

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENONTON  
TAYANGAN DAKWAH ISLAMI DI MEDIA SOSIAL  
DENGAN SIKAP RELIGIUS MAHASISWA  
PRODI PAI IAIN PALANGKA RAYA**



Oleh:  
**SUCI ARIFANI**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
TAHUN 1442 H/ 2021 M**

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENONTON  
TAYANGAN DAKWAH ISLAMI DI MEDIA SOSIAL  
DENGAN SIKAP RELIGIUS MAHASISWA  
PRODI PAI IAIN PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)



Oleh:

SUCI ARIFANI  
NIM: 1701112217

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
JURUSAN TARBIYAH  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM  
TAHUN 1442 H/ 2021 M**

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Suci Arifani

NIM : 1701112217

Jurusan / Prodi : Tarbiyah / Pendidikan Agama Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Menyatakan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial Dengan Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI IAIN Palangka Raya” adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat, maka skripsi dan gelar yang saya peroleh dibatalkan.

Palangka Raya, 28 April 2021



**Suci Arifani**

**NIM. 1701112217**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah  
Islami di Media Sosial Dengan Sikap Religius Mahasiswa  
Prodi PAI IAIN Palangka Raya

Nama : Suci Arifani  
NIM : 1701112217  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Tarbiyah  
Prodi : Pendidikan Agama Islam  
Jenjang : Strata 1 (S-1)

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, dapat disetujui untuk  
disidangkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
IAIN Palangka Raya

Palangka Raya, 28 April 2021  
Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Nurul Wahdah, M.Pd.  
NIP. 19800307 200604 2 004

Pembimbing II,



Surawan, M.S.I  
NIP. 19841 006201809 0 322

Mengetahui,

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Nurul Wahdah, M.Pd.  
NIP. 19800307 200604 2 004

Ketua Jurusan Tarbiyah,



Sri Hidayati, M.A.  
NIP. 19720929 199803 2 002

**NOTA DINAS**

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**  
Saudari Suci Arifani

Palangka Raya, 28 April 2021

Kepada  
Yth. Ketua Jurusan Tarbiyah  
FTIK IAIN Palangka  
Raya  
di-  
PALANGKA RAYA

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : SUCI ARIFANI  
NIM : 1701112217  
Fakultas : TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
Jurusan : TARBIYAH  
Program Studi : PENDIDIKAN AGAMA ISLAM  
Jenjang : STRATA SATU (S-1)  
Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENONTON  
TAYANGAN DAKWAH ISLAMI DENGAN SIKAP  
RELIGIUS MAHASISWA PRODI PAI IAIN  
PALANGKA RAYA**

Sudah dapat dimunaqasahkan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

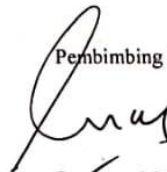
*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing I,



Dr. Nurul Wahdah, M.Pd.  
NIP. 19800307 200604 2 004

Pembimbing II,



Surawan, M.S.I  
NIP. 19841006 201809 0 322

## PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami dengan Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI IAIN Palangka Raya  
Nama : Suci Arifani  
NIM : 1701112217  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Tarbiyah  
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

Telah diujikan dalam sidang/Munaqasah Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palangka Raya pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 11 Mei 2021 M / 29 Ramadhan 1442 H

### TIM PENGUJI

1. Drs. Asmail Azmy, M.Fil. I  
(Ketua/Penguji)
2. Gito Supriadi, M.Pd  
(Penguji Utama)
3. Dr. Nurul Wahdah, M.Pd  
(Penguji)
4. Surawan, M.S.I.  
(Sekretaris/Penguji)



Mengetahui:  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu  
Keguruan IAIN Palangka Raya,



H. Rodhatul Jennah, M.Pd.  
19671003 199303 2 001

# HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENONTON TAYANGAN DAKWAH ISLAMI DI MEDIA SOSIAL DENGAN SIKAP RELIGIUS MAHASISWA PRODI PAI IAIN PALANGKA RAYA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertolak dari keinginan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa. Karena semakin tinggi intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial diharapkan dapat meningkatkan sikap religius Mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya (2) Sikap religius yang dimiliki oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya (3) Hubungan antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya (4) Pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya sebanyak 221 Mahasiswa. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan rumus *mean*, *korelasi Pearson Product Moment*, dan koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Intensitas menonton tayangan dakwah islami Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya di media sosial termasuk kategori tinggi yaitu dengan nilai sebesar 3,54 (2) Sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya termasuk kategori tinggi yakni dengan nilai sebesar 3,87. (3) Terdapat hubungan yang positif antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya yang termasuk kategori hubungan yang kuat yakni dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,692 (4) Pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya sebesar 47,8%, sedangkan 52,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Media Sosial, Dakwah Islami, Sikap Religius

**RELATIONSHIP BETWEEN WATCHING INTENSITY  
ISLAMIC DA'WAH SHOWS ON SOCIAL MEDIA  
WITH THE RELIGIOUS ATTITUDE OF  
ISLAMIC STUDENT EDUCATION  
IAIN PALANGKA RAYA**

**ABSTRACT**

This study originated from the desire to measure the extent of the relationship between the intensity of watching Islamic da'wah shows on social media with the religious attitudes. Because the higher the intensity of watching Islamic da'wah shows on social media, it is hoped that it can improve college students religious attitudes. This study aims to determine: (1) The intensity of watching Islamic da'wah shows on social media by the Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya (2) The religious attitudes by the Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya (3) Relationship between the intensity of watching Islamic da'wah shows on social media with the religious attitude of the Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya (4) The effect of the intensity of watching Islamic da'wah shows on social media on the religious attitudes of Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya.

This research is a quantitative research with correlational research type. The sample of this research was 221 students of Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya. The sampling technique used in this research was simple random sampling technique. Data collection techniques using questionnaires and documentation. The data analysis technique used the formula mean, Pearson Product Moment correlation, and the coefficient of determination.

The results of this study indicate that: (1) The intensity of watching Islamic da'wah shows of Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya on social media is in the high category with a value of 3.54 (2) The religious attitude of Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya is included in the high category with a value of 3.87. (3) There is a positive relationship between the intensity of watching Islamic da'wah shows on social media and the religious attitudes of the Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya which are in the strong relationship category, namely with a correlation coefficient value of 0.692 (4) The effect of the intensity of watching Islamic da'wah shows on the media social towards religious attitudes of Islamic education college student FTIK IAIN Palangka Raya amounted to 47.8%, while the other 52.2% were influenced by other factors.

Keywords: social media, Islamic da'wah, religious attitudes



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial Dengan Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI IAIN Palangka Raya”. Shalawat serta salam dihaturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan bimbingan dari alam kegelapan menuju Islam yang penuh dengan keimanan dan tali kasih sesama umat.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti telah banyak mendapatkan bantuan dan masukan dari berbagai pihak, karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, terutama kepada:

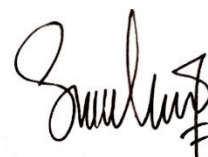
1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu pengetahuan di IAIN Palangka Raya.
2. Ibu Dr. Hj. Rodhatul Jennah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palangka Raya yang telah memberikan izin penelitian.
3. Ibu Dr. Nurul Wahdah M.Pd selaku Wakil Dekan Bidang Akademik yang telah memberikan dukungan dalam penelitian ini..

4. Ibu Sri Hidayati, MA Ketua Jurusan Tarbiyah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palangka Raya yang telah menyetujui judul penelitian ini serta memberikan kebijakan demi kelancaran penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Asmail Azmy HB, M.Fil selaku Ketua Program Studi Pendidikan Agama yang telah menyetujui judul dan menerimanya.
6. Ibu Dr. Nurul Wahdah M.Pd selaku pembimbing I dan Bapak Surawan, M.S.I selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Mazrur, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang selama ini membimbing, menasehati, dan mengarahkan selama menjalani proses perkuliahan.
8. Seluruh jajaran Dosen yang selama ini berbagi ilmunya pada proses perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kita semua. Semoga Allah selalu meridhoi dan memberikan kemudahan disetiap urusan kita *amin ya rabbal a'lamin*.

Palangka Raya, 28 April 2021

Penulis



**Suci Arifani**  
**NIM. 1701112217**

## MOTTO

إِن أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِنَفْسِكُمْ ۖ وَإِن أَسَأْتُمْ فَلَهَا ۗ

**Artinya:** “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri”  
(Departemen Agama RI, 2015: 345)



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki, dan semua yang saya butuhkan. Allah SWT sebaik-baik penolong.
2. Kepada orang tua saya, yaitu Ayah (Tarmidi), Ibu (Hindun Haifah), Kakak (Dini Puspitasari), dan Adik-adik saya (Chintya Dewi Lestari dan Muhammad Ramadhan) yang sangat saya cintai. Terima kasih atas doa, motivasi, semangat, cinta, kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan. Karena berkat keluarga, saya telah sampai dititik ini yang belum tentu semua orang bisa mendapatkannya. Tidak lupa juga, kepada almarhum Kakek (Imanuddin) dan Nenek (Sarihanah) serta seluruh keluarga besar yang telah mendukung dan mendoakan saya selama ini.
3. Kedua Dosen Pembimbing saya, Ibu Nurul Wahdah dan Bapak Surawan yang telah meluangkan waktunya dan sabar dalam membimbing saya.
4. Guru dan para Dosen saya tercinta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman berharga kepada saya.
5. Sahabat saya tercinta Verby Putri Mundiati yang selalu meluangkan waktu mendengarkan cerita saya dan memotivasi saya menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman satu kos yang sangat saya sayangi, Nurdiyana dan Siti Qarimah serta Putri Ambarwati yang menjadi keluarga kedua saya selama di perantauan.

7. Kepada teman-teman Prodi Pendidikan Agama Islam tahun angkatan 2017 diantaranya yaitu Nurkhafifah, Komariah, Suherni, Khoirunnisa, Dewi Pratiwi, Noor Resti Ariyani, dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang sudah membantu selama proses perkuliahan.
8. Kepada tetangga kos saya di sekitar pondok asri, yakni Ibu kos beserta keluarga, Mama Kokon beserta keluarga, Mama Sanes beserta keluarga, Ka Tuti beserta keluarga, dan Bule Zaid beserta keluarga.
9. Kepada Lusi Kristina dan Ikhfak Nurfahmi yang telah membantu saya mengurus berkas pengajuan judul skripsi.
10. Kepada Hindia, Ardhito Pramono, Rendy Pandugo, Kunto Aji, Nadin Amizah, Pamungkas, Nosstress, Payung Teduh, Reality Club, Boy Pablo, dan masih banyak lagi musisi yang *playlist* lagunya setia menemani saya mengerjakan skripsi ini.
11. Terakhir saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah berjuang sampai sejauh ini dengan segala halangan dan rintangan yang ada, terima kasih.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Hasil Penelitian Yang Relevan/Sebelumnya.....	7
C. Identifikasi Masalah .....	15
D. Batasan Masalah.....	16
E. Rumusan Masalah .....	16
F. Tujuan Penelitian .....	17
G. Manfaat Penelitian .....	18
H. Definisi Operasional.....	18
I. Sistematika Penulisan .....	19

<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>21</b>
A. Deskripsi Teori.....	21
1. Media Sosial.....	21
2. Dakwah Islami .....	25
3. Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial....	28
4. Sikap Religius .....	31
5. Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap .....	39
B. Konsep dan Pengukuran.....	42
C. Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian .....	45
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	45
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data .....	49
E. Instrumen Penelitian .....	50
F. Pengabsahan Instrumen .....	57
G. Teknik Analisis Data .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>67</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	67
B. Hasil Uji Hipotesis .....	114
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL.....</b>	<b>119</b>
A. Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial.....	119
B. Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya .....	123
C. Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial dengan Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK.....	130

D. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial terhadap Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK.....	136
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>137</b>
A. Kesimpulan .....	137
B. Saran.....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>139</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2.1 <i>Skala Likert</i> .....	43
Tabel 2.2 Kriteria Angket .....	43
Tabel 3.1 <i>Schedule Time</i> .....	46
Tabel 3.2 Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2017, 2018, 2019 dan 2020 .....	47
Tabel 3.3 Penentuan Jumlah Sampel Dengan Taraf 1%, 5% dan 10% .....	48
Tabel 3.4 Pengambilan Sampel .....	49
Tabel 3.5 Kisi-kisi Kuesioner .....	51
Tabel 3.6 Kuesioner Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial .....	52
Tabel 3.7 Kuesioner Sikap Religius .....	55
Tabel 3.8 <i>Skala Likert</i> .....	57
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial .....	59
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner Sikap Religius .....	61
Tabel 3.11 Daftar Interpretasi Koefisien $r$ .....	62
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial .....	63
Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Sikap Religius .....	63
Tabel 3.14 Interpretasi Nilai $r$ <i>Product Moment</i> .....	66
Tabel 4.1 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Perhatian .....	68
Tabel 4.2 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Perhatian .....	73
Tabel 4.3 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Penghayatan .....	74
Tabel 4.4 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Penghayatan .....	78

Tabel 4.5 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Frekuensi .....	79
Tabel 4.6 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Frekuensi .....	84
Tabel 4.7 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Durasi .....	85
Tabel 4.8 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Durasi .....	89
Tabel 4.9 <i>Output Mean</i> Total Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial .....	90
Tabel 4.10 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator keyakinan .....	92
Tabel 4.11 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Sikap Religius Indikator Keyakinan....	96
Tabel 4.12 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Ibadah.....	97
Tabel 4.13 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Sikap Religius Indikator Ibadah .....	100
Tabel 4.14 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Pengalaman .....	101
Tabel 4.15 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Sikap Religius Indikator Pengalaman .....	104
Tabel 4.16 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Pengetahuan .....	105
Tabel 4.17 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Sikap Religius Indikator Pengetahuan .....	108
Tabel 4.18 Hasil Data Jawaban Responden Pada Indikator Pengamalan .....	109
Tabel 4.19 <i>Output</i> Statistik Deskriptif Sikap Religius Indikator Pengamalan .....	112
Tabel 4.20 <i>Output Mean</i> Total Sikap Religius.....	113
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas .....	115
Tabel 4.22 Uji Korelasi <i>Product Moment</i> .....	116
Tabel 4.23 Interpretasi Nilai r <i>Product Moment</i> .....	116
Tabel 4.24 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	117
Tabel 5.1 Hasil Uji Normalitas .....	131
Tabel 5.2 Uji Korelasi <i>Product Moment</i> .....	132
Tabel 5.3 Interpretasi Nilai r <i>Product Moment</i> .....	132

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era sekarang ini, teknologi terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Teknologi bahkan sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Dengan teknologi, banyak pekerjaan-pekerjaan sulit yang dapat diselesaikan dengan mudah sehingga hal ini lah yang membuat teknologi menjadi begitu penting. Internet merupakan salah satu bagian dari teknologi yang hampir digunakan oleh seluruh masyarakat di dunia.

Dengan adanya internet, hal tersebut mempengaruhi kehidupan sehari-hari bahkan merubah gaya hidup masyarakat termasuk dalam berinteraksi dan bersosialisasi. Karena internet, berinteraksipun lebih mudah untuk dilakukan, batas-batas antar negara perlahan-lahan terasa memudar karena dapat dijangkau melalui internet. Informasi lebih mudah didapatkan di mana informasi tersebut bersifat sangat luas dan dapat diakses kapanpun, di manapun, dan oleh siapapun. Selaras dengan hal tersebut, maka terciptalah salah satu inovasi teknologi berupa media sosial yang memudahkan berkomunikasi tanpa perlu bertatap muka secara langsung.

Media sosial adalah inovasi terbaru dari teknologi-teknologi perkembangan *web* internet sebagai perantara menjalin interaksi virtual dan menyebarkan informasi (Asmaya, 2015). Media sosial menjadi tempat bagi penggunanya menampilkan diri untuk berinteraksi dengan pengguna lain secara

*online* (Nasrullah, 2015). Sehingga, dengan adanya media sosial seseorang lebih mudah untuk mengakses informasi maupun berinteraksi.

Seiring dengan perkembangan teknologi, beberapa hal mengalami perubahan, salah satunya yaitu dalam hal berdakwah. Media dakwah saat ini ikut mengalami perubahan. Dahulu berdakwah hanya dilakukan secara langsung. Namun, saat ini dakwah bisa dilakukan secara tidak langsung atau melalui media digital. Di era teknologi sekarang ini, dakwah juga dapat dilakukan melalui media sosial baik dalam bentuk gambar, kata-kata motivasi, video dan lain-lain. Penggunaan media sosial dianggap sebagai *medium* yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dikarenakan menggunakan bahasa percakapan sehari-hari sehingga pengguna dapat lebih mudah memahami pesan yang disajikan (Karim, 2016: 162).

Menurut Arifin (2011: 6), dakwah merupakan suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai nasihat yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan. Dakwah juga dapat dipahami sebagai proses komunikasi (*tabligh*) yang artinya menyampaikan ajaran Islam. Dakwah dengan menggunakan media sosial semakin mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan pesan dakwah, karena media sosial merupakan media yang banyak penggunanya dari berbagai kalangan masyarakat

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya merupakan sebuah Perguruan Tinggi yang berlandaskan Islam di Kalimantan Tengah. Salah satu program studi yang ada di IAIN Palangka Raya adalah Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI). Prodi PAI memiliki tujuan 1) Terselenggaranya pendidikan dan pembelajaran dalam bidang Pendidikan Agama Islam yang bermutu dan berlandaskan hasil penelitian pengembangan teknologi pembelajaran Pendidikan Agama Islam. 2) Terlaksananya penelitian dengan berorientasi pada bidang pengembangan teknologi pembelajaran Pendidikan Agama Islam. 3) Terlaksananya pengabdian kepada masyarakat berbasis penelitian bidang pendidikan dan pembelajaran Pendidikan Agama Islam. 4) Terjalinnnya kerjasama secara berkelanjutan, baik dengan instansi dalam negeri dan luar negeri untuk mengembangkan teknologi pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI FTIK IAIN Palangkaraya: 2021). Seiring mengikuti perkembangan teknologi, segala bentuk aktivitas Mahasiswa IAIN Palangka Raya tidak terlepas dari internet termasuk media sosial. Pada usia remaja hingga dewasa awal seperti usia Mahasiswa merupakan pengguna aktif media sosial dalam kesehariannya (Windari: 2020, 5). Akibat dari perkembangan teknologi, fenomena yang terjadi di masyarakat sekarang termasuk Mahasiswa Prodi PAI tidak dapat terlepas dari internet atau gadget, karena mudahnya akses terhadap berbagai situs, salah satunya media sosial (Nasrullah, 2015: 11).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Crowdtap*, *Ipsos MediaCT*, *san The Wall Street Journal* pada tahun 2014, didapatkan data dari 839

responden dengan rentang usia 16-36 tahun menunjukkan bahwa sebagian besar waktu lebih banyak digunakan untuk mengakses media sosial (Mulawarman, 2017: 37). Kemudian berdasarkan data dari *We Are Social* pada tahun 2020 menunjukkan bahwa terdapat 175,4 juta pengguna internet indonesia dan 160 juta darinya merupakan pengguna aktif media sosial (Triastuti, 2017: 18).

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan yang peneliti lakukan dengan mewawancarai 10 orang Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2017, menunjukkan bahwa sebagian besar Mahasiswa Prodi PAI 2017 merupakan pengguna media sosial yang aktif dalam kesehariannya, terbukti dengan sebagian besar waktu yang mereka habiskan di media sosial dan juga kegiatan Mahasiswa Prodi PAI hampir tidak dapat terlepas dari media sosial baik digunakan dalam pembelajaran, maupun hanya sebatas hiburan dan berkomunikasi. Untuk memenuhi rasa ingin tahu, sebagian Mahasiswa Prodi PAI menggunakan media sosial yang sudah akrab dengan kehidupan sehari-harinya untuk mencari informasi mengenai ajaran agama Islam. Melalui konten-konten dakwah islami di media sosial tentu akan menambah pengetahuan keagamaannya.

Sebagai calon seorang guru, sikap Mahasiswa Prodi PAI merupakan komponen yang sangat penting, karena kelak sikap guru akan senantiasa diperhatikan dan guru dianggap sebagai teladan bagi murid-muridnya. Terlebih lagi Mahasiswa Prodi PAI yang selama ini dikenal sebagai Mahasiswa yang memiliki sikap religius yang baik, hal tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Audiana (2020: 80), dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan perubahan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI yang menjadi

semakin baik dikarenakan dengan bertambahnya ilmu pengetahuan tentang agama Islam yang didapatkan selama perkuliahan. Sikap merupakan sebuah kecenderungan yang menentukan atau suatu kekuatan jiwa yang mendorong seseorang untuk bertingkah laku yang ditujukan ke arah suatu objek khusus dengan cara tertentu, baik objek itu berupa orang, kelembagaan ataupun masalah bahkan berupa dirinya sendiri (Arifin, 2011:104). Menurut Spranger, tipe religius adalah orang yang patuh kepada ajaran agama, menyenangi hal-hal yang berkaitan dengan ke Tuhanan dan keyakinan agama (Surawan, 2020: 149). Seseorang disebut religius ketika ia senantiasa berusaha mendekatkan dirinya kepada Tuhan, patuh terhadap perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya (Swandar, 2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap religius adalah segala perbuatan atau tingkah laku yang dilakukan oleh seseorang dengan didasari nilai-nilai dari ajaran agama yang dianutnya sebagai bentuk kecintaan kepada Tuhan nya yang tercermin dalam kehidupan sehari-harinya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap seseorang, salah satunya yaitu media massa. Berbagai bentuk media massa termasuk media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut (Azwar, 2011: 50). Dengan bertambahnya pengetahuan agama seseorang seyogyanya akan berpengaruh terhadap sikapnya dalam kehidupan sehari-hari, karena sikap seseorang dalam menerima atau menilai ajaran

agamanya berkaitan erat dengan pengetahuan agama yang didapatkannya (Surawan, 2020: 98).

