

**PENGARUH MENONTON CERAMAH USTAZ ADI HIDAYAT
MELALUI AKUN YOUTUBE “ADI HIDAYAT OFFICIAL” TERHADAP
PEMAHAMAN KEAGAMAAN BAGI SISWA SMA N 4 YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:
Ravi Ardiansyah
NIM. 16210045**

**Pembimbing:
Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP. 19661209 199403 1 004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-148/Un.02/DD/PP.00.9/01/2020

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH MENONTON CERAMAH USTAZ ADI HIDAYAT
MELALUI AKUN YOUTUBE "ADI HIDAYAT OFFICIAL" TERHADAP
PEMAHAMAN KEAGAMAAN BAGI SISWA SMA N 4 YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAVI ARDIANSYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 16210045
Telah diujikan pada : Selasa, 14 Januari 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP. 19661209 199403 1 004

Penguji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji II

Dra. Anisah Indriati, M.Si.
NIP. 19661226 199203 2 002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



Scanned with
CamScanner

1/1

29/11/2020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230

Email : fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ravi Ardiansyah
NIM : 16210045
Judul Skripsi : **PENGARUH MENONTON CERAMAH USTAZ ADI HIDAYAT
MELALUI AKUN YOUTUBE ADI HIDAYAT OFFICIAL
TERHADAP PEMAHAMAN KEAGAMAAN BAGI SISWA SMA N
4 YOGYAKARTA**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 13 Desember 2019

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi


Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
NIP. 19680103 199503 1 001


Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si
NIP. 19661209 199403 1 004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ravi Ardiansyah

NIM : 16210045

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Pengaruh Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat Melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 2 Januari 2020

Yang Menyatakan,



Ravi Ardiansyah

NIM. 16210045



Scanned with
CamScanner

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Kedua orang tua: Husnaini Siagian, S.Pd. dan Hubairah Hasibuan yang selalu memberikan doa, dukungan, cinta dan kasih yang tak terhingga,

Abang dan Adik-adik: Ryan Abdillah, Erva Marafaniza, Ervi Marafaniza, Rizky Ananda, Rafa Aditya, Reyhan Isma Alfaja, dan Ersya Mutia yang selalu mendoakan dan terus mendukung,

Keluarga Besar yang senantiasa memberi semangat dan motivasi,

serta Almamater Tercinta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Be Kind! You May Be Remembered.

Be Humble! You May Be Wrong.

Be Hard Working! You May Be Luckier.

Be Generous! Others May Reciprocate.

Be Curious! You May Stay Teachable.

Be Trustworthy! You May See Further.

Be Forgiving! You May Feel Lighter.

~ Vala Afshar ~

Be Your Self! You Will Be Happier.

~ Ravi Ardiansyah ~



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah segala puji dan syukur atas kehadiran Allah *Subhanahuwata'ala* yang telah memberikan beribu nikmat kepada kita semua. Dan juga telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis mampu menyelesaikannya di waktu yang tepat. Shalawat serta salam juga tak lupa kami haturkan kepada Nabi Muhammad *Salallahu'alaihi wassalam* yang telah berhasil berjuang membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yang disinari iman dan Islam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati saya mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Yudian Wahyudi, M.A., P.hD.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
4. Dosen Penasehat Akademik, Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
6. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
7. Orang tua saya, Husnaini Siagian, S.Pd dan Hubairah Hasibuan.

8. Abang dan adik-adik saya, Ryan Abdillah, Erva Marafaniza, Ervi Marafaniza, Rizky Ananda, Rafa Aditya, Reyhan Isma Alfaja, dan Ersya Mutia.
9. Keluarga besar dari Bapak Husnaini Siagian S.Pd dan Ibu Hubairah Hasibuan.
10. Responden penelitian, Siswa SMA N 4 Yogyakarta.
11. Sahabat-sahabat terbaik: Nur M Al Ambar, M Abrar Husni, M Tamal Sembiring, Ahd Rasyid Dalimunthe, Ahd Paisal Padang, Yuni Apriyanti, M Maulana Fajar, Nuryadin Syahputra, Dikky Alwi Ramadhani, Azura Miskiah Putri dan M Fikri Haikal yang selalu memberi dukungan dan bantuan selama ini.
12. Khansa Rizky Fauzhan yang telah meminjamkan laptop selama beberapa bulan proses penyusunan skripsi.
13. Keluarga besar IKRH (Ikatan Keluarga Ar-Raudlatul Hasanah), terkhusus IKRH cabang Yogyakarta.
14. Teman-teman seperjuangan KPI 2016 terkhusus Ahd Fajril Haq, Dimas Aji Sulisty, dan Fahmi Ihza Mahendra yang sejak awal menemani proses pendidikan. Juga M Ronot Rigen, Yuni Syarah Pane, Mira Ayu Maulida dan Ilmiyah Azmi yang sudah memberi energi positif semasa perkuliahan.
15. Teman-teman seperjuangan TEP (Keteknikan Pertanian) 2015 USU terkhusus Irsad Amsali Hasibuan, Khusyairi Alfi dan Dicky Ali Afrizal.
16. Teman-teman Pengurus Wilayah 3 Forkomnas KPI Jateng-DIY Periode 2018-2019.

17. Sahabat-sahabati Korp Aksara Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon Pondok Syahadat.
 18. Teman-teman KKN: M Fajar Wijaya, Wishnu Ajitya Yudha, dan Zakky Bahrul Ulum, serta warga Dusun Karangnongko, Desa Giripurwo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Gunungkidul, DIY.
 19. Teman-teman Alumni Pondok Pesantren Tarbiyah Islamiyah Ar-Raudlatul Hasanah Angkatan 24 tahun 2015.
 20. Keluarga besar dan teman-teman Alumni RHI (Rumah Hafidz Indonesia) Angkatan 17 terkhusus Ilhamsyah, M Ikhsan dan M Gio Aldi Afriadi.
 21. Keluarga besar dan teman-teman Alumni SD Swasta Terpadu Silaturrahmi.
- Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Semoga dukungan dan doa yang sudah diberikan dihitung sebagai amal baik yang bermanfaat bagi kita semua. Amin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 13 Desember 2019

Penulis,

Ravi Ardiansyah

ABSTRAK

Ravi Ardiansyah, NIM. 16210045, 2019. *Pengaruh Menonton Ceramah Ustadz Adi Hidayat Melalui Akun Youtube “Adi Hidayat Official” Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dakwah merupakan salah satu kewajiban umat muslim dalam kehidupan. Perkembangan zaman yang ditandai dengan maraknya penggunaan media sosial menjadikan metode dakwah tidak harus selalu dilakukan dengan cara bertatap muka. Di antara contoh berdakwah dengan media sosial adalah melalui YouTube. Pertimbangan utama dalam menjadikan YouTube sebagai media dakwah tentu saja berkaitan erat dengan fungsi YouTube itu sendiri, yakni sebagai media berbasis video terkemuka dan paling diminati masyarakat di seluruh dunia. Besar tidaknya efek yang ditimbulkan tergantung pada tingkat intensitas menontonnya. Semakin tinggi intensitas menonton tayangan ceramah tersebut maka efek yang ditimbulkan juga semakin tinggi dan sebaliknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana intensitas siswa SMA N 4 Yogyakarta dalam menonton tayangan ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official, bagaimana pemahaman keagamaan mereka dalam menonton tayangan ceramah tersebut, dan apakah terdapat pengaruh antara menonton tayangan ceramah tersebut terhadap pemahaman keagamaan siswa SMA N 4 Yogyakarta. Teori yang digunakan adalah Teori Dampak Media, Intensitas Menonton, dan Pemahaman Keagamaan. Uji validitas menggunakan validitas kriteria yang dihitung menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS versi 16. Jenis analisis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei dan analisis data menggunakan metode statistik inferensial non parametrik, yaitu analisis Korelasi Tata Jenjang *Spearman* dengan bantuan SPSS versi 16. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Simple Random Sampling*, yaitu sebanyak 56 responden.

