



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH KONTEN DAKWAH DI YOUTUBE
“PEMUDA TERSESAT” TERHADAP SIKAP
KEAGAMAAN MAHASISWA PROGRAM STUDI KPI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh

EKA NURUL HABIBAH

NIM. B91219097

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

2023

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Penelitian ini disusun oleh:

Nama : Eka Nurul Habibah
NIM : B91219097
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Pengaruh Konten Dakwah di Youtube
“Pemuda Tersesat” terhadap Sikap
Keagamaan Mahasiswa Program Studi
KPI UIN Sunan Ampel Surabaya

Skripsi oleh Eka Nurul Habibah ini disetujui dan siap untuk diuji.

Surabaya, 22 Desember 2022

Pembimbing,



Drs. Prihananto, M.Ag.
NIP: 196812301993031003

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KONTEN DAKWAH DI YOUTUBE “PEMUDA TERSESAT” TERHADAP SIKAP KEAGAMAAN MAHASISWA PROGRAM STUDI KPI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

SKRIPSI

Disusun Oleh
Eka Nurul Habibah
B91219097

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 10 Januari 2023

Tim Penguji

Penguji I

Drs. Prihananto, M.Ag.
NIP. 196812301993031003

Penguji II

Tias Satrio Adhitama, S.Sos.I., M.A.
197805092006041004

Penguji III

Dr. Sokhi Huda, M.Ag.
196701282003121001

Penguji IV

Lukman Hakim, S.Ag. M.Si, MA
197308212005011004



Surabaya, 10 Januari 2023

Dekan,

Dr. Moch. Choirul Arif, M.Fil.I
NIP. 19711100171998031001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكَ وَأَبْكَى

dan bahwasanya Dialah yang menjadikan orang tertawa dan menangis, (An-Najm 43)¹

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada keluarga, teman dan dosen yang telah memberikan do'a, nasihat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

¹ TafsirQ, diakses pada tanggal 17 Desember 2022 dari <https://tafsirq.com/53-an-najm/ayat-43>

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Nurul Habibah
NIM : B91219097
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Konten Dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya” benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 22 Desember 2022



Eka Nurul Habibah
NIM. B91219097

ABSTRAK

Eka Nurul Habibah, 2022, *Pengaruh Konten Dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.*

Permasalahan penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh konten Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap sikap keagamaan dari Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya dan bagaimana tingkat pengaruh yang ditimbulkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal komparatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus Slovin dengan batas kesalahan sebesar 10% didapatkan responden sebanyak 79 mahasiswa dari jumlah total mahasiswa sebanyak 362. Teknik pengumpul data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Teknik Analisis menggunakan uji regresi linier sederhana.

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu $< 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari konten dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya. Pada uji koefisien sebesar 0,225 yang berarti bahwa sebesar 22% sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI dipengaruhi oleh konten Youtube Pemuda Tersesat, sedangkan 78% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : Youtube, Konten Dakwah, Pemuda Tersesat
Sikap Keagamaan

ABSTRACT

Eka Nurul Habibah, 2022, *The Influence of Da'wah Content on "Pemuda Tersesat" YouTube on the Religious Attitudes of KPI Study Program Students at UIN Sunan Ampel Surabaya.*

The problem of this research is whether there is an influence of the Youtube content "Pemuda Tersesat" on the religious attitudes of KPI Study Program Students at UIN Sunan Ampel Surabaya and what is the level of influence that is generated.

This study uses a quantitative approach to the type of comparative causal research. The sampling technique used purposive sampling with the Slovin formula with an error limit of 10% obtained by 79 students from a total of 362 students. Data collection techniques through observation, interviews, questionnaires, and documentation. The analysis technique uses a simple linear regression test.

The results of the analysis show a significance value of 0.000, which is <0.05 , which means that there is a significant influence from the da'wah content on Youtube "Pemuda Tersesat" on the religious attitudes of KPI Study Program Students at UIN Sunan Ampel Surabaya. The coefficient test is 0.225, which means that 22% of the religious attitudes of KPI Study Program students are influenced by the Pemuda Tersesat YouTube content, while 78% are influenced by other factors.

Keywords: Youtube, Da'wah Content, Pemuda Tersesat, Religious Attitudes

مختصرة نبذة

إيكا نور الحبيبة ، 2022 ،تأثير المحتوى الدعوي على يوتيوب "Pemuda Tersesat" على المواقف الدينية لطلاب برنامج دراسة KPI في UIN Sunan Ampel Surabaya.

مشكلة هذا البحث هي ما إذا كان هناك تأثير لمحتوى اليوتيوب "شباب ضائع".تجاه المواقف الدينية لطلاب برنامج دراسة KPI في UIN Sunan Ampel Surabaya وكيفية إنشاء مستوى التأثير.

تستخدم هذه الدراسة نهجًا كمياً لنوع البحث السببي المقارن. استخدمت تقنية أخذ العينات أخذ العينات هادفة مع صيغة Slovin بحد خطأ 10٪. حصل عليها 79 طالبًا من إجمالي 362 طالبًا.تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والاستبيانات والتوثيق. تستخدم تقنية التحليل اختبار انحدار خطي بسيط.

تظهر نتائج التحليل قيمة دلالة قدرها 0.000 ، وهي > 0.05 ، مما يعني أن هناك تأثيرًا كبيرًا من محتوى الدعوة على Youtube "Pemuda Tersesat" على المواقف الدينية لطلاب برنامج دراسة KPI في UIN Sunan Ampel Surabaya. اختبار المعامل هو 0.225 ، مما يعني أن 22٪ من المواقف الدينية لطلاب برنامج دراسة KPI يتأثرون بمحتوى YouTube Pemuda Tersesat ، بينما يتأثر 78٪ بعوامل أخرى.

الكلمات المفتاحية: يوتيوب ، محتوى الدكوة ، "شباب ضال" ، مواقف دينية

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Konten Dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.” Skripsi yang penulis kerjakan ini merupakan sebuah karya ilmiah untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Sebuah kesuksesan dalam penulisan ini tentunya tidak penulis raih dengan sendiri, tetapi banyak dukungan oleh beberapa pihak, untuk itu peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad.Dip.SEA., M.Phil., Ph.D selaku sebagai Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Dr. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
3. Dr. Sokhi Huda, M.Ag selaku Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
4. Drs. Prihananto, M. Ag selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing, menuntun, memotivasi dan menjelaskan secara detail dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan.
6. Seluruh keluarga saya khususnya Ibunda saya (Siti Nur Kholifah) tercinta yang telah mendukung, berdo'a dan memberikan yang terbaik untuk saya, Ayah (Suhardi) yang

telah bekerja dan telah membiayai perkuliahan saya, dan juga untuk ketiga adik saya, terima kasih atas kasih sayang, do'a dan motivasi.

7. Sahabat saya Alfian Arif Haryanto, Syarifah Maydina, Khulud Fahrudin, Tiara Nauralita, El Haanim Nur Diny, Silky Sabella Maharani yang memberikan motivasi, semangat dan dukungan kepada saya.
8. Wahyu Farrel Indrastoto, Hamimah Al Hasyimi, Farah Farisa Fachriani yang turut membantu dan mendukung penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman Dakwah TV, Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSA khususnya kelas A3 dan teman-teman Lembaga Pers Mahasiswa Solidaritas yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah membantu penelitian penulis. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas do'a dan bantuannya.

Demikian sebagai pengantar penelitian, mohon maaf jika ada kekurangan pada penelitian ini. Semoga amal dan kebaikan berikan untuk penulis mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

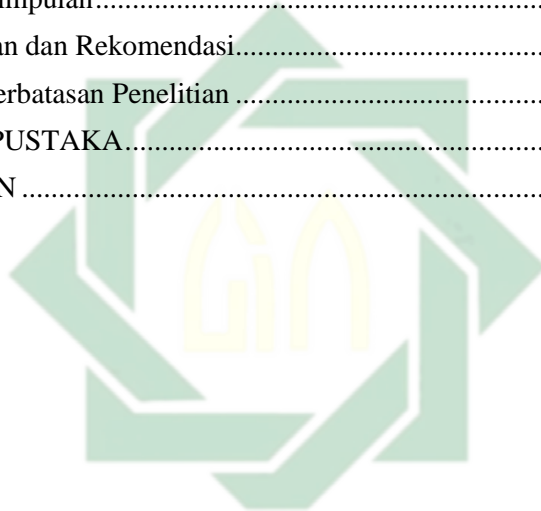
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Operasional.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II: KAJIAN TEORETIK	12
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12
B. Kerangka Teoretik.....	25
1. Teori <i>Uses and Effect</i>	25
2. Media Sosial Youtube.....	29
3. Sikap Keagamaan	34
C. Kerangka Berfikir Penelitian	42
D. Hipotesis.....	43

BAB III: METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian	46
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	46
D. Instrumen Penelitian	49
E. Variabel dan Indikator Variabel	50
F. Tahap-Tahap Penelitian	51
G. Teknik Pengumpulan Data	53
H. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	56
I. Teknik Analisis Data	58
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
1. Profil Youtube Pemuda Tersesat	60
2. Sejarah Berdirinya Komunikasi dan Penyiaran Islam.....	61
3. Visi dan Misi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam	62
4. Gambaran Umum Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam	63
5. Deskripsi Responden	67
B. Penyajian Data	68
1. Tabel Frekuensi Jawaban Responden	69
C. Pengujian Hipotesis	87
1. Uji Normalitas	87
2. Uji Linearitas	88
3. Uji Heterokedastisitas	89

4. Uji Regresi Linier Sederhana.....	90
5. Koefisien Determinasi	93
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
1. Prespektif Teoretis	94
2. Prespektif Dakwah.....	96
BAB V: PENUTUP	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran dan Rekomendasi.....	100
C. Keterbatasan Penelitian	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN	110



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	49
Tabel 3.2 Kisi-kisi instrumen konten dakwah Youtube “Pemuda Tersesat”	51
Tabel 3.3 Kisi-kisi instrumen sikap keagamaan	51
Tabel 3.4 Hasil validitas variabel pengaruh konten dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” (X)	55
Tabel 3. 5 Hasil validitas variabel sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Y)	56
Tabel 3.6 Uji reliabilitas Konten Dakwah Youtube “Pemuda Tersesat” (X)	57
Tabel 3.7 Uji reliabilitas Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Y).....	58
Tabel 4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	67
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan semester	68
Tabel 4.3 Tingkat responden mendengarkan konten Pemuda Tersesat 1 jam dalam seminggu.....	69
Tabel 4.4 Tingkat responden mendengarkan konten Pemuda Tersesat lebih dari 3 jam dalam sebulan	69
Tabel 4.5 Tingkat responden mendengarkan konten dakwah Pemuda Tersesat ketika ingin mengisi waktu luang.....	70
Tabel 4.6 Tingkat responden menonton konten dakwah Pemuda Tersesat dibanding konten dakwah lainnya.....	71
Tabel 4.7 Pada beranda Youtube responden, muncul konten Pemuda Tersesat.....	71
Tabel 4.8 Tingkat responden menyukai konten dakwah Pemuda Tersesat dibanding dengan konten lain	72
Tabel 4.9 Tingkat responden menyukai humor yang terdapat dalam konten Pemuda Tersesat	73
Tabel 4.10 Tingkat banyaknya responden men-subscribe kanal Pemuda Tersesat.....	73
Tabel 4.11 Tingkat responden sering memberi tombol like di konten Pemuda Tersesat.....	74
Tabel 4.12 Tingkat responden sering membagikan konten Pemuda Tersesat ke teman saya	74

Tabel 4.13 Tingkat responden memahami pesan dakwah yang disampaikan dalam konten dakwah Pemuda Tersesat.....	75
Tabel 4.14 Tingkat responden mampu membedakan mana waktu serius dan bercanda dalam konten dakwah Pemuda Tersesat	75
Tabel 4.15 Tingkat kemampuan responden menyimpulkan isi pesan dakwah yang saya lihat dalam konten Pemuda Tersesat	76
Tabel 4.16 Tingkat responden dapat menjelaskan ulang mengenai isi konten Pemuda Tersesat setelah menonton	77
Tabel 4.17 Tingkat responden mendapatkan pengetahuan baru setelah menonton konten Pemuda Tersesat	77
Tabel 4.18 Tingkat responden percaya akan adanya Allah SWT.....	78
Tabel 4.19 Tingkat responden percaya bahwa amal baik dan buruk saya dicatat oleh malaikat.....	78
Tabel 4.20 Tingkat responden percaya bahwa Al-Qur'an adalah kitab penyempurna kitab sebelumnya	79
Tabel 4.21 Tingkat responden percaya bahwa Nabi Muhammad SAW adalah suri tauladan umat Muslim	79
Tabel 4.22 Tingkat responden percaya bahwa kiamat akan datang dan semua akan hancur.....	80
Tabel 4.23 Tingkat responden merasa tenang ketika ada lantunan ayat suci Al-Qur'an	81
Tabel 4.24 Tingkat responden merasa khusyu' ketika melaksanakan sholat	81
Tabel 4. 25 Tingkat responden menyusukuri nikmat yang Allah beri	82
Tabel 4.26 Tingkat ketenangan hati responden ketika adzan berkumandang	83
Tabel 4.27 Tingkat responden merasa bersalah ketika melakukan hal yang melanggar perintah Allah.....	83
Tabel 4.28 Tingkat keinginan responden untuk bersedekah ketika melihat orang yang kurang mampu	84
Tabel 4.29 Tingkat keinginan responden untuk meminta maaf kepada orang yang telah disakiti.....	84
Tabel 4.30 Tingkat keinginan responden berteman dengan orang-orang pandai agama	85
Tabel 4.31 Tingkat keinginan responden untuk menerapkan sikap sabar dalam menghadapi ujian	86

Tabel 4.32 Tingkat keinginan responden untuk melakukan sholat tahajud ketika bangun di sepertiga malam	86
Tabel 4.37 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	87
Tabel 4.38 Uji Linearitas	88
Tabel 4.39 Uji Regresi Linier Sederhana	90
Tabel 4.40 Persamaan Regresi.....	91
Tabel 4.41 Persamaan Model Summary Koefisien Determinasi.....	93
Tabel 4.42 Interpretasi Nilai R	93



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Teori <i>Uses and Effect</i>	29
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	43
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas Variabel X dan Y.....	89



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi berkembang dengan pesat. Perkembangan teknologi ini memberikan dampak terhadap segala aspek kehidupan manusia. Salah satunya yakni, mudahnya para pengguna untuk mengakses informasi. Banyaknya arus informasi yang masuk membuat para pengguna kesulitan untuk menyaring mana informasi yang baik dan buruk. Sehingga konten-konten bebas seperti pornografi, kekerasan, kebohongan publik dan radikalisme sangat berpeluang besar mereka konsumsi.² Hal ini menjadi tantangan bagi para da'i karena mereka juga harus mengikuti perkembangan zaman dengan menyebarkan konten-konten dakwah di internet.

Aktivitas dakwah kini mengalami perubahan, jika media dakwah pada zaman Rasul berkisar hanya pada dakwah *bil al-lisan* dan *bi al-uswah* serta penggunaan media penunjang lain yakni surat menyurat (rasail). Kemudian, terjadi perkembangan pada satu abad kemudian yang ditandai dengan munculnya *qashash* (tukang cerita) dan *muallafat* (karangan tertulis). Karangan ini tumbuh pesat dalam kurun waktu yang lama hingga saat ini. Tidak berhenti sampai disini, pada abad ke-14 Hijriah terjadi perkembangan teknologi dan pengetahuan yang sangat pesat. Teknologi komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, salah satunya merupakan dakwah.³ Kini aktivitas dakwah telah berevolusi mengikuti perkembangan zaman dengan adanya penyebaran konten

² Rahmah, Naomi dan Pamela, *Remaja Sejahtera Remaja Nasionalis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021), 196.

³ Nurudin, *Perkembangan Teknologi Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 3.

dakwah di media sosial. Kegiatan dakwah saat ini tidak harus da'i bertemu langsung dengan mad'unya karena pesan dakwah yang disampaikan kini sudah mudah diakses di berbagai tempat dan waktu.⁴

Saat ini pengguna internet di Indonesia menunjukkan peningkatan, hal ini dibuktikan dengan adanya data terakhir pada Bulan Juli 2022 telah mencapai 212,354,070 pengguna atau sekitar 76,3% dari total populasi Indonesia. Para pengguna media sosial Facebook sendiri saat ini telah berhasil mendapatkan sekitar 202,200,000 pengguna.⁵ Data yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia memiliki populasi yang sangat besar. Internet menjadi media masif yang digunakan pendakwah dalam satu dekade terakhir untuk menyebarkan Islam. Apalagi dengan adanya media sosial yang kini menawarkan banyak fitur dan pelayanan seperti pengiriman gambar, *gif*, keterangan, video yang sangat mudah digunakan. Hal ini juga memberikan kemudahan bagi da'i dalam menyebarkan konten dakwahnya.⁶

Penggunaan internet saat ini di dominasi oleh para pemuda. Hal ini juga dibuktikan dengan penelitian KOMINFO, dimana 98% anak muda mengetahui keberadaan internet dan 79,5% merupakan pengguna internet. Hasil ini ditemukan dengan menelusuri sampel anak dan remaja yang berusia 10-19 tahun.⁷ Data ini

⁴ Irzum Fariyah, "Media dakwah pop" *At-Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 1, no. 2, 2013, 26.

⁵ Asia Internet Use, Population Data and Facebook Statistics Mid Year 2022, diakses pada tanggal 23 September 2022

<https://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia>

⁶ Abraham Zulhazmi Zakky, and Dewi Ayu Sri Hastuti. "Da'wa, Muslim Millennials and Social Media." *Lentera* (2018).