Kemajuan teknologi memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat termasuk bagian dari perkembangan teknologi yaitu media sosial. Namun selain memiliki dampak positif, media sosial juga memiliki dampak negatif bagi penggunanya. Ada banyak konten-konten di media sosial yang merupakan konten negatif, seperti konten asusila, ujaran kebencian, hoax dan sebagainya yang dapat memberikan pengaruh buruk bagi pengguna media sosial (Zulaiha, 2019: 116). Menurut Henri, terdapat jutaan konten negatif di media sosial yang bisa memberikan pengaruh buruk pada penggunanya (Mursid: 2021). Selain itu tidak menutup kemungkinan bahwa pencarian informasi konten-konten dakwah Islami di media sosial memiliki kekurangan seperti jika informasi yang didapatkan memunculkan banyak penafsiran dan tidak dilandasi dengan pengetahuan yang kuat dari buku maupun guru yang ahli dalam persoalan keagamaan maka akan memunculkan pemahaman agama yang menyimpang.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait dengan hubungan intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius para mahasiswa, khususnya di kalangan Mahasiswa IAIN Palangka Raya yang berada di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, lebih khususnya lagi Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam. Penggunaan media sosial memungkinkan dapat memberikan pengaruh kepada sikap positif maupun negatif mahasiswa. Sebagai calon pendidik yang mengajarkan Pendidikan Agama Islam, Mahasiswa Prodi PAI seyogyanya



memiliki pemahaman agama dan sikap religius yang baik. Sehingga hal tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENONTON TAYANGAN DAKWAH ISLAMI DI MEDIA SOSIAL DENGAN SIKAP RELIGIUS MAHASISWA PRODI PAI IAIN PALANGKA RAYA”**.

## **B. Hasil Penelitian Yang Relevan/Sebelumnya**

Mengenai permasalahan yang peneliti angkat, peneliti menemukan beberapa literatur yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini, penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Elok Latifah (2018), dengan judul “Pengaruh Akun Dakwah *Instagram* Terhadap Sikap Keagamaan Siswa di SMAN 17 Surabaya”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan prosentase dan regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) penggunaan media sosial *instagram* di SMAN 17 termasuk ke dalam kategori baik yakni 67,6%, 2) Sikap keagamaan siswa pengguna *instagram* di SMAN 17 Surabaya termasuk ke dalam kategori baik sebanyak 80,5%, 3) terdapat pengaruh akun dakwah *instagram* terhadap sikap keagamaan siswa SMAN 17 Surabaya berdasarkan hasil analisis regresi linier, nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yakni 15,544. Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah variabel bebas penelitian tersebut dibatasi pada salah satu media sosial saja yaitu *instagram* sedangkan penelitian yang akan diteliti tidak membatasi media sosial yang

dimaksud. Penelitian tersebut menggunakan analisis data dengan metode prosentase dan uji hipotesis dengan regresi linier sederhana sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan analisis data deskriptif dan uji hipotesis dengan *korelasi pearson product moment*. Persamaannya yaitu meneliti variabel Y berupa sikap keagamaan/sikap religius.

2. Penelitian Samsu Rizal, Ahmad Syarifuddin dan Syarnubi (2019), dengan judul “Pengaruh Akun Dakwah *Youtube* terhadap Perilaku Religiusitas Siswa di MAN 2 Palembang”. Jurnal PAI Raden Fattah, Vol. 1, 3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara akun dakwah *youtube* dan perilaku religiusitas siswa MAN 2 Palembang yaitu sebesar 31,36 %. Adapun sisanya 68,84% dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti media sosial yang berkaitan dengan dakwah sebagai variabel X nya. Perbedaannya, teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan kuesioner *online*. Pada penelitian ini variabel Y nya berupa perilaku religiusitas Siswa MAN 2 Palembang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel Y nya sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.
3. Penelitian Ahmad Maujuhan Syah (2020), dengan judul “Pengaruh Dakwah Media Sosial *Youtube* terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagung. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD. Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan nilai

signifikansi  $0,049 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $2,024 > t$  tabel  $2,011$  sehingga kesimpulannya adalah terdapat pengaruh variabel dakwah media sosial *youtube* terhadap religiusitas. Perbedaannya adalah, penelitian tersebut menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan analisis *korelasi pearson product moment*. Persamaannya, sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan bantuan *SPSS* dalam menganalisis data penelitian.

4. Penelitian Muhammad Iqbal Rappedeo (2019), dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Akun *Instagram* @Hanan-Attaki terhadap Religiusitas Para Followers”. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh akun *instagram* @Hanan-Attaki terhadap religiusitas para followers sebesar 69% dengan koefisien determinasi sebesar 0,690 dimana hasil tersebut termasuk ke dalam kategori tinggi. Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti yakni penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif sedangkan penelitian yang akan diteliti merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Persamaannya, sama-sama menggunakan teknik pengukuran data *skala likert* dan teknik pengumpulan data yaitu berupa kuesioner dan dokumentasi.
5. Penelitian Muhammad Rendy Romadhon (2019), dengan judul “Pengaruh Akun Dakwah “Shift” di *Instagram* Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan

Ampel Surabaya”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat yakni sebesar 85,5% antara Akun Dakwah Shift di *Instagram* terhadap perilaku religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun angkatan 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya. Perbedaannya yaitu teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner, sedangkan penelitian yang akan diteliti teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi. Persamaannya, sama-sama penelitian kuantitatif korelasional dan pengolahan data menggunakan bantuan *SPSS*.

6. Penelitian Hanifah Wiga Tresani (2018), dengan judul “Pengaruh Video Dakwah di Akun Media Sosial (*Instagram*) terhadap Sikap Keagamaan Peserta Didik di SMA Negeri 1 Tumijajar Tahun Ajaran 2018/2019”. Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai sig uji-t sebesar 0,000 atau lebih kecil dari sig 0,05 yang berarti terdapat pengaruh video dakwah di akun media sosial (*Instagram*) terhadap variabel sikap keagamaan peserta didik di SMA Negeri 1 Tumijajar. Perbedaannya penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif pre-eksperimental dengan analisis data menggunakan uji T sedangkan penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian kuantitatif korelasional dengan analisis data menggunakan statistik deskriptif dan uji hipotesis menggunakan *korelasi pearson product moment*. Persamaannya, variabel terikat (Y) dari kedua penelitian merupakan sikap keagamaan/sikap religius.

7. Penelitian Reni Ferlitasari (2018), dengan judul “Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja”. Penelitian ini memfokuskan kepada satu media sosial saja yaitu *instagram* dengan objek kajiannya adalah siswa-siswi yang mengikuti organisasi Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan pada remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan metode uji normalitas, uji linearitas, uji koefisien regresi linear sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji determinasi atau  $R^2$ . Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi *SPSS for windows 18*. Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung. Hasil tersebut berdasarkan uji determinasi atau  $R^2$  pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja adalah sebesar 11,9% sehingga hipotesa ( $H_a$ ) diterima. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama penelitian kuantitatif, dengan meneliti media sosial dan menggunakan *SPSS for windows 18*. Perbedaannya, penelitian ini memfokuskan pada media sosial *instagram* sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak membatasi media sosial yang digunakan.

8. Penelitian Anjani Naka Murti (2020), dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun *Instagram* @berani.hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja”. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh pesan dakwah pada akun *instagram* @berani.hijrah terhadap perilaku beragama remaja dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,467 (46,7%). Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti yakni jenis penelitian tersebut adalah survei dan teknik pengumpulan data berupa observasi, kuesioner dan studi kepustakaan sedangkan jenis penelitian yang akan diteliti adalah kuantitatif korelasional dan teknik pengumpulan data berupa kuesioner *online* dan dokumentasi. Persamaannya, sama-sama membahas pengaruh dakwah melalui media sosial.

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Elok Latifah (2018), “Pengaruh Akun Dakwah <i>Instagram</i> Terhadap Sikap Keagamaan Siswa Di SMAN 17 Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama penelitian Kuantitatif</li> <li>• Sama-sama variabel terikat (Y) yang diteliti berupa sikap keagamaan/sikap religius</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya variabel bebas (X) yaitu <i>Instagram</i>. Analisis data prosentase dan regresi linier</li> <li>• Penelitian ini variabel bebasnya yaitu semua media sosial. Analisis data deskriptif dan uji hipotesis <i>Korelasi Pearson Product Moment</i></li> </ul>	Terdapat pengaruh akun dakwah <i>instagram</i> terhadap sikap keagamaan siswa SMAN 17 Surabaya berdasarkan hasil analisis regresi linier, nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni 15,544
2	Samsu Rizal, Ahmad Syarifuddin dan Syarnubi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama penelitian kuantitatif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya teknik pengumpulan data menggunakan</li> </ul>	Terdapat korelasi yang signifikan antara akun

	(2019), “Pengaruh Akun Dakwah <i>Youtube</i> terhadap perilaku religiusitas Siswa di MAN 2 Palembang”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama variabel X berupa media sosial yang berkaitan dengan dakwah</li> </ul>	<p>observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Variabel terikatnya (Y) yaitu perilaku religiusitas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner <i>online</i> dan dokumentasi. Variabel terikatnya adalah sikap religius.</li> </ul>	dakwah <i>youtube</i> dan perilaku religiusitas siswa MAN 2 Palembang yaitu sebesar 31,36 %. Adapun sisanya 68,84% dipengaruhi oleh faktor lain
3	Ahmad Maujahan Syah (2020), dengan judul “Pengaruh Dakwah Media Sosial <i>Youtube</i> Terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagung”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama penelitian kuantitatif</li> <li>• Sama-sama menggunakan <i>SPSS</i></li> <li>• Sama-sama variabel X berupa media sosial yang berkaitan dengan dakwah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya, variabel X berupa media sosial <i>youtube</i>. Teknik analisis data menggunakan rumus regresi sederhana.</li> <li>• Penelitian ini, variabel X berupa semua media sosial. Teknik analisis data menggunakan rumus <i>Korelasi Product Moment</i>.</li> </ul>	Terdapat pengaruh variabel dakwah media sosial <i>youtube</i> terhadap religiusitas remaja di MA. al-muhtadi sendangagung
4	Penelitian Muhammad Iqbal Rappedeo (2019), dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Akun <i>Instagram</i> @Hanan-Attaki Terhadap Religiusitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama menggunakan teknik pengukuran skala <i>likert</i></li> <li>• Sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dan dokumentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif.</li> <li>• Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis korelasional.</li> </ul>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh akun <i>instagram</i> @Hanan-Attaki terhadap religiusitas para followers sebesar 69% dengan koefisien determinasi sebesar 0,690 dimana hasil

	Para Followers”			tersebut termasuk ke dalam kategori tinggi
5	Muhammad Rendy Romadhon (2019), “Pengaruh Akun Dakwah “Shift” di <i>Instagram</i> Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama penelitian kuantitatif korelasional</li> <li>• Sama-sama menggunakan <i>SPSS</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner.</li> <li>• Penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner <i>online</i> dan dokumentasi.</li> </ul>	Terdapat pengaruh yang sangat kuat yakni sebesar 85,5% antara akun dakwah shift di <i>instagram</i> terhadap perilaku religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun angkatan 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya
6	Hanifah Wiga Tresani (2018), “Pengaruh Video Dakwah Di Akun Media Sosial ( <i>Instagram</i> ) Terhadap Sikap Keagamaan Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Tumijajar Tahun Ajaran 2018/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama variabel terikat (Y) berupa sikap keagamaan/religius</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya merupakan penelitian kuantitatif pre-eksperimental. Analisis data menggunakan uji T.</li> <li>• Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan uji hipotesis menggunakan rumus <i>korelasi product moment</i>.</li> </ul>	Nilai sig uji-t sebesar 0,000 atau lebih kecil dari sig 0,05 yang berarti terdapat pengaruh video dakwah di akun media sosial ( <i>Instagram</i> ) terhadap variabel sikap keagamaan peserta didik di SMA Negeri 1 Tumijajar
7	Reni Ferlitasari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama penelitian kuantitatif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya, teknik</li> </ul>	Ada pengaruh media sosial



	(2018), “Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama menggunakan <i>SPSS</i></li> </ul>	<p>pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner <i>online</i> dan dokumentasi.</li> </ul>	<i>Instagram</i> terhadap perilaku keagamaan remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung
8	Anjani Naka Murti (2020), “Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun <i>Instagram</i> @berani.hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama variabel X berupa media sosial yang berkaitan dengan dakwah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian sebelumnya, jenis penelitian berupa survei. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan studi kepustakaan.</li> <li>• Penelitian ini merupakan penelitian jenis kuantitatif korelasional. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner <i>online</i> dan dokumentasi.</li> </ul>	Ada pengaruh pesan dakwah pada akun <i>instagram</i> @berani.hijrah terhadap perilaku beragama remaja dengan nilai $R^2$ sebesar 0,467 (46,7%)

### C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

Penggunaan media sosial oleh Mahasiswa sebagai bentuk respon terhadap kemajuan teknologi pada masa sekarang ini sangat tinggi. Namun, masih banyak terdapat konten-konten negatif seperti hoax, asusila, ujaran kebencian dan lain-lain di media sosial yang dapat mempengaruhi penggunaannya. Selain itu tidak menutup kemungkinan bahwa pencarian

informasi konten-konten dakwah Islami di media sosial memiliki kekurangan seperti apabila informasi yang didapatkan memunculkan banyak penafsiran dan tidak dilandasi dengan pengetahuan yang kuat dari buku maupun guru yang ahli dalam persoalan keagamaan maka akan memunculkan pemahaman agama yang menyimpang dan berpengaruh terhadap sikap religiusnya.

#### **D. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah maka dalam penelitian ini akan dibatasi pada intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya?
2. Bagaimana sikap religius yang dimiliki oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya?
3. Adakah hubungan yang signifikan antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya?

4. Seberapa besar pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui sikap religius yang dimiliki oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.
3. Untuk mengetahui hubungan menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.
4. Untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya

## **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

### **1. Praktis**

Diharapkan dapat memberikan wawasan terhadap semua masyarakat secara umum dan khusus agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan dapat memilih mana saja konten-konten yang baik dan kurang baik.

### **2. Teoritis**

Memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan menjadi bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya.

## **H. Definisi Operasional**

Untuk menghindari pemberian makna yang terlalu luas terhadap penelitian ini, maka penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang terdapat pada judul skripsi. Judul skripsi ini yaitu “Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Dengan Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI IAIN Palangka Raya”.

### **1. Intensitas Menonton**

Dalam penelitian ini intensitas menonton yang dimaksud adalah seberapa sering (frekuensi), seberapa lama (durasi), dan daya konsentrasi (penghayatan dan perhatian) Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya dalam menonton tayangan dakwah islami di media sosial.

## 2. Tayangan Dakwah Islami

Dalam penelitian ini tayangan dakwah islami yang dimaksud adalah konten-konten atau informasi (gambar, *quotes*, video dsb) yang berkaitan dengan nilai-nilai keislaman yang ditampilkan di media sosial.

## 3. Media sosial

Dalam penelitian ini media sosial yang di maksud adalah medium di internet yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial secara daring. Contohnya: *facebook, instagram, youtube, twitter* dll.

## 4. Sikap Religius

Dalam penelitian ini sikap religius yang dimaksud adalah sikap Mahasiswa Prodi PAI yang berkaitan dengan keyakinan, ibadah, pengamalan, pengetahuan, dan pengalaman ajaran agama Islam.

### I. Sistematika Penulisan

Bab I merupakan Pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, penelitian sebelumnya, Identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan kajian pustaka yang berisi kajian teoritis, konsep dan pengukuran, dan hipotesis.

Bab III merupakan metode penelitian yang berisi metode penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, pengabsahan instrumen, dan analisis data.

Bab IV hasil penelitian dan pengujian hipotesis, yang meliputi hasil penelitian dan hasil pengujian hipotesis.

BAB V pembahasan, berisi tentang pembahasan hasil penelitian dan hasil pengujian hipotesis.

BAB VI penutup, berisi tentang kesimpulan yang diambil berdasarkan dari hasil penelitian di bab sebelumnya dan saran peneliti. Pada bagian akhir, terdapat daftar pustaka yang merupakan referensi-referensi yang digunakan sebagai teori rujukan dalam penelitian ini dan lampiran-lampiran yang berkaitan dengan penelitian ini.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Media Sosial**

###### **a. Pengertian Media Sosial**

Pengertian media sosial juga bermacam-macam menurut para ahli komunikasi. Menurut McGraw Hill Dictionary, media sosial adalah media yang digunakan oleh setiap individu untuk berhubungan satu sama lain dengan cara membentuk, *sharing*, dan bertukar informasi serta ide dalam suatu jaringan dan komunitas dunia maya. Sedangkan menurut Varinder Taprial dan Priya Kanwar, media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain (Yuliani, 2020: 69).

Media sosial merupakan perkembangan dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri (Asmaya, 2015: 3). Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi,

berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015: 11).

#### **b. Jenis-Jenis Media Sosial**

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010: 59-68), media sosial digolongkan ke dalam beberapa jenis, yaitu:

##### 1) *Projek kolaborasi (Collaborative projects)*

Projek kolaborasi merupakan bentuk demokrasi dari media sosial di mana banyak pengguna internet dapat berkolaborasi untuk menambahkan, mengubah, ataupun menghapus informasi dalam *Wiki*, yaitu situs yang menyediakan layanan bagi pengguna atau pembaca untuk melakukan perubahan-perubahan tersebut. Contoh dari bentuk projek kolaborasi adalah *Wikipedia*. Sebuah ensiklopedia *online* yang menyediakan beragam informasi dalam berbagai bahasa.

##### 2) *Blog (Blogs)*

*Blog* merupakan salah satu bentuk media sosial terlama yang memperbolehkan penggunanya menulis entri baru berdasarkan urutan waktu penulisan. *Blog* telah digunakan oleh banyak orang dan memiliki fungsi yang beragam untuk masyarakat. Dari sekedar media untuk menyalurkan pengalaman sehari-hari atau yang sering juga disebut sebagai *diary* sampai sebagai media berbagi informasi dan bahkan sebagai media jual beli. Contoh *blog* salah satunya adalah *Wordpress*.



### 3) Konten Komunitas (*Content Community*)

Konten Komunitas adalah media sosial yang tujuan utamanya untuk menampung konten dari pengguna dan membaginya ke pengguna lainnya. Contoh dari media ini adalah *Youtube* untuk berbagi video, *SlideShare* untuk berbagi file presentasi, *Flickr* untuk berbagi file gambar, dan lain sebagainya.

### 4) Dunia Game Virtual (*Virtual Game Worlds*)

Dunia Game Virtual tentu berkaitan dengan *Game Online* di mana pemain memiliki profil dan karakter sendiri di dunia game tersebut. Karakter mereka dapat berkomunikasi dengan karakter pemain lainnya dan melakukan aktivitas dalam game tersebut bersama-sama. Contoh dari dunia game virtual adalah *game online* seperti *World of Warcraft*, *Watch Dogs*, dan *Need For Speed*.

### 5) Dunia Sosial Virtual (*Virtual Social Worlds*)

Dunia Sosial Virtual hampir sama dengan Dunia Game Virtual hanya saja dengan tujuan murni untuk membangun “kehidupan” lain di luar kehidupan nyata, dengan aspek yang sama seperti dunia nyata hanya saja pengguna dapat berperan sebagai orang lain. Contoh dari dunia sosial virtual adalah *Second Life*.

### 6) Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*)

Situs jejaring sosial adalah tempat di mana setiap pengguna memiliki profil yang berisi informasi pribadi (seperti Tanggal lahir, Alamat, Jenis kelamin) dan dapat berkomunikasi dengan pengguna

lainnya melalui profil tersebut. Antar pengguna juga dapat melakukan *chatting* atau mengirim pesan teks, gambar, suara, maupun video. Pada situs tertentu, pengguna juga dapat mengikuti kegiatan keseharian dari teman-teman profil mereka melalui status update yang memberikan opsi kepada pengguna untuk membagi pengalaman keseharian mereka kepada teman-temannya. Contoh dari media sosial ini adalah *Facebook*, *Friendster*, dan *MySpace*.

### c. Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa fungsi, menurut McQuail (2010: 71) fungsi utama dari penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Informasi, yaitu berupa inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
- 2) Korelasi
  - a) Menjelaskan, menafsirkan makna peristiwa dan informasi.
  - b) Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
  - c) Mengkoordinasi beberapa kegiatan.
  - d) Membentuk kesepakatan.
- 3) Kesenambungan
  - a) Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
  - b) Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

#### 4) Hiburan

- a) Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
- b) Meredakan ketegangan sosial.

#### 5) Mobilisasi

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

## 2. Dakwah Islami

### a. Pengertian Dakwah Islami

Menurut Habib Muhsin, dakwah merupakan sebuah proses penyampaian keterangan mengenai ajaran Islam yang memiliki tujuan merubah perilaku dan tingkah laku seorang supaya lebih positif. Dimensi perubahan ke arah kemajuan atau positif merupakan ciri dasar yang semestinya dijadikan acuan pada kajian dakwah (Rosyidi, 2015: 76).

Sedangkan menurut Arifin (2011: 6), dakwah merupakan suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai nasihat yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.

Perintah berdakwah juga telah tertulis di Al-Qur'an, yaitu di Al-Qur'an Surah Saba' ayat 28, yang berbunyi:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ٢٨

**Artinya:** “Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahui.” (Departemen Agama RI, 2015: 43)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 45), Islam memiliki pengertian agama yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. berdasarkan pedoman dari kitab Al-Qur'an yang diturunkan sebagai petunjuk bagi manusia melalui wahyu Allah SWT. Sedangkan menurut Yusuf yang dikutip oleh Hasanah (2011: 54) Islam menurut para ulama merupakan pedoman hidup yang diturunkan kepada manusia sejak manusia diturunkan ke muka bumi dan terbina dalam bentuknya yang terakhir dan sempurna dalam Al-Qur'an yang suci diwahyukan tuhan kepada nabi-Nya yang terakhir, yakni Nabi Muhammad SAW satu kaidah hidup yang memuat tuntutan yang jelas dan lengkap mengenai aspek kehidupan manusia.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah islami merupakan suatu penyampaian nilai-nilai keislaman dengan tujuan mengajak orang lain agar menjalankan perintah Allah Swt. dan meninggalkan larangan-Nya. Di era teknologi sekarang ini, dakwah juga dapat dilakukan melalui media sosial baik dalam bentuk gambar, kata-kata motivasi, video dan lain-lain. Penggunaan media sosial

dianggap sebagai *medium* yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dikarenakan menggunakan bahasa percakapan sehari-hari sehingga pengguna dapat lebih mudah memahami pesan yang disajikan (Karim, 2016: 162).