Dari pengolahan data, ditemukan bahwa terdapat pengaruh antara menonton ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official terhadap pemahaman keagamaan siswa SMA N 4 Yogyakarta. Pengaruh yang ditimbulkan termasuk ke dalam kategori sedang, artinya efek yang ditimbulkan sesuai dengan harapan. Penelitian ini menggunakan $dk=54$ ($N-2$ atau $56-2$) dan tingkat probabilitas atau taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%) maka r_{tabel} sebesar 0,263 dan dari perhitungan diperoleh r_{hitung} sebesar 0,487. Dengan demikian karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Intensitas Menonton YouTube, Pemahaman Keagamaan, Teori Efek Media dan SMA N 4 Yogyakarta.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I: PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	6
D. KAJIAN PUSTAKA	7
E. KERANGKA TEORI.....	11
F. KERANGKA PEMIKIRAN	24
G. HIPOTESIS	25
H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	26
 BAB II: METODE PENELITIAN	
A. JENIS ANALISIS PENELITIAN	28
B. DEFINISI KONSEPTUAL	28
C. DEFINISI OPERASIONAL	31
D. POPULASI DAN SAMPEL	32
E. INSTRUMEN PENELITIAN.....	34
F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	36
G. VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	38
H. ANALISIS DATA	44
 BAB III: GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum Akun YouTube Adi Hidayat Official	47
1. Sekilas Tentang Ustadz Adi Hidayat	47
2. Akun YouTube Adi Hidayat Official.....	48
B. Gambaran Umum SMA N 4 Yogyakarta.....	49
1. Sejarah Singkat SMA N 4 Yogyakarta.....	49

2. Profil Singkat SMA N 4 Yogyakarta	50
3. Siswa SMA N 4 Yogyakarta.....	51
BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Awal Data	55
B. Deskripsi Hasil Penelitian	55
1. Intensitas Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat....	55
2. Pemahaman Keagamaan dari Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat	73
3. Indikator Intensitas Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat Melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan	100
C. Intensitas Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat dan Pemahaman Keagamaan	101
1. Uji Normalitas.....	101
2. Uji Linearitas	102
D. Analisis Data.....	103
E. Intensitas Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat, Pemahaman Keagamaan dan Teori Dampak Media (Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian)	104
BAB V: PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	108
B. SARAN	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	115

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Siswa SMA N 4 Yogyakarta yang Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat Melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official	33
Tabel 2	Sampel Penelitian	34
Tabel 3	Skala Likert	35
Tabel 4	Kisi-kisi Alat Pengumpul Data Penelitian	36
Tabel 5	Data Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	40
Tabel 6	Hasil Uji Validitas Instrumen penelitian Variabel X	41
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Instrumen penelitian Variabel Y	42
Tabel 8	Uji Reliabilitas	43
Tabel 9	Data Responden Penelitian	51
Tabel 10	Pernyataan 1 Indikator Perhatian	56
Tabel 11	Pernyataan 2 Indikator Perhatian	57
Tabel 12	Indikator Perhatian Secara Keseluruhan	57
Tabel 13	Pernyataan 3 Indikator Penghayatan	59
Tabel 14	Pernyataan 4 Indikator Penghayatan	60
Tabel 15	Pernyataan 5 Indikator Penghayatan	61
Tabel 16	Pernyataan 6 Indikator Penghayatan	62
Tabel 17	Indikator Penghayatan Secara Keseluruhan	62
Tabel 18	Pernyataan 7 Indikator Durasi	64
Tabel 19	Pernyataan 8 Indikator Durasi	65
Tabel 20	Indikator Durasi Secara Keseluruhan	66
Tabel 21	Pernyataan 9 Indikator Frekuensi	67
Tabel 22	Pernyataan 10 Indikator Frekuensi	68
Tabel 23	Pernyataan 11 Indikator Frekuensi	69
Tabel 24	Pernyataan 12 Indikator Frekuensi	70
Tabel 25	Indikator Frekuensi Secara Keseluruhan	71
Tabel 26	Intensitas Menonton Secara Keseluruhan	72
Tabel 27	Pernyataan 13 Indikator Aqidah	74
Tabel 28	Pernyataan 14 Indikator Aqidah	75

Tabel 29	Pernyataan 15 Indikator Aqidah	76
Tabel 30	Pernyataan 16 Indikator Aqidah	77
Tabel 31	Pernyataan 17 Indikator Aqidah	77
Tabel 32	Pernyataan 18 Indikator Aqidah	78
Tabel 33	Pernyataan 19 Indikator Aqidah	79
Tabel 34	Pernyataan 20 Indikator Aqidah	80
Tabel 35	Pernyataan 21 Indikator Aqidah	81
Tabel 36	Indikator Aqidah Secara Keseluruhan	82
Tabel 37	Pernyataan 22 Indikator Syari'ah	83
Tabel 38	Pernyataan 23 Indikator Syari'ah	84
Tabel 39	Pernyataan 24 Indikator Syari'ah	85
Tabel 40	Pernyataan 25 Indikator Syari'ah	86
Tabel 41	Pernyataan 26 Indikator Syari'ah	87
Tabel 42	Pernyataan 27 Indikator Syari'ah	88
Tabel 43	Pernyataan 28 Indikator Syari'ah	89
Tabel 44	Pernyataan 29 Indikator Syari'ah	90
Tabel 45	Indikator Syari'ah Secara Keseluruhan	90
Tabel 46	Pernyataan 30 Indikator Akhlak	91
Tabel 47	Pernyataan 31 Indikator Akhlak	92
Tabel 46	Pernyataan 32 Indikator Akhlak	93
Tabel 47	Pernyataan 33 Indikator Akhlak	94
Tabel 46	Pernyataan 34 Indikator Akhlak	95
Tabel 47	Pernyataan 35 Indikator Akhlak	96
Tabel 46	Pernyataan 36 Indikator Akhlak	97
Tabel 47	Pernyataan 37 Indikator Akhlak	97
Tabel 54	Indikator Akhlak Secara Keseluruhan	98
Tabel 55	Pemahaman Keagamaan Secara Keseluruhan	99
Tabel 56	Uji Normalitas	101
Tabel 57	Uji Linearitas	102
Tabel 58	Hasil Analisis Korelasi Tata Jenjang <i>Spearman</i>	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pengaruh Intensitas Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat Melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan	25
Gambar 2	Akun YouTube Adi Hidayat Official	47



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah pada dasarnya menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri ialah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan merayu seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang di serukan.¹ Di dalam Al-Qur'an terdapat banyak perintah yang menyeru kaum muslimin untuk berdakwah kepada manusia agar senantiasa berada di jalan Allah.

