

**PENGARUH CHANNEL YOUTUBE ”LANCAR
BAROKAH” TERHADAP PENINGKATAN
KECERDASAN EMOSIONAL MASYARAKAT DESA
NGARESREJO KECAMATAN SUKODONO
KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh

Aisyah Anandari

NIM 04020121023



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI JURUSAN
KOMUNIKASI**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Aisyah Anandari

NIM : 04020121023

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari terbukti ataupun dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 12 Maret 2025

Yang menyatakan



Aisyah Anandari

NIM 04020121023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi berikut:

Nama : Aisyah Anandari
NIM : 04020121023
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Channel YouTube "Lancar Barokah" terhadap
Peningkatan Kecerdasan Emosional Masyarakat Desa
Ngaresrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo
telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 12 Maret 2025

Menyetujui
Dosen Pembimbing



Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP. 196912192009011002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGARUH CHANNEL YOUTUBE "LANCAR BAROKAH"
TERHADAP PENINGKATAN KECERDASAN EMOSIONAL
MASYARAKAT DESA NGARESREJO KECAMATAN SUKODONO
KABUPATEN SIDOARJO

SKRIPSI

Disusun oleh:
Aisyah Anandari
04020121023

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu pada tanggal 12 Maret 2025

Tim Penguji

Penguji I

.....
Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP. 196912192009011002

Penguji II

.....
Ummy Chairiyah, M.I.Kom
NIP. 199110132020122021

Penguji III

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

Penguji IV

.....
Rozaghi Arif, M.Sos.I
NIP. 198210122015031004

Surabaya, 12 Maret 2025

Dekan,



.....
Moch. Chayul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 198710171998031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aisyah Anandari
NIM : 04020121023
Fakultas/Jurusan : FDK / Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : aisyahanandari.04@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Channel YouTube "Lancar Barokah" terhadap Peningkatan Kecerdasan Emosional

Masyarakat Desa Ngaresrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Maret 2025

Penulis

Aisyah Anandari

ABSTRAK

Aisyah Anandari, NIM 04020121023, 2025. Pengaruh Channel YouTube "Lancar Barokah" terhadap Peningkatan Kecerdasan Emosional Masyarakat Desa Ngaresrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo.

YouTube merupakan salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, seperti yang dilakukan akun channel "Lancar Barokah". Fenomena ini menarik untuk diteliti mengenai bagaimana dan seberapa besar pengaruh channel YouTube "Lancar barokah" terhadap peningkatan kecerdasan emosional masyarakat desa Ngaresrejo kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo.

Untuk mengetahui hal itu, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian analisis regresi linier sederhana yang diolah menggunakan aplikasi SPSS. Sedangkan teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *uses and effect*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan channel YouTube "Lancar Barokah" secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kecerdasan emosional masyarakat desa Ngaresrejo kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo, yang mana ditemukan *output* ANOVA yakni nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Pada uji koefisien sebesar 0,449 yang berarti bahwa sebesar 44,9% peningkatan kecerdasan emosional masyarakat Desa Ngaresrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo dipengaruhi oleh konten Youtube "Lancar Barokah", sedangkan 55,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Youtube, Media Dakwah, Teori Uses and effect, Kecerdasan Emosional*

ABSTRACT

Aisyah Anandari, NIM 04020121023,2025. The Influence of the YouTube Channel "Lancar Barokah" on Increasing the Emotional Intelligence of the Community of Ngaresrejo Village, Sukodono District, Sidoarjo Regency.

YouTube is a social media that can be used as a medium for da'wah, as is done by the "Lancar Barokah" channel account. This phenomenon is interesting to research regarding how and how much influence the YouTube channel "Lancar Barokah" has on increasing the emotional intelligence of the people of Ngaresrejo village, Sukodono subdistrict, Sidoarjo Regency. To find out this, researchers used a quantitative approach with a simple linear regression analysis type of research processed using the SPSS application. Meanwhile, the theory used in this research is the uses and effect theory.