⁷ Berita Kominfo. 2014. "98 Persen Anak dan Remaja Tahu Internet", diakses pada tanggal 23 September 2022 dari

<https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/98+Persen+Anak>

menunjukkan bahwa para pengguna internet ini lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi saat ini. Di sini dakwah akan sangat berperan penting untuk menangkal arus informasi buruk yang telah banyak tersebar di internet. Jika da'i tidak dapat mengikuti perkembangan zaman maka da'i akan tertinggal sangat jauh.⁸ Oleh sebab itu, dengan adanya kemajuan teknologi ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para da'i agar dapat menysasar pesan dakwah ke mad'u nya.

Melansir data dari *Hootsuite* bahwa pengguna Youtube di Indonesia sebanyak 81,3%. Posisi ini berada di urutan ketiga setelah *Whatsapp* dengan presentase 88,7% dan Instagram dengan presentase 84,8%.⁹ Berdasarkan data ini memberikan penjelasan bahwa banyak pengguna internet yang menggunakan media sosial Youtube. Ini adalah peluang untuk da'i dalam menyebarkan agama Islam melalui Youtube. Youtube sendiri merupakan situs website yang berguna untuk mengunggah, menonton dan berbagi video. Sudah banyak da'i yang memanfaatkan media populer Youtube ini sebagai media dakwahnya seperti Hanan Attaki dan juga Ustadz Abdul Somad. Konten dakwah yang disajikan seperti konten dakwah pada umumnya yakni berceramah dengan menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u.

Dari perkembangan teknologi yang ada dan mad'u semakin heterogin baik dari segi sikap mau pun perilaku, maka terdapat beberapa da'i yang mencoba dengan konsep baru dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Salah

[+dan+Remaja+Tahu+Internet/0/berita_satker](#)

⁸ Adri Efferi, "Profesionalisasi Da'i Di Era Globalisasi", *At-Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol 1, no. 2, 2013, 104.

⁹ Hootsuite, Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022 diakses pada tanggal 23 September 2020 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

satunya yakni kanal Youtube “Pemuda Tersesat” yang dipandu oleh tiga orang yaitu Tretan Muslim, Coki Pardede dan Habib Ja’far Husein. Tretan Muslim dan Coki Pardede merupakan dua orang komika yang pernah mengikuti audisi *stand up comedy* di salah satu stasiun televisi. Mereka juga mengisi konten di salah satu kanal Youtube yang bernama “Majelis Lucu Indonesia”. Sedangkan Habib Ja’far Husein merupakan seorang penulis dan telah berhasil menerbitkan buku yang berjudul “Seni Merayu Tuhan” dan “Tuhan Ada di Hatimu”. Habib juga mengisi konten tentang kepenulisannya di kanal Youtube “Jeda Nulis”.

Awal mula terbentuknya kanal “Pemuda Tersesat” ini karena ide dari Tretan Muslim yang memeluk agama Islam dan Coki Pardede seorang agnostik yang bertemu dengan seorang pendakwah dengan gaya dan ciri khasnya dalam menyampaikan pesan dakwah dengan kekinian. Mereka mulai mengisi konten dakwah saat bulan puasa di tahun 2020. Saat ini jumlah subscriber Youtube “Pemuda Tersesat” telah mencapai 713 ribu. Mereka memiliki konsep yang unik dalam menyajikan pesan dakwahnya. Pada *opening video* memberikan sedikit gambaran mengenai peran mereka dalam kontennya. Tretan Muslim yang berperan sebagai seorang pemuda yang butuh arahan jalan lurus menuju agama Islam ternyata dihasut oleh Coki Pardede yang berperan sebagai setan. Kemudian, datanglah Habib Ja’far Husein yang berperan sebagai seseorang yang membimbing ke jalan Allah.

Konsep dari konten dakwah ini adalah dengan munculnya pertanyaan dari mad’u yang mereka sebut dengan pemuda tersesat. Mereka mengirim pertanyaan di kolom komentar Youtube atau di akun Instagram “Yayasan Pemuda Tersesat”. Pertanyaan akan dibacakan oleh Tretan Muslim yang kemudian dijawab oleh Habib

dan tak lupa akan dibumbui guyonan atau candaan dari Coki Pardede. Konten yang mereka bawa akan tetap memprioritaskan berbagi ilmu agama Islam. Meskipun dengan candaan, Habib akan tetap fokus dan serius dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Hal ini bukan tanpa tujuan, mengingat pemuda saat ini yang enggan untuk melihat tayangan dakwah karena berbagai faktor. Muncullah konten dakwah yang mengemas dakwah dengan tampilan unik dan menarik.

Sebenarnya dakwah dengan humor ini bukanlah hal baru, banyak para pendakwah yang menyelipkan humor ke dalam kajian yang dibawakannya. Contoh ustadz yang menyampaikan pesan dakwah dengan menyelipkan humor yakni Ustadz Wijayanto yang menghadirkan suasana menyenangkan dengan humor yang cerdas dan tidak membosankan. Selain itu ada Ustadz Maulana yang sering tampil di media televisi swasta dengan gayanya khas yakni “jama’ah oh jama’ah Alhamdulillah” juga berhasil menghibur para mad’u.

Dari banyaknya para da’i yang menyampaikan pesan dakwahnya dengan ciri khas masing-masing juga membuat Coki, Muslim dan Habib memunculkan konsep yang berbeda. Hal unik yang dijumpai yakni munculnya pertanyaan-pertanyaan yang nyeleneh dari pemuda tersesat atau sebutan mad’u dalam kanal Youtube “Pemuda Tersesat”. Tak jarang pertanyaan yang muncul juga menimbulkan gelak tawa dari Coki, Muslim dan juga Habib. Hal-hal seperti ini yang dapat merangkul mereka khususnya pemuda untuk mau belajar agama Islam. Strategi yang digunakan oleh para kreator ini juga tepat sasaran. Meskipun tak jarang mereka mendapat komentar negatif terhadap konten mereka yang terlalu mengundang tawa dan mengarah ke hal-hal sensitif lainnya.

Penelitian ini akan menjadikan mahasiswa Komunikasi

Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, sebagai objek. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam sendiri hampir sebagian besar telah menggunakan internet untuk mengakses informasi. Mereka sangat mudah dalam mencari sumber informasi termasuk dakwah dalam media sosial yang sangat beragam sekali pilihannya. Umumnya para remaja akan mencari konten dakwah yang menurut mereka tidak membuat bosan dan memberikan rasa *enjoy* dalam menikmati konten dakwah. Karena pada dasarnya keinginan dalam mengonsumsi konten dakwah tidak bisa dipaksakan, mereka akan menonton jika mau. Karena jika terjadi paksaan, pesan dakwah yang disampaikan da'i tidak akan sampai kepada mereka.

Saat ini di kalangan remaja sudah tidak asing lagi dengan konten-konten semacam *stand up comedy*, *meme* yang bereda di media sosial dan konten menghibur lainnya. Uniknya, terdapat konten dakwah yang mengandung gelak tawa dan candaan namun masih dalam batas wajar. Konten ini ialah konten dakwah dalam youtube “Pemuda Tersesat” dengan link <https://www.youtube.com/@pemudatersesat1635> yang memiliki total subscriber sebanyak 722 ribu. Hal ini memberikan pandangan baru terhadap mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam yang jenuh dengan tugas menganalisis konten dakwah dengan sajian yang sangat membosankan. Dengan adanya konten dakwah yang *fresh* ini memberikan mereka kepuasan tersendiri dalam menikmati konten dakwah. Jika tidak ada paksaan dalam menikmati konten dakwah, maka mereka akan senang dan mengulangi untuk menonton konten dakwah yang ada di youtube tersebut. Hal ini akan mempengaruhi sikap keagamaan mahasiswa.

Terdapat faktor internal dan eksternal yang dapat

mempengaruhi sikap keagamaan.¹⁰ Faktor internal mahasiswa diantaranya yakni emosi, minat dan kepribadian, pengalaman pribadi. Selain itu, fitrah manusia dan kecenderungan beragama juga termasuk dalam faktor internal yang mempengaruhi sikap keagamaan mahasiswa. Sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan keluarga, kampus dan lingkungan masyarakat terdekat. Selain itu, media massa seperti televisi dan media sosial juga termasuk ke dalam faktor eksternal yang dapat mempengaruhi sikap keagamaan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Konten Dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini yakni:

1. Apakah ada pengaruh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Bagaimana tingkat pengaruh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang diharapkan adalah:

¹⁰ Hasyim Hasanah, "Faktor-faktor Pembentuk Kesadaran Beragama Anak Jalanan", *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, vol.10, no. 2, 2015, 215.

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Untuk mengetahui tingkat pengaruh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian ini:

1. Manfaat Teoretis
 - a. Memberikan sumbangan pemikiran tentang pengaruh dakwah canda terhadap anak muda melalui media Youtube.
 - b. Penelitian ini diharapkan menjadi literatur kajian mengenai dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya untuk Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - c. Memberikan sudut pandang yang berbeda dari perkembangan dakwah yang ada saat ini dengan Youtube sebagai media penyebaran dakwah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan contoh dalam membuat ide kreatif mengenai bagaimana mengemas dakwah khususnya yang berbalut dengan canda dan mengikuti perkembangan zaman.
 - b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk semua pihak sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam memahami pengaruh yang diberikan oleh konten dakwah Youtube kepada mad'u khususnya para pemuda.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional yang dibuat ialah sesuai dengan variabel penelitian sebagaimana terdapat dalam redaksi judul peneliti. Sehingga sub proposal ini menguraikan definisi operasional tentang:

1) Konten Dakwah Youtube

Konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat adalah pesan ajaran Islam yang disampaikan secara lisan atau dialog antara Habib Husein Ja'far, Tretan Muslim dan Coki Pardede dalam video Pemuda Tersesat. Kanal ini berisikan mengenai konten dakwah yang dibalut dengan unsur komedi.

2) Sikap Keagamaan Mahasiswa

Sikap keagamaan adalah kondisi di mana dalam diri seseorang terjadi dorongan untuk melakukan sesuatu atau bertingkah dengan kepercayaan yang telah ia anut. Menurut Jalaluddin, sikap keagamaan merupakan bentuk ungkapan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai unsur afektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur konatif.¹¹ Sikap keagamaan ini memiliki kaitan dengan seberapa jauh pengetahuan agama yang mad'u ketahui, perasaan terhadap agama tersebut dan juga bagaimana mad'u condong dalam tindakan keagamaan. Beberapa sikap keagamaan yang dibahas dalam penelitian ini berkaitan dengan syari'ah, ibadah dan aqidah yang ada dalam pesan dakwah Youtube Pemuda Tersesat.

F. Sistematika Pembahasan

Peneliti menyusun alur pembahasan di setiap babnya dengan menggunakan sistematika pembahasan.

BAB I : PENDAHULUAN

¹¹ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1996, Cet. I), 185.

Pada bab 1 terdiri dari beberapa sub bab yakni, uraian latar belakang masalah yang menjelaskan mengapa peneliti mengambil fenomena yang peneliti pilih, rumusan masalah peneliti yang ingin tahu sejauh mana pengaruh konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat, tujuan penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah yang ada yakni adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh konten Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya, manfaat penelitian, definisi operasional yang menjelaskan mengenai maksud dari judul yang telah peneliti ambil, sistematika pembahasan yang menjelaskan mengenai bagaimana peneliti menjabarkan tiap-tiap bab yang ada.

BAB II : KAJIAN TEORETIK

Bab kajian teoretik terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan yakni peneliti memilih penelitian terdahulu sebagai acuan dalam mengerjakan skripsi dengan mengambil 7 nasional dan 2 internasional, kerangka teori menjelaskan hasil temuan yang dijelaskan dengan menggunakan teori, paradigma penelitian, hipotesis penelitian digunakan untuk mengetahui bagaimana seorang peneliti melakukan penarikan jawaban dari dari sebuah permasalahan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variabel dan indikator

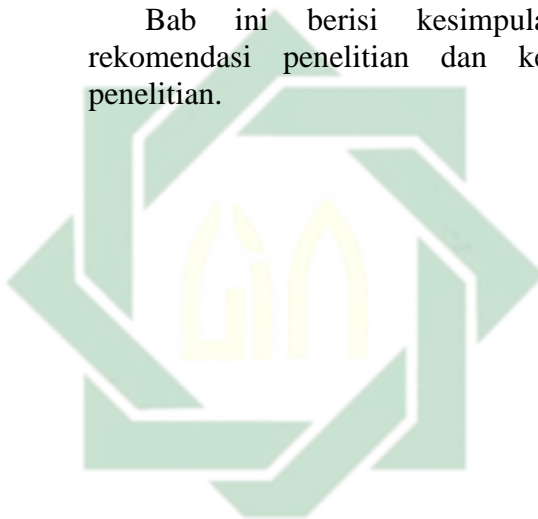
penelitian, skala pengukuran dan instrumen, teknik pengumpulan data, teknik validitas instrumen dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab 4 berisi mengenai penjelasan obyek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran rekomendasi penelitian dan keterbatasan penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mencari sebuah patokan sebagai bahan perbandingan sehingga peneliti dapat menghindari plagiasi dan memberikan karya yang menunjukkan orisinalitas. Berikut ini ialah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan membantu menambah sumber informasi bagi peneliti :

1. Skripsi “*Efektivitas Terpaan Pesan Dakwah Di Youtube Pemuda Tersesat Terhadap Sikap Dan Perilaku Keagamaan (Studi Pada Subscriber Youtube Pemuda Tersesat)*”¹²” disusun oleh Rizqi Khasna Kamila mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang jurusan Ilmu Komunikasi pada tahun 2021. Hasil dari penelitian ini ialah terjadi keefektivitasan terpaan pesan dakwah youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap dan perilaku keagamaan pada subscriber youtube pemuda tersesat. **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian milik Rizqi Khasna Kamila adalah sama-sama mengulas mengenai pengaruh dari menonton tayangan dakwah milik kanal “Pemuda Tersesat” di media sosial youtube. Selain itu, penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Adapun **perbedaannya** ialah dalam penelitian tersebut membahas mengenai pengaruh terpaan konten dakwah “Pemuda Tersesat” terhadap sikap dan perilaku keagamaan dari subscriber youtube pemuda tersesat menggunakan teori S-O-R

¹² Rizqi Khasna Kamila, *EFEKTIVITAS TERPAAN PESAN DAKWAH DI YOUTUBE “PEMUDA TERSESAT” TERHADAP SIKAP DAN PERILAKU KEAGAMAAN (Studi pada Subscriber Youtube “Pemuda Tersesat”)*. Diss. Universitas Muhammadiyah Malang, 2022, 2.

(*Stimulus, Organism, Response*). Sedangkan skripsi yang akan peneliti susun membahas mengenai pengaruh konten dakwah “Pemuda Tersesat” terhadap sikap keagamaan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya dengan menggunakan teori *uses and effect*.

2. Skripsi “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @Nunuzoo)*”¹³ disusun oleh Elsa Carinta Putri mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2018. Terdapat pengaruh yang sangat kuat antar variabel di penelitian ini. Kontribusi sumbangan variabel X terhadap variabel Y sebesar 64,3%.. **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian milik Elsa Carinta Putri adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama mencari pengaruh yang ditimbulkan dari media sosial. **Perbedaannya** jika penelitain tersebut fokus kepada dakwah di Instagram, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan fokus kepada dakwah di Youtube. Teori yang digunakan ialah teori efek komunikasi massa oleh Schramm dan Roberts (1977) dan konsep efektivitas oleh Stewart, L Tubs dan Silvia Moss (2000) sedangkan teori yang peneliti gunakan ialah teori *uses and effect*.
3. Jurnal “*Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Sikap Religiusitas Remaja Di Link. Luwung Sawo Citangkil*”¹⁴ disusun oleh Entin Suhartini, Rudi

¹³ Elsa Carinta Putri, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram@ Nunuzoo)*. BS thesis. Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018, i.

¹⁴ Entin Suhartini & Rudi Hartono, "Pengaruh Akun Dakwah Youtube

Hartono mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Khairiyah Cilegon pada tahun 2021. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun dakwah youtube mempengaruhi religiusitas pada remaja di link Luwung Sawo Citangkil dengan hasil F hitung 6,005 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,77. **Persamaan** penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu, sama-sama menggunakan akun youtube sebagai media yang diteliti untuk melihat pengaruhnya terhadap objek yang dipilih. **Perbedaan** penelitian tersebut dengan skripsi peneliti yakni, jika jurnal ini memilih objek remaja di link Luwung Sawo Citangkil, sedangkan objek yang akan peneliti pilih yakni mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

4. Skripsi "*Pengaruh Penggunaan Akun Instagram 'DuniaHalal' Terhadap Keputusan Pembelian Barang*"¹⁵ disusun oleh Debbi Ismawati mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji regresi linier sederhana t-hitung 14.456 > t-tabel 208.985 maka dinyatakan terdapat pengaruh penggunaan akun Instagram @duniahalal terhadap keputusan pembelian barang. **Persamaan** penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu, sama-sama menggunakan teori *uses and effect*. **Perbedaan** penelitian tersebut dengan

Terhadap Sikap Religiusitas Remaja di Link Luwung Sawo Citangkil." *Adz-Zikr: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, vol. 6, hal. 2, 2021, 52.

¹⁵ Debbi Ismawati, *Pengaruh Penggunaan Akun Instagram "DuniaHalal" Terhadap Keputusan Pembelian Barang*. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2019

skripsi peneliti yakni, skripsi ini memilih media Instagram sebagai variabel penelitian, sedangkan variabel yang akan peneliti pilih adalah konten dakwah di Youtube.