#### **b. Macam-Macam Konten Dakwah Islami**

Secara umum, konten atau materi dakwah dibagi menjadi 3 pokok bahasan, yaitu:

- 1) Akidah, yaitu persoalan yang berkaitan dengan keimanan atau kepercayaan. Keyakinan adalah aspek teoretis yang dibutuhkan, hal pertama yang harus dipercaya dengan keyakinan yang tidak boleh diganggu oleh keraguan keraguan. Bertahan dalam aktivitas Islam dalam hidup. Dapat menjelaskan bahwa orang tersebut memiliki keyakinan atau menunjukkan kualitas keyakinan yang dimilikinya. Karena keyakinan memiliki pandangan teoritis dan ideal, maka keyakinan hanya dapat diketahui melalui bukti kehidupan sehari-hari. Aspek dari akidah yaitu meliputi: *Ilahiah, nubuwah, Ruhaniah,* dan *Sam'iyah*.
- 2) *Syari'ah*, merupakan aturan-aturan yang berasal dari perintah Allah dengan bertujuan untuk mengatur tentang perilaku hidup manusia serta hubungan manusia dengan alam semesta. Di dalam ruang lingkup *syari'ah* dibagi menjadi beberapa pembahasan yaitu ibadah, *muamalah, munakahat, jinayat,* dan *siyasah*.

3) Akhlak, yang berarti kondisi mental, batin dan hati seseorang yang memengaruhi tingkah lakunya dalam kehidupan sehari-hari. Ruang lingkup dari akhlak yaitu berakhlak kepada Allah, berakhlak kepada diri sendiri, berakhlak kepada keluarga, akhlak kepada masyarakat dan kepada lingkungan sekitar (Razak, 2011: 119).

### **3. Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial**

Intensitas merupakan sebuah konstruk tentang intensi atau kedalaman seseorang mengakses media tertentu, yang dapat diukur menggunakan taraf perhatian seseorang tersebut dalam media atau *content* yang diaksesnya (Primasanti, 2014: 73). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 54) intensitas merupakan keadaan tingkatan atau ukuran intensinya.

Menonton berasal dari kata dasar tonton yang berarti melihat pertunjukan, gambar hidup, dan sebagainya (KBBI, 2008: 98). Menurut Sarji menonton adalah suatu proses yang disadari atau tidak disadari dimana penonton ditempatkan dalam yang samar yang dihadapkan pada tumpuan cahaya dan membantu menghasilkan ilusi diatas layar. Suasana ini menimbulkan emosi, pikiran dan perhatian manusia dipengaruhi oleh apa yang ditonton. Sedangkan menurut Dawin, menonton merupakan kegiatan melihat sesuatu menggunakan taraf perhatian tertentu (Ahmad, 2012: 13).

Menurut Azjen intensitas menonton dapat dilihat dari beberapa aspek (Windarwati, 2020: 236) yaitu: 1) Perhatian atau daya konsentrasi dalam menonton, 2) Penghayatan atau pemahaman terhadap tayangan, 3)

Durasi atau kualitas kedalaman menonton, dan 4) Frekuensi atau tingkat keseringan.

Menurut Habib Muhsin, dakwah merupakan sebuah proses penyampaian keterangan mengenai ajaran Islam yang memiliki tujuan merubah perilaku dan tingkah laku seorang supaya lebih positif. Dimensi perubahan ke arah kemajuan atau positif merupakan ciri dasar yang semestinya dijadikan acuan pada kajian dakwah (Rosyidi, 2015: 76). Dakwah adalah usaha untuk membangun manusia dan masyarakat yang islami, yang artinya semua aspek kehidupan mengacu kepada ajaran agama Islam (Pirol, 2018: 94). Selaras dengan pendapat tersebut Zuhri mengatakan bahwa dakwah merupakan usaha untuk meneruskan dan menyebarkan ajaran agama Islam sehingga manusia mendapat motivasi untuk berbuat kebaikan bagi sesama manusia, negara dan bangsanya, keluarganya dan yang paling penting bagi peribadatnya kepada Allah Swt (Pirol, 2018: 96).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Diah yang berkaitan dengan mengakses media sosial pada *smartphone* terdapat 3 hal yang perlu diperhatikan yaitu frekuensi, durasi dan konten (Putra, 2018: 23). Frekuensi menurut Andarwati dan Sankarto mengacu pada pengertian seberapa sering atau kali seseorang menggunakan media sosial. Frekuensi dinyatakan dalam kurun waktu tertentu (misalnya per hari, per minggu atau perbulan). Menurut Juditha, jika mengakses media sosial sebanyak lebih dari 4 kali sehari maka dapat dikatakan kategori frekuensi tinggi sedangkan jika

mengakses media sosial kurang dari 4 kali per hari maka dikatakan kategori frekuensi rendah (Juditha, 2011: 14). Tidak begitu berbeda dengan durasi, frekuensi juga dipengaruhi oleh motif menggunakan internet, dan biaya penggunaan internet. Durasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 30) adalah lamanya sesuatu berlangsung; memiliki rentang waktu. Durasi penggunaan media sosial mengacu pada lamanya seseorang menggunakan media sosial. Durasi juga dipengaruhi oleh motif seseorang dalam mengakses media sosial, dan biaya penggunaan internet. Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya permenit atau perjam) (Erickson, 2011: 10). Menurut Juditha, jika mengakses media sosial selama lebih dari 3 jam per hari maka dapat dikatakan kategori durasi tinggi sedangkan jika mengakses media sosial kurang dari 3 jam per hari maka dikatakan kategori durasi rendah (Juditha, 2011: 14). Pengertian konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 43) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten merupakan isi mengenai informasi dari situs jejaring media sosial yang ada (Sukoco, 2018: 165).

Jadi, dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa intensitas menonton tayangan dakwah Islami di media sosial merupakan taraf keseringan (frekuensi), kualitas kedalaman (durasi) dan daya konsentrasi (pernghayatan dan perhatian) dalam menonton tayangan yang memiliki konten-konten yang berkaitan dengan nilai-nilai Islami di media sosial.



#### **4. Sikap Religius**

##### **a. Pengertian sikap religius**

Sikap merupakan sebuah kecenderungan yang menentukan atau suatu kekuatan jiwa yang mendorong seseorang untuk bertindak laku yang ditujukan ke arah suatu objek khusus dengan cara tertentu, baik objek itu berupa orang, kelembagaan ataupun masalah bahkan berupa dirinya sendiri (Arifin, 2011:104).

Religius, kata dasar dari religius adalah religi yang berasal dari bahasa asing *religion* sebagai kata bentuk dari kata benda yang berarti agama. Menurut Jalaluddin, Agama mempunyai arti: percaya kepada Tuhan atau kekuatan *super human* atau kekuatan yang di atas dan di sembah sebagai pencipta dan pemelihara alam semesta, Ekspresi dari kepercayaan di atas berupa amal ibadah, dan suatu keadaan jiwa atau cara hidup yang mencerminkan kecintaan atau kepercayaan terhadap Tuhan, kehendak, sikap dan perilakunya sesuai dengan aturan Tuhan seperti tampak dalam kehidupan kebiasaan (Jalaluddin, 2008: 25). Menurut Spranger, tipe religius adalah orang yang patuh kepada ajaran agama, menyenangi hal-hal yang berkaitan dengan ke-Tuhanan dan keyakinan agama (Surawan, 2020: 149). Seseorang disebut religius ketika merasa perlu dan berusaha mendekatkan dirinya dengan Tuhan

(sebagai penciptanya) dan patuh melaksanakan ajaran agama yang dianutnya (Abdillah, 2017: 35).

Berdasarkan pendapat dari para ahli di atas mengenai sikap dan religius, dapat disimpulkan bahwa sikap religius adalah segala perbuatan atau tingkah laku yang dilakukan oleh seseorang dengan didasari nilai-nilai dari ajaran agama yang dianutnya sebagai bentuk kecintaan kepada Tuhan nya yang tercermin dalam kehidupan sehari-harinya.

#### **b. Indikator Sikap Religius**

Menurut Ahmad Thontowi, sikap religius dalam pribadi seseorang tercipta melalui ajaran agama yang sudah terinternalisasi dan dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu (Winarsih, 2018: 25):

- 1) Iman, menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, Malaikat, para Nabi dan sebagainya.
- 2) Islam, menyangkut frekuensi, intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditetapkan, misalnya sholat, puasa, zakat.
- 3) Ihsan, menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut melanggar larangan-larangan dan lain-lain.
- 4) Ilmu, menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaran-ajaran agama.
- 5) Amal, menyangkut tingkah laku dalam kehidupan masyarakat, misalnya menolong orang lain, membela orang lemah, bekerja dan sebagainya.

Religius juga dikenal dengan kata keagamaan yang mana menurut Glock dan Stark, religius memiliki 5 aspek dimensi (Surawan, 2020: 96), yaitu sebagai berikut:

- 1) Keyakinan, yaitu bentuk pengungkapan intelektual yang primordial dari berbagai sikap dan kepercayaan keagamaan yang merupakan jenis pernyataan manusia yang kompleks dan dramatis karena melibatkan pikiran, perasaan, sikap dan sentimen.
- 2) Ibadah, yaitu dimensi yang berkaitan dengan kegiatan ritual itu sendiri, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Seperti tata cara ibadah, pengakuan dosa, berpuasa atau menjalankan ritus-ritus khusus pada hari-hari yang suci. Contoh ritualistik dalam agama Islam adalah menjalankan sholat dengan menghadap kiblat beserta ruku' dan sujudnya.
- 3) Pengalaman, yaitu dimensi yang berkaitan dengan perasaan keagamaan yang dialami oleh penganut agama. Pengalaman keagamaan merupakan suatu pengalaman mengenai kekuasaan atau kekuatan Tuhan sebagai hal yang suci. Contohnya: kekhusukan di dalam menjalankan shalat untuk agama Islam.
- 4) Pengetahuan, yaitu dimensi yang berkaitan dengan informasi khusus yang harus diketahui oleh para pengikutnya. Ilmu fikih dalam Islam menghimpun informasi tentang fatwa ulama berkenaan dengan ritus-ritus keagamaan. Sikap orang dalam menerima atau menilai

ajaran agamanya berkaitan erat dengan pengetahuan agama yang dimilikinya.

- 5) Pengamalan, yaitu dimensi yang menunjukkan akibat ajaran agama dalam perilaku umum yang tidak secara langsung dan secara khusus ditetapkan agama. Inilah efek ajaran agama pada perilaku individu dalam kehidupan sehari-harinya (Surawan, 2020: 98).

### **c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap**

Sikap merupakan sebuah kecenderungan yang menentukan atau suatu kekuatan jiwa yang mendorong seseorang untuk bertingkah laku yang ditujukan ke arah suatu objek khusus dengan cara tertentu, baik objek itu berupa orang, kelembagaan ataupun masalah bahkan berupa dirinya sendiri (Arifin, 2011:104). Pembentukan sikap seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor (Azwar, 2011: 50), diantaranya adalah:

- 1) Pengalaman pribadi, yaitu Sesuatu yang dirasakan akan ikut membentuk dan mempengaruhi penghayatan seseorang terhadap stimulus sosial. Tanggapan akan menjadi salah satu dasar terbentuknya sikap.
- 2) Kebudayaan, Kebudayaan dimana seseorang hidup dan dibesarkan mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan sikap seseorang. Apabila seseorang hidup dalam budaya yang mempunyai norma longgar bagi pergaulan yang beragam, sangat mungkin seseorang

akan mempunyai sikap yang mendukung terhadap perbedaan yang ada.

- 3) Orang lain yang dianggap penting, Seseorang yang dianggap penting, seseorang yang diharapkan persetujuannya bagi setiap gerak dan tingkah dan pendapat, seseorang yang tidak ingin dikecewakan atau seseorang yang berarti khusus, akan banyak mempengaruhi pembentukan sikap seseorang terhadap sesuatu. Diantara orang yang biasanya dianggap penting bagi individu adalah orang tua, orang yang status sosialnya lebih tinggi, teman sebaya, teman dekat, guru, teman kerja, istri atau suami dan lain-lain.
- 4) Media massa, Media massa sebagai sarana komunikasi. Berbagai bentuk media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.
- 5) Institusi atau lembaga pendidikan dan lembaga agama, Lembaga pendidikan serta lembaga agama sebagai suatu sistem mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap karena keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu.
- 6) Faktor emosi dalam diri individu, Bentuk sikap tidak semuanya ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seseorang. Kadang-kadang, suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai

semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego (Azwar, 2011: 50).

#### d. Perkembangan Jiwa Agama Pada Masa Remaja

Di dalam sebuah Hadits Riwayat Muslim No. 4807 mengenai fitrah manusia, Rasulullah Saw bersabda:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ يَعْنِي الدَّرَّأَوْرِدِيَّ عَنْ  
الْعَلَاءِ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ  
وَسَلَّمَ قَالَ كُلُّ إِنْسَانٍ تَلِدُهُ أُمُّهُ عَلَى الْفِطْرَةِ وَأَبَوَاهُ بَعْدُ يَهُودَانِهِ  
وَيُنَصِّرَانِهِ وَيُمَجِّسَانِهِ فَإِنْ كَانَا مُسْلِمَيْنِ فَمُسْلِمٌ كُلُّ إِنْسَانٍ تَلِدُهُ أُمُّهُ  
يَلْكُرُهُ الشَّيْطَانُ فِي حِضْنَيْهِ إِلَّا مَرْيَمَ وَابْنَهَا

**Artinya:** Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa'id telah menceritakan kepada kami 'Abdul 'Aziz Ad Darawadri dari Al'Ala dari bapaknya dari Abu Hurairah bahwasannya Rasulullah Saw. Bersabda: "Setiap anak itu dilahirkan dalam keadaan fitrah lalu kedua orang tuanyalah yang menjadikannya sebagai seorang Yahudi, Nasrani, dan Majusi." (Yaqin, 2017: 10)

Maksud dari hadits di atas adalah bahwasannya agama seseorang itu akan mengikuti agama orang tuanya karena hanya orang tuanya yang menjadikan anak itu Islam, Yahudi atau Nasrani (Surawan, 2020: 46)

Penanaman nilai-nilai agama pada diri manusia seyogyanya ditanamkan sejak usia dini, dengan tujuan nilai-nilai tersebut dapat terinternalisasi dengan baik hingga pribadi tersebut tumbuh dewasa. Perkembangan jiwa agama pada tiap usia memiliki karakteristiknya tersendiri. Contohnya perkembangan jiwa agama pada masa remaja. Masa remaja merupakan periode peralihan, masa mencari identitas dan akan mulai berpikir bagaimana cara mengimplementasikan ajaran

agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Jalaludin, perkembangan jiwa keagamaan remaja ini dibagi dalam tiga tahap (Surawan, 2020: 46), yaitu:

1) Masa Remaja Awal (13-16 tahun)

Secara singkat, perkembangan jiwa agama pada masa ini ditandai dengan ibadah yang masih dipengaruhi oleh keluarga, teman, lingkungan dan peraturan sekolah. Untuk kesadaran dari diri sendiri dapat dikatakan belum muncul pada masa ini karena pada masa ini seseorang masih mencari identitas dirinya dengan sering meniru apa yang didapatkan dari lingkungan sekitarnya. Kemudian, kegiatan keagamaan lebih banyak dipengaruhi oleh kondisi emosional dan pengaruh luar diri.

2) Masa Remaja Tengah (16-18 tahun)

Perkembangan jiwa agama pada masa ini berbeda dengan masa pra remaja, karena pada masa ini sudah mulai muncul kesadaran tentang beragama pada diri seseorang. Perkembangan jiwa agama masa remaja awal ditandai dengan:

- a) Munculnya kesadaran untuk berpikir mendalam tentang ajaran dan perilaku agamanya.
- b) Timbulnya keinginan untuk menunjukkan keberadaan diri kepada lingkungan sekitar termasuk berkontribusi terhadap bidang keagamaan.

c) Pada masa ini, seseorang akan mulai berpikir lebih dalam sehingga dapat membedakan baik dan buruknya suatu perbuatan misalnya dengan meninggalkan segala bentuk bid'ah dan khufarat dalam beragama. Namun masih ada kemungkinan seseorang berperilaku sebaliknya pada masa ini dikarenakan kurang mendalam ilmu agama yang dimiliki dan kurang matang jiwa keagamaannya.

### 3) Masa Remaja Akhir (18-21)

Pada masa ini, perkembangan jiwa agama mengalami penurunan jika dibandingkan dengan sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan oleh dorongan seksual yang kuat dari dalam diri mereka dan belum ada kesempatan untuk menyalurkannya ditambah dengan rasionalisasi ajaran agama yang semakin kuat serta realitas kehidupan masyarakat sekitar yang sering bertolak belakang dengan norma-norma agama. Berikut beberapa karakteristik perkembangan jiwa agama pada masa ini (Surawan, 2020: 51), yaitu;

- a) Percaya terhadap kebenaran agama tetapi penuh keraguan dan kebimbangan.
- b) Keyakinan dalam beragama lebih dipengaruhi oleh faktor rasional daripada emosional.
- c) Pada masa ini mereka merasa mendapatkan kesempatan untuk mengkritik, menerima, atau menolak ajaran agama yang sudah diterima sejak kecil.



Dari pembagian fase perkembangan jiwa agama menurut Jalaludin tersebut, dapat disimpulkan bahwa perkembangan jiwa agama seseorang tidaklah selalu mengalami peningkatan ke arah yang baik. Melainkan bisa terjadi sebaliknya yaitu makin bertambah umur seseorang maka perkembangan jiwa agama bisa menurun. Pada usia akhir remaja seseorang cenderung meragukan agamanya. Hal tersebut disebabkan oleh banyak faktor seperti; (1) Pertumbuhan pemikiran dan mental, (2) Perkembangan perasaan, (3) Pertimbangan Sosial, (4) Perkembangan moral (Surawan, 2020: 51).

#### **5. Pengaruh Media Sosial terhadap Sikap**

Penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari memungkinkan dapat memberikan pengaruh kepada sikap positif maupun negatif seseorang. Hal tersebut berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Nisa Khairuni dengan judul “Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak” di mana dalam penelitian tersebut didapatkan kesimpulan bahwa dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial tergantung kepada penggunanya, jika menggunakan media sosial untuk kebaikan maka media sosial akan memberikan dampak positif, namun jika digunakan untuk hal-hal yang buruk maka akan berdampak negatif. Sehingga dapat dikatakan media sosial dapat mempengaruhi akhlak seseorang. Tanpa disadari, media internet juga dapat mengubah sudut pandang seorang dalam kehidupannya (Sutabri,

2014: 22). Dengan begitu, tidak menutup kemungkinan media sosial dapat mempengaruhi sikap seseorang (Kahiruni, 2016: 40).

Nasabith berpendapat bahwa kemajuan teknologi termasuk internet sebenarnya dapat mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang atau dapat dikatakan perilaku seseorang merupakan hasil dari perilaku yang ada di sekitarnya. Hal tersebut membuat manusia kehilangan rasa kemanusiannya dan hanya mencari kesenangan dan kenikmatannya saja, manusia akan terbuai dengan kemajuan teknologi sehingga bahkan mereka dapat melupakan kehidupan sosial di dunia nyata (Zarkhasi, 2015: 110). Berdasarkan hasil dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa tontonan dapat mempengaruhi pola tindak penontonnya. Dalam teori tingkah laku, seseorang akan bertingkah laku sesuai dengan model idolanya, mereka membuat imitasi, internalisasi, dan bertindak seakan-akan (Tasmara, 2003: 85). Berbagai macam media massa, termasuk media sosial mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam membentuk sikap seseorang hal ini dikarenakan adanya informasi yang menjadi landasan kognitif baru (Azwar, 2011: 52).

Di era teknologi sekarang ini, dakwah tidaklah terbatas hanya kepada ceramah yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lainnya saja. Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Menurut Habib Muhsin, dakwah merupakan sebuah proses penyampaian keterangan mengenai ajaran Islam yang memiliki tujuan merubah perilaku & tingkah laku seorang supaya

lebih positif. Dimensi perubahan ke arah kemajuan atau positif merupakan ciri dasar yang semestinya dijadikan acuan pada kajian dakwah (Rosyidi, 2015: 76). Sehingga seyogyanya jika intensitas seseorang menonton tayangan dakwah islami tinggi maka sikap dan perilakunya pun akan mengalami peningkatan ke arah yang positif.

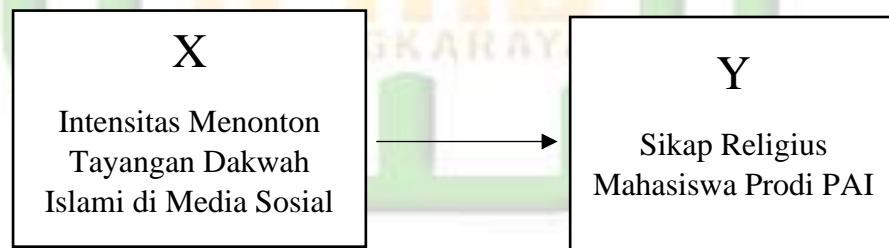
Teori-teori psikologis juga mengungkapkan mengenai pengaruh terhadap perubahan sikap, salah satunya yaitu teori stimulus dan respon (Surawan, 2020: 177). Teori ini mengungkapkan bahwa terjadinya perubahan sikap berasal dari proses belajar yang memberikan sebuah stimulus dimana kemudian akan menghasilkan sebuah respon dari stimulus tersebut. Perubahan sikap pada diri dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan terhadap sesuatu.

Dalam kaitannya dengan pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial, bentuk stimulus adalah tayangan atau konten-konten yang berhubungan dengan dakwah islami yang sering diakses di media sosial. Ada kemungkinan bahwa dari tayangan atau konten-konten tersebut dapat memberikan pemahaman baru yang bermanfaat bagi penggunanya dan menarik perhatian untuk mengetahui lebih dalam informasi dakwah islami sehingga nilai-nilai islami tersebut akan terinternalisasi di dalam diri dan memunculkan respon berupa sikap keagamaan yang baik pada diri seseorang.

## B. Konsep dan Pengukuran

### 1. Konsep

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2014: 39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya (X). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya (Y). Penelitian ini berupaya untuk mengemukakan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. berikut bagan kerangka konseptual dari penelitian ini:



**Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual**

### 2. Pengukuran

Penelitian ini berupaya mengetahui intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial, sikap religius, hubungan dari intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius, dan pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial

terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Untuk mengetahui hal tersebut, penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan skala likert rentang 5. Berikut skor dari *skala likert* rentang 1-5, yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Skala Likert**

Skor Pernyataan Negatif	Skor Pernyataan Positif	Jawaban
1	5	Selalu
2	4	Sering
3	3	Kadang-kadang
4	2	Jarang
5	1	Tidak Pernah

(Munandar, 2018: 29)

Untuk mengetahui kategori penggunaan media sosial dan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya, skor hasil dari kedua kuesioner variabel X dan Y akan dianalisis dan diinterpretasikan dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Kriteria Angket**

No	Skor Angket	Kualitas
1	4,1 – 5,0	Sangat Tinggi
2	3,1 – 4,0	Tinggi
3	2,1 – 3,0	Cukup
4	1,1 – 2,0	Kurang
5	0,1 – 1,0	Sangat Kurang

(Jarkasi, 2020: 36)

### C. Hipotesis

Sebelum melakukan sebuah penelitian dengan metode kuantitatif, maka diperlukan adanya sebuah hipotesis. Hipotesis adalah taksiran terhadap

parameter populasi yang dilihat melalui data-data sampel (Sugiyono, 2014: 84).