The results of this research concluded that the YouTube channel "Lancar Barokah" as a whole had an influence on increasing the emotional intelligence of the people of Ngaresrejo village, Sukodono subdistrict, Sidoarjo Regency, where the ANOVA output was found, namely a significance value (Sig.) of $0.000 < 0.05$ so that H_a was accepted and H_o was rejected. In the coefficient test, it was 0.449, which means that 44.9% of the increase in emotional intelligence of the people of Ngaresrejo Village, Sukodono District, Sidoarjo Regency was influenced by the YouTube content "Lancar Barokah", while the remaining 55.1% was influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: YouTube, Da'wah Media, Uses and Effects Theory, Emotional Intelligence

ملخص

لائكار " اليوتيوب قناة تأثير. 04020121023:2025. نيم أناندري، عشنة مقاطعة نجاريسريجو، قرية مجتمع لدى العاطفي الكاء زيادة في "باروكاه. سيدوارجو محافظة سوكودونو،

كوسيلة استخدامها يمكن التي الاجتماعي التواصل وسائل أحد هو اليوتيوب للاهتمام مثيرة الظاهرة هذه. "باروكا لائكار" قناة حساب يفعل كما للدعوة، على "Lancar Barokah" قناة تأثير ومدى بكيفية يتعلّق فيما البحث منطقة، Ngaresrejo قرية لسكان العاطفي الكاء زيادة في YouTube

Sukodono Sidoarjo الفرعية،

الخطي الاحدار تحليل نوع مع الكمي المنهج الباحثون استخدم ذلك، لمعرفة النظرية أما SPSS. تطبيق باستخدام معالجته تمت الذي البحث البسيط. والتأثير الاستدادات نظرية فهي البحث هذا في المستخدمة ككل اليوتيوب على "Lancar Barokah" قناة أن إلى البحث هذا نتائج خلصت منطقة نجاريسريجو، قرية لسكان العاطفي الكاء زيادة على تأثير لها كان مخرجات على العور تم حيث سيدوارجو، مقاطعة الفرعية، سوكودونو Ha قبول تم بحيث $0.000 < 0.05$ تبلغ (Sig.) دلالة قيمة وهي، ANOVA الزيادة من 44.9% أن يعني مما، 0.449 كان المعامل اختبار في Ho. ورفض مقاطعة سوكودونو، منطقة نجاريسريجو، قرية لسكان العاطفي الكاء في تأثرت بينما "Lancar Barokah" اليوتيوب بمحتوى تأثرت سيدوارجو، البحث هذا في فحصها يتم لم أخرى بمتغيرات المتبقية 55.1% نسبة

والتأثيرات، الاستدادات نظرية الدعوي، الإعلام اليوتيوب، المفاتيحة الكلمات العاطفي الكاء

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	
PENULISAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
D. Definisi Operasional.....	8
F. Hipotesis Penelitian	8
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	16
BAB III METODE PENELITIAN	23

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	23
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling	24
D. Variabel Dan Indikator Variabel.....	26
E. Teknik Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	30
F. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
B. Penyajian Data	46
C. Pengujian Hipotesis	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran dan Rekomendasi	80
C. Keterbatasan Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator variabel X	28
Tabel 3.2 Indikator Variabel Y	29
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X.....	31
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y	32
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Kuisioner.....	34
Tabel 4.1 Mata Pencarian Masyarakat Desa Ngaresrejo	44
Tabel 4.2 Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Ngaresrejo.	46
Tabel 4.3 Tingkat responden mendengarkan channel YouTube "Lancar Barokah" Setiap Hari.....	47
Tabel 4.4 Tingkat responden mendengarkan channel YouTube "Lancar Barokah" beberapa kali dalam seminggu	47
Tabel 4.5 Tingkat responden mendengarkan channel YouTube "Lancar Barokah" setidaknya sekali dalam sebulan	48
Tabel 4.6 Tingkat responden rutin menonton video setiap kali ada update video baru dari channel "Lancar Barokah"	48
Tabel 4.7 Tingkat responden merasa tertarik untuk menonton konten dakwah dari channel "Lancar Barokah" karena kualitas dan materi yang disampaikan.....	49
Tabel 4.8 Tingkat responden menonton video dakwah Lancar Barokah dengan durasi lebih dari 30 menit setiap kali menonton.....	49
Tabel 4.9 Tingkat responden menonton video dakwah Lancar Barokah dengan durasi sekitar 20-30 menit setiap kali menonton.....	50
Tabel 4.10 Tingkat responden menonton video dakwah Lancar Barokah dengan durasi kurang dari 10 menit setiap kali menonton.....	51
Tabel 4.11 Tingkat responden menonton video dakwah Lancar Barokah sampai selesai tanpa berhenti di tengah jalan.	51
Tabel 4.12 Tingkat responden merasa waktu yang dihabiskan untuk menonton video dakwah Lancar Barokah sebanding dengan manfaat yang diperoleh.	52