5. Skripsi “*Pengaruh Pemberitaan Sisi Gelap Budaya Jepang di Media Online Japanesestation.com terhadap Perilaku Imitasi Komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*”¹⁶ disusun oleh Dwi Rahmah Najiibah mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2018. Hasil penelitian ini diuji dengan uji koefisien korelasi terdapat $R=0,502$ yang menjelaskan adanya hubungan dalam variabel namun tingkatnya rendah. **Persamaan** penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu, sama-sama menggunakan teori *uses and effect*. **Perbedaan** penelitian tersebut dengan skripsi peneliti yakni, skripsi ini memilih media online *Japanesestation.com* terhadap perilaku imitasi sedangkan peneliti memilih variabel Youtube dan mencari pengaruh adanya konten dakwah terhadap sikap keagamaan.
6. Skripsi “*Pengaruh Media Sosial Wattpad terhadap Perilaku Keagamaan Karyawan Writter Agency Readerzen*” disusun oleh Donna Elvareta Subiakto mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2021. Hasil penelitian ini diuji dengan uji Tau Kendall terdapat hubungan positif pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writter Agency READERZEN*. **Persamaan** penelitian

¹⁶ Dwi Rahmah Najiibah, *Pengaruh Pemberitaan Sisi Gelap Budaya Jepang Di Media Online Japanesestation. Com Terhadap Perilaku Imitasi Komunitas Jepang Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2018

ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Selain itu, sama-sama menggunakan teori *uses and effect*. **Perbedaan** penelitian tersebut dengan skripsi peneliti yakni, skripsi ini memilih media sosial Wattpad sedangkan peneliti memilih media sosial Youtube. Selain itu jumlah populasi skripsi tersebut berjumlah sedikit dibanding skripsi peneliti.

7. Skripsi “*Pengaruh Penggunaan Fitur “Toko” Di Instagram Terhadap Efektivitas Komunikasi Penjual Kepada Pembeli*” disusun oleh Wahyu Farrel Indrastoto mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2021. Metode yang dipilih oleh peneliti yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan uji regresi linear sederhana dengan hasil positif ada pengaruh fitur Instagram toko terhadap efektivitas komunikasi penjual kepada pembeli. **Persamaan** penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Selain itu, sama-sama menggunakan teori *uses and effect*. **Perbedaan** penelitian tersebut dengan skripsi peneliti yakni, skripsi tersebut memilih media sosial Instagram, sedangkan peneliti memilih media sosial Youtube. Selain itu penelitian tersebut mencari keefektivitasan fitur toko di Instagram, sedangkan skripsi peneliti mencari pengaruh sikap keagamaan terhadap konten dakwah di Youtube.
8. Jurnal internasional “*Influencers on Instagram and YouTube and Their Impact on Consumer Behaviour*”¹⁷ disusun oleh Bianka Młodkowska mahasiswa fakultas manajemen, Universitas Warsaw Polandia pada tahun 2019 dengan vol. 1(9), hal. 4-13.

¹⁷ Bianka Młodkowska. "Influencers on Instagram and YouTube and their impact on consumer behaviour." *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, vol 1, no. 9, 2019, 4.

Hasil dari penelitian ini adalah *The results of the research suggest that engaging influencers to collaborate with brands is a new effective marketing tool which is especially efficient in reaching young people who use social media every day. Collaboration with influencers can result in gaining new customers, sharing positive information about new products and increasing sales.* Yang jika diterjemahkan adalah penelitian menunjukkan bahwa melibatkan *influencer* untuk berkolaborasi dengan merek adalah alat pemasaran baru yang efektif yang sangat efisien dalam menjangkau kaum muda yang menggunakan media sosial setiap hari. Kolaborasi dengan *influencer* dapat menghasilkan dalam mendapatkan pelanggan baru, berbagi informasi positif tentang produk baru dan meningkatkan penjualan.

Persamaan penelitian ini dengan skripsi yang akan peneliti lakukan yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu juga sama-sama mencari dampak atau efek dari adanya perkembangan media yang ada terhadap audiens. Sedangkan **perbedaannya** yakni jika penelitian tersebut berfokus kepada *influencer* dan youtuber terhadap kepuasan pembeli, sedangkan skripsi yang akan diteliti lebih mencari dampak dari konten youtube terhadap sikap keagamaan.

9. Jurnal "*The Effect Of Youtube Content Making On Students' Speaking Skill*"¹⁸ disusun oleh Rena Tristiana, Ashari P. Swondo, Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Ilmu Sosial Dan Pendidikan, Universitas Potensi Utama pada

¹⁸ Rena Tristiana, Ashari P. Swondo, "THE EFFECT OF YOUTUBE CONTENT MAKING ON STUDENTS' SPEAKING SKILL." *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Kependidikan*, vol 1, no. 1, 2020, 148.

tahun 2020 dengan vol. 1, hal. 148-157. Hasil dari penelitian ini adalah *YouTube content making significantly influences students speaking skill. The significance value calculated 0.000 is smaller than 0.05 (P-value = 0.000 < 0.05). Based on the results of calculations, obs 4,411 and ttable value (0.05) 1,686. We know that tobs is higher than ttable (tobs > ttable) = (4,411 > 1,686).* Yang diterjemahkan ke Bahasa Indonesia menjadi pembuatan konten YouTube berpengaruh signifikan keterampilan berbicara siswa. Nilai signifikansi dihitung 0,000 lebih kecil dari 0,05 (P-value = 0,000 < 0,05). Berdasarkan hasil perhitungan, tobs 4,411 dan nilai ttabel (0,05) 1,686. Kita tahu bahwa tobs lebih tinggi dari ttabel (tobs > ttabel) = (4.411 > 1.686). **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu juga sama-sama mencari dampak dari penggunaan media youtube terhadap audiens. **Perbedaannya** ialah jika penelitian di jurnal ini mencari dampak pada skill berbicara siswa, sedangkan penelitian skripsi ini mencari dampak pada sikap keagamaan mahasiswa.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Analisis Teori
1.	Rizqi Khasna Kamila	Efektivitas Terpaan Pesan Dakwah Di	Penelitian tersebut membahas mengenai pengaruh	Sama-sama mengulas mengenai pengaruh dari	Menggunakan teori S-O-R (Stimulus, Organism,

		<p>Youtube Pemuda Tersesat Terhadap Sikap Dan Perilaku Keagamaan (Studi Pada Subscriber Youtube Pemuda Tersesat</p>	<p>terpaan konten dakwah “Pemuda Tersesat” terhadap sikap dan perilaku keagamaan dari subscriber youtube pemuda tersesat. Sedangkan skripsi yang akan peneliti susun membahas mengenai pengaruh konten dakwah “Pemuda Tersesat” terhadap sikap keagamaan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN</p>	<p>menonton tayangan dakwah milik kanal “Pemuda Tersesat” di media sosial youtube. Selain itu, penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p>	<p>Response)</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------

			Sunan Ampel Surabaya.		
2.	Elsa Carinta Putri	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @Nunuzo)	Penelitian tersebut fokus kepada dakwah di Instagram, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan fokus kepada dakwah di Youtube.	Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama mencari pengaruh yang ditimbulkan dari media sosial	Teori yang digunakan ialah teori efek komunikasi massa oleh Schramm dan Roberts (1977) dan konsep efektivitas oleh Stewart, L Tubs dan Silvia Moss (2000). Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier sederhana.
3.	Entin Suhartini, Rudi Hartono	Pengaruh Akun Dakwah Youtube	Penelitian tersebut dengan skripsi	Menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Metode deskriptif dengan pendekatan

		<p>Terhadap Sikap Religiusitas Remaja Di Link. Luwung Sawo Citangkil</p>	<p>peneliti yakni, jika jurnal ini memilih objek remaja di link Luwung Sawo Citangkil, sedangkan objek yang akan peneliti pilih yakni mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.</p>	<p>Selain itu, sama-sama menggunakan akun youtube sebagai media yang diteliti untuk melihat pengaruhnya terhadap objek yang dipilih.</p>	<p>n kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana.</p>
4.	Debbi Ismawati	<p>Pengaruh Penggunaan Akun Instagram 'DuniaHalal' Terhadap Keputusan Pembelian Barang</p>	<p>Penelitian tersebut dengan skripsi peneliti yakni, skripsi ini memilih media Instagram sebagai</p>	<p>Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan teori <i>uses and effect</i>.</p>	<p>Menggunakan teori <i>uses and effect</i>. Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier</p>

			variabel penelitian, sedangkan variabel yang akan peneliti pilih adalah konten dakwah di Youtube.		sederhana.
5.	Dwi Rahmah Najiibah	Pengaruh Pemberitaan Sisi Gelap Budaya Jepang di Media Online Japanesestation.com terhadap Perilaku Imitasi Komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Penelitian tersebut dengan skripsi peneliti yakni, skripsi ini memilih media online Japanesestation.com terhadap perilaku imitasi sedangkan peneliti memilih variabel Youtube dan mencari pengaruh adanya konten	Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu, sama-sama menggunakan teori <i>uses and effect</i> .	Menggunakan teori <i>uses and effect</i> . Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier berganda.

			dakwah terhadap sikap keagamaan.		
6.	Donna Elvareta Subiakto	Pengaruh Media Sosial Wattpad terhadap Perilaku Keagamaan Karyawan Writter Agency Readerzen	Penelitian tersebut memilih media sosial Wattpad sedangkan peneliti memilih media sosial Youtube. Selain itu jumlah populasi skripsi tersebut berjumlah sedikit dibanding skripsi peneliti.	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Selain itu, sama-sama menggunakan teori <i>uses and effect</i> .	Menggunakan teori <i>uses and effect</i> . Menggunakan uji Tau Kendall
7.	Wahyu Farrel Indrastoto	Pengaruh Penggunaan Fitur “Toko” Di Instagram Terhadap Efektivitas	Penelitian tersebut memilih media sosial Instagram, sedangkan peneliti	Menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teori <i>uses and effect</i> .	Menggunakan teori <i>uses and effect</i> . Penelitian ini menggunakan

		Komunikasi Penjual Kepada Pembeli	memilih media sosial Youtube. Selain itu penelitian tersebut mencari keefektifitasan fitur toko di Instagram, sedangkan skripsi peneliti mencari pengaruh sikap keagamaan terhadap konten dakwah di Youtube.		kan uji analisis regresi linier sederhana.
8.	Bianka Młodkowska	Influencers on Instagram and YouTube and Their Impact on Consumer Behaviour	Penelitian tersebut berfokus kepada influencer dan youtuber terhadap kepuasan pembeli, sedangkan skripsi yang	Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Mencari dampak atau efek dari adanya perkembangan media yang ada terhadap	-

			akan diteliti lebih mencari dampak dari konten youtube terhadap sikap keagamaan.	audiens.	
9.	Rena Tristiana, Ashari P. Swondo	The Effect Of Youtube Content Making On Students' Speaking Skill	Penelitian di jurnal ini mencari dampak pada skill berbicara siswa, sedangkan penelitian skripsi ini mencari dampak pada sikap keagamaan mahasiswa.	Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu juga sama-sama mencari dampak dari penggunaan media youtube terhadap audiens.	-

B. Kerangka Teoretik

1. Teori *Uses and Effect*

Peneliti tertarik untuk menggunakan teori *uses and effect* karena peneliti ingin melihat dari aspek *use* atau penggunaan akan media komunikasi massa ini sejauh mana dapat memberikan *effect* atau dampak terhadap audiens. Maka, dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat penggunaan media Youtube dalam menikmati konten dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” ini

sejauh mana dalam memberikan jalan bagi pemahaman audiens sehingga terjadi *effect* yang diharapkan yaitu pada perubahan sikap keagamaan audiens yang lebih baik.

Pada tahun 1979, Sven Windahl mengemukakan teori *uses and effect*. Teori ini adalah teori turunan dari teori *uses and gratifications* dan juga campuran dari teori tradisional tentang efek media. *Uses* adalah salah satu konsep penting dari teori ini karena konsep penggunaan memberikan jalan mengenai efek penggunaan media.¹⁹

Penggunaan media pada teori *uses and gratification* didasarkan pada kebutuhan individu, sedangkan kebutuhan pada teori *uses and effect* dijadikan sebagai salah satu faktor adanya penggunaan media. Faktor lain yang mempengaruhi penggunaan media pada *uses and effect* yakni adanya harapan dan persepsi terhadap media, dan sejauh mana individu mengakses yang mendorong atas keputusan untuk menggunakan media atau tidak.²⁰

a) Karakteristik individu

Menurut Rahman, karakteristik seseorang membuktikan bahwa perbedaan individu berkaitan dengan inisiatif, motivasi dan kemampuan untuk tetap tegar dalam mengatasi masalah dengan menyesuaikan perubahan yang ada.²¹

b) Harapan

Harapan menurut Snyder adalah suatu proses dari sebuah pemikiran yang memiliki tujuan

¹⁹ Sasa Djuarsa Sendjaya, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: UT, 2002), 41.

²⁰ Riyanto, "Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media." *Inter Komunika*, vol. 2, no. 1, 2017, 63.

²¹ Agus Abdul Rahman, *Psikologi Sosial: Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 44.

dengan motivasi untuk meraih tujuan tersebut dan upaya untuk meraih tujuan tersebut.²²

c) Presepsi terhadap media

Orang membentuk persepsi sesuai dengan apa yang disajikan media kepada mereka. Persepsi memainkan peran yang sangat penting dalam membuat beberapa masalah penting dan beberapa tidak penting, hal ini disebabkan oleh banyak alasan; terkadang persepsi dipengaruhi oleh banyak hal lain. Media mampu mengatur skemanya untuk menghasilkan efek yang diinginkan dengan masyarakat atau orang-orang yang tinggal di dalamnya masyarakat tertentu.²³

d) Tingkat akses media

Tingkat menurut Adi, S. adalah lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan.²⁴ Tingkat juga dapat disebut dengan suatu kedudukan yang menunjukkan tinggi rendahnya suatu posisi. Sedangkan akses media ialah frekuensi penggunaan media. Oleh karena itu, tingkat akses terhadap media menunjukkan kedudukan atau kedudukan penggunaan media.

Uses and effect adalah salah satu teori yang menggambarkan sebuah hubungan antar satu media dengan media massa lainnya sebagai perantara dalam berkomunikasi dengan pengguna media massa yang kemudian menimbulkan *effect*. Contoh dari teori ini

²² Rand, Kevin L., and Jennifer S. Cheavens. "Hope theory." *Oxford handbook of positive psychology 2*, 2009, 34.

²³ Ayesha Sadaf. "Public perception of media role." *International Journal of Humanities and Social Science*, vol. 1, no. 5, 2011, 228.

²⁴ Nuriyanto, Elok. "Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stay Two Stray (TSTS) Pada Siswa SMP." *Jurnal Suluh Edukasi*, vol. 1, no. 1, 2020, 110.

adalah kebiasaan seseorang dalam melihat, mendengarkan dan menikmati sajian konten dalam media massa di kehidupan sehari-hari seperti menonton drama Korea dengan tingkat akses yang tinggi sehingga menimbulkan *effect* tertentu.²⁵

Asumsi dasar teori *uses and effect* ini menimbulkan beberapa *effect* yang berbeda terhadap individu yang menggunakan media komunikasi massa. Asumsi tersebut yaitu :

- 1) Kegiatan menggunakan media dianggap hanya sebagai perantara, dan hasil dari proses itu disebut efek.
- 2) Penggunaan media dapat mengecualikan, mencegah, mengurangi, aktivitas lainnya. Namun, selain itu penggunaan media juga dapat menyebabkan ketergantungan. Hal ini yang disebut dengan efek konsekuensi.
- 3) Dalam penggunaan media, dapat dilihat dari sisi isi media sebagai perantara dan juga proses menggunakan media itu sendiri. Penggunaan media merupakan dua hal yang berjalan secara bersama dan akan menerima efek dan konsekuensi atau bisa disebut dengan "*consequence effects*". Beberapa hasil terkait dengan konten dapat memberikan efek pembelajaran dan sebagian lagi terkait dengan penggunaan media tersimpan otomatis menjadi pengetahuan.

Model ini memberikan perbedaan hasil menjadi tiga bagian, diantaranya yakni :²⁶

- a) Efek (*effect*) hasil yang ditentukan dari isi atau kandungan media.

²⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), 291.

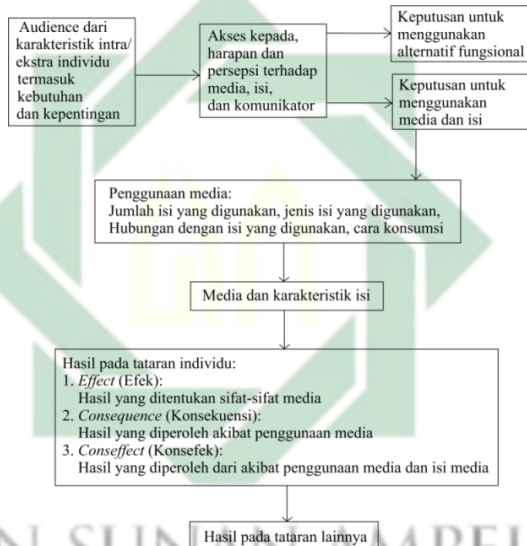
²⁶ Hoeta Seochoet, "*Teori Komunikasi 2*", (Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, 2002), 71.

b) Konsekuensi (*consequence*) hasil yang diperoleh dari penggunaan media, bukan dari isinya.

c) Konsefak (*consequence effect*) hasil yang diperoleh dari penggunaan media dan isi dari media.

