukkan bahwa faktor Lingkungan berpengaruh positif dalam mempengaruhi minat *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

5. Kecanggihan Teknologi

Saat ini teknologi telah menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Karena dengan menggunakan teknologi, apa yang dikerjakan menjadi lebih

mudah, efektif, dan efisien. Semakin pesat perkembangan teknologi, maka apa yang dikerjakan oleh pelaku usaha akan semakin praktis dan mudah. Dengan demikian, akan semakin tinggi pula produktivitas pekerja. Karena akan semakin banyak aktivitas yang dapat diselesaikan dengan mudah dan cepat.

Menurut hasil wawancara dengan Ibafe Fabi, Lily Nasda, dan Bachtiar mereka menyatakan bahwa faktor kecanggihan teknologi juga mempengaruhi dia menjadi seorang *youtuber*. Karena dengan teknologi yang semakin canggih pekerjaan apa saja lebih mudah dikerjakan. Dengan teknologi yang canggih manusia bisa menyalurkan ide agar menjadi sebuah karya yang menakjubkan. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa faktor kecanggihan teknologi berpengaruh positif yang mempengaruhi minat *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

6. Tingkat Pendidikan

Menurut teori tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum. Tingkat pendidikan merupakan suatu kegiatan seseorang dalam mengembangkan kemampuan, sikap, dan tingkah lakunya. Baik untuk kehidupan masa kini atau untuk kehidupan masa yang akan datang.

Hal ini berbanding terbalik dengan kenyataan yang dikatakan oleh Ibafe Fabi dan Bachtiar dikatakan olehnya bahwa tingkat pendidikan bukanlah faktor mereka menjadi seorang *youtuber*. Karena menurutnya modal utama menjadi *youtuber* adalah kemampuan dan ketekunan. Tingkat pendidikan hanyalah

bonus atau nilai tambah untuk menjadi sebuah faktor penentu pekerjaan. Iba dan Fabi dan Bachtiar mengatakan bahwa kesuksesan seseorang tidak diukur dengan tinggi atau tidaknya pendidikan yang dia miliki, tetapi *attitude* yang baik dan sopan lah menjadi nilai utama sebuah kesuksesan seseorang. Atas dasar tersebut, faktor tingkat pendidikan tidak berpengaruh positif bagi *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

7. Lokasi yang strategis

Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan suatu pekerjaan karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan tersebut sehingga bisa menjadikan perusahaan lebih berkembang.

Hal ini berbanding terbalik dengan pernyataan yang diungkap oleh tiga *youtuber* kota Metro bahwa untuk menjadi seorang *youtuber* tidak membutuhkan suatu tempat yang strategis untuk membuka sebuah usaha. Karena dia bisa melakukan proses produksi video dimana saja, misalnya ketika *shooting* bisa di berbagai macam tempat, dan edit video bisa dimana saja asalkan tempat nya nyaman dan tidak ramai. Atas dasar tersebut, faktor lokasi tidak berpengaruh bagi *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa faktor yang paling mendominasi atau faktor yang paling mempengaruhi minat *youtuber* menjadikan Youtube sebagai pendapatan adalah faktor

kebutuhan. Karena pada dasarnya mereka tetap meneruskan karir menjadi seorang *youtuber* karena di iming-imingi penghasilan dari YouTube lumayan banyak bagi para anak muda saat ini. Lalu untuk faktor yang paling mendominasi kedua yaitu faktor popularitas, karena semakin terkenal nya seseorang maka akan semakin banyak tawaran pekerjaan lain yang datang sehingga bisa mendatangkan penghasilan baru bagi para *youtuber*. Terlepas dari dua faktor tersebut yang paling mendominasi para *youtuber* menjadikan YouTube sebagai pendapatan , tetap ada faktor lain yang mempengaruhi mereka seperti faktor skill, faktor lingkungan, dan faktor kecanggihan teknologi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti bisa mengambil kesimpulan bahwa pekerjaan yang telah dilakukan oleh para narasumber yaitu sebagai *youtuber* yang menjadikan YouTube sebagai pendapatan telah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam, yang mengedepankan kejujuran, keadilan, pertanggung jawaban, dan kebebasan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat berbagai macam faktor-faktor yang mempengaruhi minat *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan. Analisis peneliti menyatakan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh positif yang mempengaruhi *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan yaitu kebutuhan, kemampuan, lingkungan sekitar, kecanggihan teknologi, dan popularitas. Sedangkan untuk faktor tingkat pendidikan dan faktor lokasi yang strategis tidak berpengaruh positif bagi *youtuber* kota Metro menjadikan YouTube sebagai pendapatan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti ingin memberikan saran kepada para *youtuber* dan penonton YouTube sebagai berikut:

1. Bagi para *youtuber* harus lebih mementingkan manfaat yang terkandung didalam video unggahan mereka agar memberikan dampak positif bagi penonton dan masyarakat. Kemudian lebih memperluas ilmu pengetahuan agar menjadi insan yang berilmu dan bermartabat.
2. Bagi para penonton YouTube harus lebih selektif untuk memilih tontonan yang akan ditonton agar bisa mengambil hal positif.