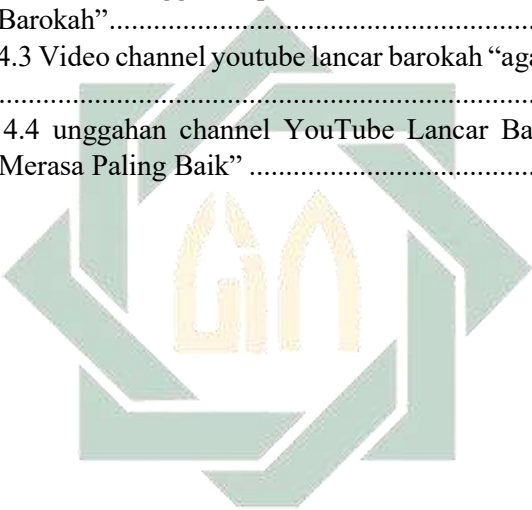
Tabel 4.13 Tingkat responden menonton video dakwah Lancar Barokah dengan perhatian penuh dan tanpa gangguan dari hal lain.....	52
Tabel 4.14 Tingkat responden terkadang terganggu oleh hal lain saat menonton video dakwah Lancar Barokah.	53
Tabel 4.15 Tingkat responden sering mencatat atau menyimpan pesan penting setelah menonton video dakwah dari Lancar Barokah	54
Tabel 4.16 Tingkat responden sering berdiskusi dengan orang lain mengenai materi yang ditonton dari Lancar Barokah.	54
Tabel 4.17 Tingkat responden merasa lebih tenang dan lebih fokus setelah menonton video dakwah Lancar Barokah	55
Tabel 4.18 Tingkat responden merasa lebih memahami konsep-konsep penting dalam kehidupan setelah menonton video dakwah dari channel Lancar Barokah.	55
Tabel 4.19 Tingkat responden dapat menjelaskan kembali materi yang disampaikan oleh Ustadz Emir Rudzikyani dengan baik setelah menonton channel YouTube "Lancar Barokah"	56
Tabel 4.20 Tingkat responden merasa lebih yakin dan percaya diri dalam menerapkan pelajaran yang diperoleh dari video dakwah Lancar Barokah dalam kehidupan sehari-hari	56
Tabel 4.21 Tingkat responden setelah menonton video dakwah Lancar Barokah, merasa lebih mudah untuk memahami topik-topik terkait agama dan kehidupan yang sebelumnya dianggap sulit.....	57
Tabel 4.22 Tingkat responden merasa bisa mengingat kembali pesan-pesan penting yang disampaikan dalam video dakwah Lancar Barokah setelah menontonnya.	58
Tabel 4.23 Tingkat responden setelah menonton video dakwah dari channel Lancar Barokah, menjadi lebih sadar akan emosi yang dirasakan saat berinteraksi dengan orang lain	58
Tabel 4.24 Tingkat responden dapat mengenali perasaannya, apakah merasa marah, senang, atau cemas setelah menonton video dakwah dari channel Lancar Barokah.....	59

Tabel 4.25 Tingkat responden semakin mampu menyadari perubahan emosi dalam situasi tertentu setelah menonton video dakwah Lancar Barokah.	59
Tabel 4.26 Tingkat responden merasa lebih mudah untuk mengenali perasaan negatif yang muncul dalam diri, seperti marah atau kecewa	60
Tabel 4.27 Tingkat responden merasa lebih mampu menilai kondisi emosional diri dengan baik setelah menonton video dakwah Lancar Barokah.....	60
Tabel 4.28 Tingkat responden setelah menonton video dakwah Lancar Barokah, lebih bisa mengendalikan amarah ketika menghadapi situasi yang menantang.....	61
Tabel 4.29 Tingkat responden lebih mudah menenangkan diri setelah mengalami stres atau kecemasan berkat pemahaman yang saya dapatkan dari video dakwah Lancar Barokah	61
Tabel 4.30 Tingkat responden semakin mampu mengelola emosi negatif (seperti kemarahan atau kecemasan) setelah menonton video dakwah Lancar Barokah.....	62
Tabel 4.31 Tingkat responden menonton video dakwah Lancar Barokah membantu untuk lebih sabar dalam menghadapi situasi yang menantang secara emosional.....	62
Tabel 4.32 Tingkat responden setelah menonton video dakwah Lancar Barokah, lebih mampu menjaga ketenangan meskipun berada dalam tekanan emosional	63
Tabel 4.33 Tingkat responden setelah menonton video dakwah Lancar Barokah, merasa lebih mudah untuk memahami perasaan orang lain dalam situasi sosial.....	63
Tabel 4.34 Tingkat responden lebih peka terhadap perubahan emosi orang lain setelah menonton video dakwah Lancar Barokah	64
Tabel 4.35 Tingkat responden merasa terbantu membaca ekspresi wajah dan bahasa tubuh orang lain untuk memahami perasaan mereka	64