Gambar selengkapnya dapat disimak pada diagram berikut :

Gambar 2.1 Diagram Teori *Uses and Effect*



Sumber : S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, h. 217

2. Media Sosial Youtube

Platform online yang berguna untuk bertukar informasi dengan membagikan konten video, foto dan tulisan disebut dengan media sosial. Media komunikasi ini dapat dengan mudah diakses oleh seseorang tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

a) Karakteristik Media Sosial

Terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki media sosial, diantaranya yakni:²⁷

1) Partisipasi

Adanya keikutsertaan dan umpan balik dari seseorang yang menggunakan media.

2) Keterbukaan

Media sosial memiliki keterbukaan kepada para penggunanya, hal ini dibuktikan dengan adanya umpan balik melalui kolom komentar, voting dan informasi-informasi yang disebar.

3) Perbincangan

Salah satu karakteristik media sosial adalah adanya komunikasi dua arah antar pengguna media sosial.

4) Komunitas

Adanya kesamaan dari setiap individu memunculkan terbentuknya komunitas yang tumbuh dan beragam sesuai dengan kepentingan dan tujuannya masing-masing.

5) Keterhubungan

Saat ini media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya karena adanya keterhubungan dengan sumber informasi lain melalui fitur tautan (*link*).

Youtube merupakan media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh para pengguna media sosial. Menurut Baskoro, Youtube adalah sebuah situs media yang digunakan untuk mengunggah, mendownload dan membagikan video ke penjuru

²⁷ Rizky Ramanda Gustam, "Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan," *EJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, no. 2, 2015, 232.

dunia.²⁸

Youtube menjadi media sosial yang sering digunakan dan fenomenal dikalangan masyarakat. Umumnya pengguna Youtube menggunakan media sosial ini untuk mencari informasi, berita *trending* dan hiburan untuk menonton video pendek, lagu, tutorial dan lain sebagainya. Youtube saat ini menjadi situs yang mendominasi Amerika Serikat bahkan dunia, hal ini dibuktikan dengan penguasaan pasar dengan presentase sebanyak 43%. Setiap menitnya para penggunan Youtube mengunggah video sekitar 20 jam dengan 6 miliar *views* per harinya.²⁹

b) Jenis Konten Youtube

Saat ini Youtube menjadi media sosial yang mampu memenuhi kebutuhan para penggunanya untuk mencari informasi berupa video. Kebutuhan dari penggunanya pun sangat beragam, dari adanya hal ini muncullah keragaman konten Youtube. Berikut jenis-jenis konten Youtube:

1) Konten Edukasi

Konten ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada penonton dengan berbagai macam bidang ilmu.

2) Panduan Tata Cara

Konten panduan tata cara ini umumnya memberikan informasi mengenai panduan dari penggunaan suatu barang atau pemberian

²⁸ Fransiska, Dwi, Purwaka dan Purwadi, "Efektivitas Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu)," *Record and Library Journal*, vol. 4, no. 2, 2018, 83.

²⁹ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, "Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram," *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 5, no. 2, 2016, 260.

informasi mengenai bagaimana langkah-langkah untuk melakukan sesuatu.

3) Film dan Animasi

Saat ini konten film dan animasi juga sangat digandrungi oleh para pengguna Youtube. Tidak hanya anak-anak, usia remaja hingga dewasa juga sering menonton konten ini di Youtube. Salah satu konten film dan animasi yang terkenal adalah Animasi Nussa.

4) Musik

Saat ini banyak musisi yang menunggah karyanya di Youtube karena para penggunanya pun juga banyak. Banyak musisi yang mengawali karirnya dari munggah video menyanyinya di Youtube seperti Isyana Sarasvati.

5) Vlog

Vlog singkatan dari video blog. Umumnya konten ini berisikan video yang informal dan lebih santai seperti memperlihatkan kehidupan sehari-hari. Contohnya seperti vlog liburan, berkuliah, bekerja, kulineran dan lain sebagainya.

6) Video Resep dan Memasak

Konten resep dan memasak berisikan kegiatan memasak, mulai dari pemberian informasi resep dan langkah-langkah untuk memasak. Konten ini juga lebih interaktif karena berbentuk video dibanding informasi resep dan langkah memasak di website.

7) Konten Game

Umumnya, konten game ini berisikan tips seputar game. Konten kreator memberikan *review* game baru atau sekedar mengunggah

video rekaman layar ketika bermain game dan reaksinya.

8) Olahraga

Konten olahraga ini dibagi menjadi dua yakni pertandingan olahraga dan tutorial *workout*. Konten tutorial *workout* ini bermanfaat bagi para pengguna Youtube yang hanya sempat olahraga dirumah.

9) Sketsa Komedi

Konten sketsa komedi ini berisikan hiburan seperti penampilan *stand up comedy*, *reality show* dan lain sebagainya. Banyak juga kanal Youtube komedi yang viral dan mendatangkan views dan subscriber yang banyak.

10) Review Produk

Konten ini berguna untuk orang yang ingin mencari tahu mengenai informasi barang yang akan dibelinya. Isi konten ini biasanya mengenai *review*, penjelasan, pengalaman dan saran dari *reviewer*.

c) Youtube Sebagai Media Dakwah

Sejarah dakwah dimulai dari zaman Rasulullah menerima wahyu yakni surat Al-Alaq. Karena ketika Rasul menerima wahyu ini, kemudian beliau ceritakan kepada istrinya dan beliau sampaikan pula kepada Waraqa bin Naufal.³⁰ Dakwah sendiri merupakan suatu proses untuk mengajak manusia agar menuju jalan yang benar yakni di jalan Allah, baik dengan cara ucapan/lisan, tulisan dan perbuatan/akhlak.

Penyebaran agama Islam dapat dilakukan da'i

³⁰ Anwar Masy'ari, *Study Tentang Ilmu Dakwah*, (Bina Ilmu: Surabaya, 1981), 22.

melalui pemanfaatan media sosial. Salah satu media sosial yang dimanfaatkan pendakwah dalam menyebarkan pesan dakwah adalah Youtube. Media sosial ini memiliki kelebihan sebagai media dakwah yakni:

- 1) Media Youtube merupakan salah satu media sosial yang efektif digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah karena mudah diakses juga tidak terbatas oleh ruang dan waktu.
 - 2) Konten dakwah yang di sajikan di Youtube sangat beragam pilihannya.
 - 3) Banyaknya pengguna Youtube membuat da'i memanfaatkan Youtube agar konten dakwahnya dinikmati oleh banyak mad'u.
 - 4) Untuk mengakses konten dakwah tidak memakan biaya banyak, beda dengan menghadiri majelis langsung yang membutuhkan biaya dan tenaga yang ekstra.
3. Sikap Keagamaan
- a) Pengertian Sikap Keagamaan

Sikap berkaitan dengan perilaku dan persepsi.³¹ Sikap dalam bahasa Inggris disebut dengan *attitude*. Sikap ialah kondisi dimana manusia memiliki kecenderungan untuk berpikir, berpersepsi, bertindak, dan merasakan dalam kaitannya dengan objek, ide, situasi, atau nilai. Perlu ditekankan bahwa sikap bukan perilaku, namun munculnya rasa kecednerungan untuk berperilaku terhadap suatu objek.³²

Sikap dipengaruhi oleh aspek penting yakni

³¹ Yayat Suharyat, "Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia," *Jurnal region*, vol. 1, no. 3, 2009, 1.

³² Eagly dan Chaiken, *Sikap dan Itensi*, (Jakarta : IAIP Indonesia, 1988), 54

perasaan dan bertindak sesuai dengan sejauh mana pengetahuan yang telah diketahui juga situasi yang terjadi. Menurut Gagne, sikap adalah keadaan internal yang memberikan dorongan terhadap individu untuk memilih tindakan yang akan dilakukan terhadap suatu obyek, pribadi dan peristiwa.³³

Keagamaan berasal dari agama dan terdapat imbuhan ke- dan -an yang artinya adalah apapun yang terkait dengan agama. Agama dalam bahasa Arab adalah *Al-Din* yang artinya adalah hukum atau undang-undang. Arti lain dari agama menurut bahasa Arab adalah menundukkan, menguasai, patuh, kebiasaan. Agama merupakan suatu aturan yang berkaitan dengan kepercayaan dan peribadatan umat kepada Tuhan serta hubungan manusia dengan lingkungan sekitar. Agama Islam sendiri merupakan agama yang sempurna yakni dengan berpedoman kepada Al-Qur'an dan Hadist Nabi.³⁴

Jika dimasukkan dalam persepsi dakwah, maka sikap keagamaan adalah rasa dalam diri individu yang mendorong untuk melakukan tindakan sesuai dengan kepercayaannya yakni agama Islam. Adanya sikap keagamaan ini dipengaruhi oleh proses keagamaan, emosi dan kesadaran untuk beragama sehingga perasaan senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju terhadap objek tertentu yang ditunjukkan melalui pola tingkah laku.³⁵

³³ Gagne, Robert M., dan Leslie J. Briggs, *Principles of Instructional Design*, (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc, 1974)

³⁴ PAI, APPAI. "Pendidikan agama islam." *Jurnal*, vol. 18, no. 10, 1997.

³⁵ Syaiful Hamali, "Sikap Keagamaan Dan Pola Tingkah Laku Masyarakat

b) Dimensi Sikap Keagamaan

Mengutip R. Stark dan C.Y. Glock dalam buku Djamaluddin Ancok disebutkan bahwa ada lima dimensi agama yakni:³⁶

1) Dimensi Keyakinan (Ideologi)

Dimensi ini berkaitan dengan sesuatu yang harus dipercayai yakni agama yang memberikan keyakinan akan Tuhan, alam dan hubungan antar manusia. Kepercayaan atau doktrin agama menjadi pondasi yang paling dasar dalam agama Islam. Semakin religius seseorang, maka semakin kokoh kepercayaannya terhadap keberadaan Tuhan, malaikat, surga dan neraka.

2) Dimensi Praktik Agama (Ritualistik)

Dimensi ritualistik merupakan sikap yang mengarah pada perilaku keagamaan sesuai dengan apa yang dianjurkan dan dilaksanakan dengan penuh ketaatan. Ibadah ini dalam Islam dapat diukur dengan sejauh mana tingkat kepatuhan sehari-hari dalam mengamalkan rukun Islam yakni sholat, dzikir dan lain sebagainya.

3) Dimensi Penghayatan (Eksperensial)

Dimensi eksperensial berkaitan dengan sejauh mana kekusyuan manusia ketika beribadah. Hal ini dapat dibuktikan dengan perasaan-perasaan merasa dekat dengan Allah ketika beribadah, tenang dan tentram ketika mendengar kajian dan lantunan Ayat Al-

Madani," *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, vol. 6, no. 2, 2011, 98.

³⁶ Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroro, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problemproblem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h.77.

Qur'an. Jadi, terdapat keterlibatan perasaan emosional dan sentimental dalam dimensi ini.

4) Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual)

Dimensi intelektual berkaitan dengan pemahaman terhadap pengetahuan ilmu agama. Semakin banyak ilmu pengetahuan agama yang didapat maka dapat digunakan untuk menunjang manusia ketika melaksanakan ibadah. Tingkat pemahaman mengenai agama juga mempengaruhi dimensi pengamalan dan memperkuat dimensi keyakinan.

5) Dimensi Pengamalan (Konsekuensial)

Dimensi konsekuensial merupakan pelaksanaan atau pengamalan dari keyakinan dalam beragama dan pengetahuan seorang muslim yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengamalan ini menunjukkan sebuah perilaku atau tindakan pada lingkungan sekitar khususnya pada sesama manusia. Selain itu perilaku yang lain ditunjukkan dengan sebaik mana hubungan interpersonal, etos kerja, kejujuran, tidak mencuri dan perilaku-perilaku lainnya.

Konsep dan dimensi tersebut dalam Islam juga memiliki istilah tersendiri seperti dimensi ideologis memiliki makna yang sama dengan akidah, dimensi konsekuensial yang memiliki makna yang sama dengan syariat dan dimensi ritualistik memiliki makna yang sama dengan ibadah.

Namun dalam penelitian ini yang digunakan sebagai indikator hanya tiga dimensi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, yakni dimensi

keyakinan (ideologi), dimensi penghayatan (eksperensial), dan dimensi pengamalan (konsekuensial).

Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Jalaluddin bahwa sikap keagamaan merupakan bentuk ungkapan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai unsur afektif dan kecenderungan perilaku terhadap agama sebagai unsur konatif.³⁷ Berikut penjelasan mengenai indikator sikap keagamaan menurut Jalaluddin:

- 1) Kognitif
Kognitif merupakan suatu bentuk gejala tentang pikiran yang berwujud dengan timbulnya keyakinan atau kepercayaan tentang oboek tertentu. Jika sekali keyakinan itu terwujud maka hal itu akan membentuk sebuah dasar harapan akan objek tertentu.
 - 2) Afektif
Afektif merupakan wujud emosi atau perasaan terhadap suatu objek. Proses dalam afektif ini dapat berupa perasaan ketakutan, simpati, antisipasi dan perasaan-perasaan yang ditunjukkan kepada objek tertentu.
 - 3) Konatif
Konatif merupakan suatu kecenderungan individu untuk bertindak atau berperilaku yang berkaitan dengan objek tertentu.
- c) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Keagamaan
- Sikap keagamaan setiap individu akan selalu dipengaruhi dan didorong oleh beberapa faktor,

³⁷ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1996, Cet. I), 185.

diantaranya yakni:

1) Faktor Internal

Faktor ini adalah salah satu faktor yang bersumber dari individu itu sendiri. Umumnya faktor internal dibawa secara alamiah dan lahiriah. Beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi seseorang yakni:

a. Pengaruh Emosi

Menurut etimologi, emosi berasal dari bahasa latin '*movere*' yang artinya adalah bergerak, menggerakkan. Kata emosi juga diawali dengan huruf e- yang artinya 'bergerak menjauh'.³⁸ Emosi terjadi karena adanya suatu keadaan yang mempengaruhi penyesuaian diri individu sehingga menggerakkan mental dan fisik.

b. Pengalaman Pribadi

Pengalaman pribadi adalah sebuah kondisi atau peristiwa yang telah tertangkap oleh panca indra dan tersimpan dalam memori setiap individu. Ketika seseorang dalam mempresepsikan dunianya dapat dipengaruhi oleh pengalaman yang pernah dialami.³⁹ Pengalaman dapat dijadikan sebuah pedoman atau patokan dari pembelajaran untuk individu dalam kehidupan masa depannya.

c. Minat

Minat adalah keinginan seseorang

³⁸ M.Darwis Hude, *Emosi: Penjelajahan Religio-Psikologis tentang Emosi Manusia didalam Al-Qur'an*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 16.

³⁹ Abdul Rahman dan Muhibb Abdul, *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), 119.

dalam menanggapi sesuatu disekitarnya melalui cara tertentu. Seseorang yang memiliki minat dan melakukan minat itu dengan rasa terbuka, konsisten dan tanpa paksaan akan berhasil dalam aktivitasnya. Contohnya jika seseorang minat untuk belajar agama Islam maka ia akan selalu belajar dengan mengikuti kajian sehingga membuahakan hasil dengan rajin ibadah dan dekat dengan Allah.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan suatu faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan dari luar individu yang memiliki pengaruh besar. Berikut beberapa faktor eksternal:

a. Lingkungan Keluarga

Lingkungan yang paling dekat dan utama untuk semua individu adalah lingkungan keluarga. Peran setiap anggota keluarga juga menentukan sikap keagamaan individu. Misalnya orang tua dengan didikan agama untuk anaknya dari usia dini akan menghasilkan generasi yang terpuji sikapnya karena didikan orang tua perihal agama Islam.

b. Lingkungan Institusional

Terdapat dua macam jenis lingkungan ini, yakni lembaga pendidikan formal dan non-formal. Lingkungan ini merupakan lingkungan kedua yang terpenting dalam mempengaruhi sikap keagamaan setelah lingkungan keluarga. Karena di tempat ini, individu menuntut ilmu pengetahuan yang tidak bisa ia dapatkan melalui orang

tua karena keterbatasannya. Lembaga sekolah/institut perguruan tinggi umumnya memberikan mata pelajaran terkait dengan agama. Selain itu, banyak organisasi luar ditujukan untuk belajar agama.

c. Lingkungan Masyarakat

Lingkungan masyarakat dapat mempengaruhi sikap keagamaan individu berdasarkan tata krama dan norma yang dijunjung di masyarakat tersebut. Semakin seringnya kegiatan keagamaan dilakukan di masyarakat maka semakin besar pula pengaruh yang diberikan kepada individu. Misalnya adanya acara majelis ta'lim, pengajian dan ceramah-ceramah agama.

d. Media Komunikasi

Saat ini perkembangan teknologi sudah semakin canggih. Banyak media komunikasi yang berkembang dan memudahkan individu dalam menemukan suatu informasi, salah satunya yakni mengenai agama. Informasi mengenai agama dapat diperoleh melalui website dan media sosial yang saat ini banyak sekali macamnya.

Salah satu jenis media sosial yang dimanfaatkan pendakwah dalam menyebarkan agama Islam ialah Youtube. Pilihan media sosial ini menjadi pilihan yang tepat karena Youtube mampu menyajikan kualitas *audio-visual* yang baik kepada mad'u.

d) Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Sikap Keagamaan

Youtube merupakan media sosial berbasis *audio-visual* yang hadir dengan tawaran fitur juga kemudahan akses bagi para penggunanya. Memanfaatkan Youtube sebagai media dakwah merupakan suatu terobosan terbaru bagi para pendakwah. Saat ini memang pendakwah harus mengikuti perkembangan zaman dalam menyampaikan pesan Allah yakni dengan memanfaatkan media sosial sebagai media penyebaran dakwah.

