

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON VIDEO “KELUARGA BETI”
DALAM CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD TERHADAP SIKAP
BIRRUL WALIDAIN MAHASISWA PENERIMA BIDIKMISI UIN
SUNAN KALIJAGA 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:

NURHIDAYANTI
NIM 16210027

Pembimbing:
Dr. H.M. Kholili, M.Si.
NIP 195904081985031005

**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-809/Un.02/DD/PP.00.9/09/2020

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENONTON VIDEO "KELUARGA BETT" DALAM CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD TERHADAP SIKAP BIRRUL WALIDAIN MAHASISWA PERNERIMA BIDIK MISI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NURHIDAYANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 16210027
Telah diujikan pada : Rabu, 02 September 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 5f6b4e96ad930



Penguji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 5f6b264721c89



Penguji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 5f61e5b87cf7d



Yogyakarta, 02 September 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 5f6c170f2762a



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamua'alaikum.wr.wb.

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

Nama : Nurhidayanti

NIM : 16210027

Judul Skripsi : **Pengaruh Intensitas Menonton Video**

"Keluarga Beti" dalam Channel Youtube Arif Muhammad Terhadap Sikap Birrul Walidain Mahasiswa Penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

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

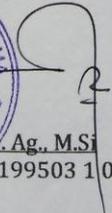
Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum.wr.wb.

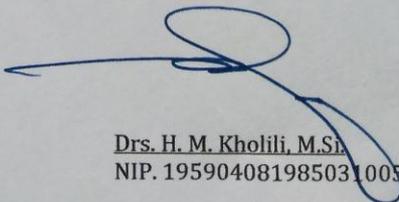
Yogyakarta, 06 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi


Dr. Musthota S. Ag., M.Si
NIP. 19680103 199503 1001

Pembimbing Skripsi


Drs. H. M. Kholili, M.Si
NIP. 195904081985031005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

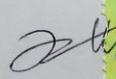
Nama : Nurhidayanti
NIM : 16210027
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi Saya yang berjudul :

Pengaruh Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti” dalam Channel Youtube Arif Muhammad Terhadap Sikap Birrul Walidain Mahasiswa Penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta adalah asli 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 penulis siap bertanggung jawab sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 06 Agustus 2020

 atakan,


Nurhidayanti
NIM: 16210027

Surat Pernyataan Berhijab

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurhidayanti

NIM : 16210027

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan bahwa sesungguhnya saya tidak menuntut kepada Jurusan/Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah strata satu saya). Seandainya suatu hari terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh penuh kesadaran dan Ridho Allah SWT.

Yogyakarta, 06 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Nurhidayanti

NIM.16210027

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada: Ibu tersayang *Inaq* Jamilah dan bapak tercinta *Amaq* Masrun. Kedua orang tua yang selalu mendo'a-kan, mendukung dan bekerja keras, untuk bisa menyekolahkan anak-anaknya.

Terima kasih atas semangat, nasihat-nasihat dan segalanya.

Serta kepada Alamamater tercinta : Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