Tabel 4.36 Tingkat responden lebih bisa menunjukkan empati terhadap orang lain setelah menonton video dakwah Lancar Barokah	65
Tabel 4.37 Tingkat responden merasa lebih terbuka dalam memahami perasaan orang lain, baik itu perasaan bahagia maupun kesedihan, setelah menonton video dakwah Lancar Barokah	65
Tabel 4.38 Tingkat responden merasa lebih mudah membantu orang lain yang sedang emosi atau stres setelah menonton video dakwah Lancar Barokah	66
Tabel 4.39 Tingkat responden setelah menonton video dakwah Lancar Barokah, lebih sering memperhatikan tanda-tanda emosi yang dirasakan oleh orang-orang di sekitar	66
Tabel 4.40 Tingkat responden merasa lebih mampu memberikan dukungan emosional kepada orang lain ketika mereka membutuhkan setelah menonton video dakwah Lancar Barokah	67
Tabel 4.41 Tingkat responden merasa video dakwah Lancar Barokah telah mengajarkan untuk lebih peka terhadap perasaan orang lain dalam situasi sosial	67
Tabel 4.42 Tingkat responden merasa bahwa lebih bisa memahami orang lain ketika mereka sedang merasa marah, sedih, atau cemas setelah menonton video dakwah Lancar Barokah	67
Tabel 4.43 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	68
Tabel 4.44 Uji Linieritas	70
Tabel 4.45 Analisis Regresi Linear Sederhana	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Channel YouTube "Lancar Barokah" – Menjaga Iman.....	5
Gambar 4.1 Beranda YouTube Channel Lancar Barokah...	39
Gambar 4.2 video unggahan pertama channel YouTube "Lancar Barokah"	40
Gambar 4.3 Video channel youtube lancar barokah "agar hidup tenang"	40
Gambar 4.4 unggahan channel YouTube Lancar Barokah "Jangan Merasa Paling Baik"	42



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adjisakti, M. H. J., Riano, G., Christiawan, A. D., Ismoyo, I., & Handayani, L. (2021). Analisa Hubungan Kecerdasan Emosi dan Penyesuaian Diri Taruna Akademi Angkatan Udara Dalam Menghadapi Era Society 5.0. Prosiding Seminar Nasional Sains Teknologi Dan Inovasi Indonesia (SENASTINDO), 3, 345-356.
- Ahmad zainuri, and Mohammad Fahri. "Moderasi Beragama Di Indonesia." *Intizar* 25 (2019): 95.
- Alimul, Aziz Hidayat. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji ValiditasReliabilitas*. . Health Books Publishing, 2021.
- Aristiani, A., Sadiyah, A., & Solihat, A. N. (2021). Pengaruh Kecerdasan Intelektual dan Kecerdasan Emosional terhadap Hasil Belajar dari Perspektif Gender. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 3(1), 221-230.
- Aryani, Yanti, and Dudih Gustian. "Sistem Informasi Penjualan Barang Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan." *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)* 2, no. 2 (2020): 49.
- Aryandari, D., & Nashori, F. (2024). The Role of Mindfulness and Patience on Social Anxiety in Using Social Media in Emerging Adulthood. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 9(1),
- Auliadi, Ahmad. "Pengaruh Konsep Diri Dan Kebiasaan Belajar Terhadap Hasil Belajar Bahasa Indonesia Pada Siswa Di SMKN 22 Jakarta ." Universitas Negeri Jakarta, 2018.
- Aziz, M. A. "Ilmu Dakwah: Edisi Revisi." *Jakarta: Prenada Media*. (2019).