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara dari suatu penelitian yang akan dilakukan, hingga terbukti melalui data yang terkumpul setelah dilakukannya penelitian tersebut (Arikunto, 2013: 62). Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis, pertama hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan kedua, hipotesis Nol ( $H_0$ ). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**$H_a$ :** Ada hubungan antara menonton tayangan dakwah Islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

**$H_0$ :** Tidak ada hubungan antara menonton tayangan dakwah Islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional. Metode ini merupakan metode yang bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasar pada koefisien korelasi (Suryabrata, 2011:24). Penelitian ini berupaya untuk mengemukakan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2014: 39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya (X). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya (Y).

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ini dilakukan di IAIN Palangka Raya jalan G.Obos komplek *Islamic Center*. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan terhitung dari bulan Februari 2021 sampai dengan bulan Maret 2021.

Tabel 3.1 *Schedule Time*

No	Kegiatan	Tahun 2020 s.d Tahun 2021									
		Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Penyusunan Proposal	■	■								
2	Bimbingan dan Revisi					■					
3	Seminar Proposal						■				
4	Pengumpulan Data							■	■		
5	Penyusunan Hasil Penelitian							■	■		
6	Bimbingan dan Revisi							■	■		
7	Munaqasah										■

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti, Kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 64). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya angkatan 2020, 2019, 2018, dan 2017 yang berjumlah 592 orang.



**Tabel 3.2**  
**Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa Prodi PAI**  
**Angkatan 2017, 2018, 2019 dan 2020**

Angkatan	Jumlah Mahasiswa
2017	86
2018	159
2019	175
2020	172
Jumlah Total	592

## 2. Sampel

Menurut Arikunto (2013:134) apabila subjek penelitiannya besar dapat diambil antara 10%-15% atau 20-25% atau lebih sebagai sampel penelitian. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu sendiri dimana sampel itu diambil (Sugiyono, 2014: 81). Sampel diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2002: 58).

Teknik sampel yang peneliti gunakan adalah *simple random sampling* yaitu cara memilih sampel dengan memilih langsung secara acak dan memberikan peluang yang sama bagi anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2014: 82). Teknik ini digunakan karena populasi penelitian ini yaitu Mahasiswa Prodi PAI bersifat homogen. Rumus pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael* yaitu:

**Tabel 3.3 Penentuan Jumlah Sampel Dengan Taraf 1%, 5%, dan 10%**

N	S		
	1%	5%	10%
460	272	198	171
480	279	202	173
500	285	205	176
550	301	213	182
600	315	221	187
650	329	227	191

(Sugiyono, 2014: 87)

Berdasarkan tabel di atas, populasi penelitian ini sebanyak 592 orang dan mendekati angka 600, dengan taraf kesalahan 5% maka sampelnya akan diambil sebanyak 221 orang. Untuk mengambil sampel pada masing-masing angkatan maka digunakan rumus:

$$JSB = \frac{JST}{JPT} \times JPB$$

**Keterangan:**

JSB : Jumlah Sampel Bagian

JST : Jumlah Sampel Total

JPB : Jumlah Populasi Bagian

JPT : Jumlah Populasi Total (Winarsunu, 2006: 14)

Tabel 3.4 Pengambilan Sampel

No	Angkatan	Jumlah Sub Populasi	Sampel Yang Didapat	Sampel Akhir
1	2017	86	$86 \times \frac{221}{592} = 32,8$	33
2	2018	159	$159 \times \frac{221}{592} = 59,3$	59
3	2019	175	$175 \times \frac{221}{592} = 65,3$	65
4	2020	172	$172 \times \frac{221}{592} = 64,2$	64
		592		221

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

##### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan jawaban responden melalui sejumlah pertanyaan atau pernyataan secara tertulis (Sugiyono, 2014: 142). Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan berupa kuesioner *online* yang dibuat menggunakan *google form*. Terdapat dua Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pertama, kuesioner tentang intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Kedua, kuesioner tentang sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui kategori sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

## 2. Dokumentasi

Selain menggunakan kuesioner, penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015: 329). Kemudian data yang telah didapatkan dari dokumentasi selanjutnya dianalisis. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu referensi-referensi yang relevan dengan penelitian ini dan data mengenai rekapitulasi jumlah mahasiswa Prodi PAI FTIK angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020.

### **E. Instrumen Penelitian**

Instumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner *online* yang dibagikan melalui *google form*. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data tentang intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.
2. Data tentang sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

Tabel 3.5 Kisi-kisi Kuesioner

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan	No Soal
Variabel X Intensitas menonton tayangan dakwah Islami di Media Sosial	Perhatian	8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
	Penghayatan	8	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
	Frekuensi	8	17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24
	Keaktifan (durasi)	8	25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32
Variabel Y Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI	Keyakinan	6	1, 2, 3, 4, 5, 6
	Ibadah	6	7, 8, 9, 10, 11, 12
	Pengalaman	6	13, 14, 15, 16, 17, 18
	Pengetahuan	6	19, 20, 21, 22, 23, 24
	Pengamalan	6	25, 26, 27, 28, 29, 30

Penyusunan instrumen penelitian dimulai dengan membuat kuesioner untuk kedua variabel yaitu variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial (X) dan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI (Y). Kuesioner ini disusun dengan model *skala likert* yaitu rentang 1-5 yang mengacu kepada indikator variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial (X) dan indikator sikap religius Mahasiswa Prodi PAI (Y).

Adapun intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya akan diukur dengan menggunakan kuesioner, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.6 Kuesioner Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islam Di Media Sosial**

Indikator	No Soal	Pernyataan	Jawaban/ Skor				
			S	SR	KK	J	TP
Perhatian	1	Saya tertarik mencari konten dakwah islami di media sosial.					
	2	Saya mudah bosan ketika melihat konten dakwah islami di media sosial.					
	3	Saya mengikuti akun-akun yang menampilkan tayangan dakwah islami di media sosial.					
	4	Saya hanya mengikuti akun-akun selebriti di media sosial.					
	5	Saya <i>up to date</i> mengenai informasi terbaru dakwah islami di media sosial.					
	6	Saya tidak mengikuti perkembangan informasi terbaru mengenai dakwah islami di media sosial.					
	7	Saya memperhatikan konten-konten dakwah islami yang muncul di beranda media sosial.					
	8	Saya mengacuhkan konten dakwah islami ketika mengakses media sosial.					
Penghayatan	9	Saya mengikuti amalan-amalan yang disarankan oleh ustadz, ustadzah, maupun <i>influencer</i> muslim di media sosial dalam keseharian saya.					
	10	Saya tidak mengamalkan nasihat yang disarankan oleh ustadz, ustadzah, maupun <i>influencer</i> muslim di media sosial dalam keseharian saya.					
	11	Tayangan dakwah islami di media sosial mempengaruhi cara saya berpikir dan berperilaku sehari-hari.					

	12	Saya tidak menerapkan nilai-nilai dari tayangan dakwah islami yang saya lihat di media sosial.					
	13	Saya mengikuti gaya berpakaian, cara bertutur kata yang sopan dan sesuai dengan syariat Islam dari <i>influencer</i> muslim di media sosial.					
	14	Saya mengikuti tren berbusana yang saya lihat di media sosial meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan syariat Islam.					
	15	Pesan dakwah islami yang saya dapatkan di media sosial membantu saya lebih memahami nilai-nilai ajaran agama Islam.					
	16	Tayangan dakwah islami di media sosial tidak membantu saya memperdalam ilmu agama Islam.					
Frekuensi	17	Saya menggunakan media sosial untuk mencari tayangan dakwah islami lebih dari 4 kali per hari.					
	18	Saya menggunakan media sosial untuk mencari tayangan dakwah islami kurang dari 4 kali per hari.					
	19	Saya menyempatkan diri untuk mencari tayangan dakwah islami setiap kali saya mengakses media sosial.					
	20	Saya menonton ceramah agama di media sosial.					
	21	Saya menggunakan media sosial hanya sebagai media berkomunikasi dengan orang lain.					
	22	Ketika bosan, saya memilih menonton tayangan dakwah islami di media sosial.					
	23	Saya membuka media sosial setiap saat untuk mengetahui informasi terbaru mengenai tayangan dakwah islami di media sosial.					
	24	Saya membagikan kembali konten-konten dakwah islami					

		yang saya dapatkan di media sosial.					
Durasi	25	Saya menghabiskan sebagian besar waktu bermain media sosial hanya untuk menonton tayangan dakwah islami.					
	26	Saya menghabiskan sebagian besar waktu bermain media sosial hanya untuk menonton konten-konten hiburan.					
	27	Saya mencari konten dakwah islami lebih dari 3 jam per hari di media sosial.					
	28	Saya mencari konten dakwah islami kurang dari 3 jam per hari.					
	29	Saya bisa menonton ceramah agama selama lebih dari 3 jam per hari.					
	30	Saya menonton ceramah agama hanya bisa kurang dari 3 jam per hari					
	31	Saya mencari informasi terbaru tayangan dakwah islami hingga berjam-jam lamanya.					
	32	Saya kurang tertarik untuk mengetahui informasi terbaru tayangan dakwah islami hingga berjam-jam lamanya.					

Adapun sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya akan diukur dengan menggunakan kuesioner, yaitu sebagai berikut:



Tabel 3.7 Kuesioner Sikap Religius

Indikator	No Soal	Pernyataan	Jawaban/ Skor				
			S	SR	KK	J	TP
Keyakinan	1	Saya percaya bahwa segala perbuatan di dunia akan dipertanggungjawabkan di akhirat.					
	2	Saya ragu dengan apa yang akan dialami manusia setelah meninggal dunia.					
	3	Saya meninggalkan larangan dan menjalankan perintah Allah Swt sebagai bentuk ketaatan kepada Allah Swt.					
	4	Saya meninggalkan larangan dan menjalankan perintah Allah Swt karena mengikuti orang-orang di sekitar saya.					
	5	Saya menerapkan sunah-sunah yang diajarkan Nabi Muhammad Saw. dalam kehidupan sehari-hari.					
	6	Saya yakin, ada malaikat yang mengawasi dan mencatat amal perbuatan saya.					
Ibadah	7	Saya mengerjakan sholat wajib tepat waktu.					
	8	Saya rutin melaksanakan sholat sunah tahajud					
	9	Saya melaksanakan puasa sunah di luar bulan ramadhan.					
	10	Saya berdzikir setelah melaksanakan sholat					
	11	Saya rutin membaca Al-Qur'an					
	12	Saya mengeluarkan zakat fitrah setiap tahun					
Pengalaman	13	Berdzikir dapat meredakan rasa marah yang sedang saya alami.					
	14	Saya sulit mengontrol diri saat sedang marah.					
	15	Ketika membaca Al-Qur'an hati saya menjadi tenang.					
	16	Saya merasa cemas dan takut berlebihan					

	17	Saya merasa sedang berhadapan dan berkomunikasi kepada Allah ketika melaksanakan sholat.					
	18	Ketika sedang sholat, banyak hal terlintas dipikiran saya.					
Pengetahuan	19	Saya mempelajari isi kandungan Al-Qur'an					
	20	Saya senang menonton ceramah agama dan mencatatnya.					
	21	Saya melakukan suatu hal dengan mempertimbangkan bagaimana ketentuannya di dalam agama Islam.					
	22	Saya senang membaca buku-buku agama					
	23	Saya mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan					
	24	Saya memanfaatkan waktu luang untuk memperdalam ilmu agama					
Pengamalan	25	Saya akan menolong teman yang sedang kesusahan.					
	26	Saya berusaha menepati janji ke semua orang					
	27	Saya berkata jujur kepada siapapun					
	28	Saya berusaha menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawab saya dengan sebaik-baiknya.					
	29	Saya senang bersedekah					
	30	Saya memaafkan orang lain yang berbuat salah kepada saya					

Dengan *skala likert*, variabel yang akan diukur terlebih dahulu dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2014: 133). Berikut skor dari *skala likert* rentang 1-5, yaitu:

**Tabel 3.8 Skala Likert**

Skor Pernyataan Negatif	Skor Pernyataan Positif	Jawaban
1	5	Selalu
2	4	Sering
3	3	Kadang-kadang
4	2	Jarang
5	1	Tidak Pernah

(Munandar, 2018: 26)

## F. Pengabsahan Instrumen

Sebelum instrumen digunakan dalam penelitian, maka harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu. Proses ini dilakukan untuk mengetahui ketepatan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen yang layak adalah instrumen yang memiliki nilai validitas dan reliabilitas yang tinggi.

### 1. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid atau sah jika memiliki validitas yang tinggi, namun sebaliknya instrumen dikatakan kurang valid jika memiliki nilai validitas yang rendah (Arikunto, 2013: 12). Uji validitas ini penting dilakukan, karena penelitian yang baik adalah penelitian yang menggunakan instrumen yang tepat. Instrumen digunakan untuk mengumpulkan data yang kemudian data-data tersebut akan dianalisis. Sehingga, jika instrumen yang digunakan tidak tepat dalam mengukur maka akan berpengaruh terhadap hasil penelitian. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan bantuan *SPSS for windows*.

**Kriteria:**

Apabila probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka instrumen dinyatakan valid. Namun jika ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka instrumen dinyatakan tidak valid (Rusman, 2015: 40).

**a. Validitas Isi**

Setelah kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan sikap religius dibuat berdasarkan indikator dalam kajian teori, selanjutnya kuesioner tersebut dikonsultasikan kepada Dosen validator, yaitu Ibu Nur Inayah Syar, M.Pd. Konsultasi pertama, dilakukan pada tanggal 18 Februari 2021 dengan catatan untuk memperbaiki kuesioner kedua variabel. Konsultasi kedua, dilakukan pada tanggal 23 Februari 2021 dengan masih mendapat catatan untuk memperbaiki kuesioner kedua variabel. Konsultasi ketiga, dilakukan pada tanggal 24 Februari 2021 dan kuesioner kedua variabel dinyatakan layak untuk digunakan. *Lembar konsultasi uji validitas isi instrumen dapat dilihat di bagian lampiran.*

**b. Validitas Empiris**

Setelah kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan sikap religius dikonsultasikan dengan Dosen validator, selanjutnya diujicobakan secara langsung. Uji coba ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian.

Uji coba instrumen variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan sikap religius dilakukan kepada

Mahasiswa/i Program Studi PBA (Pendidikan Bahasa Arab) di IAIN Palangka Raya sebanyak 54 orang responden melalui *google form* pada hari Sabtu tanggal 27 Februari 2021, dengan kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial sebanyak 32 butir pernyataan dan kuesioner sikap religius sebanyak 30 butir pernyataan. Selanjutnya hasil dari uji coba tersebut dianalisis dengan *SPPS* menggunakan rumus *korelasi pearson*. Apabila probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka instrumen dinyatakan valid. Namun jika ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka instrumen dinyatakan tidak valid (Rusman, 2015: 40). Hasil uji validitas kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.9**  
**Hasil Uji Validitas Kuesioner Intensitas Menonton**  
**Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial**

No	$\alpha$	Nilai Sig	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
1	0,05	0,000	0,864	Valid
2	0,05	0,000	0,669	Valid
3	0,05	0,000	0,813	Valid
4	0,05	0,000	0,811	Valid
5	0,05	0,000	0,822	Valid
6	0,05	0,000	0,771	Valid
7	0,05	0,000	0,839	Valid
8	0,05	0,000	0,694	Valid
9	0,05	0,000	0,881	Valid
10	0,05	0,000	0,820	Valid
11	0,05	0,000	0,830	Valid
12	0,05	0,000	0,760	Valid
13	0,05	0,000	0,775	Valid
14	0,05	0,000	0,741	Valid
15	0,05	0,000	0,827	Valid
16	0,05	0,000	0,772	Valid
17	0,05	0,000	0,829	Valid

18	0,05	0,001	0,422	Valid
19	0,05	0,000	0,880	Valid
20	0,05	0,000	0,913	Valid
21	0,05	0,000	0,488	Valid
22	0,05	0,000	0,841	Valid
23	0,05	0,000	0,864	Valid
24	0,05	0,000	0,752	Valid
25	0,05	0,000	0,713	Valid
26	0,05	0,000	0,532	Valid
27	0,05	0,000	0,462	Valid
28	0,05	0,000	0,671	Valid
29	0,05	0,000	0,782	Valid
30	0,05	0,000	0,751	Valid
31	0,05	0,000	0,540	Valid
32	0,05	0,000	0,813	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, untuk 32 butir pernyataan variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial memiliki nilai sig < 0,05 sehingga semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid untuk digunakan. Hasil analisis uji validitas kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada lampiran

Sedangkan hasil uji validitas kuesioner sikap religius dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.10**  
**Hasil Uji Validitas Kuesioner Sikap Religius**

No	$\alpha$	Nilai Sig	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
1	0,05	0,002	0,410	Valid
2	0,05	0,000	0,534	Valid
3	0,05	0,000	0,605	Valid
4	0,05	0,028	0,300	Valid
5	0,05	0,000	0,658	Valid
6	0,05	0,000	0,695	Valid
7	0,05	0,000	0,865	Valid
8	0,05	0,000	0,596	Valid
9	0,05	0,000	0,656	Valid
10	0,05	0,000	0,861	Valid
11	0,05	0,000	0,798	Valid
12	0,05	0,000	0,741	Valid
13	0,05	0,000	0,873	Valid
14	0,05	0,000	0,627	Valid
15	0,05	0,000	0,803	Valid
16	0,05	0,000	0,616	Valid
17	0,05	0,000	0,791	Valid
18	0,05	0,000	0,601	Valid
19	0,05	0,000	0,798	Valid
20	0,05	0,000	0,652	Valid
21	0,05	0,000	0,832	Valid
22	0,05	0,000	0,777	Valid
23	0,05	0,000	0,784	Valid
24	0,05	0,000	0,874	Valid
25	0,05	0,000	0,833	Valid
26	0,05	0,000	0,796	Valid
27	0,05	0,000	0,835	Valid
28	0,05	0,000	0,866	Valid
29	0,05	0,000	0,830	Valid
30	0,05	0,000	0,579	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, untuk 30 butir pernyataan variabel sikap religius memiliki nilai sig < 0,05 sehingga semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid untuk digunakan.

*Hasil analisis uji validitas kuesioner sikap religius menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada lampiran.*

## 2. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui keandalan sebuah instrumen maka perlu dilakukan uji reliabilitas. Reliabilitas maksudnya adalah suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena alat tersebut dinyatakan sudah baik (Arikunto, 2013: 220). Reliabilitas merupakan konsistensi dan kestabilan jawaban yang diberikan oleh responden terhadap sejumlah pertanyaan yang merupakan indikator suatu variabel yang disusun dalam bentuk kuisisioner (Rusman, 2015: 40).

Dalam penelitian ini digunakan instrumen kuesioner dengan *skala likert* rentang 1-5, sehingga model yang digunakan adalah model *Alpha* karena alternatif jawaban yang tersedia terdiri dari 3 pilihan atau lebih. Kriteria hasil analisis menggunakan aplikasi SPSS kemudian dikonsultasikan dengan daftar intepretasi koefisien  $r$  sebagai berikut:

**Tabel 3.11**  
**Daftar Interpretasi Koefisien  $r$**

<b>Koefisien <math>r</math></b>	<b>Reliabilitas</b>
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Rusman, 2015: 42



Hasil uji reliabilitas kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Intensitas Menonton**  
**Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.974	32

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, untuk instrumen variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial memiliki nilai *Alpha* sebesar 0,974 yang berarti masuk ke dalam kategori sangat tinggi sehingga instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Sedangkan, hasil uji reliabilitas kuesioner sikap religius dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**  
**Sikap Religius**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.966	30

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, untuk instrumen variabel sikap religius memiliki nilai *Alpha* sebesar 0,966 yang berarti masuk ke

dalam kategori sangat tinggi sehingga instrumen tersebut juga dinyatakan reliabel.

## **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif *mean*, uji prasyarat yang meliputi uji normalitas, uji hipotesis menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, dan analisis koefisien determinasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 18* untuk menganalisis data yang ada.

### **1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendata dan meringkas dalam bentuk tabel, grafik, atau ringkasan, numerik data. Statistik deskriptif merupakan statistika yang menggunakan data suatu kelompok untuk menjelaskan atau menarik kesimpulan mengenai kelompok itu saja (Rusman, 2015: 13). Dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai *mean* dari variabel X yaitu intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan variabel Y yaitu sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Data dari kedua variabel penelitian ini dianalisis menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 18 for windows*. *Mean* merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas rata-rata dari kelompok tersebut (Sugiyono, 2010: 47-49). Rumus *mean* digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkaitan dengan rata-rata intensitas menonton tayangan dakwah islami di media

sosial dan rata-rata sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

## 2. Uji Prasyarat

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau sebaliknya. Data yang berdistribusi normal sering dijadikan landasan dalam beberapa uji statistik, walaupun tidak semua data dituntut harus berdistribusi normal (Arifin, 2017: 85).

Teknik uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogrof Smirnov* menggunakan SPSS. Adapun kaidah pengujian nya yaitu apabila nilai  $p > 0,05$  maka data dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai  $p < 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Sugiono, 2012: 246).

## 3. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan teknik korelasi *product moment* karena koefisien korelasi antara dua variabel masing-masing mempunyai skala pengukuran interval. Korelasi adalah suatu hubungan, Koefisien korelasi adalah indeks arah dan besaran suatu hubungan/relasi. Korelasi pada dasarnya hanya menunjukkan tentang adanya hubungan antara dua variabel atau lebih serta besarnya hubungan tersebut dan tidak menunjukkan hubungan sebab akibat (Efendy, 2018: 27). Tujuan

menggunakan rumus *product moment* adalah untuk mencari hubungan antara variabel X (intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial) dengan variabel Y (sikap religius) Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya dan besarnya hubungan antar variabel tersebut. .