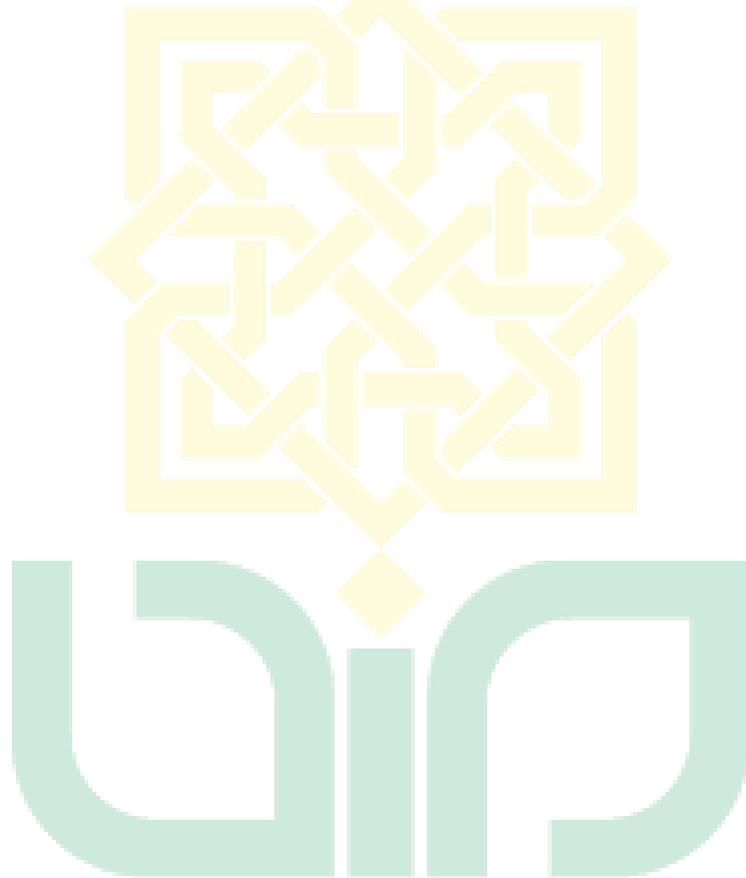


MOTO

Senyum manismu dihadapan saudaramu adalah sedekah.

(Hadis Riwayat Tirmidzi)

“Tidaklah merugi bagi orang yang senantiasa berbuat baik.”



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur marilah kita panjatkan kehadirat Allah SWT, yang selalu mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang menjadi contoh terbaik dalam bertutur, bersikap dan berlaku.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.sos) Strata-1 (S1) Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangannya. Namun penulis berusaha untuk mempersembahkan dengan sebaik-baiknya agar dapat manfaat bagi banyak pihak Dan atas dukungan serta bantuan dari berbagai pihak skripsi dapat terselesaikan. Oleh karena itu, atas segala partisipasinya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Phil. Al-Makin, S.Ag., MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Dr. Musthofa, S.Ag,M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan banyak memberikan masukan dan dalam penulisan skripsi.

5. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah kebersamai dalam berbagi ilmu kepada penulis.
6. Segenap Dosen Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah mencurahkan ilmu, serta memfasilitasi dalam belajar, memberi motivasi dan pelayanan selama menuntut ilmu.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Khususnya Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
8. Kedua orangtua saya yang tercinta Ibu Jamilah dan Bapak Masrun yang selalu memanjatkan doa terbaik untuk anaknya serta memberikan pengorbanan, dukungan baik moral maupun material secara tulus dan ikhlas.
9. Untuk saudara kandung kakak Lailatul Sya'Diah dan kedua adik saya Oki Maulana, Lara Ulfa yang selalu mendukung saya dan sekaligus menjadi saudara terbaik, terima kasih.
10. Untuk Beasiswa Cendikia BAZNAS atas bantuannya baik berupa material maupun dukungan yang telah diberikan selama perkuliahan.
11. Keluarga besar SUKATV terutama angkatan 9 dan kakak-kakak senior terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, ilmu serta kerjasamanya selama ini berproses bersama di rumah kedua PPTD.
12. Untuk sahabat-sahabat saya yang tersayang sekaligus teman seperjuangan dari awal merantau ke Jogja Hasri, Gem, Yayuk, Puspita, Linda, Halida, Lia dan Istika, terima kasih untuk segala dukungan semoga kita selalu sehat, sukses dunia dan akhirat.

13. Untuk sahabat baik saya selama masa perkuliahan, anak Kantor-an Nila, Icak, Dimas, Toha semoga tetap menjadi sahabat sampai seterusnya dan teman kos yang baik fazira dan mba titi.
14. Teman-teman penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2016, teirma kasih sudah mendukung dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
15. Serta seluruh pihak yang ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini tentu masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, besar harapan penulis agar pembaca memberikan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga dapat bermanfaat bagi semua, khususnya bagi penulis.