DAFTAR PUSTAKA

- B.N, Marbun. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.
- Budi, Ahmad. “Revolusi Bisnis berbasis Platform Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia” vol 9 (desember 2018).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Dwi Riyanto, Andi. “Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019.” *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019* (blog), 9 Februari 2019. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>.
- Dwi Solikhah, Ulfa. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna menjadikan Youtube Sebagai Sumber Penghasilan.” Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Enterprise, Jubilee. *Kitab Youtuber*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- Helianthusonfri, Jefferly. *Passive Income dari Youtube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.
- . *Yuk Jadi Youtuber*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- Hemnur, Zuhriski. “Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Keliling di Kelurahan Tegellega Kota Bogor.” Skripsi, IPB, 2008.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Mahameruji, Jimi, Lilis Puspitasari, Evi Rosfiantika, dan Detta Rahmawan. “Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia” vol 15 (Juni 2018).
- Morissan. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: Prenada Media Group, 2012.

- Nazir. "Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Aceh Utara." Tesis, Universitas Sumatera Utara, 2010.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- Nurita, Yessi, dan Daisy Indira. "Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus Youtube Indonesia" vol 4 (2017).
- Rahardja, Prathama, dan Mandala Manurung. *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI, 2004.
- Rahman Saleh, Abdul, dan Muhibid Abdul. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Reksoprayitno, Soediyono. *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Liberty, 1985.
- Riahi, Ahmed. *Accounting Theory*. 5 ed. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Rijalus Solihin, Muhammad, Wahyu Arianto, dan Dina Fitri. "Keunggulan Sosial Media dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia," 2018.
- Rochmat Aldy, Purno. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Pertama. Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016.
- Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGravindo, 2009.

Suryana. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses menuju Sukses.*

Jakarta: Salemba Empat, 2008.

LAMPIRAN LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 2587/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

14 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Drs. Tarmizi, M.Ag.
 2. Hotman, M.E.Sy.
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nindy Ayu Meiliska
NPM : 1602040032
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Youtube Menjadi Trend Sumber Penghasilan Di Era Digital (Studi Kasus Youtuber Kota Metro, IbaF Fabi dan Muhammad Sidiq)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website www.iainmetro.ac.id, email: iainmetro6@iainmetro.ac.id

Nomor : B-3240/In.28.3/D.1/PP.00.9/11/2019 Metro, 13 November 2019
Sifat : Biasa
Lampiran :-
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Youtuber Ibfab Fabi
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Nindy Ayu Meiliska
NPM : 1602040032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Youtube Menjadi Trend Sumber Penghasilan Di Era Digital (Studi Kasus Youtuber Kota Metro Ibfab Fabi dan Muhammad Sidiq).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,

H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 0014





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.febi.metroiniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metroiniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3001/In.28/D.1/TL.01/11/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **Nindy Ayu Meliska**
NPM : 1602040032
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Ibat Fabi Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT YOUTUBER MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN (STUDI KASUS YOUTUBER IBAF FABI KOTA METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.


Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 November 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Fata Hasan Assidiq



Wakil Dekan I,


Drs. H. M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3001/In.28/D.1/TL.01/11/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **Nindy Ayu Meliska**
NPM : 1602040032
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Ibat Fabi Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT YOUTUBER MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN (STUDI KASUS YOUTUBER IBAF FABI KOTA METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 November 2020


Mengetahui,
Pejabat Setempat



Uly Nasda



Wakil Dekan I,


Drs. H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febl.metrouniv.ac.id; e-mail: febl.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3001/In.28/D.1/TL.01/11/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **Nindy Ayu Meiliska**
NPM : 1602040032
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Ibat Fabi Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT YOUTUBER MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN (STUDI KASUS YOUTUBER IBAF FABI KOTA METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 November 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Bachtiar Yusuf



Wakil Dekan I,


Drs. H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

OUTLINE

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT *YOUTUBER* MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN (Studi Kasus *Youtuber* Kota Metro)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINILITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Minat
 1. Pengertian Minat
 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat
 3. Macam-macam Minat *Youtuber*
- B. Pendapatan *Youtuber*
 1. Pengertian Pendapatan *Youtuber*
 2. Jenis-Jenis Pendapatan *Youtuber*
 3. Sistem Monetisasi YouTube

C. Minat *Youtuber* sebagai Pendapatan

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil *Youtuber* Kota Metro
- B. Faktor-faktor Minat *Youtuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan
- C. Analisis Faktor-faktor Minat *Youtuber* Kota Metro menjadikan YouTube sebagai Pendapatan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Mei 2020
Mahasiswa Ybs.