**Kriteria pengambilan keputusan:**

- a. Apabila probabilitas ( $\text{sig}$ ) < 0,05 (atau 0,01)  $H_0$  ditolak
- b. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ ) > 0,05 (atau 0,01)  $H_0$  diterima

**Tabel 3.14**  
**Interpretasi Nilai  $r$  *Product Moment***

Besarnya Nilai $r$	Interpretasi
Antara 0,800-1,000	Sangat Tinggi/Sangat Kuat
Antara 0,600-0,800	Tinggi/Kuat
Antara 0,400-0,600	Cukup
Antara 0,200-0,400	Rendah/lemah
Antara 0,000-0,200	Sangat rendah (tidak berkolerasi)

(Priyatno, 2016: 44)

**4. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi merupakan hasil dari koefisien korelasi yang dikuadratkan atau  $R^2$  (Subana, 2015: 137). Teknik analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh dari variabel bebas (intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial) terhadap variabel terikat (sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya). Untuk menghitung koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 18*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan bertujuan mengetahui hubungan antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Data yang digunakan yaitu hasil dari kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya yang diberikan kepada Mahasiswa Prodi PAI FTIK angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 dimulai pada hari Senin tanggal 1 Maret 2021 melalui *link google form* (<https://forms.gle/PUKeSbGrcBAYrWYp7>) dengan jumlah sampel sebanyak 221 orang. Hasil dari kuesioner tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui nilai rata-rata intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan rata-rata sikap religius. *Daftar nama responden instrumen penelitian dapat dilihat pada lampiran.*

#### **1. Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial**

Data intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial disimbolkan dengan huruf I (Intensitas), diperoleh melalui kuesioner dengan 32 butir pernyataan yang berisikan 18 butir pernyataan positif dan 14 butir pernyataan negatif. Untuk penskoran dalam kuesioner tersebut terbagi menjadi dua. Untuk pernyataan positif, jika menjawab selalu maka

bernilai 5, menjawab sering bernilai 4, menjawab kadang-kadang bernilai 3, menjawab jarang bernilai 2, dan menjawab tidak pernah bernilai 1. Sedangkan untuk pernyataan negatif, penilaiannya berkebalikan dari pernyataan positif. Jika menjawab selalu bernilai 1, menjawab sering bernilai 2, menjawab kadang-kadang bernilai 3, menjawab jarang bernilai 4 dan menjawab tidak pernah bernilai 5.

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut peneliti akan memaparkan hasil yang diperoleh berdasarkan masing-masing indikator.

#### a. Perhatian

Untuk indikator perhatian terdapat 8 butir pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor I1, I3, I5 dan I7. Sedangkan 4 butir pernyataan negatif yaitu pada pernyataan nomor I2, I4, I6 dan I8. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator perhatian:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Data Jawaban Responden**  
**Pada Indikator Perhatian**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
I1	Saya tertarik mencari konten dakwah islami di media sosial.	Positif	Selalu	5	55
			Sering	4	92
			Kadang-kadang	3	68
			Jarang	2	6
			Tidak Pernah	1	0
I2	Saya mudah bosan ketika melihat konten	Negatif	Selalu	1	1
			Sering	2	11
			Kadang-kadang	3	73

	dakwah islami di media sosial.		Jarang	4	68
			Tidak Pernah	5	68
I3	Saya mengikuti akun-akun yang menampilkan tayangan dakwah islami di media sosial.	Positif	Selalu	5	60
			Sering	4	104
			Kadang-kadang	3	39
			Jarang	2	17
			Tidak Pernah	1	1
I4	Saya hanya mengikuti akun-akun selebriti di media sosial.	Negatif	Selalu	1	1
			Sering	2	9
			Kadang-kadang	3	43
			Jarang	4	124
			Tidak Pernah	5	44
I5	Saya <i>up to date</i> mengenai informasi terbaru dakwah islami di media sosial.	Positif	Selalu	5	15
			Sering	4	77
			Kadang-kadang	3	110
			Jarang	2	18
			Tidak Pernah	1	1
I6	Saya tidak mengikuti perkembangan informasi terbaru mengenai dakwah islami di media sosial.	Negatif	Selalu	1	5
			Sering	2	11
			Kadang-kadang	3	100
			Jarang	4	67
			Tidak Pernah	5	38
I7	Saya memperhatikan konten-konten dakwah islami yang muncul di beranda media sosial.	Positif	Selalu	5	60
			Sering	4	121
			Kadang-kadang	3	33
			Jarang	2	6
			Tidak Pernah	1	1

I8	Saya mengacuhkan konten dakwah islami ketika mengakses media sosial.	Negatif	Selalu	1	3
			Sering	2	5
			Kadang-kadang	3	48
			Jarang	4	91
			Tidak Pernah	5	74

Untuk indikator perhatian pada pernyataan nomor I1, yang berisi kalimat “saya tertarik mencari konten dakwah islami di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 55 orang, menjawab sering sebanyak 92 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 68 orang, dan menjawab jarang sebanyak 6 orang.

Pada pernyataan nomor I2, yang berisi kalimat “saya mudah bosan ketika melihat konten dakwah islami di media sosial.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 1 orang, menjawab sering sebanyak 11 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 73 orang, menjawab jarang sebanyak 68 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 68 orang.

Pada pernyataan nomor I3, yang berisi kalimat “saya mengikuti akun-akun yang menampilkan tayangan dakwah islami di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 60 orang, menjawab sering sebanyak 104 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 39 orang, menjawab jarang sebanyak 17 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.



Pada pernyataan nomor I4, yang berisi kalimat “saya hanya mengikuti akun-akun selebriti di media sosial.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 1 orang, menjawab sering sebanyak 9 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 43 orang, menjawab jarang sebanyak 124 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 44 orang.

Pada pernyataan nomor I5, yang berisi kalimat “saya *up to date* mengenai informasi terbaru dakwah islami di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 15 orang, menjawab sering sebanyak 77 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 110 orang, menjawab jarang sebanyak 18 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor I6, yang berisi kalimat “saya tidak mengikuti perkembangan informasi terbaru mengenai dakwah islami di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 5 orang, menjawab sering sebanyak 11 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 100 orang, menjawab jarang sebanyak 67 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 38 orang.

Pada pernyataan nomor I7, yang berisi kalimat “saya memperhatikan konten-konten dakwah islami yang muncul di beranda media sosial.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 60 orang, menjawab sering sebanyak 121 orang, menjawab

kadang-kadang sebanyak 33 orang, menjawab jarang sebanyak 6 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor I8, yang berisi kalimat “saya mengacuhkan konten dakwah islami ketika mengakses media sosial.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 3 orang, menjawab sering sebanyak 5 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 48 orang, menjawab jarang sebanyak 91 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 74 orang.

Kemudian hasil kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada indikator perhatian tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Output Statistik Deskriptif Intensitas Menonton**  
**Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Perhatian**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
I1	221	2	5	3.8869	Tinggi
I2	221	1	5	3.8643	Tinggi
I3	221	1	5	3.9276	Tinggi
I4	221	1	5	3.9095	Tinggi
I5	221	1	5	3.3937	Tinggi
I6	221	1	5	3.552	Tinggi
I7	221	1	5	4.0543	Tinggi
I8	221	1	5	4.0317	Tinggi

Pada tabel 4.2 analisis intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial indikator perhatian, pernyataan nomor I1

memiliki nilai *mean* sebesar 3,89 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I2 memiliki nilai *mean* sebesar 3,86 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I3 memiliki nilai *mean* sebesar 3,93 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I4 memiliki nilai *mean* sebesar 3,91 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I5 memiliki nilai *mean* sebesar 3,93 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I6 memiliki nilai *mean* sebesar 3,55 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I7 memiliki nilai *mean* sebesar 4,05 dengan kategori tinggi. Dan pernyataan nomor I8 memiliki nilai *mean* sebesar 4,03 dengan kategori tinggi.

Dari ke 8 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada indikator perhatian sebesar 3,83 dan termasuk ke dalam klasifikasi rata-rata intensitas tinggi.

#### **b. Penghayatan**

Untuk indikator penghayatan terdapat 8 butir pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor I9, I11, I13 dan I15. Sedangkan 4 butir pernyataan negatif yaitu pada pernyataan nomor I10, I12, I14 dan I16. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator penghayatan:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator Penghayatan**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
I9	Saya mengikuti amalan-amalan yang disarankan oleh ustadz, ustadzah, maupun <i>influencer</i> muslim di media sosial dalam keseharian saya.	Positif	Selalu	5	22
			Sering	4	91
			Kadang-kadang	3	99
			Jarang	2	7
			Tidak Pernah	1	2
I10	Saya tidak mengamalkan nasihat yang disarankan oleh ustadz, ustadzah, maupun <i>influencer</i> muslim di media sosial dalam keseharian saya	Negatif	Selalu	1	3
			Sering	2	7
			Kadang-kadang	3	69
			Jarang	4	87
			Tidak Pernah	5	55
I11	Tayangan dakwah islami di media sosial mempengaruhi cara saya berpikir dan berperilaku sehari-hari.	Positif	Selalu	5	64
			Sering	4	100
			Kadang-kadang	3	46
			Jarang	2	4
			Tidak Pernah	1	7
I12	Saya tidak menerapkan nilai-nilai dari tayangan	Negatif	Selalu	1	2
			Sering	2	5
			Kadang-kadang	3	59

	dakwah islami yang saya lihat di media sosial.		Jarang	4	88
			Tidak Pernah	5	67
I13	Saya mengikuti gaya berpakaian, cara bertutur kata yang sopan dan sesuai dengan syariat Islam dari <i>influencer</i> muslim di media sosial	Positif	Selalu	5	43
			Sering	4	89
			Kadang-kadang	3	75
			Jarang	2	11
			Tidak Pernah	1	3
I14	Saya mengikuti tren berbusana yang saya lihat di media sosial meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan syariat Islam.	Negatif	Selalu	1	3
			Sering	2	20
			Kadang-kadang	3	38
			Jarang	4	65
			Tidak Pernah	5	105
I15	Pesan dakwah islami yang saya dapatkan di media sosial membantu saya lebih memahami nilai-nilai ajaran agama Islam.	Positif	Selalu	5	92
			Sering	4	97
			Kadang-kadang	3	30
			Jarang	2	2
			Tidak Pernah	1	0
I16	Tayangan dakwah islami di media sosial tidak membantu saya memperdalam ilmu agama Islam.	Negatif	Selalu	1	3
			Sering	2	6
			Kadang-kadang	3	21
			Jarang	4	45
			Tidak Pernah	5	146

Untuk indikator penghayatan pada pernyataan nomor I9, yang berisi kalimat “saya mengikuti amalan-amalan yang disarankan oleh ustadz, ustadzah, maupun *influencer* muslim di media sosial dalam keseharian saya.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 22 orang, menjawab sering sebanyak 91 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 99 orang, menjawab jarang sebanyak 7 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 2 orang.

Pada pernyataan nomor I10, yang berisi kalimat “saya tidak mengamalkan nasihat yang disarankan oleh ustadz, ustadzah, maupun *influencer* muslim di media sosial dalam keseharian saya” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 3 orang, menjawab sering sebanyak 7 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 69 orang, menjawab jarang sebanyak 87 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 55 orang.

Pada pernyataan nomor I11, yang berisi kalimat “tayangan dakwah islami di media sosial mempengaruhi cara saya berpikir dan berperilaku sehari-hari” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 64 orang, menjawab sering sebanyak 100 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 46 orang, menjawab jarang sebanyak 4 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 7 orang.

Pada pernyataan nomor I12, yang berisi kalimat “saya tidak menerapkan nilai-nilai dari tayangan dakwah islami yang saya lihat di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu

sebanyak 2 orang, menjawab sering sebanyak 5 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 59 orang, menjawab jarang sebanyak 88 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 67 orang.

Pada pernyataan nomor I13, yang berisi kalimat “saya mengikuti gaya berpakaian, cara bertutur kata yang sopan dan sesuai dengan syariat islam dari *influencer* muslim di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 43 orang, menjawab sering sebanyak 89 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 75 orang, menjawab jarang sebanyak 11 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 3 orang.

Pada pernyataan nomor I14, yang berisi kalimat “saya mengikuti tren berbusana yang saya lihat di media sosial meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan syariat Islam” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 3 orang, menjawab sering sebanyak 20 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 38 orang, menjawab jarang sebanyak 65 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 105 orang.

Pada pernyataan nomor I15, yang berisi kalimat “pesan dakwah islami yang saya dapatkan di media sosial membantu saya lebih memahami nilai-nilai ajaran agama islam” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 92 orang, menjawab sering sebanyak 97 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 30 orang, dan menjawab jarang sebanyak 2 orang.

Pada pernyataan nomor I16, yang berisi kalimat “tayangan dakwah islami di media sosial tidak membantu saya memperdalam ilmu agama islam” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 3 orang, menjawab sering sebanyak 6 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 21 orang, menjawab jarang sebanyak 45 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 146 orang.

Kemudian hasil kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada indikator penghayatan tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Output Statistik Deskriptif Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Penghayatan**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
I9	221	1.00	5.00	3.5611	Tinggi
I10	221	1.00	5.00	3.8326	Tinggi
I11	221	1.00	5.00	3.9502	Tinggi
I12	221	1.00	5.00	3.9638	Tinggi
I13	221	1.00	5.00	3.7149	Tinggi
I14	221	1.00	5.00	4.1719	Sangat Tinggi
I15	221	2.00	5.00	4.2624	Sangat Tinggi
I16	221	1.00	5.00	4.4706	Sangat Tinggi

Pada tabel 4.4 analisis intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial indikator penghayatan, pernyataan nomor I9 memiliki nilai *mean* sebesar 3,56 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I10 memiliki nilai *mean* sebesar 3,83 dengan kategori tinggi.



Pernyataan nomor I11 memiliki nilai *mean* sebesar 3,95 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I12 memiliki nilai *mean* sebesar 3,96 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I13 memiliki nilai *mean* sebesar 3,71 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor I14 memiliki nilai *mean* sebesar 4,17 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor I15 memiliki nilai *mean* sebesar 4,26 dengan kategori sangat tinggi. Dan pernyataan nomor I16 memiliki nilai *mean* sebesar 4,47 dengan kategori sangat tinggi.

Dari ke 8 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada indikator penghayatan sebesar 3,99 dan termasuk ke dalam klasifikasi rata-rata intensitas tinggi.

### c. Frekuensi

Kemudian untuk indikator frekuensi terdapat 8 butir pernyataan yang terdiri dari 6 pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor I17, I19, I20, I22, I23 dan I24. Sedangkan 2 butir pernyataan negatif yaitu pada pernyataan nomor I18 dan I21. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator frekuensi:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator Frekuensi**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
I17	Saya menggunakan media sosial untuk mencari	Positif	Selalu	5	27
			Sering	4	98
			Kadang-kadang	3	88

	tayangan dakwah islami lebih dari 4 kali sehari.		Jarang	2	7
			Tidak Pernah	1	1
I18	Saya menggunakan media sosial untuk mencari tayangan dakwah islami kurang dari 4 kali per hari.	Negatif	Selalu	1	18
			Sering	2	85
			Kadang-kadang	3	104
			Jarang	4	12
			Tidak Pernah	5	2
I19	Saya menyempatkan diri untuk mencari tayangan dakwah islami setiap kali saya mengakses media sosial.	Positif	Selalu	5	43
			Sering	4	84
			Kadang-kadang	3	82
			Jarang	2	11
			Tidak Pernah	1	1
I20	Saya menonton ceramah agama di media sosial	Positif	Selalu	5	31
			Sering	4	109
			Kadang-kadang	3	67
			Jarang	2	13
			Tidak Pernah	1	1
I21	Saya menggunakan media sosial hanya sebagai media berkomunikasi dengan orang lain.	Negatif	Selalu	1	23
			Sering	2	73
			Kadang-kadang	3	83
			Jarang	4	32
			Tidak Pernah	5	10
I22	Ketika bosan, saya memilih menonton tayangan dakwah islami di media sosial.	Positif	Selalu	5	15
			Sering	4	73
			Kadang-kadang	3	109
			Jarang	2	21
			Tidak Pernah	1	3

I23	Saya membuka media sosial setiap saat untuk mengetahui informasi terbaru mengenai tayangan dakwah islami di media sosial.	Positif	Selalu	5	18
			Sering	4	75
			Kadang-kadang	3	98
			Jarang	2	29
			Tidak Pernah	1	1
I24	Saya membagikan kembali konten-konten dakwah islami yang saya dapatkan di media sosial.	Positif	Selalu	5	14
			Sering	4	68
			Kadang-kadang	3	95
			Jarang	2	36
			Tidak Pernah	1	8

Untuk indikator frekuensi pada pernyataan nomor I17, yang berisi kalimat “saya menggunakan media sosial untuk mencari tayangan dakwah islami lebih dari 4 kali per hari” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 27 orang, menjawab sering sebanyak 98 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 88 orang, menjawab jarang sebanyak 7 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor I18, yang berisi kalimat “saya menggunakan media sosial untuk mencari tayangan dakwah islami kurang dari 4 kali per hari” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 18 orang, menjawab sering sebanyak 85 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 104 orang, menjawab jarang sebanyak 12 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 2 orang.

Pada pernyataan nomor I19, yang berisi kalimat “saya menyempatkan diri untuk mencari tayangan dakwah islami setiap kali saya mengakses media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 43 orang, menjawab sering sebanyak 84 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 82 orang, menjawab jarang sebanyak 11 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor I20, yang berisi kalimat “saya menonton ceramah agama di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 31 orang, menjawab sering sebanyak 109 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 67 orang, menjawab jarang sebanyak 13 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor I21, yang berisi kalimat “saya menggunakan media sosial hanya sebagai media berkomunikasi dengan orang lain” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 23 orang, menjawab sering sebanyak 73 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 83 orang, menjawab jarang sebanyak 32 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 10 orang.

Pada pernyataan nomor I22, yang berisi kalimat “ketika bosan, saya memilih menonton tayangan dakwah islami di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 15 orang, menjawab sering sebanyak 73 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 109 orang, menjawab jarang sebanyak 21 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 3 orang.

Pada pernyataan nomor I23, yang berisi kalimat “saya membuka media sosial setiap saat untuk mengetahui informasi terbaru mengenai tayangan dakwah islami di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 18 orang, menjawab sering sebanyak 75 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 98 orang, menjawab jarang sebanyak 29 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor I24, yang berisi kalimat “saya membagikan kembali konten-konten dakwah islami yang saya dapatkan di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 14 orang, menjawab sering sebanyak 68 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 95 orang, menjawab jarang sebanyak 36 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 8 orang.

Kemudian hasil kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada indikator frekuensi tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Output Statistik Deskriptif Intensitas Menonton Tayangan**  
**Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Frekuensi**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
I17	221	1.00	5.00	3.6471	Tinggi
I18	221	1.00	5.00	2.5249	Cukup
I19	221	1.00	5.00	3.7104	Tinggi
I20	221	1.00	5.00	3.7059	Tinggi
I21	221	1.00	5.00	2.6968	Cukup
I22	221	1.00	5.00	3.3439	Tinggi
I23	221	1.00	5.00	3.3620	Tinggi
I24	221	1.00	5.00	3.1991	Tinggi

Pada tabel 4.6 analisis intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial indikator frekuensi, pernyataan nomor I17 memiliki nilai *mean* sebesar 3,65 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I18 memiliki nilai *mean* sebesar 2,52 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor I19 memiliki nilai *mean* sebesar 3,71 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I20 memiliki nilai *mean* sebesar 3,71 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I21 memiliki nilai *mean* sebesar 2,70 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor I22 memiliki nilai *mean* sebesar 3,34 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I23 memiliki nilai *mean* sebesar 3,36 dengan kategori tinggi. Dan pernyataan nomor I24 memiliki nilai *mean* sebesar 3,20 dengan kategori tinggi.

Dari ke 8 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada

indikator frekuensi sebesar 3,27 dan termasuk ke dalam klasifikasi rata-rata intensitas tinggi.

#### d. Durasi

Untuk indikator durasi terdapat 8 butir pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor I25, I27, I29 dan I31. Sedangkan 4 butir pernyataan negatif yaitu pada pernyataan nomor I26, I28, I30 dan I32. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator durasi:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator Durasi**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
I25	Saya menghabiskan sebagian besar waktu bermain media sosial hanya untuk menonton tayangan dakwah islami.	Positif	Selalu	5	4
			Sering	4	36
			Kadang-kadang	3	129
			Jarang	2	45
			Tidak Pernah	1	7
I26	Saya menghabiskan sebagian besar waktu bermain media sosial hanya untuk menonton konten-konten hiburan.	Negatif	Selalu	1	2
			Sering	2	48
			Kadang-kadang	3	116
			Jarang	4	51
			Tidak Pernah	5	4
I27	Saya mencari konten dakwah islami lebih dari 3 jam per	Positif	Selalu	5	3
			Sering	4	22
			Kadang-kadang	3	108

	hari di media sosial		Jarang	2	70
			Tidak Pernah	1	18
I28	Saya mencari konten dakwah islami kurang dari 3 jam per hari	Negatif	Selalu	1	10
			Sering	2	43
			Kadang-kadang	3	94
			Jarang	4	62
			Tidak Pernah	5	12
I29	Saya bisa menonton ceramah agama selama lebih dari 3 jam per hari.	Positif	Selalu	5	13
			Sering	4	45
			Kadang-kadang	3	110
			Jarang	2	46
			Tidak Pernah	1	7
I30	Saya menonton ceramah agama hanya bisa kurang dari 3 jam per hari	Negatif	Selalu	1	6
			Sering	2	31
			Kadang-kadang	3	110
			Jarang	4	61
			Tidak Pernah	5	13
I31	Saya mencari informasi terbaru tayangan dakwah islami hingga berjam-jam lamanya.	Positif	Selalu	5	10
			Sering	4	18
			Kadang-kadang	3	108
			Jarang	2	66
			Tidak Pernah	1	19
I32	Saya kurang tertarik untuk mengetahui informasi terbaru tayangan dakwah islami	Negatif	Selalu	1	4
			Sering	2	11
			Kadang-kadang	3	73
			Jarang	4	79
			Tidak Pernah	5	54



	hingga berjam- jam lamanya.				
--	--------------------------------	--	--	--	--

Untuk indikator durasi pada pernyataan nomor I25, yang berisi kalimat “Saya menghabiskan sebagian besar waktu bermain media sosial hanya untuk menonton tayangan dakwah islami.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 4 orang, menjawab sering sebanyak 36 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 129 orang, menjawab jarang sebanyak 45 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 7 orang.

Pada pernyataan nomor I26, yang berisi kalimat “saya menghabiskan sebagian besar waktu bermain media sosial hanya untuk menonton konten-konten hiburan” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 2 orang, menjawab sering sebanyak 48 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 116 orang, menjawab jarang sebanyak 51 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 4 orang.