Yogyakarta, 03 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Nurhidayanti

NIM 16210027

ABSTRAK

Nurhidayanti, NIM 16210027, 2020: Pengaruh Intensitas Menonton video “Keluarga Beti” dalam *Channel* Youtube Arif Muhammad Terhadap Sikap *Birrul Walidain* Mahasiswa Penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Youtube merupakan salah satu platform yang paling banyak digemari dari semua kalangan masyarakat menurut data dari *We are Social* pada tahun 2019 Youtube mendominasi sebesar 88%. Oleh karenanya pemanfaatan aplikasi Youtube semakin beragam, seperti pemilik *channel* Youtube Arif Muhammad yang aktif memanfaatkan saluran Youtube-nya sebagai wadah untuk menyalurkan bakat *acting* yang dimilikinya. Membuat sebuah cerita pendek bergendre komedi yang mengandung banyak pesan kebaikan terutama bagaimana bersikap kepada orang tua dan keluarga.

Merujuk dari latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” dalam *channel* Youtube Arif Muhammad Terhadap Sikap *Birrul Walidain* Mahasiswa Penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah intensitas (perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi), sikap (*kognitif, afektif, dan konatif*) dan teori efek media. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana teknik penentuan responden menggunakan *puposive sampling* yang artinya penentuan responden berdasarkan kriteria yang dibuat oleh peneliti, adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 51 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20 dan untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh chi kuadrat atau *chi square* sebesar 17,371 dan $dk=4 = 9,488$. Sehingga memiliki arti $17,371 > 9,488$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton video “Keluarga Beti” terhadap sikap *birrul walidain* mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kata Kunci : Intensitas Menonton video “Keluarga Beti”, Sikap *Birrul Walidain* Mahasiswa, Youtube

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN BERHIJAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	12
1. Tinjauan Tentang <i>Birrul Walidain</i>	13
2. Tinjauan Tentang Intensitas Menonton	15
3. Tinjauan Tentang Sikap	17
4. Tinjauan Tentang Teori Efek Media.....	20
F. Kerangka Pemikiran atau Desain Penelitian	24

G. Hipotesis	26
H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	26
BAB II : METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Analisis Penelitian	28
B. Defenisi Konseptual	28
C. Defenisi Operasional	31
D. Populasi dan Sampel.....	32
E. Instrumen Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
H. Analisis Data	44
BAB III : GAMBARAN UMUM VIDEO “KELUARGA BETI” DAN MAHASISWA BIDIKMISI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA	48
A. Profil Youtube Arif Muhammad dan Video “Keluarga Beti”	48
B. Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	52
BAB IV : HASIL DAN ANALISIS DATA	58
A. Data Responden.....	58
1. Jumlah responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	59
B. Deskripsi Hasil Penelitian	60
1. Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti”	62
2. Sikap <i>Birrul Walidain</i>	66
C. Analisis Data dan Interpretasi Hasil	70
BAB V : PENUTUP	79

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1 Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 2 Kisi-Kisi Penyusunan Instrumen Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti” ..	36
Tabel 3 Kisi-Kisi Penyusunan Instrumen Variabel Sikap Birrul Walidain (Y)	37
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel X	41
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	42
Tabel 6 Reliabilitas Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti”	43
Tabel 7 Reliabilitas Sikap Birrul Walidain Mahasiswa	44
Tabel 8 Data Jumlah Penerima Bidikmis	55
Tabel 9 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 10 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	60
Tabel 11 Perhatian Terhadap Video “Keluarga Beti”	62
Tabel 12 Penghayatan Terhadap Video “Keluarga Beti”	63
Tabel 13 Durasi Menonton Video “Keluarga Beti”	64
Tabel 14 Frekuensi menonton video “Keluarga Beti”	65
Tabel 15 Intensitas menonton Video “Keluarga Beti” dalam channel Youtube Arif Muhammad Secara Keseluruhan.....	66
Tabel 16 Kognitif pada Sikap Birrul Walidain	67
Tabel 17 Afektif pada Sikap Birrul Walidain	68
Tabel 18 Konatif pada Sikap Birrul Walidain.....	69