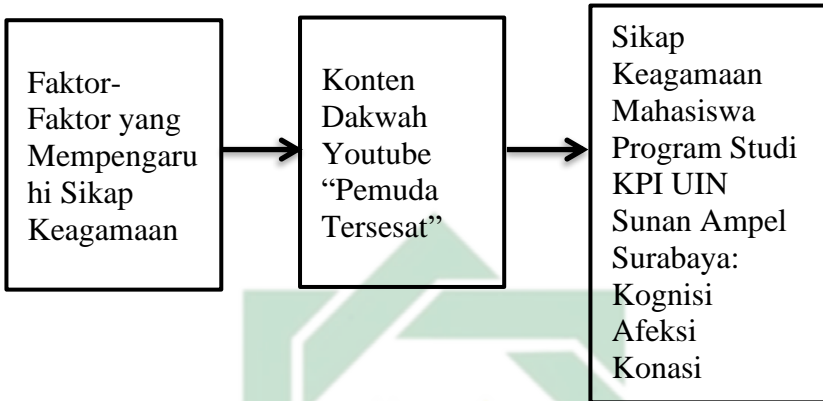
Youtube merupakan media sosial yang populer saat ini. Meskipun adanya media sosial Youtube ini, pendakwah juga masih bersaing dengan konten-konten lain yang ada di Youtube. Oleh karena itu, pendakwah harus pandai dalam memikirkan konsep videonya agar lebih menarik perhatian mad'u. Semakin menarik konten yang dibuat, semakin banyak mad'u yang berminat untuk melihat konten dakwah tersebut

Jika konten dakwah tersebut berulang kali dilihat oleh mad'u, maka secara tidak langsung konten tersebut dapat mempengaruhi sikap keagamaan mad'u. Sasaran utama dalam dakwah adalah menyampaikan pesan dakwah yang menyejukkan jiwa tanpa menggunakan kekerasan sehingga tercipta pendekatan dakwah yang damai karena telah mencapai stimulus kesadaran diri mad'u.⁴⁰

C. Kerangka Berfikir Penelitian

⁴⁰ Asep Muhiddin, *Dakwah dalam prespektif Al Qur'an : Studi Kritis atas Visi, Misi dan Wawasan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 157-158.

Gambar 2.2 Paradigma Penelitian



X: Pengaruh Konten Dakwah Youtube “Pemuda Tersesat”

Y: Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya

Kerangka di atas menjelaskan bahwa bagan dimulai dari adanya faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan yang mana salah satunya melalui konten dakwah di Youtube yakni konten milik kanal “Pemuda Tersesat” dan mad’u yang ingin mencari konten dakwah di Youtube tertarik untuk melihat konten tersebut. Mad’u dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Hipotesis

1. Hipotesis Kerja (H_a):

Terdapat pengaruh konten dakwah dalam Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Hipotesis Nihil (Ho):

Tidak terdapat pengaruh konten dakwah dalam Youtube “Pemuda Tersesat” terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini merupakan suatu proses penelitian secara sistematis dengan mencari sebab akibat, hipotesis dan pertanyaan spesifik terkait objek penelitian. Penelitian ini berhubungan dengan data numerik dan memiliki sifat objektif. Fenomena yang diamati dalam penelitian ini merupakan realitas yang dapat diukur.⁴¹ Dalam menciptakan kevaliditasan dalam penelitian ini diperlukan ketelitian dalam mengambil sampel, mengolah data dan analisis data.⁴² Peneliti memilih pendekatan ini karena peneliti akan menguji teori dengan mengetahui hubungan dua variabel yang bersifat sebab akibat, menganalisa data dengan menggunakan statistik untuk menguji hipotesis.⁴³

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal komparatif. Penelitian ini bersifat *ex post facto* yang artinya setelah adanya kejadian maka data dalam penelitian dapat dikumpulkan. Peneliti mengambil satu atau lebih variabel untuk diuji dan ditelusuri kembali untuk menemukan hubungan, sebab dan maknanya. Penelitian kausal komparatif bertujuan untuk menarik kesimpulan terhadap adaditaknya hubungan sebab akibat dari variabel yang diteliti.⁴⁴

⁴¹ Edy Supriyadi, *SPSS + Amos Perangkat Lunak Statistik*, (Bogor: IN Media, 2014), 7.

⁴² Mohammad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, vol 15, no. 1, 2011, 131.

⁴³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 23-24.

⁴⁴ Andri Wicaksono, "Penelitian Kausal Komparatif (*Ex Post Facto*)",

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di UIN Sunan Ampel Surabaya yang berada di jalan Ahmad Yani No. 117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur, dimana Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSA menempuh perkuliahan.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi ialah daerah umum yang di dalamnya terdapat sebuah objek yang diteliti dan memiliki kualitas serta karakteristik tiap objek dan subjek yang telah peneliti tetapkan. Nantinya, hal ini akan dipelajari dan diteliti hingga menemukan kesimpulan sebagai hasil akhir sebagai jawaban rumusan masalah peneliti.⁴⁵ Totalitas dari semua objek dengan karakteristik yang mendukung penelitian dan akan diteliti oleh peneliti juga merupakan definisi dari populasi.

Populasi yang peneliti ambil yakni Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya semester 3 sampai 7 atau angkatan 2019 sampai 2021 sebanyak 362 mahasiswa.⁴⁶ Alasan peneliti mengambil semester 3, 5, 7 karena peneliti menganggap mereka lebih matang dalam berfikir dan sebagian besar mahasiswa tersebut sudah banyak mengetahui konten dakwah melalui pemberian tugas kampus.

Jurnal Pendidikan, 5.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 39

⁴⁶ PDDikti, diakses pada tanggal 27 September 2022 dari https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_prodi/RTUwNDE5NEMtMDJCNS00MTRELUIwOTYtOURGQ0E0MEJDMjY5/20211

Peneliti memberikan kriteria tertentu untuk populasi yang dibutuhkan:

- a) Mahasiswa aktif Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019, 2020, 2021.
 - b) Sedang duduk di semester 3, 5, 7
 - c) Perempuan/laki-laki
2. Sampel dan teknik sampling

Sampel merupakan sebagian data dan karakteristik yang mewakili dari seluruh populasi.⁴⁷ Setelah mengetahui jumlah populasi dalam penelitian, maka peneliti menggunakan teknik sampling yakni Metode *Purposive Sampling* atau nama lainnya yakni *Judgement Sampling*.⁴⁸ Menurut Sugiyono, metode *Purposive Sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴⁹ Terdapat dua hal penting dalam penggunaan metode ini yakni sampel haruslah dari non random sampling dan ada karakteristik yang sesuai dengan penelitian.⁵⁰ Sampel dihitung menggunakan rumus proporsi Slovin seperti berikut :

$$N = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

⁴⁷ Sofyan Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*”, (Jakarta: Kencana, 2017), 30.

⁴⁸ C.R. Khotari, “*Research methodology: Methods and techniques*” (New Age International, 2004), 59.

⁴⁹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: PT Alfabet, 2016), 85.

⁵⁰ Ika Lenaini, "Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling." *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, vol. 6, no. 1, 2021, 34.

n = sampel
 N = populasi
 e = taraf kesalahan

Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka diperoleh nilai sampel dengan presisi perhitungan nilai krisis atau batas kesalahan sebesar 10% yang artinya bahwa memiliki nilai 90% untuk keakurasian data.

$$n = \frac{362}{1 + 362 \times (10\%)^2}$$

$$n = \frac{362}{1 + 362 \times 0.01}$$

$$n = \frac{362}{1 + 3,62}$$

$$n = \frac{362}{4,62}$$

$n = 78,35$ yang nantinya akan dibulatkan menjadi 79 sampel.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus Slovin diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang dibutuhkan adalah sebanyak 79 responden.

Ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi responden karena peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan rumus proporsi slovin dalam penelitian ini, diantaranya yakni:

1. Responden merupakan mahasiswa aktif Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2019, 2020 dan 2021.
2. Mempunyai akun Youtube
3. Aktif menggunakan akun youtube
4. Mengetahui kanal Youtube “Pemuda Tersesat”

D. Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan instrumen yang berupa angket atau kuesioner. Instrumen adalah alat untuk mengukur suatu obyek mengenai variabel tertentu.⁵¹ Responden akan mengisi angket yang akan diukur menggunakan skala ordinal dengan alat ukur skala Likert. Likert menurut Sugiyono merupakan alat ukur untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang terhadap fenomena sosial.⁵² Pemberian skor untuk setiap jawaban dalam skala Likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert

Skor Penilaian	Keterangan				
5	Sangat Setuju	Selalu	Sangat Suka	Sangat Mampu	Sangat Percaya
4	Setuju	Sering	Suka	Mampu	Percaya
3	Kurang Setuju	Kadang -	Netral	Kurang Mampu	Kurang Percaya

⁵¹ Djaali., dkk., *Pengukuran Dalam Pendidikan*, (Jakarta: Program Pascasarjana, 2000).

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Instrumen (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 134.

		Kadang			
2	Tidak Setuju	Jarang	Tidak Suka	Tidak Mampu	Tidak Percaya
1	Sangat Tidak Setuju	Tidak Pernah	Sangat Tidak Suka	Sangat Tidak Mampu	Sangat Tidak Percaya

E. Variabel dan Indikator Variabel

1. Variabel

Variabel merupakan atribut, individu/kegiatan, objek yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti hingga menemukan hasil yang diinginkan.⁵³ Pada penelitian ini, variabel bebas dan variabel terikat adalah sebagai berikut:

Variabel bebas/ independen : Konten Dakwah Youtube “Pemuda Tersesat”

Variabel terikat/ dependen : Sikap Keagamaan

2. Indikator Variabel

a. Indikator variabel bebas (X) konten dakwah Youtube “Pemuda Tersesat” diukur dengan indikator-indikator yaitu:

- 1) Frekuensi Aksesibilitas
- 2) Tingkat Ketertarikan
- 3) Tingkat Pemahaman Konten

b. Indikator variabel terikat (Y) sikap keagamaan:

- 1) Kognitif
- 2) Afektif

⁵³ Nikmatur Ridha, "Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian." *Hikmah* 14.1 (2017), 66.

3) Konatif

Tabel 3.2 Kisi-kisi instrumen konten dakwah Youtube “Pemuda Tersesat”

Variabel	Indikator	Nomer Butir	Jumlah
Konten Dakwah Youtube “Pemuda Tersesat”	Frekuensi Aksesibilitas	1,2,3,4,5	5
	Tingkat Ketertarikan	6,7,8,9,10	5
	Tingkat Pemahaman Konten	11,12,13,14,15	5
Jumlah			15

Tabel 3.3 Kisi-kisi instrumen sikap keagamaan

Variabel	Indikator	Nomer Butir	Jumlah
Sikap Keagamaan	Kognitif	1,2,3,4,5	5
	Afektif	6,7,8,9,10	5
	Konatif	11,12,13,14,15	5
Jumlah			15

F. Tahap-Tahap Penelitian

1. Menentukan masalah

Menemukan sebuah masalah menjadi tahap awal dan penting bagi peneliti karena sebuah penelitian bertujuan untuk mengatasi masalah yang ada. Peneliti terkadang harus memasuki lapangan permasalahan dalam menemukan masalah. Setelah menemukan

masalah, peneliti mengkaji secara empiris dan melakukan kajian literatur.

2. Merumuskan masalah

Setelah menemukan masalah yang akan dikaji, peneliti membuat rumusan masalah untuk mengidentifikasi dan membatasi masalah agar fokus penelitian lebih terarah. Umumnya rumusan masalah berbentuk kalimat tanya.

3. Menentukan landasan teori

Ketika rumusan masalah sudah disusun, kemudian peneliti mencari teori yang relevan dalam mendukung pemecahan masalah yang ada. Dalam tahap ini peneliti harus mencari dan banyak membaca literatur untuk menemukan teori yang sesuai.

4. Membuat hipotesis

Peneliti memberikan solusi yang didapat setelah mendapatkan teori yang relevan dengan membuat jawaban sementara atau hipotesis. Cara membuat hipotesis adalah dengan membaca atau mencari teori yang cocok dengan rumusan masalah.

5. Menentukan variabel dan sumber data

Peneliti terlebih dahulu menentukan variabel dan membuat indikator yang kemudian dilebur menjadi instrumen berbentuk angket, lembar observasi dan kuesioner. Kemudian instrumen diuji dengan uji validitas dan reabilitas. Selain itu, peneliti juga menentukan sumber data yakni populasi dan narasumber yang dibutuhkan.

6. Mengumpulkan data

Setelah membuat kuesioner, peneliti menyebarkan kepada populasi atau mewawancarai narasumber yang sudah ditentukan sebelumnya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Umumnya peneliti akan

membuat jadwal sampai kapan target pengumpulan data ini selesai dilakukan.

7. Analisis data

Data yang telah didapat kemudian dilakukan perhitungan data dan pencocokan data dengan indikator variabel untuk mengetahui hasil yang diinginkan.

8. Menarik kesimpulan

Tahap terakhir yakni menarik kesimpulan dari hasil analisis data yang sudah dilakukan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa cara atau teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti diantaranya yakni:

1. Observasi

Teknik observasi merupakan suatu cara dalam mengumpulkan data dimana peneliti mengamati secara langsung bagaimana pengaruh yang ditimbulkan dari adanya konten dakwah terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya. Jenis observasi dalam penelitian ini adalah observasi partisipan karena peneliti mengambil bagian dalam kehidupan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti untuk menemukan data yang dibutuhkan terkait Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya dengan cara tanya jawab, baik itu secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (online).

3. Kuesioner (angket)

Kuesioner menurut Sugiyono merupakan suatu cara pengumpulan data penelitian melalui pemberian

pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Peneliti menggunakan jenis penelitian tertutup karena peneliti telah menyiapkan pertanyaan dan jawaban sehingga responden tidak dapat menjawab dengan bebas. Angket ini dibuat melalui *Google Form* untuk mempermudah proses penelitian dalam mengumpulkan data.

4. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini didapatkan melalui dokumen yang berkaitan dengan penelitian diantaranya yakni, melalui artikel, buku, jurnal, dan skripsi yang berfungsi untuk melengkapi data dalam penelitian.

H. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah alat ukur atau instrumen sudah memenuhi standar kelayakan alat ukur dalam penelitian.⁵⁴ Penelitian dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat menjelaskan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono, suatu instrumen yang menunjukkan kevalidan berarti bahwa terdapat ketepatan antara data yang sesungguhnya dengan data yang dikumpulkan peneliti.⁵⁵ Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel dengan jumlah responden sebanyak 79 yakni sebesar 0,220 dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka instrumen

⁵⁴ Aziz Hidayat Alimul, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing, 2021, 12.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 192.

tersebut dapat dikatakan valid. Berikut hasil uji validitas menggunakan *SPSS versi 25 for windows* :

a. Hasil Uji Validitas Variabel X

Tabel 3.4 Hasil validitas variabel pengaruh konten dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” (X)

Instrumen	Nilai Sig. (2-tailed)	Kriteria	Simpulan
P1	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P2	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P3	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P4	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P5	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P6	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P7	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P8	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P9	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P10	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P11	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P12	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P13	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P14	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P15	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid

Dari hasil uji validitas variabel pengaruh konten dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” (X) diketahui bahwa nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, yang artinya bahwa dinyatakan valid (signifikan) dengan signifikansi 0,05.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Tabel 3. 5 Hasil validitas variabel sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Y)

Instrumen	Nilai Sig. (2-tailed)	Kriteria	Simpulan
P1	0,043	$0,043 < 0,05$	Valid
P2	0,004	$0,004 < 0,05$	Valid
P3	0,023	$0,023 < 0,05$	Valid
P4	0,011	$0,011 < 0,05$	Valid
P5	0,045	$0,045 < 0,05$	Valid
P6	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P7	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P8	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P9	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P10	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P11	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P12	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P13	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P14	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid
P15	0,000	$0,000 < 0,05$	Valid

Dari hasil uji validitas variabel sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Y) diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya bahwa dinyatakan valid (signifikan) dengan signifikansi 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji untuk melihat sejauh mana suatu alat ukur dapat digunakan. Hal ini bertujuan agar melihat tingkat konsistensi alat uji, apakah tetap konsisten ketika alat ukur digunakan

berkali-kali. Sebelum melakukan uji reliabilitas, penguji melakukan uji validitas dulu. Apabila ditemukan pertanyaan yang tidak valid, maka pertanyaan tersebut tidak perlu dilakukan uji reliabilitas.

Jenis reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *Alpha Cronbach* melalui program *SPSS versi 25 Windows*. Menurut Wiratna Sujarweni, jika nilai Cronbach Alpha > 0,6.⁵⁶ maka dapat dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas yang telah peneliti lakukan:

a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Terdapat 15 pertanyaan dalam variabel pengaruh konten dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat” (X) yang kemudian peneliti lakukan uji reliabilitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6 Uji reliabilitas Konten Dakwah Youtube “Pemuda Tersesat” (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,827	15

Dari hasil uji reliabilitas variabel X diatas dengan 15 pertanyaan ditemukan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,827 > 0,06 dapat

⁵⁶ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Jogjakarta: Pustaka baru Press, 2014), 193.

dikatakan bahwa reliabel, artinya bahwa data dapat dijadikan alat ukur dalam pengumpulan data.

b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Terdapat 15 pertanyaan dalam variabel sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Y) yang kemudian peneliti lakukan uji reliabilitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.7 Uji reliabilitas Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,821	15

Dari hasil uji reliabilitas variabel Y diatas dengan 15 pertanyaan ditemukan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,821 > 0,06$ dapat dikatakan bahwa reliabel, artinya bahwa data dapat dijadikan alat ukur dalam pengumpulan data.