Pada pernyataan nomor I27, yang berisi kalimat “saya mencari konten dakwah islami lebih dari 3 jam per hari di media sosial” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 3 orang, menjawab sering sebanyak 22 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 108 orang, menjawab jarang sebanyak 70 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 18 orang.

Pada pernyataan nomor I28, yang berisi kalimat “saya mencari konten dakwah islami kurang dari 3 jam per hari” diketahui bahwa

responden yang menjawab selalu sebanyak 10 orang, menjawab sering sebanyak 43 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 94 orang, menjawab jarang sebanyak 62 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 12 orang.

Pada pernyataan nomor I29, yang berisi kalimat “saya bisa menonton ceramah agama selama lebih dari 3 jam per hari.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 13 orang, menjawab sering sebanyak 45 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 110 orang, menjawab jarang sebanyak 46 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 7 orang.

Pada pernyataan nomor I30, yang berisi kalimat “saya menonton ceramah agama hanya bisa kurang dari 3 jam per hari” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 6 orang, menjawab sering sebanyak 31 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 110 orang, menjawab jarang sebanyak 61 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 13 orang.

Pada pernyataan nomor I31, yang berisi kalimat “saya mencari informasi terbaru tayangan dakwah islami hingga berjam-jam lamanya” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 10 orang, menjawab sering sebanyak 18 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 108 orang, menjawab jarang sebanyak 66 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 19 orang.

Pada pernyataan nomor I32, yang berisi kalimat “saya kurang tertarik untuk mengetahui informasi terbaru tayangan dakwah islami hingga berjam-jam lamanya” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 4 orang, menjawab sering sebanyak 11 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 73 orang, menjawab jarang sebanyak 79 orang dan menjawab tidak pernah sebanyak 54 orang.

Kemudian hasil kuesioner intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada indikator durasi tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Output Statistik Deskriptif Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Indikator Durasi**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
I25	221	1.00	5.00	2.9321	Cukup
I26	221	1.00	5.00	3.0317	Cukup
I27	221	1.00	5.00	2.6471	Cukup
I28	221	1.00	5.00	3.1041	Tinggi
I29	221	1.00	5.00	3.0498	Cukup
I30	221	1.00	5.00	3.1991	Tinggi
I31	221	1.00	5.00	2.7014	Cukup
I32	221	1.00	5.00	3.7602	Tinggi

Pada tabel 4.8, analisis intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial indikator durasi, pernyataan nomor I25 memiliki nilai *mean* sebesar 2,93 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor I26 memiliki nilai *mean* sebesar 3,03 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor I27 memiliki nilai *mean* sebesar 2,65 dengan kategori cukup.

Pernyataan nomor I28 memiliki nilai *mean* sebesar 3,10 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I29 memiliki nilai *mean* sebesar 3,05 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I30 memiliki nilai *mean* sebesar 3,20 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor I31 memiliki nilai *mean* sebesar 2,70 dengan kategori cukup. Dan pernyataan nomor I32 memiliki nilai *mean* sebesar 3,76 dengan kategori tinggi.

Dari ke 8 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial pada indikator durasi sebesar 3,05 dan termasuk ke dalam klasifikasi rata-rata intensitas cukup.

Setelah didapatkan nilai rata-rata dari tiap indikator, selanjutnya peneliti akan memaparkan perhitungan nilai *mean* dari intensitas secara keseluruhan menggunakan *SPSS 18*. Berikut hasil rata-rata perhitungan secara keseluruhan terhadap intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial.

**Tabel 4.9**  
**Output Mean Total Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
I1	221	2.00	5.00	3.8869	Tinggi
I2	221	1.00	5.00	3.8643	Tinggi
I3	221	1.00	5.00	3.9276	Tinggi
I4	221	1.00	5.00	3.9095	Tinggi
I5	221	1.00	5.00	3.3937	Tinggi
I6	221	1.00	5.00	3.5520	Tinggi
I7	221	1.00	5.00	4.0543	Tinggi
I8	221	1.00	5.00	4.0317	Tinggi
I9	221	1.00	5.00	3.5611	Tinggi

I10	221	1.00	5.00	3.8326	Tinggi
I11	221	1.00	5.00	3.9502	Tinggi
I12	221	1.00	5.00	3.9638	Tinggi
I13	221	1.00	5.00	3.7149	Tinggi
I14	221	1.00	5.00	4.1719	Sangat Tinggi
I15	221	2.00	5.00	4.2624	Sangat Tinggi
I16	221	1.00	5.00	4.4706	Sangat Tinggi
I17	221	1.00	5.00	3.6471	Tinggi
I18	221	1.00	5.00	2.5249	Cukup
I19	221	1.00	5.00	3.7104	Tinggi
I20	221	1.00	5.00	3.7059	Tinggi
I21	221	1.00	5.00	2.6968	Cukup
I22	221	1.00	5.00	3.3439	Tinggi
I23	221	1.00	5.00	3.3620	Tinggi
I24	221	1.00	5.00	3.1991	Tinggi
I25	221	1.00	5.00	2.9321	Cukup
I26	221	1.00	5.00	3.0317	Cukup
I27	221	1.00	5.00	2.6471	Cukup
I28	221	1.00	5.00	3.1041	Tinggi
I29	221	1.00	5.00	3.0498	Cukup
I30	221	1.00	5.00	3.1991	Tinggi
I31	221	1.00	5.00	2.7014	Cukup
I32	221	1.00	5.00	3.7602	Tinggi
Total				3.5363	

Berdasarkan tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial untuk ke 32 butir pernyataan memiliki nilai sebesar 3,54 yang berarti termasuk ke dalam kategori tinggi.

## 2. Sikap Religius

Data sikap religius disimbolkan dengan huruf S (Sikap), diperoleh melalui kuesioner dengan 30 butir pernyataan yang berisikan 25 butir pernyataan positif dan 5 butir pernyataan negatif. Untuk penskoran dalam kuesioner tersebut terbagi menjadi dua. Untuk pernyataan positif, jika

menjawab selalu maka bernilai 5, menjawab sering bernilai 4, menjawab kadang-kadang bernilai 3, menjawab jarang bernilai 2, dan menjawab tidak pernah bernilai 1. Sedangkan untuk pernyataan negatif, penilaiannya berkebalikan dari pernyataan positif. Jika menjawab selalu bernilai 1, menjawab sering bernilai 2, menjawab kadang-kadang bernilai 3, menjawab jarang bernilai 4 dan menjawab tidak pernah bernilai 5.

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut peneliti akan memaparkan hasil yang diperoleh berdasarkan masing-masing indikator.

#### a. Keyakinan

Untuk indikator keyakinan terdapat 6 butir pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor S1, S3, S5 dan S6. Sedangkan 2 butir pernyataan negatif yaitu pada pernyataan nomor S2 dan S4. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator keyakinan:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator keyakinan**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
S1	Saya percaya bahwa segala perbuatan di dunia akan dipertanggungjawabkan di akhirat.	Positif	Selalu	5	203
			Sering	4	15
			Kadang-kadang	3	2
			Jarang	2	1
			Tidak Pernah	1	0
S2	Saya ragu dengan apa yang akan dialami	Negatif	Selalu	1	8
			Sering	2	16

	manusia setelah meninggal dunia.		Kadang-kadang	3	22
			Jarang	4	27
			Tidak Pernah	5	148
S3	Saya meninggalkan larangan dan menjalankan perintah Allah Swt sebagai bentuk ketaatan kepada Allah Swt.	Positif	Selalu	5	88
			Sering	4	91
			Kadang-kadang	3	32
			Jarang	2	5
			Tidak Pernah	1	5
S4	Saya meninggalkan larangan dan menjalankan perintah Allah Swt karena mengikuti orang-orang di sekitar saya.	Negatif	Selalu	1	23
			Sering	2	46
			Kadang-kadang	3	53
			Jarang	4	43
			Tidak Pernah	5	56
S5	Saya menerapkan sunah-sunah yang diajarkan Nabi Muhammad Saw. dalam kehidupan sehari-hari.	Positif	Selalu	5	43
			Sering	4	98
			Kadang-kadang	3	74
			Jarang	2	6
			Tidak Pernah	1	0
S6	Saya yakin, ada malaikat yang mengawasi dan mencatat amal perbuatan saya.	Positif	Selalu	5	192
			Sering	4	24
			Kadang-kadang	3	5
			Jarang	2	0
			Tidak Pernah	1	0

Untuk indikator keyakinan pada pernyataan nomor S1, yang berisi kalimat “saya percaya bahwa segala perbuatan di dunia akan dipertanggungjawabkan di akhirat” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 203 orang, menjawab sering sebanyak 15 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 2 orang, dan menjawab jarang sebanyak 1 orang.

Untuk indikator keyakinan pada pernyataan nomor S2, yang berisi kalimat “saya ragu dengan apa yang akan dialami manusia setelah meninggal dunia.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 8 orang, menjawab sering sebanyak 16 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 22 orang, menjawab jarang sebanyak 27 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 148 orang.

Untuk indikator keyakinan pada pernyataan nomor S3, yang berisi kalimat “saya meninggalkan larangan dan menjalankan perintah Allah Swt sebagai bentuk ketaatan kepada Allah Swt” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 88 orang, menjawab sering sebanyak 91 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 32 orang, menjawab jarang sebanyak 5 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 5 orang.

Untuk indikator keyakinan pada pernyataan nomor S4, yang berisi kalimat “saya meninggalkan larangan dan menjalankan perintah Allah Swt karena mengikuti orang-orang di sekitar saya” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 23 orang, menjawab



sering sebanyak 46 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 53 orang, menjawab jarang sebanyak 43 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 56 orang.

Untuk indikator keyakinan pada pernyataan nomor S5, yang berisi kalimat “saya menerapkan sunah-sunah yang diajarkan Nabi Muhammad Saw. dalam kehidupan sehari-hari” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 43 orang, menjawab sering sebanyak 98 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 74 orang, dan menjawab jarang sebanyak 6 orang.

Untuk indikator keyakinan pada pernyataan nomor S6, yang berisi kalimat “saya yakin, ada Malaikat yang mengawasi dan mencatat amal perbuatan saya” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 192 orang, menjawab sering sebanyak 24 orang, dan menjawab kadang-kadang sebanyak 5 orang.

Kemudian hasil kuesioner sikap religius pada indikator keyakinan tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Output Statistik Deskriptif Sikap Religius**  
**Indikator Keyakinan**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
S1	221	2.00	5.00	4.9005	Sangat tinggi
S2	221	1.00	5.00	4.3167	Sangat tinggi
S3	221	1.00	5.00	4.1403	Sangat tinggi
S4	221	1.00	5.00	3.2851	Tinggi
S5	221	2.00	5.00	3.8054	Tinggi
S6	221	3.00	5.00	4.8462	Sangat tinggi

Pada tabel 4.11 analisis sikap religius pada indikator keyakinan, pernyataan nomor S1 memiliki nilai *mean* sebesar 4,90 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S2 memiliki nilai *mean* sebesar 4,32 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S3 memiliki nilai *mean* sebesar 4,14 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S4 memiliki nilai *mean* sebesar 3,28 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor S5 memiliki nilai *mean* sebesar 3,80 dengan kategori tinggi. Dan pernyataan nomor S6 memiliki nilai *mean* sebesar 4,85 dengan kategori sangat tinggi.

Dari ke 6 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* sikap religius pada indikator keyakinan sebesar 4,21 dan termasuk ke dalam klasifikasi sangat tinggi.

#### **b. Ibadah**

Kemudian untuk indikator ibadah terdapat 6 butir pernyataan yang merupakan bentuk pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor

S7, S8, S9, S10, S11 dan S12. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator ibadah:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator Ibadah**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
S7	Saya mengerjakan sholat wajib tepat waktu.	Positif	Selalu	5	59
			Sering	4	104
			Kadang-kadang	3	52
			Jarang	2	5
			Tidak Pernah	1	1
S8	Saya rutin melaksanakan sholat sunah tahajud	Positif	Selalu	5	2
			Sering	4	24
			Kadang-kadang	3	108
			Jarang	2	76
			Tidak Pernah	1	11
S9	Saya melaksanakan puasa sunah di luar bulan ramadhan.	Positif	Selalu	5	6
			Sering	4	46
			Kadang-kadang	3	113
			Jarang	2	51
			Tidak Pernah	1	5
S10	Saya berdzikir setelah melaksanakan sholat	Positif	Selalu	5	83
			Sering	4	94
			Kadang-kadang	3	37
			Jarang	2	7
			Tidak Pernah	1	0
S11	Saya rutin membaca Al-Qur'an	Positif	Selalu	5	65
			Sering	4	82
			Kadang-kadang	3	61

			Jarang	2	13
			Tidak Pernah	1	0
S12	Saya mengeluarkan zakat fitrah setiap tahun	Positif	Selalu	5	171
			Sering	4	38
			Kadang-kadang	3	8
			Jarang	2	1
			Tidak Pernah	1	3

Untuk indikator ibadah pada pernyataan nomor S7, yang berisi kalimat “Saya mengerjakan sholat wajib tepat waktu” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 59 orang, menjawab sering sebanyak 104 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 52 orang, menjawab jarang sebanyak 5 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor S8, yang berisi kalimat “Saya rutin melaksanakan sholat sunah tahajud” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 2 orang, menjawab sering sebanyak 24 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 108 orang, menjawab jarang sebanyak 76 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 11 orang.

Pada pernyataan nomor S9, yang berisi kalimat “Saya melaksanakan puasa sunah di luar bulan ramadhan” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 6 orang, menjawab sering sebanyak 46 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 113 orang,

menjawab jarang sebanyak 51 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 5 orang.

Pada pernyataan nomor S10, yang berisi kalimat “Saya berdzikir setelah melaksanakan sholat” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 83 orang, menjawab sering sebanyak 94 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 37 orang, dan menjawab jarang sebanyak 7 orang.

Pada pernyataan nomor S11, yang berisi kalimat “Saya rutin membaca Al-Qur’an” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 65 orang, menjawab sering sebanyak 82 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 61 orang, dan menjawab jarang sebanyak 13 orang.

Pada pernyataan nomor S12, yang berisi kalimat “Saya mengeluarkan zakat fitrah setiap tahun” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 171 orang, menjawab sering sebanyak 38 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 8 orang, menjawab jarang sebanyak 1 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 3 orang.

Kemudian hasil kuesioner sikap religius pada indikator ibadah tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Output Statistik Deskriptif Sikap Religius**  
**Indikator Ibadah**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
S7	221	1.00	5.00	3.9729	Tinggi
S8	221	1.00	5.00	2.6833	Cukup
S9	221	1.00	5.00	2.9864	Cukup
S10	221	2.00	5.00	4.1448	Sangat tinggi
S11	221	2.00	5.00	3.9005	Tinggi
S12	221	1.00	5.00	4.6878	Sangat tinggi

Pada tabel 4.13 analisis sikap religius pada indikator ibadah, pernyataan nomor S7 memiliki nilai *mean* sebesar 3,97 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor S8 memiliki nilai *mean* sebesar 2,68 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor S9 memiliki nilai *mean* sebesar 2,98 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor S10 memiliki nilai *mean* sebesar 4,14 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S11 memiliki nilai *mean* sebesar 3,90 dengan kategori tinggi. Dan pernyataan nomor S12 memiliki nilai *mean* sebesar 4,69 dengan kategori sangat tinggi.

Dari ke 6 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* sikap religius pada indikator ibadah sebesar 3,72 dan termasuk ke dalam klasifikasi tinggi.

### c. Pengalaman

Untuk indikator pengalaman terdapat 6 butir pernyataan yang terdiri dari 3 pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor S13, S15, dan S17. Sedangkan 3 butir pernyataan negatif yaitu pada pernyataan

nomor S14, S16 dan S18. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator pengalaman:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator Pengalaman**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
S13	Berdzikir dapat meredakan rasa marah yang sedang saya alami.	Positif	Selalu	5	121
			Sering	4	82
			Kadang-kadang	3	18
			Jarang	2	0
			Tidak Pernah	1	0
S14	Saya sulit mengontrol diri saat sedang marah.	Negatif	Selalu	1	23
			Sering	2	58
			Kadang-kadang	3	85
			Jarang	4	40
			Tidak Pernah	5	15
S15	Ketika membaca Al-Qur'an hati saya menjadi tenang.	Positif	Selalu	5	172
			Sering	4	44
			Kadang-kadang	3	5
			Jarang	2	0
			Tidak Pernah	1	0
S16	Saya merasa cemas dan takut berlebihan	Negatif	Selalu	1	35
			Sering	2	58
			Kadang-kadang	3	80
			Jarang	4	36
			Tidak Pernah	5	12
S17	Saya merasa sedang berhadapan dan berkomunikasi	Positif	Selalu	5	76
			Sering	4	94
			Kadang-kadang	3	46

	kepada Allah ketika melaksanakan shalat.		Jarang	2	5
			Tidak Pernah	1	0
S18	Ketika sedang shalat, banyak hal terlintas dipikiran saya.	Negatif	Selalu	1	33
			Sering	2	103
			Kadang-kadang	3	71
			Jarang	4	12
			Tidak Pernah	5	2

Untuk indikator pengalaman pada pernyataan nomor S13, yang berisi kalimat “berdzikir dapat meredakan rasa marah yang sedang saya alami.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 121 orang, menjawab sering sebanyak 82 orang, dan menjawab kadang-kadang sebanyak 18 orang.

Pada pernyataan nomor S14, yang berisi kalimat “Saya sulit mengontrol diri saat sedang marah” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 23 orang, menjawab sering sebanyak 58 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 85 orang, menjawab jarang sebanyak 40 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 15 orang.

Pada pernyataan nomor S15, yang berisi kalimat “Ketika membaca Al-Qur’an hati saya menjadi tenang.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 172 orang, menjawab sering sebanyak 44 orang dan menjawab kadang-kadang sebanyak 5 orang.



Pada pernyataan nomor S16, yang berisi kalimat “Saya merasa cemas dan takut berlebihan” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 35 orang, menjawab sering sebanyak 58 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 80 orang, menjawab jarang sebanyak 7 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 12 orang.

Pada pernyataan nomor S17, yang berisi kalimat “Saya merasa sedang berhadapan dan berkomunikasi kepada Allah ketika melaksanakan sholat.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 76 orang, menjawab sering sebanyak 94 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 46 orang, dan menjawab jarang sebanyak 5 orang.

Pada pernyataan nomor S18, yang berisi kalimat “Ketika sedang sholat, banyak hal terlintas dipikiran saya.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 33 orang, menjawab sering sebanyak 103 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 71 orang, menjawab jarang sebanyak 12 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 2 orang.

Kemudian hasil kuesioner sikap religius pada indikator pengalaman tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Output Statistik Deskriptif Sikap Religius**  
**Indikator Pengalaman**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
S13	221	3.00	5.00	4.4661	Sangat tinggi
S14	221	1.00	5.00	2.8462	Cukup
S15	221	3.00	5.00	4.7557	Sangat tinggi
S16	221	1.00	5.00	2.6923	Cukup
S17	221	2.00	5.00	4.0905	Sangat tinggi
S18	221	1.00	5.00	2.3077	Cukup

Pada tabel 4.15, analisis sikap religius pada indikator pengalaman, pernyataan nomor S13 memiliki nilai *mean* sebesar 4,47 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S14 memiliki nilai *mean* sebesar 2,85 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor S15 memiliki nilai *mean* sebesar 4,76 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S16 memiliki nilai *mean* sebesar 2,69 dengan kategori cukup. Pernyataan nomor S17 memiliki nilai *mean* sebesar 4,09 dengan kategori sangat tinggi. Dan pernyataan nomor S18 memiliki nilai *mean* sebesar 2,31 dengan kategori cukup.

Dari ke 6 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* sikap religius pada indikator pengalaman sebesar 3,53 dan termasuk ke dalam klasifikasi tinggi.

#### d. Pengetahuan

Selanjutnya, untuk indikator pengetahuan terdapat 6 butir pernyataan yang merupakan bentuk pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor S19, S20, S21, S22, S23, dan S24. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator pengetahuan:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator Pengetahuan**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
S19	Saya mempelajari isi kandungan Al-Qur'an	Positif	Selalu	5	16
			Sering	4	68
			Kadang-kadang	3	117
			Jarang	2	19
			Tidak Pernah	1	1
S20	Saya senang menonton ceramah agama dan mencatatnya.	Positif	Selalu	5	18
			Sering	4	59
			Kadang-kadang	3	101
			Jarang	2	36
			Tidak Pernah	1	7
S21	Saya melakukan suatu hal dengan mempertimbangkan bagaimana ketentuannya di dalam agama Islam.	Positif	Selalu	5	58
			Sering	4	117
			Kadang-kadang	3	40
			Jarang	2	5
			Tidak Pernah	1	1
S22	Saya senang membaca buku-buku agama	Positif	Selalu	5	29
			Sering	4	78
			Kadang-kadang	3	101
			Jarang	2	13

			Tidak Pernah	1	0
S23	Saya mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan	Positif	Selalu	5	34
			Sering	4	85
			Kadang-kadang	3	87
			Jarang	2	15
			Tidak Pernah	1	0
S24	Saya memanfaatkan waktu luang untuk memperdalam ilmu agama	Positif	Selalu	5	29
			Sering	4	76
			Kadang-kadang	3	103
			Jarang	2	13
			Tidak Pernah	1	0

Untuk indikator pengetahuan pada pernyataan nomor S19, yang berisi kalimat “Saya mempelajari isi kandungan Al-Qur’an” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 16 orang, menjawab sering sebanyak 68 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 117 orang, menjawab jarang sebanyak 19 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor S20, yang berisi kalimat “Saya senang menonton ceramah agama dan mencatatnya” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 18 orang, menjawab sering sebanyak 59 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 101 orang, menjawab jarang sebanyak 36 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 7 orang.

Pada pernyataan nomor S21, yang berisi kalimat “Saya melakukan suatu hal dengan mempertimbangkan bagaimana ketentuannya di dalam agama Islam” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 58 orang, menjawab sering sebanyak 117 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 40 orang, menjawab jarang sebanyak 5 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor S22, yang berisi kalimat “Saya senang membaca buku-buku agama” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 29 orang, menjawab sering sebanyak 78 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 101 orang, dan menjawab jarang sebanyak 13 orang.

Pada pernyataan nomor S23, yang berisi kalimat “Saya mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 34 orang, menjawab sering sebanyak 85 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 87 orang, dan menjawab jarang sebanyak 15 orang.