Dakwah dalam Islam pada umumnya ditujukan pada dua segmen, yaitu kepada non-muslim dan kepada umat Islam. Kepada non-muslim dakwah berupa ajakan masuk agama Islam untuk mentauhidkan Allah, menunjukkan kebenaran kitab suci Alquran dari sisi originalitas dan isinya, menunjukkan perilaku umat Islam dalam beragama. Sedangkan bagi umat Islam, dakwah melakukan sesuatu yang dibutuhkan oleh umat Islam dan agamanya, menunjukkan perilaku yang pantas bagi umat Islam sekaligus merevitalisasi kehidupan islami.² Dewasa ini dakwah sendiri tidak hanya dapat dilakukan secara tatap muka, namun juga dapat dilakukan dengan hanya mengandalkan internet.

Berbagai macam akses akan informasi bisa didapat dengan mudah melalui internet. Internet sendiri telah menjadi perhatian banyak masyarakat saat ini. Media

¹ Ahmad Mahmud, *Dakwah Islam*, (Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2002), hlm. 13.

² Hatta Abdul Malik, "Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia", *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 36 (2016), hlm. 14.

massa lama (surat kabar, radio, televisi) bukan lagi satu-satunya sumber daya informasi. Kehadiran internet bagi pengguna merupakan sebuah media baru yang menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor.³ Perkembangan internet saat ini, salah satunya ditandai dengan maraknya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat. Hal ini sejalan dengan perubahan besar dalam cara berkomunikasi manusia yang disebabkan oleh pergeseran teknologi tradisional ke teknologi digital. Adanya pergeseran tersebut menjadikan semua konten media baik cetak dan elektronik dapat digabungkan dan didistribusikan.⁴

Semakin berkembangnya internet dalam hal ini media sosial, maka khalayak semakin mudah untuk menjangkau informasi dan memenuhi kebutuhan mereka tanpa harus terikat oleh ruang dan waktu. Di era teknologi informasi saat ini, peranan media sosial dalam berinteraksi dan berkomunikasi sangat penting, begitupun dalam berdakwah. Dengan hadirnya media sosial, kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan di masjid-masjid tetapi juga bisa di internet. Baik melalui video, audio, tulisan, gambar, dan sebagainya.

Di antara contoh berdakwah dengan media sosial adalah melalui YouTube. Pertimbangan utama dalam menjadikan YouTube sebagai media dakwah tentu saja berkaitan erat dengan fungsi YouTube itu sendiri, yakni sebagai media berbasis

³ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 76.

⁴ *Ibid.*, hlm. 72.

video terkemuka dan paling diminati masyarakat di seluruh dunia. YouTube adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di YouTube adalah flv yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki *plugin* Flash Player. YouTube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim.⁵

YouTube memungkinkan siapa saja dengan koneksi internet untuk mengunggah video dan penonton dari seluruh penjuru dunia dapat menikmatinya hanya dalam beberapa menit. Keanekaragaman topik yang ada di YouTube membuat berbagi video menjadi salah satu bagian yang penting dalam kultur berinternet.⁶ Di Indonesia, dampak sosial dari YouTube sebagai salah satu media untuk berdakwah terlihat dari banyaknya bermunculan aktivis-aktivis dakwah. Salah satu akun yang menggunakan YouTube sebagai media berdakwah ialah Adi Hidayat Official. Adi Hidayat Official merupakan akun YouTube yang memuat konten kajian keislaman dan kajian kitab, yang semuanya dibina langsung oleh ustaz Adi Hidayat, Lc. MA.

Ustaz Adi Hidayat bisa dikatakan sebagai pendatang baru dalam dunia dakwah. Nama ustaz Adi Hidayat mungkin belum setenar ustaz Soleh Mahmud

⁵ *Ibid.*, hlm. 83.

⁶ *Ibid.*, hlm. 84.

atau biasa dikenal dengan ustaz Solmed, ustaz Zacky Mirza, ustaz Wijayanto, ustaz Maulana, atau ustaz-ustaz lainnya yang begitu populer dan banyak mengisi tausiah di televisi. Namun demikian, profil pribadi ustaz Adi Hidayat kini mulai banyak dikenal di kalangan masyarakat, khususnya netizen sebagai pengguna media sosial. Kecerdasan beliau dalam memberikan penjelasan secara terperinci, serta kekuatan hafalan beliau akan ayat Al-Quran dan kitab-kitab, menjadi beberapa kelebihan tersendiri yang tidak dimiliki oleh banyak ustaz lainnya. Ulasan yang cerdas, lengkap, terperinci dan lugas, ditambah lagi dengan kelembutan tutur kata dan retorika beliau dalam berdakwah, membuat isi ceramah ustaz Adi Hidayat mudah dicerna dan dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat.

Untuk itulah pengaruh menonton ceramah ustaz Adi Hidayat penting untuk diteliti. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh positif yang ditimbulkan yakni dari sisi pemahaman keagamaan masyarakat terutama generasi muda yang dalam hal ini siswa tentang pandangan mereka terhadap ceramah ustaz Adi Hidayat yang belakangan ini banyak digemari masyarakat.

Dalam laporan “*Digital Around The World 2019*” terungkap bahwa dari total 268,2 juta penduduk di Indonesia, 150 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan sepanjang tahun 2018 yang kemudian hasilnya diterbitkan pada 31 Januari 2019 oleh media kompas.com menyatakan bahwa terjadi peningkatan 20 juta pengguna media sosial di Indonesia

dibanding tahun lalu. Dan generasi Z mendominasi penggunaan media sosial.⁷ Siswa SMA termasuk ke dalam golongan generasi tersebut. Siswa SMA masuk ke dalam kriteria responden yang peneliti inginkan. Selain dikategorikan sebagai sekolah yang berbasis umum, SMA juga tidak berfokus pada bidang keagamaan dalam sistem pendidikan formalnya. Siswa SMA menjadi target sasaran dalam penelitian ini sebab termasuk ke dalam generasi muda dan juga merupakan pengguna aktif di media sosial terutama YouTube. SMA N 4 Yogyakarta merupakan salah satu SMA negeri yang terletak di kota Yogyakarta, yang biasa juga dikenal dengan SMA olahraga. SMA N 4 Yogyakarta ini sendiri adalah satu-satunya sekolah negeri di kota Yogyakarta yang menerapkan kurikulum Kelas Khusus Olahraga (KKO) dalam sistem pendidikan formalnya, yang sedikit berbeda dengan kurikulum pendidikan pada umumnya.⁸ Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan melibatkan siswa sekolah yang tidak mengedepankan pendidikan agama dalam sistem pendidikan formalnya, agar mengetahui pengaruh yang dapat ditimbulkan dari menonton akun YouTube Adi Hidayat Official.