I. Teknik Analisis Data

Proses dalam melakukan analisis data yakni dengan mengumpulkan semua data yang telah didapat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kemudian melakukan tabulasi data secara keseluruhan dan menyajikannya untuk menjawab rumusan masalah peneliti dan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya dengan cara melakukan perhitungan untuk menguji instrumen menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Peneliti menggunakan teknik

analisis uji regresi linier sederhana untuk memprediksi hubungan di antara dua variabel.⁵⁷ Peneliti dalam penelitian ini fokus mencari tahu pengaruh variabel X (*Pengaruh akun dakwah youtube “Pemuda Tersesat”*) dengan variabel Y (*sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya*).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁵⁷ Nanang Martono, *Statistik Sosial (Teori dan Aplikasi Program SPSS)*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2010), 253.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Youtube Pemuda Tersesat

Kanal Youtube Pemuda Tersesat berdiri sejak tahun 2020 yang di dirikan oleh Habib Husein Ja'far, Tretan Muslim dan Coki Pardede. Konten ini merupakan kolaborasi antara konten dari kanal Youtube Majelis Lucu Indonesia yang salah satunya diisi oleh Coki Muslim dan Jeda Nulis yang diisi oleh Habib Husein Ja'far. Nama kanal Pemuda Tersesat ini bermaksud ingin membidik para pemuda untuk menyukai konten dakwah. Sedangkan "Tersesat" yang berkonotasi negatif ini merupakan gambaran pemuda masa kini yang minim akan pengetahuan agama Islam namun ingin belajar agama tanpa intervensi apapun.⁵⁸

Konten dakwah dalam Youtube ini berisikan pesan-pesan dakwah Islam yang meliputi pesan syari'ah, aqidah dan ibadah. Beberapa judul konten dalam kanal ini diantaranya yakni "Cara Bangunin Sahur Warga Rebel", "Nangis Karena Putus Cinta, Batalin Puasa Ga?", "Hukum Tarawih Ngebut 100/mbps" dan masih banyak lagi. Proses penyampaian dakwah dilakukan dengan metode tanya jawab dan diskusi antara mad'u dan para pengisi acara yakni Habib, Coki dan Tretan. Mad'u mengirim pertanyaan melalui kolom komentar Youtube atau *dirrect message* Instagram yang kemudian dipilih dan dijawab dalam sebuah video.

Adanya konten ini bertujuan untuk menjadi

⁵⁸Pangestu, Perdana Putra, and Muhammad Bachrul Ulum. "Konten Pemuda Tersesat dan Pengaruhnya terhadap Efektivitas Dakwah Masa Kini." *Medina-Te: Jurnal Studi Islam*, vol. 17, no. 1 42.

fasilitas bagi para pemuda yang sebenarnya ingin bertanya terkait pertanyaan-pertanyaan yang dianggap tabu, namun memang realitanya terjadi dalam kehidupan dan membutuhkan jawaban yang solutif. Jadi, adanya konten ini tidak hanya ditujukan kepada orang yang pandai agama saja, tetapi juga ditujukan kepada pemuda tersesat.

2. Sejarah Berdirinya Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Berdirinya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dibawah naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi ini tidak terlepas dari sejarah berdirinya UIN Sunan Ampel. UIN Sunan Ampel Surabaya sebelumnya bernama IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berdiri sejak tanggal 5 Juli 1965 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No. 20 tahun 1965. Seiring berjalannya waktu IAIN Sunan Ampel berhasil membuka 18 fakultas pada tahun 1966-1970. Salah satu fakultas yang berdiri ialah Fakultas Dakwah dan Komunikasi sesuai dengan surat keputusan Menteri Agama RI pada Tanggal 30 September Tahun 1970 Fakultas Dakwah berdiri di IAIN Sunan Ampel Surabaya.⁵⁹

Setelah Fakultas Dakwah dan Komunikasi berdiri, terdapat beberapa jurusan didalamnya yang salah satunya yakni jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jurusan ini termasuk jurusan yang tercatat sebagai jurusan tertua di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan adanya perjalanannya sebagai berikut:

Fakultas Dakwah awalnya memiliki 2 jurusan saja yakni, Jurusan Agama & Kepercayaan dan Jurusan

⁵⁹ Surat Keputusan Menteri Agama RI. No. 256/1970, 30-09-1970

Tabligh & Penyiaran pada tahun 1968-1981. Kemudian pada tahun 1982-1994 Jurusan Tabligh & Penyiaran berubah nama menjadi Jurusan Penerangan dan Penyiaran Agama Islam (PPAI), sedangkan Jurusan Agama & Kepercayaan berubah menjadi Bimbingan dan Penyuluhan Masyarakat (BPM). Pada tahun 1995 hingga saat ini terdapat perubahan nama jurusan PPAI menjadi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dan Jurusan BPM menjadi Bimbingan Konseling Islam (BKI) dan muncul beberapa jurusan baru seperti Manajemen Dakwah (MS), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Ilmu Komunikasi.

3. Visi dan Misi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan dakwah transformative bidang komunikasi dan penyiaran Islam multidisipliner berbasis riset dan teknologi informasi yang unggul, kompetitif, bertaraf internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam berbasis keilmuan public speaking dan retorika serta perkembangan media komunikasi dan jurnalistik multidisipliner yang unggul dan kompetitif.
- 2) Menyelenggarakan riset media dan Jurnalistik dakwah multidisipliner yang relevan dengan kebutuhan masyarakat nasional dan global.
- 3) Menyelenggarakan pola pengabdian kepada masyarakat bidang literasi media dan jurnalistik

dakwah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat nasional dan global.⁶⁰

4. Gambaran Umum Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

a. Pengertian

Mahasiswa adalah seseorang yang menempuh pendidikan setelah menjadi siswa di Sekolah Menengah Atas atau setara. Mahasiswa menurut Paryati adalah peserta didik yang belajar dan terdaftar di perguruan tinggi.⁶¹ Perguruan tinggi tempat menuntut ilmu bagi mahasiswa umumnya di Universitas, Institut atau akademi. Terdaftar menjadi mahasiswa merupakan bagian administrasi saja karena makna dari mahasiswa sebenarnya luas. Mahasiswa sendiri terdiri dari kata “maha” artinya sangat dan “siswa” artinya murid atau seseorang yang sedang belajar.

Mahasiswa dalam menempuh pendidikannya pasti memilih satu jurusan diantara banyaknya jurusan yang telah disediakan oleh kampus. Salah satu jurusan kuliah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berada di naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sendiri mempunyai dua fokus bidang penjurusan yang dapat dipilih ketika mahasiswa menduduki semester lima yakni *Public Speaking* dan *Jurnalistik*. Adanya dua penjurusan tersebut

⁶⁰ UIN Sunan Ampel Surabaya, diakses pada tanggal 8 Desember 2022 dari <https://uinsby.ac.id/study/Komunikasi-dan-Penyiaran-Islam/pages/246/visi-misi-kpi>

⁶¹ Paryati Sudarman, *Belajar Efektif di Perguruan Tinggi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004)

diharapkan mahasiswa mampu untuk mengembangkan bakat dan minatnya sesuai dengan bidang yang dipilih.

Penelitian ini memilih objek mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Mahasiswa KPI sendiri memiliki karakteristik, latar belakang, sikap dan kebutuhan dalam memanfaatkan media sosial Youtube.

b. Karakteristik Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Karakteristik mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam idealnya harus berjalan sesuai dengan kompetensi prodi yakni:⁶²

1) Mahasiswa Penyiaran Islam berkompeten dalam menyampaikan ajaran dakwah atau nilai-nilai Islam secara lisan atau dalam bidang ilmu *public speaking* dengan memanfaatkan media. Perkembangan teknologi yang cepat ini memunculkan adanya media baru yakni media sosial. Adanya media sosial ini dimanfaatkan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk membuat video dengan isi konten dakwah dan menerapkan ilmu *public speaking* yang didapat selama di perkuliahan. Beberapa penugasan kuliah pun sejalan dengan kompetensi prodi yakni dengan membuat beberapa tugas video yang mengharuskan mahasiswa tampil dan berbicara di depan kamera.

⁶² UIN Sunan Ampel Surabaya, diakses pada tanggal 8 Desember 2022 dari <https://uinsby.ac.id/pages/247/profil-prodi-kpi>

- 2) Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam berkompeten dalam menyebarluaskan ide atau gagasan kepada khalayak umum melalui bidang jurnalistik dengan media tradisional, konvensional, dan baru. Sejalan dengan penjurusan program studi ini, jurnalistik menjadi bidang kajian yang penting bagi mahasiswa untuk menyebarluaskan ajaran agama Islam. Lingkup jurnalistik pun banyak macamnya seperti, jurnalistik online, jurnalistik elektronik dan jurnalistik cetak. Adanya penjurusan di bidang ini, diharapkan mahasiswa yang tertarik belajar bidang jurnalistik dapat mengembangkan minat dan bakatnya.
 - 3) Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam juga berkompeten dalam mengembangkan keilmuan khususnya bidang dakwah agar lebih kreatif dan inovatif. Saat ini dengan munculnya internet, segala informasi sangat mudah untuk diakses. Banyak sekali model ilmu yang berkembang salah satunya ialah sajian tayangan dakwah yang beragam mulai dari *talk show*, film, lagu dan buku. Berbekal wawasan yang luas dan kemudahan dalam mencari informasi ini diharapkan mahasiswa lebih melek lagi akan sajian dakwah yang tidak membosankan bagi mad'u.
- c. Latar Belakang Budaya
- Budaya berasal dari bahasa Sanskerta yakni *buddhayah*, yang artinya budi atau akal. Menurut Edward Burnett Tylor, kebudayaan adalah seluruh aspek yang kompleks seperti kepercayaan,

kesenian, moral, adat istiadat, pengetahuan dan kemampuan lain yang dimiliki seseorang dalam suatu kelompok masyarakat.⁶³

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya umumnya berasal dari berbagai kota yang biasa disebut dengan Gerbangkertosusila (akronim dari Gresik Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan) atau disebut juga Surabaya Raya. Namun, selain dari kota tersebut ternyata mahasiswa KPI juga berasal dari pulau lain seperti Madura, Kep. Riau, Bali dan Kalimantan.

Banyaknya suku dan asal daerah yang berbeda membuat para mahasiswa ini harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Ciri khas dari daerah asal mereka pun terkadang tidak dapat ditinggalkan. Hal ini dibuktikan dengan bahasa medok dari para mahasiswa yang berasal dari Suku Jawa, nada dan intonasi yang tinggi dari mahasiswa yang berasal di daerah pesisir dan masih banyak lagi.

Mahasiswa KPI pendatang haruslah bisa beradaptasi dengan lingkungan baru dan kebiasaan baru. setelah proses adaptasi berhasil dilewati, mereka akan memasuki tahap penyesuaian diri dengan menikmati hidup dengan budaya yang berbeda dari budaya aslinya.⁶⁴ Proses penyesuaian diri ini dapat berasal dari

⁶³ Sumarto, Budaya, Pemahaman dan Penerapannya: "Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi," *Jurnal Literasiologi*, vol. 1, no. 2, 2018, 144.

⁶⁴ Kezia Sekeon, "Komunikasi Antar Budaya Pada Mahasiswa Fisip Unsrat (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2011)," *Acta Diurna Komunikasi*, vol. 2, no. 3, 2013, 9.

adanya penerimaan individu oleh lingkungan sekitar yang hangat.⁶⁵ Proses ini diwujudkan salah satunya dengan penguasaan bahasa daerah. Ketika mereka ingin berkomunikasi dan mengerti apa yang dibicarakan oleh teman-temannya yang berasal dari budaya yang berbeda maka terjadi kemauan untuk belajar bahasa tersebut. Terdapat beberapa mahasiswa yang berasal dari luar pulau sudah mulai terbiasa dan bisa untuk berbahasa Jawa. Hal ini, membuktikan bahwa tahap adaptasi dan penyesuaian diri berhasil dilewati.

5. Deskripsi Responden

Penelitian ini memilih objek Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019, 2020 dan 2021 atau yang sedang duduk di semester 3, 5, dan 7.

Berdasarkan rumus slovin yang telah digunakan untuk menghitung sampel, diketahui bahwa peneliti membutuhkan sebanyak 79 responden dalam penelitian ini. Pemilihan responden juga harus memenuhi kriteria dan tujuan penelitian.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	40	50,63%
Perempuan	39	49,37%
Total	79	100%

⁶⁵ Linda L. Davindoff, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga Jakarta, 1981), 5

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel jenis kelamin diatas, ditemukan bahwa data mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini diperoleh responden laki-laki sebanyak 40 orang dengan presentase 50,63%, sedangkan responden perempuan sebanyak 39 orang dengan presentase 49,37% dengan total responden sebanyak 79 orang.

b. Semester

Tabel 4.2 Data responden berdasarkan semester

Semester	Jumlah	Presentase
3	21	26,58%
5	26	32,91%
7	32	40,50%
Total	79	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel semester mahasiswa diatas, didapatkan bahwa jumlah mahasiswa semester 3 atau angkatan 2021 sebanyak 21 orang dengan presentase sebanyak 26,58%, sedangkan responden mahasiswa semester 5 atau angkatan 2020 sebanyak 26 orang dengan presentase 32,91%, untuk jumlah responden semester 7 atau angkatan 2019 berjumlah 32 orang dengan presentase 40,50%. Total keseluruhan responden sebanyak 79 orang.

B. Penyajian Data

Setelah terkumpul jawaban responden sebanyak 79 orang, kemudian dilakukan proses penyajian data.

Pertanyaan yang telah ditentukan sebanyak 30 pertanyaan dengan variabel X 15 pertanyaan dan variabel Y 15 pertanyaan dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Kemudian angket disebar melalui chat *Whatsapp* kepada angkatan 2019, 2020 dan 2021.

1. Tabel Frekuensi Jawaban Responden

a. Variabel X (Pengaruh Konten Dakwah di Youtube “Pemuda Tersesat”)

A. Frekuensi Akses

Tabel 4.3 Tingkat responden mendengarkan konten Pemuda Tersesat 1 jam dalam seminggu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jarang	3	3,8	3,8	3,8
	Kadang	6	7,6	7,6	11,4
	Sering	40	50,6	50,6	62,0
	Selalu	30	38,0	38,0	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai dengan tabel diatas yakni dengan jumlah 79 responden, terdapat 3 responden atau sebesar 3,8% menjawab jarang, 6 responden atau sebesar 7,6% menjawab kadang-kadang, 40 responden atau sebesar 50,6% menjawab sering, 30 responden atau sebesar 38% menjawab selalu.

Tabel 4.4 Tingkat responden mendengarkan konten Pemuda Tersesat lebih dari 3 jam

dalam sebulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	3	3,8	3,8	3,8
Kadang	24	30,4	30,4	34,2
Sering	44	55,7	55,7	89,9
Selalu	8	10,1	10,1	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai dengan tabel diatas yakni dengan 79 responden, terdapat 3 responden atau sebesar 3,8% menjawab jarang, 24 responden atau sebesar 30,4% menjawab kadang, 44 responden atau 55,7% menjawab sering dan 8 responden atau sebesar 10,1% menjawab selalu.

Tabel 4.5 Tingkat responden mendengarkan konten dakwah Pemuda Tersesat ketika ingin mengisi waktu luang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	1	1,3	1,3	1,3
Kadang	6	7,6	7,6	8,9
Sering	49	62,0	62,0	70,9
Selalu	23	29,1	29,1	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar

1,3% yang menjawab jarang, 6 responden atau sebesar 7,6% menjawab kadang, 49 responden atau sebesar 62% menjawab sering dan 23 responden atau sebesar 29,1% menjawab selalu.

Tabel 4.6 Tingkat responden menonton konten dakwah Pemuda Tersesat dibanding konten dakwah lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	4	5,1	5,1	5,1
Kadang	29	36,7	36,7	41,8
Sering	36	45,6	45,6	87,3
Selalu	10	12,7	12,7	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 4 responden atau sebesar 5,1% menjawab jarang, 29 responden atau sebesar 36,7% menjawab kadang, 36 responden atau sebanyak 45,6% menjawab sering, 10 responden atau sebesar 12,7% menjawab selalu.

Tabel 4.7 Pada beranda Youtube responden, muncul konten Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	1	1,3	1,3	1,3

Kadang	13	16,5	16,5	17,7
Sering	53	67,1	67,1	84,8
Selalu	12	15,2	15,2	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab jarang, 13 responden atau sebesar 16,5% menjawab kadang, 53 responden atau sebesar 67,1% menjawab sering dan 12 responden atau sebesar 15,2% menjawab selalu.

B. Tingkat Ketertarikan

Tabel 4.8 Tingkat responden menyukai konten dakwah Pemuda Tersesat dibanding dengan konten lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Suka	1	1,3	1,3	1,3
Netral	16	20,3	20,3	21,5
Suka	49	62,0	62,0	83,5
Sangat Suka	13	16,5	16,5	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab tidak suka, 16 responden atau sebesar 20,3% menjawab netral, 49 responden atau sebesar 62,0% menjawab suka dan 13

responden atau sebesar 16,5% menjawab sangat suka.

Tabel 4.9 Tingkat responden menyukai humor yang terdapat dalam konten Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	10,1	10,1	10,1
Suka	55	69,6	69,6	79,7
Sangat Suka	16	20,3	20,3	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 8 responden atau sebesar 10,1% menjawab netral, 55 responden atau sebesar 69,6% menjawab suka dan 16 responden atau sebesar 20,3% menjawab sangat suka.