Pada pernyataan nomor S24, yang berisi kalimat “Saya memanfaatkan waktu luang untuk memperdalam ilmu agama” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 29 orang, menjawab sering sebanyak 76 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 103 orang, dan menjawab jarang sebanyak 13 orang.

Kemudian hasil kuesioner sikap religius pada indikator pengetahuan tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Output Statistik Deskriptif Sikap Religius**  
**Indikator Pengetahuan**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
S19	221	1.00	5.00	3.3575	Tinggi
S20	221	1.00	5.00	3.2036	Tinggi
S21	221	1.00	5.00	4.0226	Tinggi
S22	221	2.00	5.00	3.5566	Tinggi
S23	221	2.00	5.00	3.6244	Tinggi
S24	221	2.00	5.00	3.5475	Tinggi

Pada tabel 4.17, analisis sikap religius pada indikator pengetahuan, pernyataan nomor S19 memiliki nilai *mean* sebesar 3,36 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor S20 memiliki nilai *mean* sebesar 3,20 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor S21 memiliki nilai *mean* sebesar 4,02 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor S22 memiliki nilai *mean* sebesar 3,56 dengan kategori tinggi. Pernyataan nomor S23 memiliki nilai *mean* sebesar 3,62 dengan kategori tinggi. Dan pernyataan nomor S24 memiliki nilai *mean* sebesar 3,55 dengan kategori tinggi.

Dari ke 6 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* sikap religius pada indikator pengetahuan sebesar 3,55 dan termasuk ke dalam klasifikasi tinggi.

### e. Pengamalan

Selanjutnya, untuk indikator pengamalan terdapat 6 butir pernyataan yang merupakan bentuk pernyataan positif yaitu pada pernyataan nomor S25, S26, S27, S28, S29, dan S30. Berikut tabel hasil data yang diperoleh pada indikator pengamalan:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Data Jawaban Responden Pada**  
**Indikator Pengamalan**

No Soal	Pernyataan	Bentuk Pernyataan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi
S25	Saya akan menolong teman yang sedang kesusahan.	Positif	Selalu	5	109
			Sering	4	94
			Kadang-kadang	3	17
			Jarang	2	1
			Tidak Pernah	1	0
S26	Saya berusaha menepati janji ke semua orang	Positif	Selalu	5	112
			Sering	4	94
			Kadang-kadang	3	13
			Jarang	2	2
			Tidak Pernah	1	0
S27	Saya berkata jujur kepada siapapun	Positif	Selalu	5	73
			Sering	4	106
			Kadang-kadang	3	37
			Jarang	2	4
			Tidak Pernah	1	1
S28	Saya berusaha menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawab saya	Positif	Selalu	5	129
			Sering	4	74
			Kadang-kadang	3	16
			Jarang	2	1

	dengan sebaik-baiknya.		Tidak Pernah	1	1
S29	Saya senang bersedekah	Positif	Selalu	5	76
			Sering	4	98
			Kadang-kadang	3	42
			Jarang	2	5
			Tidak Pernah	1	0
S30	Saya memaafkan orang lain yang berbuat salah kepada saya	Positif	Selalu	5	126
			Sering	4	74
			Kadang-kadang	3	17
			Jarang	2	2
			Tidak Pernah	1	2

Untuk indikator pengamalan pada pernyataan nomor S25, yang berisi kalimat “Saya akan menolong teman yang sedang kesusahan” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 109 orang, menjawab sering sebanyak 94 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 17 orang, dan menjawab jarang sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor S26, yang berisi kalimat “Saya berusaha menepati janji ke semua orang” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 112 orang, menjawab sering sebanyak 94 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 13 orang, dan menjawab jarang sebanyak 2 orang.

Pada pernyataan nomor S27, yang berisi kalimat “Saya berkata jujur kepada siapapun” diketahui bahwa responden yang menjawab



selalu sebanyak 73 orang, menjawab sering sebanyak 106 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 37 orang, menjawab jarang sebanyak 4 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor S28, yang berisi kalimat “Saya berusaha menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawab saya dengan sebaik-baiknya.” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 129 orang, menjawab sering sebanyak 74 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 16 orang, menjawab jarang sebanyak 1 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan nomor S29, yang berisi kalimat “Saya senang bersedekah” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 76 orang, menjawab sering sebanyak 98 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 42 orang, dan menjawab jarang sebanyak 5 orang.

Pada pernyataan nomor S30, yang berisi kalimat “Saya memaafkan orang lain yang berbuat salah kepada saya” diketahui bahwa responden yang menjawab selalu sebanyak 126 orang, menjawab sering sebanyak 74 orang, menjawab kadang-kadang sebanyak 17 orang, menjawab jarang sebanyak 2 orang, dan menjawab tidak pernah sebanyak 2 orang.

Kemudian hasil kuesioner sikap religius pada indikator pengamalan tersebut dianalisis menggunakan *SPSS 18* dengan rumus statistik deskriptif dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Output Statistik Deskriptif Sikap Religius**  
**Indikator Pengamalan**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
S25	221	2.00	5.00	4.4072	Sangat tinggi
S26	221	2.00	5.00	4.4299	Sangat tinggi
S27	221	1.00	5.00	4.1131	Sangat tinggi
S28	221	1.00	5.00	4.4887	Sangat tinggi
S29	221	2.00	5.00	4.1086	Sangat tinggi
S30	221	1.00	5.00	4.4480	Sangat tinggi

Pada tabel 4.19, analisis sikap religius pada indikator pengamalan, pernyataan nomor S25 memiliki nilai *mean* sebesar 4,41 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S26 memiliki nilai *mean* sebesar 4,43 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S27 memiliki nilai *mean* sebesar 4,11 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S28 memiliki nilai *mean* sebesar 4,49 dengan kategori sangat tinggi. Pernyataan nomor S29 memiliki nilai *mean* sebesar 4,12 dengan kategori sangat tinggi. Dan pernyataan nomor S30 memiliki nilai *mean* sebesar 4,45 dengan kategori sangat tinggi.

Dari ke 6 butir item pernyataan tersebut diperoleh nilai *mean* sikap religius pada indikator pengamalan sebesar 4,33 dan termasuk ke dalam klasifikasi sangat tinggi.

Setelah didapatkan nilai rata-rata dari tiap indikator, selanjutnya peneliti akan memaparkan perhitungan nilai *mean* dari sikap religius secara keseluruhan menggunakan *SPSS 18*. Berikut hasil rata-rata

perhitungan secara keseluruhan terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

**Tabel 4.20**  
***Output Mean Total Sikap Religius***

	N	Minimum	Maximum	Mean	Kategori
S1	221	2.00	5.00	4.9005	Sangat tinggi
S2	221	1.00	5.00	4.3167	Sangat tinggi
S3	221	1.00	5.00	4.1403	Sangat tinggi
S4	221	1.00	5.00	3.2851	Tinggi
S5	221	2.00	5.00	3.8054	Tinggi
S6	221	3.00	5.00	4.8462	Sangat tinggi
S7	221	1.00	5.00	3.9729	Tinggi
S8	221	1.00	5.00	2.6833	Cukup
S9	221	1.00	5.00	2.9864	Cukup
S10	221	2.00	5.00	4.1448	Sangat tinggi
S11	221	2.00	5.00	3.9005	Tinggi
S12	221	1.00	5.00	4.6878	Sangat tinggi
S13	221	3.00	5.00	4.4661	Sangat tinggi
S14	221	1.00	5.00	2.8462	Cukup
S15	221	3.00	5.00	4.7557	Sangat tinggi
S16	221	1.00	5.00	2.6923	Cukup
S17	221	2.00	5.00	4.0905	Sangat tinggi
S18	221	1.00	5.00	2.3077	Cukup
S19	221	1.00	5.00	3.3575	Tinggi
S20	221	1.00	5.00	3.2036	Tinggi
S21	221	1.00	5.00	4.0226	Tinggi
S22	221	2.00	5.00	3.5566	Tinggi
S23	221	2.00	5.00	3.6244	Tinggi
S24	221	2.00	5.00	3.5475	Tinggi
S25	221	2.00	5.00	4.4072	Sangat tinggi
S26	221	2.00	5.00	4.4299	Sangat tinggi
S27	221	1.00	5.00	4.1131	Sangat tinggi
S28	221	1.00	5.00	4.4887	Sangat tinggi
S29	221	2.00	5.00	4.1086	Sangat tinggi
S30	221	1.00	5.00	4.4480	Sangat tinggi
Total				3.8712	

Berdasarkan tabel 4.20, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya untuk ke 30 butir pernyataan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,87 yang berarti termasuk ke dalam kategori tinggi.

## **B. Hasil Uji Hipotesis**

### **1. Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial Dan Sikap Religius Mahasiswa**

Sebelum dilakukan uji hipotesis maka dilakukan uji normalitas menggunakan *SPSS 18* untuk menentukan teknik analisis data selanjutnya. Teknik uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogorof Smirnov* menggunakan bantuan *SPSS 18*. Adapun kaidah pengujian nya yaitu apabila nilai  $p > 0,05$  maka data dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai  $p < 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2012: 246). Hasil uji normalitas terhadap kedua variabel penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Intensitas	Sikap
N		221	221
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	113.16	116.14
	Std. Deviation	13.218	10.969
Most Extreme Differences	Absolute	.051	.063
	Positive	.048	.032
	Negative	-.051	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.754	.944
Asymp. Sig. (2-tailed)		.621	.335

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Analisis pertama, berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,621 lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial adalah normal.

Analisis kedua, berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,335 lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel sikap religius adalah normal.

Dari *output* perhitungan di atas, dua data instrumen penelitian ini memiliki data yang normal sehingga untuk perhitungan uji hipotesis menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*.

**Tabel 4.22**  
**Uji Korelasi *Product Moment***

		Correlations	
		Intensitas	Sikap
Intensitas	Pearson Correlation	1	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	221	221
Sikap	Pearson Correlation	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	221	221

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 4.22, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (Signifikansi  $\leq 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan ada hubungan yang signifikan antara menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

**Tabel 4.23**  
**Interpretasi Nilai *r Product Moment***

Besarnya Nilai <i>r</i>	Interpretasi
Antara 0,800-1,000	Sangat Tinggi/Sangat Kuat
Antara 0,600-0,800	Tinggi/Kuat
Antara 0,400-0,600	Cukup
Antara 0,200-0,400	Rendah/lemah
Antara 0,000-0,200	Sangat rendah (tidak berkolerasi)

Sumber: Priyatno: 2016, 44

Berdasarkan tabel 4.22 dan tabel 4.23, diketahui bahwa korelasi antara variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa diperoleh nilai koefisien

korelasi sebesar 0,692. Angka korelasi bernilai positif menunjukkan adanya hubungan yang positif, artinya semakin tinggi intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial maka akan meningkatkan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Nilai 0,692 menunjukkan besarnya koefisien korelasi dan dapat disimpulkan bahwa hubungan antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya berada di rentang 0,600-0,800 sehingga termasuk ke dalam kategori hubungan yang kuat.

## 2. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami Di Media Sosial Terhadap Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus koefisien determinasi menggunakan aplikasi *SPSS 18*, maka didapatkan hasil yang menunjukkan besarnya pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya sebagai berikut:

**Tabel 4.24**  
**Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 <sup>a</sup>	.478	.476	7.942

a. Predictors: (Constant), Intensitas

Berdasarkan tabel 4.24, pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya sebesar 47,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak peneliti teliti.





## **BAB V**

### **PEMBAHASAN HASIL**

#### **A. Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial**

Intensitas merupakan sebuah ukuran yang berkaitan dengan penggunaan atau akses terhadap media tertentu. Intensitas menggunakan media sosial juga mempengaruhi kehidupan penggunanya. Karena hampir sebagian besar waktu digunakan untuk mengakses media sosial, maka tidak dapat dipungkiri bahwa seseorang akan terpengaruhi dengan apa yang dilihat di media sosial. Menurut Nasabith, sikap dan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi seperti media sosial, karena perilaku yang ada di sekitarnya menciptakan pemikiran yang dapat diamati melalui sikap dan perilakunya yang berarti informasi-informasi yang disuguhkan oleh media sosial akan membentuk sebuah pemahaman yang akan ditiru oleh penggunanya (Zarkashyi: 2015: 10). Intensitas terdiri dari beberapa aspek yaitu perhatian, penghayatan, frekuensi dan durasi. Secara keseluruhan, Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki tingkat intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,54 berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di bab sebelumnya.

##### **1. Perhatian**

Pada indikator perhatian, diketahui bahwasannya Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki perhatian lebih terhadap tayangan dakwah islami di media sosial. Hal tersebut ditunjukkan dalam pernyataan kuesioner yang

berbunyi “saya memperhatikan konten-konten dakwah islami yang muncul di beranda media sosial”. Dari pernyataan tersebut, sebagian besar Mahasiswa memperhatikan dan membaca pesan-pesan yang ada dalam tayangan dakwah islami di media sosial. Hal tersebut berdasarkan jawaban dari kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 221 Mahasiswa, dimana sebanyak 60 Mahasiswa menjawab selalu, dan 121 Mahasiswa menjawab sering. Demikian pula hal tersebut sesuai dengan pendapat Dakir yang mengatakan bahwa perhatian merupakan bentuk pemusatan psikis kepada sesuatu baik yang ada di dalam maupun di luar diri seseorang (Muslim, 2020: 12).

Selanjutnya pada butir pernyataan “saya tertarik mencari konten dakwah islami di media sosial”. Diketahui bahwa sebanyak 55 Mahasiswa menjawab selalu dan 92 Mahasiswa menjawab sering. Kemudian pada butir pernyataan “saya mengikuti akun-akun yang menampilkan tayangan dakwah islami di media sosial”. Dimana sebanyak 60 Mahasiswa menjawab selalu dan 104 Mahasiswa menjawab sering.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kartono yang mengemukakan bahwa perhatian merupakan bentuk reaksi umum dari seseorang dan kesadaran yang menyebabkan bertambah aktivitas, tingkat konsentrasi dan pemfokusan kesadaran terhadap sesuatu (Saputra, 2012: 23).

Perhatian seseorang terhadap sesuatu tentu dipengaruhi oleh perasaan hatinya. Apabila seseorang memiliki perhatian kepada sesuatu maka seseorang akan dengan senang hati memfokuskan dirinya kepada

objek tersebut tanpa merasa terbebani. Berkaitan dengan hal itu, Mahasiswa Prodi PAI yang memiliki perhatian terhadap tayangan dakwah islami di media sosial akan tertarik untuk mencari informasi-informasi yang berkaitan dengan dakwah islami sehingga Mahasiswa Prodi PAI mengikuti akun-akun yang menampilkan tayangan dakwah islami di media sosial.

## 2. Penghayatan

Penghayatan dapat dimaknai dengan proses memahami dan mendalami sesuatu melalui informasi yang didapatkan dan kemudian direalisasikan dalam kehidupan nyata. Pada penelitian ini diketahui bahwa penghayatan Mahasiswa Prodi PAI FTIK dalam menonton tayangan dakwah islami di media sosial tergolong tinggi yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 3,99. Hal tersebut dapat dilihat melalui jawaban atas pernyataan yang berbunyi “Saya mengikuti amalan-amalan yang disarankan oleh ustadz, ustadzah, maupun *influencer* muslim di media sosial dalam keseharian saya” Diketahui bahwa yang menjawab selalu sebanyak 22 Mahasiswa dan menjawab sering sebanyak 91 orang. Dari data tersebut menunjukkan bahwa tayangan dan konten-konten dakwah islami yang diakses oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK di media sosial berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, karena Mahasiswa Prodi PAI tidak hanya sekedar menonton tayangan dakwah islami saja namun juga menghayati dan mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam yang didapatkan melalui tayangan tersebut. Hal tersebut selaras dengan pendapat dari Syahidah yang mengungkapkan bahwa bentuk dari penghayatan, seseorang akan

terpengaruh oleh informasi yang didapatkan di media sosial sehingga akan mengikuti dan mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari (Syahidah, 2018: 32).

### 3. Frekuensi

Frekuensi dapat diartikan dengan tingkat keseringan Mahasiswa menonton tayangan dakwah islami di media sosial. Pada penelitian ini diketahui bahwa frekuensi menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki nilai rata-rata sebesar 3,72 dan termasuk ke dalam kategori intensitas tinggi. Hal tersebut terbukti dari hasil jawaban pada pernyataan kuesioner penelitian ini yang berbunyi “Saya menggunakan media sosial untuk mencari tayangan dakwah islami lebih dari 4 kali per hari”. Dari pernyataan tersebut sebanyak 27 Mahasiswa menjawab selalu dan 98 Mahasiswa menjawab sering. Kemudian untuk pernyataan “Saya menonton ceramah agama di media sosial” sebanyak 31 Mahasiswa menjawab selalu dan 109 Mahasiswa menjawab sering. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki frekuensi menonton tayangan dakwah islami di media sosial yang tinggi dan salah satu contoh tayangan dakwah islami yang ditonton adalah ceramah agama. Hal tersebut sesuai dengan klasifikasi frekuensi menonton tayangan di media sosial dimana diklasifikasikan tinggi jika lebih dari 4 kali per hari dan klasifikasi rendah jika kurang dari 4 kali per hari (Juditha, 2011: 14).

#### **4. Durasi**

Durasi dalam penelitian ini maksudnya adalah lamanya waktu yang dihabiskan Mahasiswa untuk menonton tayangan dakwah islami di media sosial. Pada penelitian ini diketahui bahwa durasi menonton tayangan dakwah islami di media sosial oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki nilai rata-rata sebesar 3,05 dan termasuk ke dalam kategori intensitas cukup. Hal tersebut terbukti dari hasil jawaban pada pernyataan kuesioner penelitian ini yang berbunyi “saya mencari konten dakwah islami lebih dari 3 jam per hari di media sosial”. Dari pernyataan tersebut mayoritas Mahasiswa menjawab kadang-kadang sebanyak 108 orang. Hal tersebut sesuai dengan klasifikasi durasi menonton tayangan di media sosial dimana diklasifikasikan tinggi jika lebih dari 3 jam per hari dan klasifikasi rendah jika kurang dari 3 jam per hari, karena mayoritas Mahasiswa menjawab kadang-kadang maka tergolong cukup (Juditha, 2011: 14).

#### **B. Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya**

Sikap religius adalah perbuatan atau tingkah laku yang dilakukan oleh seseorang dengan didasari nilai-nilai dari ajaran agama yang dianutnya sebagai bentuk kecintaan kepada Tuhan nya yang tercermin dalam kehidupan sehari-harinya. Sikap religius terdiri dari beberapa dimensi yaitu keyakinan, ibadah, pengalaman, pengetahuan dan pengamalan. Secara keseluruhan, Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki sikap religius dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,87 berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di bab sebelumnya.

## 1. Keyakinan

Keyakinan merupakan fundamental pokok bagi seseorang yang mengaku beragama. Keyakinan tidak hanya berada dalam perasaan namun juga dibenarkan dalam lisan dan dibuktikan dengan perbuatan sehari-hari. Di dalam Islam, keyakinan atau biasa dikenal dengan iman terdiri dari 6 rukun yaitu iman kepada Allah Swt, iman kepada para Malaikat, iman kepada kitab-kitab Allah Swt, Iman kepada Nabi dan Rasul, Iman kepada hari akhir, serta iman kepada Qada dan Qadar sebagaimana terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 177 yang berbunyi:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ  
 ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى  
 حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي  
 الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا  
 وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ  
 صَدَقُوا ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ١٧٧

**Artinya:** “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa” (Departemen Agama RI, 2015: 200)

Ayat tersebut memuat aspek yang berkaitan dengan keyakinan.

Seseorang yang memiliki keyakinan yang benar maka akan berusaha

berbuat baik dan menjauhi perbuatan yang buruk karena memahami bahwa semua perbuatannya memiliki konsekuensi.

Pada penelitian ini, peneliti menemukan bahwa Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki keyakinan yang baik terhadap agamanya. Hal ini dapat dilihat pada butir pernyataan yang berbunyi “saya percaya bahwa segala perbuatan di dunia akan dipertanggungjawabkan di akhirat.”, dimana mayoritas sebanyak 203 Mahasiswa menjawab selalu. Dan pada butir pernyataan yang berbunyi “saya meninggalkan larangan dan menjalankan perintah Allah Swt sebagai bentuk ketaatan kepada Allah Swt”, diketahui sebanyak 88 Mahasiswa menjawab selalu dan 91 Mahasiswa menjawab sering yang berarti Mahasiswa Prodi PAI mengutamakan Allah Swt dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari. Hal tersebut senada dengan pendapat yang diungkapkan Surawan bahwa salah satu kategori keyakinan adalah ketika beramal shaleh, seseorang harus mengutamakan niat hanya kepada Allah Swt yang menjadi dasar esensial dalam beragama (Surawan, 2020: 96).

## 2. Ibadah

Ibadah atau bentuk ritual-ritual keagamaan merupakan salah satu bentuk perbuatan untuk menyatakan ketaatan kepada Allah Swt. Di dalam Al-Qur'an terdapat perintah untuk beribadah kepada Allah Swt yaitu di dalam Al-Qur'an surah Adz-Dzariat ayat 56, yaitu:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

**Artinya:** “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku” (Departemen Agama RI, 2015: 70)

Sebagai calon seorang guru Agama, Mahasiswa Prodi PAI FTIK seyogyanya memiliki ketaatan kepada Allah Swt yang dicerminkan melalui praktik ibadah dalam kesehariannya. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa Mahasiswa Prodi PAI FTIK melaksanakan perintah ibadah dengan baik dalam kesehariannya, terbukti dari pernyataan “saya mengerjakan sholat wajib tepat waktu”, diketahui bahwa sebanyak 59 Mahasiswa menjawab selalu dan 104 Mahasiswa menjawab sering. Kemudian pada butir pernyataan “saya berdzikir setelah melaksanakan sholat” diketahui bahwa sebanyak 83 Mahasiswa menjawab selalu dan 94 menjawab sering. Dan pada butir pernyataan “saya rutin membaca Al-Qur’an”, diketahui bahwa sebanyak 65 Mahasiswa menjawab selalu dan 82 Mahasiswa menjawab sering. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Mahasiswa Prodi PAI senantiasa istiqomah dalam menjalankan perintah-Nya. Hal tersebut lahir dari kebutuhan dalam diri Mahasiswa akan pengakuan terhadap suatu Dzat yang Maha Kuasa dengan maksud mengabdikan diri sebagai seorang hamba (Surawan, 2020: 97).