Berdasarkan pemaparan diatas, dan melihat dari latar belakang ustaz Adi Hidayat yang mulai di kenal masyarakat luas melalui buku-buku karyanya, kajian-kajiannya dan melalui media sosial di mana beliau menyebarkan pesan dakwahnya,

⁷ Wahyunanda Kusuma Pertiwi, “Separuh Penduduk Indonesia Sudah “Melek” Media Sosial”, <https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial>, diakses pada Kamis, 24 Oktober 2019.

⁸ Vidy Ayu Susiloningtyas, *Adaptasi dan Kegiatan Siswa di Sekolah Terhadap Prestasi Akademik di SMA Negeri 4 Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2017), hlm. 3.

maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “Pengaruh Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Dengan demikian, dari latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Intensitas Siswa SMA N 4 Yogyakarta dalam Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official?
2. Bagaimana Pemahaman Keagamaan Siswa SMA N 4 Yogyakarta setelah Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official?
3. Apakah Terdapat Pengaruh dari Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta?.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Intensitas Siswa SMA N 4 Yogyakarta dalam Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Pemahaman Keagamaan Siswa SMA N 4 Yogyakarta setelah Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun

YouTube Adi Hidayat Official.

3. Untuk mengetahui Apakah Terdapat Pengaruh Intensitas Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Siswa SMA N 4 Yogyakarta.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. **Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi dan dakwah khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. **Secara Praktis**

- a. Diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada media sosial terkhusus YouTube untuk lebih memperbanyak tayangan-tayangan ceramah yang menambah wawasan keagamaan.
- b. Diharapkan mampu menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa mengenai pengaruh menonton terhadap pemahaman keagamaan.

D. Kajian Pustaka

Terdapat sejumlah penelitian baik skripsi maupun jurnal yang membahas mengenai pengaruh menonton, dampak media, dan pemahaman keagamaan. Beberapa penelitian tersebut peneliti gunakan sebagai kajian pustaka sehingga peneliti mengetahui posisi penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian

yang relevan tersebut antara lain:

Pertama, penelitian ini dilakukan oleh Ahyan Putra mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Pengaruh Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik Terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam di Kalangan Mahasiswa IMM UIN Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres 2019*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari menonton program Indonesia Lawyers Club episode Politik Terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam menjelang Pilpres 2019. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa IMM UIN Sunan Kalijaga. Teknik analisis data menggunakan metode statistik inferensial parametrik, yaitu analisis *Pearson Product Moment* dengan bantuan SPSS versi 15. Dari pengolahan data, ditemukan bahwa terdapat pengaruh antara menonton program Indonesia Lawyers Club episode politik terhadap citra partai politik berbasis Islam di kalangan mahasiswa IMM UIN Sunan Kalijaga menjelang pilpres 2019. Pengaruh yang ditimbulkan sebesar 30,25% dan termasuk ke dalam kategori rendah, artinya terdapat variabel lain yang juga mempengaruhi pembentukan citra partai politik. Penelitian ini menggunakan $dk=60$ ($N-2$ atau $62-2$) dan tingkat probabilitas atau taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%).⁹

⁹ Ahyan Putra, *Pengaruh Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik Terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam Di Kalangan Mahasiswa IMM UIN Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres 2019*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 91.

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan variabel x (pengaruh menonton). Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek dan subjek yang diteliti, yaitu akun YouTube Adi Hidayat Official, siswa SMA N 4 Yogyakarta.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Febrina Eka Setyawati, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yang berjudul Pengaruh menonton tayangan Acara Hafiz Indonesia di RCTI terhadap minat menghafal Al-Qur'an siswa siswi Sekolah Dasar Islam Kota Blitar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh yang ditimbulkan dari menonton tayangan Acara Hafiz Indonesia terhadap minat menghafal Al-Qur'an. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis non parametrik dengan menggunakan rumus *chi square* atau χ^2 , dan juga koefisien kontingensi dengan perhitungan manual. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh χ^2 sebesar 35,12 dengan $dk=4$, dan tingkat probabilitas yang dipilih adalah 0,05. Dapat dilihat pada tabel distribusi χ^2 hasilnya 9,488. $35,12 > 9,488$ maka hubungannya dinyatakan signifikan. Dengan demikian, perhitungan koefisien kontingensi didapat hasil sebesar 0,518 maka hubungan antara 2 variabel dianggap cukup erat.¹⁰

¹⁰ Febrina Eka Setyawati, *Pengaruh Menonton Tayangan Acara "Hafiz Indonesia" Di RCTI Terhadap Minat Menghafal Al-Qur'an Siswa Siswi Sekolah Dasar Islam Kota Blitar*, Skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016), hlm. 56.

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan variabel x (pengaruh menonton). Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek dan subjek yang diteliti, yaitu akun YouTube Adi Hidayat Official, siswa SMA N 4 Yogyakarta.

Ketiga, jurnal penelitian komunikasi yang dilakukan oleh Diky Wiriyanto Bahari, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinata, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Djuanda yang berjudul Pengaruh Tayangan Sinetron Anak Jalanan Terhadap Perilaku Anak *The Influence Anak Jalanan Soap Opera Through Behavioural Children*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi anak-anak terhadap tayangan sinetron Anak Jalanan, mendeskripsikan perilaku anak setelah menonton tayangan sinetron tersebut, dan mengetahui pengaruh tayangan sinetron tersebut terhadap perilaku anak. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Artinya penelitian yang menguji hubungan antara variabel tayangan sinetron (variabel X) dan perilaku anak (variabel Y). Penelitian dilakukan di SDN Pajajaran Bogor Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor Jawa Barat. Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2016 hingga Februari 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah 173 orang. Sedangkan Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 58 responden. Teknik pengambilan data pada penelitian ini dilakukan melalui data primer yang meliputi observasi langsung dan kuesioner. Sedangkan data sekunder meliputi artikel, internet, buku, dan dokumen-dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

antara tayangan sinetron Anak Jalanan dengan perilaku anak dengan nilai positif pada signifikansi ($0,125 > \alpha:0,05$), artinya tayangan sinetron Anak Jalanan memiliki pengaruh terhadap perilaku anak pada taraf nyata.¹¹

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti terletak pada pembahasan mengenai pengaruh menonton. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek dan subjek yang diteliti, yaitu akun YouTube Adi Hidayat Official, siswa SMA N 4 Yogyakarta.

E. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang mendukung dan dianggap cocok untuk dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Intensitas Menonton

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas diambil dari kata intens yang berarti hebat, sangat kuat.¹² Sejalan dengan itu, menurut Azwar, intensitas adalah kekuatan atau ke dalam sikap terhadap sesuatu. Menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu.¹³ Menurut Tubbs dan Moss intensitas dipengaruhi oleh jumlah waktu yang dihabiskan untuk melakukan sesuatu. Jumlah waktu tersebut ditinjau berdasarkan durasi

¹¹ Diky Wiryanto Bahari, dkk., “Pengaruh Tayangan Sinetron Anak Jalanan Terhadap Perilaku Anak *The Influence Anak Jalanan Soap Opera Through Behavioural Children*”, *Jurnal Komunikasi*, vol. 3:1 (April, 2017), hlm. 1-8.

¹² JS. Badudu dan Muhammad Zein, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), hlm. 535.