Tabel 4.10 Tingkat banyaknya responden men-subscribe kanal Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid Tidak Setuju	2	2,5	2,5	2,5
Kurang Setuju	9	11,4	11,4	13,9
Setuju	52	65,8	65,8	79,7
Sangat Setuju	16	20,3	20,3	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 2 responden atau sebesar

2,5% menjawab tidak setuju, 9 responden atau sebesar 11,4% menjawab kurang setuju, 52 responden atau sebesar 65,8% menjawab setuju dan 16 responden atau sebesar 20,3% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.11 Tingkat responden sering memberi tombol like di konten Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kadang	14	17,7	17,7	17,7
Sering	51	64,6	64,6	82,3
Selalu	14	17,7	17,7	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 14 responden atau sebesar 17,7% menjawab kadang, 51 responden atau sebesar 64,6% menjawab sering dan 14 responden atau sebesar 17,7% menjawab selalu.

Tabel 4.12 Tingkat responden sering membagikan konten Pemuda Tersesat ke teman saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	2	2,5	2,5	2,5
Kadang	13	16,5	16,5	19,0
Sering	45	57,0	57,0	75,9
Selalu	19	24,1	24,1	100,0

Total	79	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 2 responden atau sebesar 2,5% menjawab jarang, 13 responden atau sebesar 16,5% menjawab kadang, 45 responden atau sebesar 57% menjawab sering, dan 19 responden atau sebesar 24,1% menjawab selalu.

C. Tingkat Pemahaman Konten

Tabel 4.13 Tingkat responden memahami pesan dakwah yang disampaikan dalam konten dakwah Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Paham	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Paham	2	2,5	2,5	3,8
Paham	52	65,8	65,8	69,6
Sangat Paham	24	30,4	30,4	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab tidak paham, 2 responden atau sebesar 2,5% menjawab kurang paham, 52 responden atau sebesar 65,8% menjawab paham dan 24 responden atau sebesar 30,4% menjawab sangat paham.

Tabel 4.14 Tingkat responden mampu membedakan mana waktu serius dan bercanda

dalam konten dakwah Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Mampu	7	8,9	8,9	8,9
Mampu	40	50,6	50,6	59,5
Sangat Mampu	32	40,5	40,5	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 7 responden atau sebesar 8,9% menjawab kurang mampu, 40 responden atau sebesar 50,6% menjawab mampu dan 32 responden atau sebesar 40,5% menjawab sangat mampu.

Tabel 4.15 Tingkat kemampuan responden menyimpulkan isi pesan dakwah yang saya lihat dalam konten Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Mampu	8	10,1	10,1	10,1
Mampu	42	53,2	53,2	63,3
Sangat Mampu	29	36,7	36,7	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 8 responden atau sebesar 10,1% menjawab kurang mampu, 42 responden atau sebesar 53,2% menjawab mampu dan 29

responden atau sebesar 36,7% menjawab sangat mampu.

Tabel 4.16 Tingkat responden dapat menjelaskan ulang mengenai isi konten Pemuda Tersesat setelah menonton

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Mampu	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Mampu	8	10,1	10,1	11,4
Mampu	38	48,1	48,1	59,5
Sangat Mampu	32	40,5	40,5	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab tidak mampu, 8 responden atau sebesar 10,1% menjawab kurang mampu, 38 responden atau sebesar 48,1% menjawab mampu dan 32 responden atau sebesar 40,5% menjawab sangat mampu.

Tabel 4.17 Tingkat responden mendapatkan pengetahuan baru setelah menonton konten Pemuda Tersesat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	5	6,3	6,3	7,6
Setuju	29	36,7	36,7	44,3

Sangat Setuju	44	55,7	55,7	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab tidak setuju, 5 responden atau sebesar 6,3% menjawab kurang setuju, 29 responden atau sebesar 36,7% menjawab setuju dan 44 responden atau sebesar 55,7% menjawab sangat setuju.

- b. Variabel Y (Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya)

A. Kognitif

Tabel 4.18 Tingkat responden percaya akan adanya Allah SWT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Percaya	34	43,0	43,0	43,0
Sangat Percaya	45	57,0	57,0	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 34 responden atau sebesar 43,0% menjawab percaya dan 45 responden atau sebesar 57% menjawab sangat percaya.

Tabel 4.19 Tingkat responden percaya bahwa amal baik dan buruk saya dicatat oleh

malaikat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Percaya	1	1,3	1,3	1,3
	Percaya	23	29,1	29,1	30,4
	Sangat Percaya	55	69,6	69,6	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab kurang percaya, 23 responden atau sebesar 29,1% menjawab percaya dan 55 responden atau sebesar 69,6% menjawab sangat percaya.

Tabel 4.20 Tingkat responden percaya bahwa Al-Qur'an adalah kitab penyempurna kitab sebelumnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Percaya	1	1,3	1,3	1,3
	Percaya	34	43,0	43,0	44,3
	Sangat Percaya	44	55,7	55,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab kurang percaya, 34 responden atau sebesar 43% menjawab percaya dan 44

responden atau sebanyak 55,7% menjawab sangat percaya.

Tabel 4.21 Tingkat responden percaya bahwa Nabi Muhammad SAW adalah suri tauladan umat Muslim

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Percaya	2	2,5	2,5	2,5
Kurang Percaya	4	5,1	5,1	7,6
Percaya	25	31,6	31,6	39,2
Sangat Percaya	48	60,8	60,8	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 2 responden atau sebesar 2,5% menjawab tidak percaya, 4 responden atau sebesar 5,1% menjawab kurang percaya, 25 responden atau sebesar 31,6% menjawab percaya dan 48 responden atau sebesar 60,8% menjawab sangat percaya.

Tabel 4.22 Tingkat responden percaya bahwa kiamat akan datang dan semua akan hancur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Percaya	1	1,3	1,3	1,3
Percaya	32	40,5	40,5	41,8
Sangat Percaya	46	58,2	58,2	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab kurang percaya, 32 responden atau sebesar 40,5% menjawab percaya dan 46 responden atau sebesar 58,2% menjawab sangat percaya.

B. Afektif

Tabel 4.23 Tingkat responden merasa tenang ketika ada lantunan ayat suci Al-Qur'an

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Setuju	26	32,9	32,9	34,2
	Sangat Setuju	52	65,8	65,8	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab kurang setuju, 26 responden atau sebesar 32,9% menjawab setuju, 52 responden atau sebesar 65,8% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.24 Tingkat responden merasa khusus' ketika melaksanakan sholat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,5	2,5	2,5

Kurang Setuju	15	19,0	19,0	21,5
Setuju	40	50,6	50,6	72,2
Sangat Setuju	22	27,8	27,8	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 2 responden atau sebesar 2,5% menjawab tidak setuju, 15 responden atau sebesar 19% menjawab kurang setuju, 40 responden atau sebesar 50,6% menjawab setuju, 22 responden atau sebesar 27,8% menjawab sangat setuju.

Tabel 4. 25 Tingkat responden menyukuri nikmat yang Allah beri

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	11	13,9	13,9	15,2
Setuju	38	48,1	48,1	63,3
Sangat Setuju	29	36,7	36,7	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 1 responden atau sebesar 1,3% menjawab tidak setuju, 11 responden atau sebesar 13,9% menjawab kurang setuju, 38 responden atau sebesar 48,1% menjawab setuju dan 29 responden atau sebesar 36,7% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.26 Tingkat ketenangan hati responden ketika adzan berkumandang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,5	2,5	2,5
	Kurang Setuju	5	6,3	6,3	8,9
	Setuju	46	58,2	58,2	67,1
	Sangat Setuju	26	32,9	32,9	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 2 responden atau sebesar 2,5% menjawab tidak setuju, 5 responden atau sebesar 6,3% menjawab kurang setuju, 46 responden atau sebesar 58,2% menjawab setuju dan 26 responden atau sebesar 32,9% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.27 Tingkat responden merasa bersalah ketika melakukan hal yang melanggar perintah Allah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,5	2,5	2,5
	Kurang Setuju	4	5,1	5,1	7,6
	Setuju	42	53,2	53,2	60,8
	Sangat Setuju	31	39,2	39,2	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 2 responden atau sebesar 2,5% menjawab tidak setuju, 4 responden atau sebesar 5,1% menjawab kurang setuju, 42 responden atau sebesar 53,2% menjawab setuju dan 31 responden atau sebesar 39,2% menjawab sangat setuju.

C. Konatif

Tabel 4.28 Tingkat keinginan responden untuk bersedekah ketika melihat orang yang kurang mampu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	8	10,1	10,1	10,1
Setuju	26	32,9	32,9	43,0
Sangat Setuju	45	57,0	57,0	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 8 responden atau sebesar 10,1% menjawab kurang setuju, 26 responden atau sebesar 32,9% menjawab setuju dan 45 responden atau sebesar 57% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.29 Tingkat keinginan responden untuk meminta maaf kepada orang yang telah disakiti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,8	3,8	3,8
	Kurang Setuju	7	8,9	8,9	12,7
	Setuju	40	50,6	50,6	63,3
	Sangat Setuju	29	36,7	36,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 3 responden atau sebesar 3,8% menjawab tidak setuju, 7 responden atau sebesar 8,9% menjawab kurang setuju, 40 responden atau sebesar 50,6% menjawab setuju dan 29 responden atau sebesar 36,7% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.30 Tingkat keinginan responden berteman dengan orang-orang pandai agama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,5	2,5	2,5
	Kurang Setuju	12	15,2	15,2	17,7
	Setuju	44	55,7	55,7	73,4
	Sangat Setuju	21	26,6	26,6	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 2 responden atau sebesar 2,5% menjawab tidak setuju, 12 responden atau sebesar 15,2% menjawab kurang setuju, 44

responden atau sebesar 55,7% menjawab setuju, 21 responden atau sebesar 26,6% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.31 Tingkat keinginan responden untuk menerapkan sikap sabar dalam menghadapi ujian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3,8	3,8	3,8
Kurang Setuju	6	7,6	7,6	11,4
Setuju	20	25,3	25,3	36,7
Sangat Setuju	50	63,3	63,3	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 3 responden atau sebesar 3,8% menjawab tidak setuju, 6 responden atau sebesar 7,6% menjawab kurang setuju, 20 responden atau sebesar 25,3% menjawab setuju dan 50 responden atau sebesar 63,3% menjawab sangat setuju.

Tabel 4.32 Tingkat keinginan responden untuk melakukan sholat tahajud ketika bangun di sepertiga malam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	7,6	7,6	7,6
Kurang Setuju	21	26,6	26,6	34,2

Setuju	26	32,9	32,9	67,1
Sangat Setuju	26	32,9	32,9	100,0
Total	79	100,0	100,0	

Sesuai tabel diatas dengan jumlah 79 responden, terdapat 6 responden atau sebesar 7,6% menjawab tidak setuju, 21 responden atau sebesar 26,6% menjawab kurang setuju, 26 responden atau sebesar 32,9% menjawab setuju dan 26 responden atau sebesar 32,9% menjawab sangat setuju.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk melihat distribusi dalam penelitian apakah data tersebut memiliki pendistribusian normal atau tidak. Data yang layak dan baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi normal.

Jenis uji normalitas yang peneliti gunakan ialah Uji Sample *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dapat dikatakan memiliki nilai residual berdistribusi normal dengan nilai signifikansi $> 0,05$ dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Peneliti menggunakan *program SPSS versi 25 Windows*, berikut hasilnya:

Tabel 4.33 Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual	
N	79

Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	4,79507719
Most Extreme	Absolute	,093
Differences	Positive	,052
	Negative	-,093
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas ditemukan bahwa nilai Signifikansi Asymp. Sig (2 tailed) $0,090 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai perhitungan uji normalitas berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan yang linier antara variabel dependen dan independen. Linearitas menjadi uji asumsi yang penting dalam uji regresi linier. Pengujian dapat dikatakan linier jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 4.34 Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Sikap	Between	(Combined)	1071,219	19	56,380	2,679	,002
Keagamaan	Groups	Linearity	519,400	1	519,400	24,681	,000

* Konten Dakwah Pemuda Tersesat	Deviation from Linearity	551,819	18	30,657	1,457	,140
	Within Groups	1241,617	59	21,044		
	Total	2312,835	78			

Berdasarkan uji linearitas yang telah dilakukan diatas diketahui bahwa hasil *Deviation from Linearity* $> 0,05$ yakni $0,140 > 0,05$ yang artinya bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas X dan variabel terikat Y.

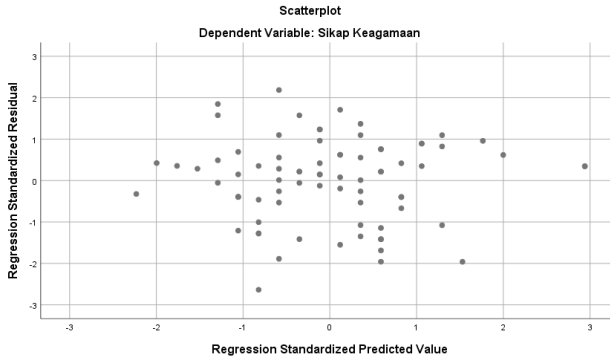
3. Uji Heterokedastisitas

Untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan dalam suatu variansi dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain perlu dilakukan uji heterokedastisitas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari syarat asumsi klasik dalam regresi linier, dimana model regresi harus memenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas.⁶⁶

Apabila terdapat pola tertentu pada *scatterplot* seperti bergelombang, menyempit dan melebar dan membentuk sebuah pola maka dapat dikatakan telah terjadi heterokedastisitas. Namun, jika pola titik menyebar ke atas nol atau bawah nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut hasil uji heterokedastisitas:

Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas Variabel X dan Y

⁶⁶ Widana, I. Wayan, and Ni Putu Lia Muliani. "Uji persyaratan analisis." (2020). H. 65



Berdasarkan uji heterokedastisitas diatas dengan menggunakan diagram Scatter dapat menunjukkan bahwa titik tersebar acak dan tidak beraturan. Titik berbentuk abstrak dan terletak diatas dan dibawah nol. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengukur apakah ada suatu pengaruh dari variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y). Uji ini hanya memiliki satu variabel bebas, oleh karena itu uji ini dinamakan uji regresi linier. Menurut Joko Widiyanto cara membandingkan nilai signifikansi pada probabilitas 0,05 adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel X dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y, sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$ maka tidak dapat dinyatakan adanya pengaruh secara signifikan.

Tabel 4.35 Uji Regresi Linier Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	519,400	1	519,400	22,300	,000 ^b
	Residual	1793,436	77	23,291		
	Total	2312,835	78			

a. Dependent Variable: Sikap Keagamaan

b. Predictors: (Constant), Konten Dakwah

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka ada pengaruh konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.

Tabel 4.36 Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	35,602	6,332		5,623	,000
	Konten Dakwah	,485	,103	,474	4,722	,000

a. Dependent Variable: Sikap Keagamaan

Analisis regresi digunakan untuk menentukan bentuk dari suatu hubungan antarvariabel yang dapat

dilihat melalui persamaan garis regresinya. Persamaan regresi linear sederhana dengan rumus

$$Y = a+bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

A dan b = konstanta

Rumus tersebut dapat diterapkan pada hasil *output* tabel diatas seperti berikut:

$$Y = a+bX = 35,602 + 0,485X$$

Nilai konstanta positif sebesar 35,602 menunjukkan pengaruh positif variabel independen (konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya akan naik atau terpenuhi.

Koefisien regresi X sebesar 0,485 menyatakan bahwa nilai variabel konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat (X) mengalami kenaikan satu satuan maka variabel sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,485 atau 48,5%

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat berpengaruh positif terhadap sikap keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Ampel Surabaya dengan persamaan regresinya yakni $Y = 35,602 + 0,485X$

5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan melihat nilai *adjusted R-Squared*. Menurut Ghozali, nilai koefisien determinasi yang mendekati angka 1 dan menjauhi angka 0 memiliki kemampuan memberikan informasi terkait dengan prediksi variabel dependen dan begitu sebaliknya. Berikut hasil uji koefisien determinasi yang telah peneliti lakukan:

Tabel 4.37 Persamaan Model Summary Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,474 ^a	,225	,215	4,826

a. Predictors: (Constant), Konten Dakwah

Berdasarkan output model summary R Square diatas diketahui bahwa nilai koefisien bernilai 0,225. Besarnya angka koefisien determinasi R Square = 22,5%, dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat berpengaruh sebesar 22,5% terhadap sikap keagamaan mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan sisanya ($100\% - 22,5\% = 77,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Tabel 4.38 Interpretasi Nilai R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
--------------------	------------------

0,00	Tidak Ada Korelasi
>0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-0,999	Sangat Tinggi
1,00	Korelasi Sempurna

Berdasarkan tabel interpretasi nilai r diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,225 berada pada golongan tingkat hubungan rendah yakni di interval 0,20-0,399. Artinya bahwa pengaruh yang diakibatkan oleh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya tergolong rendah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Prespektif Teoretis

Setelah pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program pembantu yakni *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25* ditemukan beberapa data yang telah melalui prosedur dan alur perhitungan yang tepat. Peneliti mendapatkan sumber data melalui jawaban responden melalui *Google Form* yang telah peneliti siapkan sebelumnya.

Berdasarkan hasil perhitungan, ditemukan bahwa output tabel uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa hasil signifikansi sebesar 0,000 yakni lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang ditimbulkan variabel X terhadap variabel Y. Artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,225 berada pada golongan

tingkat hubungan rendah yakni di interval 0,20-0,399. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang diakibatkan oleh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya tergolong rendah.

Pengaruh yang ditimbulkan variabel konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya, yakni sebesar 22,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 22,5\% = 77,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Faktor lain yang mempengaruhi sikap keagamaan mahasiswa dapat berasal dari konten dakwah, kegiatan dakwah dan hal-hal lain yang berkaitan dengan dakwah. Persamaan regresi dari penelitian ini yakni $Y = 35,602 + 0,485X$. Artinya bahwa jika nilai variabel X mengalami kenaikan satu persen maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,485 atau 48,5%. Karena bilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat berpengaruh positif terhadap sikap keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.