- Budiargo, Deo, and Nikmah Nikmah. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Manufaktur Periode 2008-2012* . Universitas Bengkulu, 2014.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Christiawan, A. D., & Handayani, L. (2021). Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Karyawan di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 123-134.
- Desmita. “ Psikologi Perkembangan Peserta Didik. .” *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*. (2017).
- Fadlilah, G., & Sukmara, T. (2024). Kecerdasan Emosional dan Kepemimpinan Transformasional di Era Digital. *Jurnal Psikologi*, 10(1), 45-56.
- Goleman, D. (2024). *Kecerdasan Emosional*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hartono, Winastyo Febrianto, and Jopie Jorie Rotinsulu. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Dan Pembagian Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Prima Inti Citra Rasa Manado .” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3, no. 2 (2015): 914.
- In, Agytri Wardhatul Khurun, and Nur Fadjrih Asyik. “Pengaruh Kompetensi Dan Independensi Terhadap Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Pemoderasi.” *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 8, no. 8 (2019): 6.
- Ismawati, Debbi. “ Pengaruh Penggunaan Akun Instagram" DuniaHalal" Terhadap Keputusan Pembelian Barang. .” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah., 2019.

Kamila, Rizqi Khasna. “EFEKTIVITAS TERPAAN PESAN DAKWAH DI YOUTUBE ‘PEMUDA TERSESAT’ TERHADAP SIKAP DAN PERILAKU KEAGAMAAN (Studi Pada Subscriber Youtube ‘Pemuda Tersesat’).” Universitas Muhammadiyah Malang, 2022.

Młodkowska, Bianka. “Influencers on Instagram and YouTube and Their Impact on Consumer Behaviour.” *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets* 1, no. 9 (2019): 4.

Bin Muhammad Fuad, Sufyan Tsauri. “Analisis Aplikasi YouTube Dalam Mendepani Cabaran Dunia Dakwah Pada Hari Ini.” *Fakulti Pengajian Quran dan Sunnah, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)* (2021).

Muhartini, Ajeng Afifah. “Analisis Peramalan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana.” *Jurnal Bayesian: Jurnal Ilmiah Statistika dan Ekonometrika* 1 (2021): 18–19.

Mulyadi, Mohammad. “Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 15, no. 1 (2011): 131.

Najiibah, Dwi Rahmah. “Pengaruh Pemberitaan Sisi Gelap Budaya Jepang Di Media Online Japanesestation. Com Terhadap Perilaku Imitasi Komunitas Jepang Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah., 2018.

Nugraheni, E. P., Wibowo, M. E., & Murtadho, A. (2017). Hubungan Kecerdasan Emosional dengan Prestasi Belajar: Analisis Mediasi Adaptabilitas Karir pada Prestasi Belajar. *Jurnal Bimbingan Konseling*, 6

- Pratama, R., & Sari, D. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Kecerdasan Emosional Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 78-89.
- Putri, Elsa Carinta. “ Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram@Nunuzoo). .” I, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Rahmawati, Dwi. *Unsystematic Kredit Risk Bank Syariah Di Indonesia*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2013.
- Resty, Gharnish Tiara. “Pengaruh Penerimaan Diri Terhadap Harga Diri Remaja Di Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah Yogyakarta .” *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling* 1, no. 5 (2016): 7.
- Sari, Atmira Qurnia, Y.L. Sukestiyarno, and Arief Agoestanto. “ Batasan Prasyarat Uji Normalitas Dan Uji Homogenitas Pada Model Regresi Linear .” *Unnes Journal of Mathematics*, no. 2 (2017): 173.
- Sari, D. (2022). Kecerdasan Emosional dan Hubungan Sosial. Penerbit Graha Ilmu.
- Sendjaja, S. Djuarsa. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2004.
- Sendjaja, S. Djuarsa. *Teori Komunikasi*. 3rd ed., 1999.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* . Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: alfabeta, 2009.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Suhartini, Entin, and Rudi Hartono. “Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Sikap Religiusitas Remaja Di Link Luwung Sawo Citangkil .” *Adz-Zikr: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 52 (2021): 2.

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

Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2013.

Tristiana, Rena, and Ashari P. Swondo. “THE EFFECT OF YOUTUBE CONTENT MAKING ON STUDENTS’ SPEAKING SKILL.” *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Kependidikan*, 1, no. 1 (2020): 148.

Wibowo, M. E. (2019). *Kecerdasan Emosional dan Kepemimpinan*. Penerbit Erlangga.

Yuli Nurhanisah. “Indonesia Melek Internet .” *<https://Indonesiabaik.Id/Infografis/Orang-Indonesia-Makin-Melek-Internet#>*.