¹³ Rohmayanti, *Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan “Berita Islami Masa Kini (Beriman)” Di Trans TV Terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswi Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 15.

yang dihabiskan saat individu melakukan aktivitas serta frekuensi yang dilakukan dalam aktivitas tersebut. Menurut Putri, Erlyani dan Mayangsari, mereka juga sependapat bahwa intensitas ditinjau berdasarkan frekuensi dan durasi. Frekuensi memiliki pengertian suatu keseringan atau jumlah pemakaian sesuatu dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan durasi dapat didefinisikan sebagai seberapa lama individu dalam melakukan suatu aktivitas.¹⁴

Sementara itu, menurut Azjen, intensitas merupakan suatu usaha seseorang atau individu dalam melakukan tindakan tertentu. Seseorang yang melakukan suatu usaha tertentu memiliki jumlah pada pola tindakan dan perilaku yang sama, yang di dalamnya adalah usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan pemuas kebutuhannya. Sesuatu yang menyangkut tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu memiliki jumlah volume tindakan yang dikatakan memiliki intensitas.¹⁵

Intensitas berarti kualitas dari tingkat ke dalaman yang meliputi kemampuan, daya konsentrasi terhadap sesuatu, tingkat keseringan dan ke dalaman cara atau sikap seseorang pada objek tertentu. Azjen membagi intensitas menonton menjadi empat aspek yaitu:¹⁶

¹⁴ I Gusti Bagus Gantih Sukmaraga, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Materialisme pada Remaja*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma, 2018), hlm. 11.

¹⁵ Rohmayanti, “*Pengaruh Intensitas*”, hlm. 15.

¹⁶ Febrina Eka Setyawati, “*Pengaruh Menonton*”, hlm. 19-20.

a. Perhatian atau daya konsentrasi dalam menonton YouTube

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon, dan responnya berupa tersitanya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud. Juga dengan khalayak bersifat aktif menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Dengan adanya pemenuhan kebutuhan maka khalayak akan memusatkan perhatiannya dalam menonton YouTube. Perhatian dalam menonton YouTube berupa tersitanya perhatian maupun waktu dan tenaga individu untuk menonton tayangan-tayangan yang disajikan di YouTube.

b. Penghayatan atau pemahaman terhadap tayangan YouTube yang disajikan

Penghayatan yang dapat berupa pemahaman dan penyerapan akan suatu informasi dan kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.

Penghayatan dalam menonton tayangan YouTube “Adi Hidayat Official” meliputi pemahaman dan penyerapan akan tayangan-tayangan tersebut, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.

c. Durasi atau kualitas ke dalaman menonton

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku atau kegiatan yang menjadi target. Durasi dalam

menonton tayangan YouTube berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton tayangan yang ada di YouTube.

d. Frekuensi atau tingkat keseringan.

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan YouTube dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan.

Intensitas merupakan tingkatan intens seseorang dalam melihat sesuatu, dalam hal ini yaitu melihat tayangan YouTube “Adi Hidayat Official”. Intensitas seseorang dalam melihat tayangan itu sendiri berbeda-beda pada setiap individunya, tergantung kebutuhan seseorang itu sendiri. Sehingga intensitas menonton YouTube dapat dipahami sebagai tingkat keseringan (frekuensi) dalam menonton dan pemahaman informasi yang didapatkan.

2. Pemahaman Keagamaan

a. Pengertian Pemahaman Keagamaan

Pemahaman merupakan proses berpikir dan belajar. Dikatakan demikian, karena untuk menuju ke arah pemahaman harus diikuti dengan belajar dan berpikir. Pemahaman merupakan proses, perbuatan dan cara memahami. Pemahaman adalah tingkatan kemampuan yang mengharapkan seseorang mampu memahami arti konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini tidak hanya hafal secara verbalitas tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan. Maka

operasionalnya dapat membedakan, mengubah, mempersiapkan, menyajikan, mengatur, menginterpretasikan, menjelaskan, mendemonstrasikan, memberi contoh, memperkirakan, menentukan, dan mengambil keputusan.¹⁷ Sementara itu Anas Sudijono berpendapat bahwa pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Hal ini berarti bahwa memahami adalah mengetahui sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Pemahaman juga dimaksudkan sebagai jenjang kemampuan berpikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan.¹⁸

Menurut Daryanto kemampuan pemahaman dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) Menerjemahkan (*Translation*), yaitu bukan saja pengalihan arti dari bahasa yang satu ke bahasa yang lain. Dapat juga dikonsepsi abstrak menjadi model, yaitu model simbolik untuk mempermudah orang mempelajarinya.
- 2) Menginterpretasikan (*Interpretation*), yaitu kemampuan untuk mengenal dan memahami.

¹⁷ Arie Syahfrudin, *Studi Korelasi Antara Pemahaman Agama Islam Dengan Perilaku Keagamaan Pada Komunitas Balap Liar Di Dusun Kembang Desa Nglegi Gunungkidul*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga, 2015), hlm. 11-13.

¹⁸ Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 50.

3) Mengekstrapolasi (*Extrapolation*), yaitu lebih tinggi sifatnya dari menerjemahkan dan menafsirkan, ia memenuhi kemampuan intelektual yang lebih tinggi.¹⁹

Sedangkan keagamaan berasal dari kata agama yang berawalan *ke* dan akhiran *an* yang berarti sifat-sifat yang terdapat dalam agama. Yang dimaksud dengan agama di sini adalah agama Islam, yaitu suatu sistem aqidah yang mengatur prikehidupan dan penghidupan manusia dalam berbagai hubungan. Baik hubungan manusia dengan Tuhannya, dengan sesama manusia maupun dengan alam lainnya.²⁰ Agama adalah ketetapan-ketetapan Ilahi yang diwahyukan kepada Nabi-Nya untuk menjadi pedoman hidup manusia. Syeikh Muhammad Abdul Badran berupaya menjelaskan arti agama dengan menunjuk kepada Al-Quran bahwa agama adalah hubungan antara makhluk dengan Khaliknya. Hubungan ini diwujudkan dalam sikap batinnya serta tampak dalam ibadah yang dilakukannya dan tercermin pula dalam sikap kesehariannya.²¹

Dalam Ensiklopedia Indonesia agama dapat diartikan sebagai berikut:

Agama, manusia mengakui dalam agamanya adanya yang suci: manusia itu insyaf, bahwa ada suatu kekuasaan yang memungkinkan dan

¹⁹ Rohmayanti, “*Pengaruh Intensitas*”, hlm. 21.

²⁰ Endang Saifudin Ansori, *Wawasan Islam* (Bandung: Pustaka Perpustakaan salam ITB), hlm.

²¹ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1994), hlm. 209-210.

melebihi segala yang ada. Kekuasaan inilah yang dianggap sebagai asal atau Khalik segala yang ada. Dari sini disimpulkan bahwa agama pada dasarnya merupakan suatu peraturan Tuhan yang mendorong jiwa seseorang yang memiliki akal untuk memegang peraturan Tuhan itu dengan kehendak sendiri, untuk mencapai kebaikan hidup dan kebahagiaan kelak di akhirat.²²

Bidang-bidang agama dalam ajaran Islam secara garis besar meliputi tiga hal, yaitu: Aqidah, syari'ah dan akhlak. Berikut ini adalah uraiannya:

a) Aqidah

Berasal dari kata '*aqada-ya'qidu* yang berarti mengikatkan.