Pada beberapa uji yang telah dilakukan diatas, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang ditimbulkan oleh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya. Hal ini sejalan dengan teori *uses and effect* yang dikemukakan oleh Sven Windahl pada tahun 1979 mengenai penggunaan media dan mengonsumsi isi media akan memberikan dampak kepada penggunanya. Berdasarkan model teori *uses and effect* ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Efek (*effect*) hasil yang ditentukan dari isi atau kandungan media. Peneliti berfokus pada isi konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat yang mana dari isi konten dakwah tersebut mampu memberikan efek terhadap mad'u/penonton.
 - b) Konsekuensi (*consequence*) hasil yang diperoleh dari penggunaan media, bukan dari isinya. Hal ini berkaitan mengenai bagaimana Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya mengakses dan mengonsumsi kajian dakwah di Youtube Pemuda Tersesat.
 - c) Konsefak (*consequence effect*) hasil yang diperoleh dari penggunaan media dan isi dari media. Berdasarkan isi tayangan konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat dalam penelitian ini memberikan pengaruh/efek kepada mad'unya. Namun, pengaruh yang ditimbulkan tergolong rendah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan angka 0,225 dan termasuk kedalam interval 0,20-0,399 yang artinya rendah. Jadi, konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat memang memberikan pengaruh/efek kepada Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya, tetapi efek yang diberikan tergolong rendah.
2. Prespektif Dakwah
- Dakwah dilakukan dengan tujuan untuk menyebarkan pesan ajaran Islam agar umat manusia berada dalam jalan yang benar. Da'i sebagai seseorang yang memiliki peran penting dalam penyampaian dakwah haruslah memperhatikan beberapa aspek agar pesannya dapat diterima dan memberikan dampak baik kepada mad'unya. Salah satu caranya adalah

dengan menyisipkan humor kedalam pesan dakwah yang disampaikan.

Berdasarkan riwayat hadits Thabrani dan Baihaqi, Nabi Muhammad SAW adalah sosok yang humoris. Hal ini dibuktikan dengan cerita ketika Rasulullah bertemu dengan seorang perempuan tua yang mendatangi Rasul kemudian bertanya apakah nenek tersebut bisa masuk surga. Rasul menjawab bahwa nenek tersebut tidak dapat masuk surga. Kemudian perempuan tua itu bersedih dan menangis. Lalu Rasulullah memerintah seseorang untuk memberitahu kepada nenek bahwa di surga semua orang dijadikan muda seperti bidadari.

نَّ الْجَنَّةَ لَا تَدْخُلُهَا عَجُوزٌ

Artinya: “Di surga tidak ada nenek-nenek” (HR. Thabrani dan Baihaqi).

Dalam peristiwa tersebut dapat terlihat bahwa Rasulullah telah menyelipkan humor kedalam pesan dakwah yang Ia katakan. Salah satu cara untuk menarik perhatian mad'u memang dengan menggunakan humor ketika menyampaikan pesan dakwah.⁶⁷ Humor memang dapat menimbulkan rasa bahagia dalam diri mad'u.⁶⁸ Jika bahagia lebih dominan dari rasa kecewa, sedih, sakit dan perasaan buruk lainnya, maka dapat diharapkan pesan dakwah mampu masuk dengan mudah kedalam pikiran mad'u.

Menyelipkan humor ketika menyampaikan pesan dakwah sebenarnya diperbolehkan karena memiliki beberapa manfaat seperti: agar dakwah tidak

⁶⁷ Brandy Reece, *Putting the Ha! In Aha!: Humor as a Tool for Effective Communication*, (Pennsylvania : University of Pennsylvania, 2014), 13.

⁶⁸ Sahrul Mauludi, *Happiness Here! Bahagia Tuh Di Sini!* (Elex Media Komputindo, 2017).

membosankan, menarik perhatian mad'u, menghindari mad'u jenuh ketika mendengarkan ceramah, tidak monoton dan agar da'i dapat lebih dekat dengan mad'u.⁶⁹ Dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai adanya humor yakni terdapat dalam Q.S At-Taubah/9 ayat 82

فَلْيُضْحَكُوا قَلِيلًا وَلْيَبْكُوا كَثِيرًا جَزَاءً بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ

Artinya: "Maka hendaklah mereka tertawa sedikit dan menangis banyak, sebagai pembalasan dari apa yang selalu mereka kerjakan."⁷⁰

Selain ayat diatas, ayat mengenai humor juga terdapat dalam Q.S. An-Najm/53 ayat 43

وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكَ وَأَبْكَى

Artinya: "dan bahwasanya Dialah yang menjadikan orang tertawa dan menangis."⁷¹

Menurut Aang Ridwan waktu yang efektif untuk menyelipkan humor adalah di 10 menit pertama karena sisanya, mad'u akan mengalami rasa kantuk, lapar, malas dan jenuh.⁷² Namun, perlu digarisbawahi kalau humor tidak dapat digunakan secara berlebihan dan jauh menyimpang dari tujuan awalnya yakni untuk menyampaikan pesan dakwah. Nabi

⁶⁹ Fenny Mahdaniar dan Alan Surya, "Perumusan Etis Humor dalam Desain Pesan Dakwah." *INTELEKSIA-Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, vol. 3, no. 2, 2022, 293.

⁷⁰ TafsirQ, diakses pada tanggal 11 Desember 2022 dari <https://tafsirq.com/topik/at+taubah+82>

⁷¹ TafsirQ, diakses pada tanggal 11 Desember 2022 dari <https://tafsirq.com/topik/an+najm+43>

⁷² Aang Ridwan, Humor Dalam Tablig Sisipan Yang Sarat Estetika, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, vol 5, no.15, 942.

Muhammad telah mengingatkan umatnya dengan bersabda :

وَلَا تُكْثِرِ الضَّحْكَ، فَإِنَّ كَثْرَةَ الضَّحْكِ تُمَيِّتُ الْقَلْبَ

Artinya: “Dan janganlah terlalu banyak tertawa. Sesungguhnya terlalu banyak tertawa dapat mematikan hati.” (HR. Tirmidzi 2/50, Dishahihkan Syaikh Al-Albani).⁷³

Ayat –ayat yang telah peneliti jabarkan diatas memiliki kaitan dengan kajian yang sedang peneliti lakukan. Disimpulkan bahwa penggunaan humor untuk selipan dalam kegiatan dakwah diperbolehkan. Selain itu, menghadirkan sisi humor memiliki beberapa manfaat yang dapat mempengaruhi mad’u dalam mendengarkan dan memahami isi dakwah. Namun perlu diingat bahwa humor yang digunakan haruslah tidak berlebihan dan menimbulkan hal yang negatif.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁷³ Muslim.or.id, diakses pada tanggal 11 Desember 2022 dari <https://muslim.or.id/43399-terlalu-banyak-tertawa-mengeraskan-hati.html>

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian dan pengolahan data mengenai "Pengaruh Konten Dakwah di Youtube "Pemuda Tersesat" terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh konten dakwah di Youtube Pemuda Tersesat terhadap sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang telah dilakukan didapati hasil output model summary R Square sebesar $0,225 = 22,5\%$ yang berada di kategori rendah dengan arah pengaruh positif. Nilai ini juga memiliki makna bahwa kontribusi konten dakwah Youtube Pemuda Tersesat dalam memengaruhi sikap keagamaan Mahasiswa Program Studi KPI UIN Sunan Ampel Surabaya adalah sebesar $22,5\%$, sedangkan sebesar $77,5\%$ dipengaruhi oleh faktor di luar variabel yang diteliti.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat, penulis bermaksud memberikan saran dan rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya, diantaranya yakni:

1. Bagi konten kreator atau da'i yang menyebarkan konten dakwahnya di Youtube dengan balutan humor/komedi hendaknya tetap memperhatikan kaidah-kaidah Islam, yakni untuk tidak terlalu berlebihan apalagi sampai mengarah ke hal-hal negatif lainnya.

2. Untuk penonton atau mad'u yang menikmati kajian dakwah humor, hendaknya untuk tetap dapat mengambil dan membedakan mana yang baik dan buruk dalam suatu tontonan yang ditonton.
3. Bagi peneliti yang ingin meneliti kajian konten dakwah humor hendaknya untuk menggali hal-hal detail lainnya yang belum ada di penelitian sebelumnya dan dapat dikaji dengan metode penelitian lain seperti kualitatif lapangan dan analisis teks media. Selain itu, peneliti dapat memilih objek penelitian dengan kampus non-UIN/kampus umum.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa kendala diantaranya yakni:

1. Penyebaran angket dilakukan secara online dengan *Google Form* melalui aplikasi chatting *Whatsapp*. Namun, tidak semua responden yang dimintai mengisi angket bersedia untuk mengisi. Jadi, peneliti membutuhkan tenaga dan waktu yang ekstra agar jumlah responden memenuhi dengan jumlah yang peneliti butuhkan.
2. Peneliti mengalami kendala ketika mengunduh *software SPSS* yang menyebabkan sedikit mengulur waktu. Namun, peneliti berusaha untuk melihat dan mencari informasi di Youtube dan bertanya kepada teman hingga menemukan solusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Agus Rahman, *Psikologi Sosial: Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Adri Efferi, “Profesionalisasi Da’i Di Era Globalisasi”, *At-Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.2 (2013): 104.
- Ancok D. dan Suroro F. N., *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problemproblem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Ardianto, Elvinaro, 2004, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asia Internet Use, Population Data and Facebook Statistics
Mid Year 2022,
<https://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia> pada
23 September 2022
- Ayesha, S., “Public perception of media role”, *International Journal of Humanities and Social Science*, vol 1, no. 5, 2011.
- Berita Kominfo. 2014. “98 Persen Anak dan Remaja Tahu Internet”, diakses pada tanggal 23 September 2022 dari <https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/98+Persen+Anak+dan+Remaja+Tahu+Internet/0/berita-satker>
- Bianka, Młodkowska, “Influencers on Instagram and YouTube and their impact on consumer behaviour”, *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in*

Emerging Market, vol. 1, no. 9, 2019.

Bungin, B., *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2009.

Djaali., dkk. *Pengukuran Dalam Pendidikan*, Jakarta: Program Pascasarjana, 2000.

Eagly dan Chaiken, *Sikap dan Intensi*, Jakarta : IAIP Indonesia, 1988.

Elok, N., "Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stay Two Stray (TSTS) Pada Siswa SMP", *Jurnal Suluh Edukasi* , vol. 1, no. 1, 2020.

Elsa, P. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram@ Nunuzoo). Jakarta: Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Entin, Suhartini, "Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Sikap Religiusitas Remaja di Link Luwung Sawo Citangkil", *Adz-Zikr: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, vol. 6, no. 2, 2021.

Faiqah,F., Muh. Nadjib, Andi S., "Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram," *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 5, no. 2, 2016.

Gagne, Robert M., dan Leslie J. Briggs, *Principles of Instructional Design*, New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc, 1974.

Gustam, R. R., "Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk

Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas

- Hadiyani, Salma Putri, Zainal Abidin, and Wahyu Utamidewi. "Pengaruh Tayangan Drama Korea Itaewon Class Terhadap Motivasi Menjadi Entrepreneurship", *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 1, 2021.
- Hamali, Syaiful, "Sikap Keagamaan Dan Pola Tingkah Laku Masyarakat Madani", *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, vol. 6, no. 2, 2011.
- Hasanah, Hasyim, "Faktor-faktor Pembentuk Kesadaran Beragama Anak Jalanan", *Sawwa: Jurnal Studi Gender* 10.2 (2015): 215.
- Hidayat, Aziz A., *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing, 2021.
- Hude M. D., *Emosi: Penjelajahan Religio-Psikologis tentang Emosi Manusia didalam Al-Qur'an*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Irzum, Fariyah, "Media dakwah pop AT-TABSYIR", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 1, no. 2, 2013.
- Ismawati, Debby, *Pengaruh Penggunaan Akun Instagram "DuniaHalal" Terhadap Keputusan Pembelian Barang*, Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2019
- Jalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- KBBI Kemendikbud,
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengaruh>, diakses
tanggal 24 September 2022

- L. Linda Davindoff, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga Jakarta, 1981), 5
- Lenaini, Ika, "Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling", ." *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, vol. 6, no. 1, 2021.
- Mahdaniar, Fenny dan Alan S., "Perumusan Etis Humor dalam Desain Pesan Dakwah", *INTELEKSIA-Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, vol. 3, no. 2, 2022.
- Maidiana, "Penelitian Survey", *ALACRITY: Journal of Education*, vol. 1, no. 2, 2021.
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Martono, N., *Statistik Sosial (Teori dan Aplikasi Program SPSS)*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2010), hal 253.
- Masy'ari, A., *Study Tentang Ilmu Dakwah*, Bina Ilmu: Surabaya, 1981.
- Mauludi, Sahrul, *Happiness Here! Bahagia Tuh Di Sini!*, Elex Media Komputindo, 2017.
- Muhiddin, A., *Dakwah dalam prespektif Al Qur'an : Studi Kritis atas Visi, Misi dan Wawasan*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Mulyadi, M., "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya", *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, vol. 15, no. 1. 2011.
- Muslim.or.id, diakses pada tanggal 11 Desember 2022 dari <https://muslim.or.id/43399-terlalu-banyak-tertawa->

mengeraskan-hati.html

Nurudin, *Perkembangan Teknologi Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.

PAI, APPAI. "Pendidikan agama islam." *Jurnal*, vol. 18, no. 10, 1997.

PDDikti,

https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_prodi/RTUwNDE5NEMtMDJCNs00MTRELUIwOTYtOURGQ0E0MEJD MjY5/20211, diakses pada tanggal 27 September 2022

Rahmah, Dwi Najibah, *Pengaruh Pemberitaan Sisi Gelap Budaya Jepang Di Media Online Japanesestation. Com Terhadap Perilaku Imitasi Komunitas Jepang Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2018

Rahmah, Naomi dan Pamela, *Remaja Sejahtera Remaja Nasionalis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021): 196

Rahman A. dan Muhibb A., *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Prespektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.

Rand, Kevin L., and Jennifer S. Cheavens, *Hope theory*, Oxford handbook of positive psychology 2, 2009.

Reece, Brandy, *Putting the Ha! In Aha!: Humor as a Tool for Effective Communication*, Pennsylvania : University of Pennsylvania, 2014.

Ridha, Nikmatur, "Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian", *Hikmah*, vol. 14, no. 1, 2017.

- Ridwan, Aang, Humor dalam Tablig Sisipan yang Sarat Estetika, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, vol. 5, no. 15, 2010.
- Riyanto, "Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media", *Inter Komunika*, vol. 2, no. 1, 2017.
- Rizqi, K., Efektivitas Terpaan Pesan Dakwah Di Youtube "Pemuda Tersesat" Terhadap Sikap Dan Perilaku Keagamaan (Studi Pada Subscriber Youtube "Pemuda Tersesat"). Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2022.
- Rusilowati, Ani, "Pengembangan Instrumen Nontes." Makalah. Seminar Nasional Evaluasi Pendidikan Di Universitas Negeri Semarang. 2013.
- Samarinda dan Balikpapan," *EJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, no. 2, 2015.
- Samosir F. T., Dwi N. P., Purwaka dan Purwadi E., "Efektivitas Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu)," *Record and Library Journal*, vol. 4, no. 2, 2018.
- Sekeon, Kezia, "Komunikasi Antar Budaya Pada Mahasiswa Fisip Unsrat (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2011)", *Acta Diurna Komunikasi*, vol. 2, no. 3, 2013.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2017.
- Seohoet, H., *Teori Komunikasi* , Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, 2002.

- Setiadi, Erik Fahron, Alia Azmi, and Junaidi Indrawadi, "Youtube sebagai sumber belajar generasi milenial", *Journal of Civic Education*, vol. 2, no. 3, 2019.
- Siregar, S., *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Sudarman, P., *Belajar Efektif di Perguruan Tinggi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Instrumen (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suharyat, Y., "Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia," *Jurnal region*, vol. 1, no. 3, 2009.
- Sujarweni W., *SPSS untuk Penelitian*, Jogjakarta: Pustaka baru Press, 2014.
- Sumarto, Budaya, Pemahaman dan Penerapannya: "Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi", *Jurnal Literasiologi*, vol. 1, no. 2, 2018.
- Suprayadi, E., *SPSS + Amos Perangkat Lunak Statistik*, Bogor: IN MEDIA, 2014.
- Surat Keputusan Menteri Agama RI. No. 256/1970, 30-09-

1970.

TafsirQ, diakses pada tanggal 11 Desember 2022 dari <https://tafsirq.com/topik/at+taubah+82>

TafsirQ, diakses pada tanggal 11 Desember 2022 dari <https://tafsirq.com/topik/an+najm+43>

Tristiana, Rena, and Ashari P. Swondo, "The Effect Of Youtube Content Making On Students' speaking Skill", *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Kependidikan*, vol. 1 no. 1. 2020.

UIN Sunan Ampel Surabaya, diakses pada tanggal 8 Desember 2022 dari <https://uinsby.ac.id/study/Komunikasi-dan-Penyiaran-Islam/pages/246/visi-misi-kpi>

UIN Sunan Ampel Surabaya, diakses pada tanggal 8 Desember 2022 dari <https://uinsby.ac.id/pages/247/profil-prodi-kpi>

Wicaksono, Andri, "Penelitian Kausal Komparatif (Ex Post Facto)", *Jurnal Pendidikan*, 5.

Zulhazmi, Abraham Zakky, and Dewi Ayu Sri Hastuti. "Da'wa, Muslim Millennials and Social Media", *Lentera*, vol. 2, no. 2, 2018.