Nindy Ayu Meiliska
NPM. 1602040032

Mengetahui,

Pembimbing I



Drs. Farnizi, M.Ag
NIP. 19601217 199003 1 002

Pembimbing II



Hotman, M.E.Sy

ALAT PENGUMPUL DATA

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT *YOUTUBER* MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI SUMBER PENDAPATAN (Studi Kasus *Youtuber* Kota Metro)

A. Wawancara (*Interview*)

Wawancara diajukan kepada Narasumber (*Youtuber*)

1. Sejak kapan anda mulai menjadi *Youtuber*?
2. Apa saja faktor yang melatarbelakangi anda menjadi *Youtuber*?
3. Apakah faktor kemampuan mempengaruhi minat anda menjadi *Youtuber*?
4. Apakah faktor kebutuhan mempengaruhi minat anda menjadi *Youtuber*?
5. Apakah faktor tingkat pendidikan mempengaruhi minat anda menjadi *Youtuber*?
6. Apakah faktor popularitas mempengaruhi minat anda menjadi *Youtuber*?
7. Apakah faktor lingkungan mempengaruhi anda menjadi *Youtuber*?
8. Apakah faktor kecanggihan teknologi mempengaruhi minat anda menjadi *Youtuber*?
9. Apakah faktor lokasi yang strategis mempengaruhi minat anda menjadi *Youtuber*?
10. Apa saja kendala anda dalam memproduksi video?

B. Dokumentasi

1. Foto wawancara dengan *Youtuber* Kota Metro.
2. Capture salah satu jenis konten video *Youtuber*.

Metro, Mei 2020
Mahasiswa Ybs.



Nindy Ayu Meiliska
NPM. 1602040032

Pembimbing I

Mengetahui,

Pembimbing II



Drs. Tarmizi, M.Ag
NIP. 19601217 199003 1 002



Hotman, M.E.Sy



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
METRO Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-895/In.28/S/U.1/OT.01/11/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NINDY AYU M
NPM : 1602040032
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602040032.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sepenuhnya.

13 November 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhammad Sudin, M.Pd
NIP.195806311981031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggomulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metroain.ac.id, email: iaimetro@metroain.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : NINDY AYU MELISKA
NPM : 1602040032
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT YOUTUBER
MENJADIKAN YOUTUBE SEBAGAI PENDAPATAN (Studi Kasus
Youtuber Kota Metro)
Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score* 18%.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 08 Desember 2020
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iaia@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nindy Ayu Meiliska Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1602040032 Semester/TA : IX/2020/2021

Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
26-11-2020	Kesempulan-jumlah dan masalah s.m. sesuai yg tertera Acc. diprint untuk file diunggah.	 

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Drs. Tarmizi
NIP.196012171990031002

Nindy Ayu Meiliska
NPM.1602040032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Aicingmalayo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nindy Ayu Meiliska Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1602040032 Semester/TA : IX/2020/2021

Hari/Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
12. 11. 2020	Bab IV A. Rujukan ke bagian sesuai, diperbaiki sp, dan lain-lain.	
19. 11. 2020	B: wawancara yg faktual.... - Diserikan apa yg menjadi masalah dan Urutan gelombang di APD	
25. 11. 2020	C. Analisis: - Analisis - gunakan poin-poin bab II untuk menguji Praktis.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Dr. Tarmizi
NIP.196012171990031002

Nindy Ayu Meiliska
NPM.1602040032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nindy Ayu Meiliska Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1602040032 Semester/TA : IX/2020/2021

Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
17. 9. 2020	- Bab II → Disetujui & Ditulis isi.	
21. 9. 2020	Bab III: - Rangkaikan data pri ma & data prima. - urutkan ke judul: apn, sipn, bngi. - jelaskan bn.	
23. 9. 2020	APD diperbaiki sesuai petunjuk Ace diperbaiki. Ace Bab I - III	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Drs. Tarmizi
NIP.196012171990031002

Nindy Ayu Meiliska
NPM.1602040032



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjosi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nindy Ayu Meiliska Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syariah)
NPM : 1602040032 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	10-Sept-2020	- Daftar isi diperbaiki sesuai peta juli - Ace Daftar isi dan kerusk bab I - III CBM	
	3 sep 2020	- Tampak kesenjangan antara seharusnya dgn kenyataan (pra survey)	
	8. sep 2020	- Daftar isi diperbaiki sesuai peta juli - Perbaiki penulisan diper- baiki, masukkan lokasi pada 18 km u maksud	
	9. sep 2020	Ace CBM - penelitian Pdaam, tampak pabdan dq penelitian sebelumnya - Nrah, hanti	
	11. sep 2020	Ace bab I	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Drs. Tarmizi, M.Ag
NIP. 19601217 199003 1 002