Sedangkan secara istilah, pengertian aqidah sering disamakan dengan pengertian keimanan, yaitu:

- a. Makrifat kepada Allah dengan nama-nama Nya yang tinggi.
- b. Makrifat terhadap alam yang ada dibalik alam semesta ini.
- c. Makrifat terhadap kitab-kitab Allah SWT.
- d. Makrifat terhadap Nabi-Nabi dan Rasul-Rasul yang dipilih Allah.
- e. Makrifat terhadap hari akhir dan peristiwa yang berkaitan dengan itu seperti kebangkitan dari kubur (hidup sesudah mati).
- f. Makrifat terhadap takdir (qadha dan qadar).

²² R Abuy Sodikin, "Konsep Agama Dalam Islam", *Jurnal Al Qalam*, vol. 20:97 (April - Juni, 2003), hlm. 4.

Dari uraian diatas tampaklah bahwa aqidah bersifat itiqad bathiniyah yang mencakup masalah yang identik dengan rukun iman yang enam.

b) Syari'ah

Dalam konteks kajian hukum Islam, yang dimaksud dengan syari'ah adalah kumpulan norma hukum yang merupakan hasil dari *tasyri'*. Kata *tasyri'* juga merupakan bentuk *masdar* dan syari'ah, yang berarti menciptakan dan menetapkan syari'ah.

Sedang dalam istilah para ulama fiqh, syari'ah bermakna "menetapkan norma-norma hukum untuk menata kehidupan manusia, baik dalam hubungannya dengan Tuhan, maupun dengan umat manusia lainnya". Oleh sebab itu, dengan melihat pada subyek penetapan hukumnya, para ulama membagi *tasyri'* menjadi dua, yaitu: *tasyri' samawi* (Ilahi) dan *tasyri' wadh'i*.

Tasyri' ilahi adalah penetapan hukum yang dilakukan langsung oleh Allah dan Rasul-Nya. Dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, ketentuan-ketentuan tersebut bersifat abadi dan tidak berubah, karena tidak ada yang kompeten untuk mengubahnya selain Allah. Sedang *tasyri' wadh'i* adalah ketentuan hukum yang dilakukan langsung oleh para mujtahid. Ketentuan-ketentuan hukum hasil kajian mereka ini tidak memiliki sifat keabadian dan bisa berubah-ubah karena

merupakan hasil kajian nalar para ulama yang tidak *ma'sum* sebagaimana Rasulullah.

Syari'ah mencakup dua hal, yaitu: aspek ibadah dan aspek muamalah. Syari'ah dalam Islam adalah hubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka menaati peraturan hukum Allah baik menyangkut ibadah kepada Allah maupun menyangkut masalah-masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia.

c) Akhlak

Secara etimologi, kata akhlak berasal dari bahasa Arab yang berarti budi pekerti. Sinonimnya etika dan moral. Etika berasal dari bahasa Latin, *etos* yang berarti kebiasaan. Moral berasal dari bahasa Latin, *mores* yang juga berarti kebiasaan. Dalam masyarakat Indonesia, istilah yang sering digunakan ialah budi pekerti. Kata akhlak yang berasal dari kata *khulqun* atau *khuluqun* mengandung segi-segi persesuaian dan erat hubungannya dengan Khalik dan makhluk. Karena memang akhlak juga mengatur hubungan (tata hubungan) manusia dengan Tuhannya, manusia dengan manusia lainnya (makhluk hidup), dan manusia dengan alam semesta. Untuk lebih memperluas pengertian mengenai akhlak, berikut ini dikemukakan pengertian akhlak menurut para ahli, antara lain:

- a. Ibnu Maskawaih dalam bukunya *Tahdzibul-akhlak wa thathirul a'raq* mengemukakan bahwa *Khuluk*, perangai itu adalah keadaan gerak jiwa yang mendorong kearah melakukan perbuatan dengan tidak menghajatkan pikirannya.
- b. Al-Ghazali sejalan dengan Ibnu Maskawaih di atas, dalam bukunya *Ihya Ulumuddin*, mengemukakan bahwa *Khuluk*, perangai ialah suatu sifat yang tetap pada jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan kepada pikiran.
- c. Ahmad Amin dalam bukunya *Al-Akhlak* mengemukakan bahwa *Khuluk* ialah membiasakan kehendak.

3. Pengaruh Intensitas Menonton Terhadap Pemahaman Keagamaan

YouTube merupakan salah satu media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. YouTube mempunyai kelebihan dari media sosial lainnya, yaitu bersifat audio visual dan dapat menjangkau masyarakat luas dalam waktu yang relatif singkat, bukan hanya masyarakat lokal, namun juga nasional bahkan skala yang lebih besar (internasional). YouTube sebagai salah satu bagian dari *social networking* dalam kategori media sosial dalam perkembangannya telah menghasilkan berbagai dampak nilai-nilai bagi para penggunanya. Nilai-nilai yang dimiliki oleh para penggunanya. Selain kemudahan dalam berhubungan satu dengan lainnya tanpa dipengaruhi jarak

dan waktu. Progress dan kecepatannya dalam mencapai sebuah popularitas telah terwujud bagi para penggunanya.²³

YouTube dengan fungsinya yang dapat menciptakan hubungan interaksi dan komunikasi yang sangat dekat antar para penggunanya. Pada akhirnya akan tercipta sebuah situasi adaptasi antar budaya (*Intercultural Adaptation*) pada masyarakat atau komunitas pengguna yang pada akhirnya dapat menciptakan sebuah transisi satu budaya menjadi budaya yang baru.²⁴

Adi Hidayat Official merupakan salah satu akun YouTube yang bergerak dibidang dakwah secara khusus, kajian yang dibahas biasanya seputar kebiasaan muslim sehari-hari, kesalahpahaman yang sering terjadi di masyarakat, dan hal-hal yang *up to date* (hangat diperbincangkan) di kalangan masyarakat yang sekiranya memerlukan pendapat dan tanggapan langsung dari seorang da'i, dalam hal ini ustaz Adi Hidayat. Yang kiranya semua bahasan dari kajian tersebut berdampak baik bagi pemahaman keagamaan dan penambahan keilmuan masyarakat luas, terutama yang mengakses YouTube dan menonton tayangan-tayangan yang ditampilkan di akun tersebut.

Semakin sering menonton suatu media, maka pemahaman tentang pesan yang disampaikan juga semakin tinggi, sehingga semakin memberikan pengaruh pada pemahaman keagamaan seseorang.²⁵

²³ Edi Chandra, "YouTube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi", *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, vol. 1:2 (Oktober, 2017), hlm. 409.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 409.

²⁵ Rohmayanti, "*Pengaruh Intensitas*", hlm. 26.