### 3. Pengalaman

Pengalaman beragama berkaitan dengan perasaan religius dalam diri seseorang yang membawa kepada fakta bahwa manusia percaya kepada Allah Swt sebagai hakikat tertinggi sehingga dengan mengingat adanya kekuasaan Allah Swt dapat menenangkan hati. Sebagaimana terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 152 yang berbunyi:

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ١٥٢



**Artinya:** “Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku.” (Departemen Agama RI, 2015: 108)

Ayat di atas merupakan perintah kepada hamba-Nya untuk selalu mengingat Allah Swt dengan sepenuh hati, dan janji bahwa Allah Swt akan mengingat kembali hamba-hamba-Nya yang mengingat, menyadari, dan meresapi tanda-tanda keesaan-Nya.

Dalam penelitian ini, berdasarkan pernyataan yang berbunyi “berdzikir dapat meredakan rasa marah yang sedang saya alami” diketahui bahwa mayoritas Mahasiswa Prodi PAI FTIK sebanyak 121 orang menjawab selalu. Dan pernyataan “ketika membaca Al-Qur’an hati saya menjadi tenang” sebanyak 172 Mahasiswa menjawab selalu. Dapat dilihat dari jawaban tersebut bahwa Mahasiswa Prodi PAI tidak hanya sekedar menjalankan ritual keagamaan secara fisik saja, namun perasaannya pun ikut terlibat dalam meyakini bahwa ada kekuasaan dan kekuatan yang suci yang menguasai diri manusia (Surawan, 2020: 98).

#### 4. **Pengetahuan**

Pengetahuan dalam beragama berkaitan dengan ajaran-ajaran ketuhanan yang didapatkan melalui pengalaman dan pengamatan. Memiliki ilmu pengetahuan merupakan sebuah kewajiban bagi umat manusia untuk menjalani kehidupan sehari-hari bahkan Allah SWT menjanjikan derajat yang tinggi kepada orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Mujadilah ayat 11, yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ  
 اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ  
 وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝ ١١

**Artinya:** “Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Departemen Agama RI, 2015: 94)

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa Mahasiswa Prodi PAI FTIK memiliki pengetahuan agama yang baik, terbukti dari hasil jawaban kuesioner dengan pernyataan “saya mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan” sebanyak 34 Mahasiswa menjawab selalu dan 85 Mahasiswa menjawab sering. Kemudian butir pernyataan “saya senang membaca buku-buku agama” sebanyak 29 Mahasiswa menjawab selalu dan sebanyak 78 Mahasiswa menjawab sering. Dan untuk pernyataan “saya memanfaatkan waktu luang untuk memperdalam ilmu agama” dimana sebanyak 29 Mahasiswa menjawab selalu dan 76 Mahasiswa menjawab sering. Dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Prodi PAI FTIK tertarik memperdalam pengetahuan yang berkaitan dengan program studinya melalui buku-buku, media internet dan lain sebagainya sehingga Mahasiswa Prodi PAI memiliki pengetahuan yang baik terkait ajaran-ajaran agama Islam. Berkaitan dengan hal tersebut, aspek pengetahuan dalam sikap religius mengacu kepada harapan bahwa orang-orang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan berkaitan dengan dasar-dasar keyakinannya (Ridwan, 2018: 9).

## 5. Pengamalan

Pengamalan maksudnya adalah melaksanakan ajaran-ajaran agama sebagai bentuk dari ketetapan agama. Ayat yang mewajibkan pengamalan ajaran agama Islam terdapat di dalam surah Ali-Imran ayat 104, yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

**Artinya:** “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung” (Departemen Agama RI, 2015: 60)

Maksud ayat di atas adalah perintah agar senantiasa menyeru kepada kebajikan yaitu mengamalkan perintah-perintah Allah, menyeru berbuat yang makruf dan mencegah perbuatan munkar (Kemenag RI, 2015: 58).

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa pengamalan agama Mahasiswa Prodi PAI FTIK termasuk ke dalam kategori tinggi. Terbukti dari jawaban kuesioner dengan pernyataan “saya akan menolong teman yang sedang kesusahan” dimana mayoritas sebanyak 109 Mahasiswa menjawab selalu. Kemudian untuk pernyataan “Saya berusaha menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawab saya dengan sebaik-baiknya” diketahui mayoritas sebanyak 129 Mahasiswa menjawab selalu. Dan butir pernyataan “saya memaafkan orang lain yang berbuat salah kepada saya”, diketahui mayoritas sebanyak 126 Mahasiswa menjawab selalu. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Mahasiswa melakukan amal shaleh karena merasa bahwa perilakunya tersebut akan

dipertanggungjawabkan kepada sesuatu yang tinggi dan bentuk kewajibannya sebagai makhluk beragama (Surawan, 2020: 98).

### **C. Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial dengan Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK**

Sebelum dilakukan uji hipotesis maka dilakukan uji normalitas menggunakan *SPSS 18* untuk menentukan teknik analisis data selanjutnya. Teknik uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogorof Smirnov* menggunakan bantuan *SPSS 18*. Adapun kaidah pengujian nya yaitu apabila nilai  $p > 0,05$  maka data dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai  $p < 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2012: 246). Hasil uji normalitas terhadap kedua variabel penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.1**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Intensitas	Sikap
N		221	221
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	113.16	116.14
	Std. Deviation	13.218	10.969
Most Extreme Differences	Absolute	.051	.063
	Positive	.048	.032
	Negative	-.051	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.754	.944
Asymp. Sig. (2-tailed)		.621	.335

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Analisis pertama, berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,621 lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial adalah normal.

Analisis kedua, berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,335 lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel sikap religius adalah normal.

Dari *output* perhitungan di atas, dua data instrumen penelitian ini memiliki data yang normal sehingga untuk perhitungan uji hipotesis menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*.

**Tabel 5.2**  
**Uji Korelasi *Product Moment***

		Intensitas	Sikap
Intensitas	Pearson Correlation	1	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	221	221
Sikap	Pearson Correlation	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	221	221

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 5.2, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (Signifikansi  $\leq 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan ada hubungan yang signifikan antara menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya.

**Tabel 5.3**  
**Interpretasi Nilai *r Product Moment***

Besarnya Nilai <i>r</i>	Interpretasi
Antara 0,800-1,000	Sangat Tinggi/Sangat Kuat
Antara 0,600-0,800	Tinggi/Kuat
Antara 0,400-0,600	Cukup
Antara 0,200-0,400	Rendah/lemah
Antara 0,000-0,200	Sangat rendah (tidak berkolerasi)

(Priyatno: 2016, 44)

Berdasarkan tabel 5.2 dan tabel 5.3, diketahui bahwa korelasi antara variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,692.

Angka korelasi bernilai positif menunjukkan adanya hubungan yang positif, artinya semakin tinggi intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial maka akan meningkatkan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Nilai 0,692 menunjukkan besarnya koefisien korelasi dan dapat disimpulkan bahwa hubungan antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya berada di rentang 0,600-0,800 sehingga termasuk ke dalam kategori hubungan yang kuat.

Penggunaan media sosial sudah menjadi suatu hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat dalam kesehariannya, tidak terkecuali bagi Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Bahkan Mahasiswa Prodi PAI dapat menghabiskan hampir berjam-jam lamanya hanya untuk bermain media sosial. Di zaman yang serba canggih ini, kemudahan menemukan informasi melalui media sosial merupakan salah satu hal yang menjadi daya tarik bagi penggunanya. Berbagai macam informasi dapat dengan mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Tak terkecuali informasi-informasi yang berkaitan dengan dakwah islami. Seperti diketahui, banyak tayangan-tayangan dakwah islami yang muncul di beranda media sosial dengan berbagai macam format dan konten-konten yang menyajikan nilai-nilai islami. Dakwah turut berkembang mengikuti kemajuan teknologi. Yang dahulu biasa dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain sekarang dakwah menjadi lebih mudah untuk diakses, contohnya semua orang dapat menonton ceramah melalui *smartphone* tanpa harus datang secara langsung.

Intensitas menggunakan media sosial juga mempengaruhi kehidupan Mahasiswa Prodi PAI FTIK. Karena hampir sebagian besar waktu digunakan untuk mengakses media sosial, maka tidak dapat dipungkiri bahwa Mahasiswa Prodi PAI akan terpengaruhi dengan apa yang dilihatnya di media sosial. Menurut Nasabith, sikap dan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi seperti media sosial, karena perilaku yang ada di sekitarnya menciptakan pemikiran yang dapat diamati melalui sikap dan perilakunya yang berarti informasi-informasi yang disuguhkan oleh media sosial akan membentuk sebuah pemahaman yang akan ditiru oleh penggunanya (Zarkashy: 2015: 10).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap seseorang, salah satunya yaitu media massa. Berbagai bentuk media massa termasuk media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan pengetahuan baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut (Azwar, 2011: 50). Dengan bertambahnya pengetahuan agama seseorang seyogyanya akan berpengaruh terhadap sikapnya dalam kehidupan sehari-hari. Karena sikap seseorang dalam menerima atau menilai ajaran agamanya berkaitan erat dengan pengetahuan agama yang didapatkannya (Surawan, 2020: 98).

Teori-teori psikologis juga menjelaskan terkait pengaruh perubahan sikap, salah satunya yaitu teori stimulus dan respon (Surawan, 2020: 177). Teori ini mengungkapkan bahwa terjadinya perubahan sikap berasal dari proses



belajar yang mendapatkan sebuah stimulus dimana kemudian akan menghasilkan sebuah respon dari stimulus tersebut. Perubahan sikap pada diri dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan terhadap sesuatu.

Dalam kaitannya dengan pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial, bentuk stimulus adalah tayangan atau konten-konten yang berhubungan dengan dakwah islami yang sering diakses oleh Mahasiswa Prodi PAI FTIK di media sosial. Ada kemungkinan bahwa dari tayangan atau konten-konten tersebut dapat memberikan pemahaman baru yang bermanfaat bagi Mahasiswa Prodi PAI dan menarik perhatian Mahasiswa Prodi PAI untuk mengetahui lebih dalam informasi dakwah islami sehingga nilai-nilai islami tersebut akan terinternalisasi di dalam diri dan memunculkan respon berupa sikap religius yang baik pada Mahasiswa Prodi PAI .

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elok Latifah (2018) yang memiliki kesimpulan bahwa terdapat pengaruh akun dakwah *instagram* terhadap sikap keagamaan siswa SMAN 17 Surabaya sebesar 59% dan berdasarkan teori-teori di atas, hasil penelitian ini juga selaras dengan teori-teori tersebut dimana menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Dengan arah hubungan yang positif, yang berarti semakin tinggi intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial maka akan meningkatkan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya. Mahasiswa yang sering

menonton tayangan dakwah islami di media sosial (stimulus) cenderung memiliki sikap religius yang baik karena nilai-nilai islami yang diperoleh menjadi suatu pengetahuan yang terinternalisasi di dalam diri sehingga membuahkan hasil berupa sikap religius (respon) yang baik dalam kehidupan sehari-harinya. Hubungan antara variabel intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dengan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,692 sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut termasuk kategori hubungan yang kuat.

#### **D. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Islami di Media Sosial Terhadap Sikap Religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK**

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial (variabel bebas) dan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK (variabel terikat). Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi menggunakan *SPSS 18*, diketahui bahwa didapatkan nilai *R Square* sebesar 47,8% yang berarti 47,8% Mahasiswa Prodi PAI FTIK sikap religiusnya dipengaruhi oleh tayangan dakwah islami di media sosial, sedangkan 52,2% sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK dipengaruhi oleh faktor lain. Menurut Azwar (2011: 50) faktor-faktor lain yang mempengaruhi pembentukan sikap seseorang diantaranya yaitu: pengalaman pribadi, kebudayaan, tokoh penting, lembaga pendidikan dan lembaga agama, serta emosi dalam diri individu.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Intensitas menonton tayangan dakwah islami Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya di media sosial memiliki nilai sebesar 3,54 termasuk kategori tinggi.
2. Sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya memiliki nilai sebesar 3,87 termasuk kategori tinggi.
3. Terdapat hubungan yang positif antara intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial dan sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,692 yang termasuk dalam kategori hubungan yang kuat.
4. Pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah islami di media sosial terhadap sikap religius Mahasiswa Prodi PAI FTIK IAIN Palangka Raya sebesar 47,8%, sedangkan 52,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa pengguna media sosial supaya lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan dapat memfilter mana saja konten-konten yang baik dan tidak baik. Sebaiknya Mahasiswa lebih banyak menonton tayangan dakwah islami untuk memperkaya keilmuan agamanya dan juga menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi penelitian selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan rujukan untuk penelitian, dan sebagai pertimbangan untuk lebih memperluas penelitian selanjutnya dengan mengganti pengaruh terhadap sikap religius atau variabel bebasnya (X) seperti lingkungan organisasi, aplikasi keagamaan, dan lain sebagainya.
3. Bagi penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang serupa dengan menggunakan metode penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif sehingga hasil penelitiannya dapat dijelaskan secara lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Arifin. 2011. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifin, Johar. 2017. *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- \_\_\_\_\_. 2011. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. 2010. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an Terjemahan*. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Departemen Pendidikan Indonesia. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Efendy, Hadaie dan Abdul Muin. 2018. *Statistik (Pendidikan dan Ekonomi)*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hanief, Yulingga Nanda dan Wasis Himawanto. 2017. *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta: Gahalia Indonesia.
- Jalaluddin. 2008. *Psikologi Agama Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khalikin, Ahsanul dan Zirwansyah. 2013. *Pandangan Pemuka Agama Tentang Eksklusifisme Beragama di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Agama RI, Badan Litbang dan Diklat, Puslitbang Kehidupan Keagamaan.

- Kindarto, Asdani. 2008. *Belajar Sendiri Youtube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- McQuail, Denis. 2010. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Munandar, Aris dkk. 2018. *Buku Pedoman Fieldstudy*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Munir. 2017. *Pembelajaran Digital*. Bandung: Alfabeta
- Muslim. 2020. *Pengaruh Perhatian Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Anak Dalam Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS: Praktis dan Mudah Dipahami Untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Qomusuddin, Ivan Fanani. 2019. *Statistik Pendidikan (Lengkap Dengan Aplikasi IBM SPSS Statistic 20.0)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Razak, Nasruddin. 2011. *Dienul Islam*. Bandung: Alma'arif.
- Rusman, Tedi. 2015. *Statistika Penelitian; Aplikasinya dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saleh, Akhmad Muwafik dkk. 2020. *Communipreneur: Model-Model Komunikasi Kreaif di Era Industri 4.0*. Malang: Intelegensia Media.
- Sopyan, Yayan dan Jarot Setyaji. 2009. *Panduan Praktis Mengoptimalkan Youtube*. Jakarta Selatan: PT TransMedia.
- Subana, dan Moersetyo Rahadi Sudrajat. 2015. *Statistik Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- \_\_\_\_\_. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna & Poly Endaryanto. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukoco, Sampir Andean. 2018. *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Surawan, dan Mazrur. 2020. *Psikologi Perkembangan Agama: Sebuah Tahapan Perkembangan Agama Manusia*. Yogyakarta: K-Media.
- Suryabrata. 2011. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Sutabri, Tata. 2014. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tasmara, Toto dkk. 2003. *Sederhana Itu Indah*. Jakarta: Republika.
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi. 2017. *Pedoman Penulisan Skripsi IAIN Palangka Raya*. Palangka Raya: IAIN Palangka Raya.
- Triastuti, Endah dkk. 2017. *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Depok: FISIP UI.
- Winarsunu, Tulus. 2006. *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: UMM Press.
- Yahya, Abu Zakariyya. 2011. *Riyadhushshalihah: Hadis-Hadis tentang Muslimah yang Diambil dari Kitab Riyadhushshalihin Karya Imam Al-Nawawi, cetakan ke-1*. Terjemahan: Ahmad Rofi' Usmani. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Yaqin, Ainul. 2017. *Hadits-Hadits Pendidikan*. Jawa Timur: Duta Media Publishing
- Zarkhasyi, Khamin. 2015. *Orangtua Sahabat Anak dan Remaja*. Yogyakarta: Cerdas Pustaka.

### **Jurnal, Skripsi dan Tesis**

- Asmaya, Fela. 2015. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prososial Remaja Di Kenagarian Kota Bangun". *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- Audiana, Mia. 2020. "Pengalaman Keagamaan Dan Sikap Religius Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga Tahun 2019/2020". *Skripsi* tidak diterbitkan. Salatiga: IAIN Salatiga.
- David, Eribka Ruthelia dkk. 2017. "Pengaruh Konten Vlog Dalam *Youtube* Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Univeristas Sam Ratulangi" *ACTA DIURNA* Vol. VI 6 (1).
- Erickson. 2011. "Hubungan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial dengan Kemampuan Interaksi Sosial pada Mahasiswa 2011 Fakultas Kedokteran UNS". *Skripsi* tidak diterbitkan. Surakarta: Perpustakaan UNS.
- Ferlitasari, Reni. 2018. "Pengaruh Media Sosial *Instagram* terhadap Perilaku Keagamaan Remaja". *Skripsi* tidak diterbitkan. Lampung: Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Hasanah, Winda Nur. 2011. "Pengaruh Sumber bahan Ajar Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Terhadap Pemahaman Siswa Kelas X Di SMA Al-Islam Krian". *Skripsi* tidak diterbitkan. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Jarkasi. 2020. "Pengaruh Minat Belajar Pada Mata Pelajaran Akidah Akhlak Terhadap Kecerdasan Emosional Siswa di MTs Darul Ulum Kota Palangka Raya". *Skripsi* tidak diterbitkan. Palangka Raya: IAIN Palangka Raya.
- Juditha, Christiany. 2011. "Hubungan Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja di Kota Makassar". *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM* Vol 13, No. 1, Juni 2011.
- Kaplan, Andreas & Michael Haenlein. 2010. "Users of the world, unite ! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons*.
- Karim, Ahmad. 2016. "Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang". *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 4, No. 1.
- Khairuni, Nisa. 2016. "Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media terhadap Pendidikan Akhlak Anak". *Jurnal Edukasi* Vol 2. Nomor 1, Januari 2016.
- Latifah, Elok. 2018. "Pengaruh Akun Dakwah *Instagram* Terhadap Sikap Keagamaan Siswa Di SMAN 17 Surabaya". *Skripsi* tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri. 2017. "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Terapan ". *Jurnal Buletin Psikologi* Vol.25 No. 1.



- Murti, Anjani Naka. 2020. "Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun *Instagram* @berani.hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja". *Skripsi* tidak diterbitkan. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Primasanti, Kartika Bayu. 2014. "Pengaruh Frekuensi, Durasi, Dan Intensitas Menggunakan *Facebook* Terhadap Pendidikan Karakter Anak Di Sekolah Pelangi". *Jurnal SCRIPTURA* Vol 4, No. 2, December 2014.
- Putra, Asaas dan Diah Ayu Patmaningrum. 2018. "Pengaruh *Youtube* di Smartphone terhadap Perkembangan Komunikasi Interpersonal Anak" *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol. 21 No. 2.
- Rappedeo, Muhammad Iqbal. 2019. "Pengaruh Pesan Dakwah Akun *Instagram* @Hanan-Attaki Terhadap Religiusitas Para Followers". *Jurnal JOM FISIP* Vol. 6: Edisi 11 Juli-Desember 2019.
- Ridwan. 2018. "Pendidikan Karakter Religius Siswa Berbasis Pendidikan Agama Di SMK Negeri 2 Malang". *Tesis* tidak diterbitkan. Malang: UMM.
- Rizal, Samsu dkk. 2019. "Pengaruh Akun Dakwah *Youtube* Terhadap Perilaku Religiusitas Siswa di MAN 2 Palembang". *Jurnal PAI Raden Fattah*, Vol. 1, 3. Agustus, 2019.
- Romadhon, Muhammad Rendy. 2019. "Pengaruh Akun Dakwah "Shift" di *Instagram* Terhadap Perilaku Religius Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya". *Skripsi* tidak diterbitkan. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rosyidi, Imron. 2015. "Komunikasi dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan dan Urgensi Kekinian". *Jurnal Madania* 5, No.1 2015.
- Saputra, Agus Aji. 2012. "Hubungan Perhatian Orang Tua Dengan Motivasi Belajar Siswa Kelas Tinggi SD Negeri Serang Kecamatan Pengasih Kabupaten Kulon Progo Tahun Ajaran 2011/2012". *Skripsi* tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syah, Ahmad Maujuhan. 2020. "Pengaruh Dakwah Media Sosial *Youtube* Terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagung". *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, INSUD. Busyro*, Vol. 1, No 2, 2020.
- Syahidah, Istiqomah Nurul. 2018. "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Dengan Akhlak Siswa Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Bantul". *Skripsi* tidak diterbitkan. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

- Swandar, R. (2017). Implementasi Pendidikan Karakter Religius di SD Budi Mulia Dua Sedayu Bantul. *Laporan Penelitian*, Yogyakarta: PGSD, Universitas PGRI Yogyakarta.
- Tresani, Hanifah Wiga. 2018. “Pengaruh Video Dakwah Di Akun Media Sosial (*Instagram*) Terhadap Sikap Keagamaan Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Tumijajar Tahun Ajaran 2018/2019”. *Skripsi* tidak diterbitkan. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Winarsih. 2018. “Hubungan Antara Sikap Religius Dengan Kepedulian Sosial Siswa Kelas VII MTS Negeri Jumapolo Kabupaten Karanganyar Tahun Ajaran 2017/2018”. *Skripsi* tidak diterbitkan. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Windari, Ratna. 2020. “Pengaruh Penggunaan Media sosial Terhadap Pemahaman Keislaman Mahasiswa Prodi PAI Di IAIN Purwokerto”. *Skripsi* tidak diterbitkan. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Windarwati, Heni Dwi. 2020. “Penghayatan Merupakan Parameter Tertinggi Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Remaja SMA”. *Jurnal Keperawatan Jiwa* Vol 8 No 3, Agustus 2020.
- Zulaiha, Siti dkk. 2019. “Edukasi Literasi Informasi Bagi Anak dan Remaja Untuk Meminimalisir Penyalahgunaan Media Jejaring Sosial”. *Jurnal Harkat: Media Komunikasi gender* 15 (2) Tahun 2019.

### **INTERNET**

- Mursid, Fauziah. (2021). Kominfo: Ada 1,3 Juta Konten Negatif Laporan Warganet. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021 dari <https://www.republika.co.id/berita/qlbxi396/kominfo-ada-13-juta-konten-negatif-laporan-warganet>
- PAI FTIK IAIN Palangka Raya. (2021). Visi, Misi dan Tujuan. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021 dari <http://pai.ftik.iain-palangkaraya.ac.id/p/visi-misi-dan-tujuan.html>