Nindy Ayu Meiliska
NPM. 1602040032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metroniv.ac.id; e-mail:
syariah.inin@metroniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nindy Ayu Meiliska Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1602040032 Semester : IX

Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
Jum'at 6/-2020 /11	Acc BAB IV-V lanjutan ke pembim- bing I y mensupl bimbingan di awal	

Dosen Pembimbing II

Hotman, M.E.Sy
NIP.

Mahasiswa Ysb,

Nindy Ayu Meiliska
NPM.1602040032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nindy Ayu Meiliska Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1602040032 Semester : IX

Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
15/2020 /09	~ Perbaikan Disarankan Pendahuluan ~ Analisis masalah latar umum saat. ~ Analisis disbanding dgn teori pd BAB II ~ Pertanyaan pd APD harus ada pd hasil penelitian. ~ Kesimpulan disusul dgn pembahasan penelitian. ~ Sama Disesatkan.	

Dosen Pembimbing II

Hotman, M.F.Sy
NIP.

Mahasiswa Ysb,

Nindy Ayu Meiliska
NPM.1602040032





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nindy Ayu Meiliska Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syariah)
NPM : 1602040032 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Juni '20 19 - Juni 2020	ACC BAB I, II & III lanjut ke pembimbing I untuk mendapat bimbingan & arahan. - ACC Out Line lanjut ke pembimbing I	 

Dosen Pembimbing II,


Hobhan, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs,


Nindy Ayu Meiliska
NPM. 1602040032



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjus@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nindy Ayu Meiliska Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syariah)
NPM : 1602040032 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 17 Juni 2020	<p>1. BAB II Teori manajemen unit dibahas, yang hanya satu teori saja.</p> <p>2. Setiap teori yg digunakan harus ada analisis pembenaran si peneliti dikaitkan dg apa yg diteliti.</p> <p>3. Teori yg yang diteliti pd lamban teori, dipahami dan digunakan / mengapa lisan kata.</p> <p>4. Teori tlg prinsip etika bisnis diteliti, harus ada dasar peneliti, kenapa digunakan.</p>	

Dosen Pembimbing II,

Hotman, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs,

Nindy Ayu Meiliska
NPM. 1602040032





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjust@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

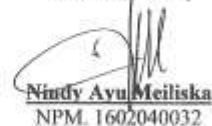
Nama Mahasiswa : Nindy Ayu Meiliska Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syariah)
NPM : 1602040032 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	17 Juni 2020	<p>~ Jenis penelitian diporkan?</p> <p>~ Paksi apa yg diambil Populasi dan sampel</p> <p>~ Sumber data primer berasal dari wawancara, berupa org dan siapa saja dan alasannya.</p> <p>~ Wawancara seperti apa dilakukan kepd siapa saja.</p> <p>~ Out lin diporkan? lihat pedoman dan catatan bimbingan</p>	 

Dosen Pembimbing II,


Hotman, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs,


Nindy Ayu Meiliska
NPM. 1602040032

1. Wawancara kepada youtuber IbaF Fabi



2. Wawancara kepada youtuber Lily Nasda



3. Wawancara dengan youtuber Bachtiar



4. Video di channel YouTube IbaF Fabi



Social Experiment - GEMBEL Masuk KFC Vs GEMBEL Masuk WARTEG, Lihat Apa Yang Ter...
ibaf fabi · 14 jt x ditonton · 3 tahun yang lalu

5. Video di channel YouTube Lily Nasda



Tutorial Cara Mengetahui Stalker Instagram tanpa Aplikasi

Lily Nasdaa · 1,2 jt x ditonton · 1 tahun yang lalu

6. Video di channel YouTube Bachtiar



Ngiring Manten Member Lampung Vixion Jari-Jari

DUNIA MODIFIKASI VIXION JARI · 1,9 jt x ditonton · 2 tahun yang lalu

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Nindy Ayu Meiliska, lahir di kampung Tanggulangin kecamatan Punggur pada 20 Mei 1998 merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak Anwarudin dan ibu Sulis Apriyani. Peneliti memulai pendidikan di TK Kartika Punggur, lulus pada tahun 2004. Lalu melanjutkan ke pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Tanggulangin, lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Punggur, lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Punggur, lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016 peneliti melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Metro dan menempuh pendidikan pada jurusan Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.