4. Teori efek media massa

Secara historis dan berdasarkan kurun waktunya, ada tiga macam teori efek media, yaitu efek tidak terbatas (*unlimited effect*), efek terbatas (*limited effect*) dan efek moderat. Sebagaimana Drs. Nurudin, M.Si. mengutip dari Keith R. Stamm dan Johan E. Bowes sebagai berikut:

...paling tidak dikenal tiga efek dalam komunikasi massa sejak tahun 1930- an, yakni efek tidak terbatas (*unlimited effect*), diikuti efek terbatas (*limited effect*), kemudian efek moderat (gabungan keduanya/ *not so limited effect*). (Keith R. Stamm dan Johan E. Bowes, 1990).²⁶

a. Efek Tidak Terbatas

Efek yang dijadikan bahan perbincangan mengenai komunikasi massa mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang besar ketika menerpa khalayak. Efek tidak terbatas ini didasarkan pada teori peluru atau jarum hipodermik, yaitu khalayak pada posisi pasif dan tidak bisa mengelak terpaan media yang diterima. Analogi ini menunjukkan bahwa peluru mempunyai kekuatan yang luar biasa dalam mempengaruhi khalayak.²⁷

Adapun asumsi efek tidak terbatas adalah sebagai berikut:

1. Adanya hubungan yang langsung antara isi pesan dengan efek yang ditimbulkan.
2. Penerima pesan tidak mempunyai sumber sosial dan psikologis untuk menolak upaya persuasif yang dilakukan media massa.

²⁶ Nurudin dan Dedy Nur Hidayat, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 214.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 215.

b. Efek Terbatas

Teori efek terbatas berbeda dengan teori efek tidak terbatas. Terpaan media yang diberikan kepada khalayak tidak mempunyai pengaruh besar dalam hal sikap dan perilaku, di mana faktor psikologis dan sosial ikut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa, yaitu proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok, dan keberadaan pemimpin opini.

c. Efek Moderat

Teori efek moderat ini sebenarnya mempunyai implikasi positif bagi pengembangan studi media massa. Bagi para praktisi komunikasi, akan mengungkap kesadaran baru bahwa sebelum sebuah pesan disiarkan perlu direncanakan dan diformat secara matang agar jadi lebih baik. Karena bagaimanapun pesan tetap mempunyai efek atau dampak. Akan tetapi pesan juga tidak serta merta diterima audiens dengan membabi buta. Artinya, ada banyak variabel yang ikut memengaruhi proses penerimaan pesan. Misalnya dari bidang pendidikan, sosial, kebutuhan dan sistem nilai yang dianutnya. Jadi semakin tinggi pendidikan individu, semakin selektif untuk menerima pesan yang berasal dari media.²⁸ Efek ini menyatakan bahwa khalayak bersifat aktif. Pandangan tersebut terlihat dari bagaimana khalayak merespon suatu pesan yang disampaikan oleh media seperti

²⁸ *Ibid.*, hlm. 226.

selektif dalam mengonsumsi informasi, aktif dalam memilih media yang bermanfaat bagi kehidupannya, tidak mudah terpengaruh oleh media yang dikonsumsi, lebih mempertimbangkan kejelasan isi pesan daripada aspek lain. Efek moderat ini lahir seiring dengan zaman yang terus berubah. Manusia akan memberikan respon yang berbeda-beda dalam menerima pesan yang disampaikan oleh media massa. “Ada beberapa hal yang ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan seseorang, misalnya *selective exposure*. *Selective exposure* sebenarnya adalah gejala kunci yang sering dikaitkan dengan model efek terbatas, tetapi bukti yang ada di lapangan justru sering bertolak belakang”.²⁹ Pada penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan satu teori efek saja yaitu teori efek moderat yang dirasa relevan untuk perkembangan pengetahuan dan pengalaman responden dan juga perkembangan media massa sekarang ini.

Pada penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan satu teori efek media saja yaitu teori efek moderat yang dirasa relevan dalam perkembangan pengetahuan, pengalaman khalayak dan juga perkembangan media massa saat ini.

F. Kerangka Pemikiran

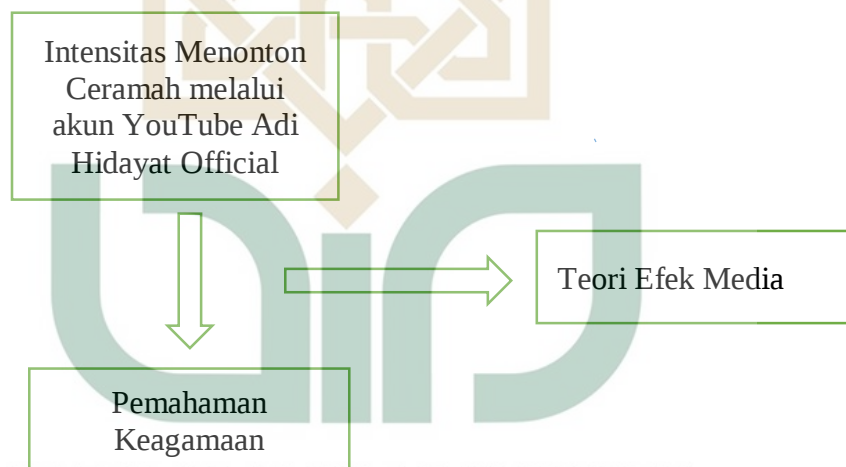
YouTube dapat memberikan banyak dampak bagi penontonnya. Pesan-pesan yang ditayangkan melalui YouTube lebih mudah menarik perhatian

²⁹ *Ibid.*, hlm. 226.

dibandingkan media lain, karena YouTube dapat menampilkan aspek audio visual. Oleh karena itu, penonton akan mendapat pemahaman dari apa yang dilihatnya.

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan kerangka pemikiran dari pengaruh menonton ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official terhadap pemahaman keagamaan.

Gambar 1
Pengaruh Intensitas Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat Melalui Akun YouTube “Adi Hidayat Official” Terhadap Pemahaman Keagamaan



G. Hipotesis

Hipotesis adalah sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak dapat ditinggalkan karena merupakan instrumen kerja dari teori. Sebagai hasil deduksi dari teori atau proposisi, hipotesis lebih spesifik sifatnya sehingga lebih siap diuji secara empiris.³⁰ Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang

³⁰ Sofian Effendi, Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2014), hlm. 40.

diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.³¹ Jawaban ini juga belum berdasarkan jawaban empiris melalui data-data yang digunakan tetapi baru berdasarkan teori-teori yang relevan dengan penelitian.³²

Hipotesis dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

H_0 (Hipotesis Nol): Tidak Terdapat Pengaruh yang Signifikan antara Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta.

H_a (Hipotesis Alternatif): Terdapat Pengaruh yang Signifikan antara Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi pada penelitian ini akan disusun menjadi lima bab yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Sistematika pembahasan ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara umum terkait penyusunan skripsi yang akan dilakukan peneliti.

BAB I: PENDAHULUAN

³¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 63.

³² Putra, “*Pengaruh Menonton*”, hlm. 39.

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah yang diteliti, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori yang relevan dengan penelitian, hipotesis dan sistematika pembahasan.

BAB II: METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta analisis data.

BAB III: GAMBARAN UMUM

Di bagian ini akan diuraikan mengenai gambaran umum dari objek dan subjek penelitian, yaitu program akun YouTube Adi Hidayat Official dan siswa SMA N 4 Yogyakarta.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bagian ini berisi tentang pembahasan berupa penyajian dan analisis data hasil penelitian tentang Pengaruh Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta.

BAB V: PENUTUP

Di bagian terakhir yaitu penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah yang disusun dan berisi saran, juga lampiran-lampiran berupa pertanyaan di dalam kuesioner.

BAB V

PENUTUP

Setelah dilakukan penyajian dan analisis data pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Menonton Ceramah Ustaz Adi Hidayat melalui Akun YouTube Adi Hidayat Official Terhadap Pemahaman Keagamaan Bagi Siswa SMA N 4 Yogyakarta” maka kesimpulan dan saran yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Tingkat intensitas siswa SMA N 4 Yogyakarta dalam menonton ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official masuk dalam kategori sedang. Perhatian, penghayatan, dan frekuensi masuk dalam kategori tinggi, sedangkan durasi nya masuk juga dalam kategori sedang yakni kebanyakan responden menonton ceramah lebih dari 10 menit. Yang berarti bahwa siswa SMA N 4 Yogyakarta cukup intens dalam menonton ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official dan dapat menerima pesan dan pelajaran yang di sampaikan.
2. Pemahaman keagamaan siswa SMA N 4 Yogyakarta setelah menonton ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti siswa SMA N 4 Yogyakarta mampu memahami materi yang di sampaikan baik dari segi aqidah, syari’ah, maupun akhlak yang terdapat dalam tayangan ceramah ustaz Adi Hidayat.
3. Terdapat pengaruh antara menonton ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official terhadap pemahaman keagamaan siswa

SMA N 4 Yogyakarta. Hal ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa tingginya kemungkinan pemahaman keagamaan siswa SMA N 4 Yogyakarta dapat dipengaruhi oleh intensitasnya dalam menonton tayangan ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official. Hal tersebut dilihat dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) dan nilai korelasinya adalah 0,487 artinya $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} sebesar 0,263 dengan $DK=54$ ($N-2/ 56-2$) sehingga $0,487 > 0,263$ (masuk ke dalam kategori korelasi sedang karena rentang nilai 0,400-0,599). Hasil ini sesuai dengan teori dampak media massa bahwa pesan tetap mempunyai efek, akan tetapi pesan tidak serta merta diterima audiens dengan membabi buta. Artinya, ada banyak variabel yang ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan. Seperti halnya dalam penelitian ini yaitu variabel pemahaman keagamaan siswa SMA N 4 Yogyakarta tidak hanya berhubungan dengan intensitas menonton ceramah ustaz Adi Hidayat melalui akun YouTube Adi Hidayat Official, tetapi ada variabel lain yang juga mempunyai hubungan dengan hal tersebut.

B. Saran

1. Khalayak Umum

Penggunaan media yang intens harus berimbang dengan manfaat yang dihasilkan. Adanya ceramah yang dimuat pada akun-akun YouTube belakangan ini hendaknya dimanfaatkan dan dimaksimalkan dengan sebaik-baiknya. Dalam menontonnya pun hendaknya tidak setengah-setengah yang

berakibat pada kurang memahami inti dari permasalahan atau materi yang diampaikan sehingga timbul kesalahpahaman dalam beragama.

2. YouTube Indonesia

Untuk YouTube Indonesia hendaknya lebih mendukung muatan-muatan tayangan positif yang mendidik dan berkualitas terkhusus dalam hal keagamaan. Agar masyarakat semakin tertarik dalam memaksimalkan fungsi YouTube sebagai media untuk belajar (ilmu agama).

3. Peneliti atau Akademisi

Peneliti berikutnya hendaknya melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih bervariasi dengan memperhatikan kemungkinan-kemungkinan faktor lain, seperti faktor lingkungan, dll. Juga teori-teori pendukung teori dampak media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, Endang Saifudin, *Wawasan Islam*, Bandung: Pustaka Perpustakaan salam ITB.
- Badudu, JS., dan Muhammad Zein, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988.
- Bahari, Diky Wiriyanto, dkk., Pengaruh Tayangan Sinetron Anak Jalanan Terhadap Perilaku Anak The Influence Anak Jalanan Soap Opera Through Behavioural Children, *Jurnal Komunikasi*, vol. 3:1, April, 2017.
- Chandra, Edi, YouTube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, vol. 1:2, Oktober, 2017.
- Dhananjaya, Ariendya, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Berita / Informasi di Televisi terhadap Perilaku Prososial Remaja*, Skripsi, Fakultas Psikologi: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.
- Effendi, Sofian , Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2014.
- EQ, Zainal Mustafa, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, Malang: UMM Press, 2010.
- Hikmat, Mahi M., *Metode Penelitian: Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, cet.1, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- <https://patbhe-jogja.sch.id/sejarah/>, diakses pada Senin, 25 November 2019.
- <https://quantumakhyar.com/profile-uah/>, diakses pada Kamis, 12 Desember 2019.
- https://www.youtube.com/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ/about, diakses pada Selasa, 21 Januari 2020.

- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, ed.1, cet. 4, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Mahmud, Ahmad, *Dakwah Islam*, Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2002.
- Malik, Hatta Abdul, *Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia*, *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 36, 2016.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma, “Separuh Penduduk Indonesia Sudah “Melek” Media Sosial”, <https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial>, diakses pada Kamis, 24 Oktober 2019.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Putra, Ahyan, *Pengaruh Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik Terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam Di Kalangan Mahasiswa IMM UIN Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres 2019*, Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, cet.5, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Rohmayanti, *Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan “Berita Islami Masa Kini (Beriman)” Di Trans TV Terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Setyawati, Febrina Eka, *Pengaruh Menonton Tayangan Acara Hafiz Indonesia Di RCTI Terhadap Minat Menghafal Al-Qur’an Siswa Siswi Sekolah Dasar Islam Kota Blitar*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016.

- Shihab, M. Quraish, *Membumikan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1994.
- Silaen, Sofar, dan Widiyono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: In Media, 2013.
- Siregar, Sofiyan, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Sodikin, R Abuy, Konsep Agama Dalam Islam, *Jurnal Al Qalam*, vol. 20:97, April - Juni, 2003.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996.
- Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, cet. 2, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, cet.22, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sukmaraga, I Gusti Bagus Gantih, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Materialisme pada Remaja*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma, 2018.
- Susiloningtyas, Vidy Ayu, *Adaptasi dan Kegiatan Siswa di Sekolah Terhadap Prestasi Akademik di SMA Negeri 4 Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2017.
- Syahfrudin, Arie, *Studi Korelasi Antara Pemahaman Agama Islam Dengan Perilaku Keagamaan Pada Komunitas Balap Liar Di Dusun Kembang Desa Nglegi Gunungkidul*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Tamburaka, Apriadi, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.

Taniredja, Tukiran, dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, cet.4, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014.

Unde, Andi Alamuddin, *Televisi & Masyarakat Pluralistik*, Jakarta: Prenada, 2014.

Waryono, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Wawancara dengan Staff Tata Usaha SMA N 4 Yogyakarta, 16 Oktober 2019.