Tabel 19 Sikap Birrul Walidain Mahasiswa Secara Keseluruhan 70

Gambar 1 Kerangka Berpikir 25

Gambar 2 Profil channel Youtube Arif Muhammad..... 49

Gambar 3 Postingan channel Youtube Arif Muhammad 50

Gambar 4 Postingan Channel Youtube Ini Talk Show 51

Gambar 5 Postingan channel Youtube Arif Muhammad 51



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi secara sederhana merupakan usaha penyampaian pesan kepada manusia. Dilihat dari jenisnya komunikasi ada dua yaitu komunikasi personal dan komunikasi massa. Komunikasi antar personal merupakan penyampain informasi, ide, dan sikap dari seseorang kepada orang lain, sedangkan komunikasi massa merupakan bagaimana proses dalam menyampaikan ide, informasi serta sikap kepada orang lain dengan menggunakan media baik berupa audio maupun audio visual.¹ Seiring dengan perkembangan teknologi cara berkomunikasi mengalami perkembangan mulai dari pola penyebaran, sampai bagaimana khalayak mengakses media lambat laun sehingga banyak dikenal dengan media lama (*old media*) dan media baru (*new media*).

Media baru (*new media*) menjadikan komunikasi bermedia menggunakan internet atau yang biasa disebut dengan media sosial, kini mampu menggeser posisi media lama dalam penyampain informasi. Seperti penyampaian informasi secara audio-visual dengan menggunakan Televisi, kini mulai bersaing dengan kehadiran YouTube dan media sosial sejenisnya. Sifat media sosial yang mudah diakses kapan dan dimana saja serta memiliki sumber tanpa batas menjadikannya berada pada posisi mendominasi.

¹ Ikhlasiati, Al, Tesis: *Pengaruh Media Massa Terhadap Kesadaran Bencana Pada Remaja di Kota Payukumbuh*, Universitas Pertahanan Indonesia, 2016.

Perkembangan teknologi ini mempengaruhi berbagai aspek salah satunya perubahan dan proses berpikir manusia ketika dihadapkan dengan zaman era globalisasi. Bahkan teknologi komunikasi dapat membawa seseorang individu melintas batas ruang dan waktu.² Perkembangan teknologi tersebut mampu membuat manusia menciptakan hal-hal baru dengan cara kreatif dan inovatif. Hadirnya media sosial sangat mempermudah kita dalam melakukan beberapa aktivitas sehari-hari seperti contoh yang paling menonjol yakni mudahnya memperoleh informasi dan berkomunikasi baik antarindividu maupun massa melalui media online.

Media online adalah salah satu bagian dari *New Media* karena media ini berhubungan dengan digital atau internet. Untuk selanjutnya muncullah beberapa aplikasi berbasis internet yang kemudian disebut media sosial. Adapun beberapa bentuknya seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Yahoo Mail, Path, Youtube, WhatsApp* dan lainnya. Media sosial sendiri merupakan media yang menjadi tempat untuk berkomunikasi, berbagi informasi atau kerja sama antara penggunanya sehingga dapat menghasilkan sebuah konten atau sejenisnya.³

Pengguna terbanyak media sosial yang paling aktif berdasarkan hasil survei dari salah satu platform Hootsuite (We are Social) yang merupakan sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial. Berdasarkan hasil survei pada tahun 2019 di Indonesia pengguna sosial media terbanyak adalah Youtube dengan persentase sebesar 88%, dan diikuti oleh media sosial lainnya seperti whatsapp sebesar 83%,

² Agoeng Nograho, *Teknologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), hlm.2

³ Nasrullah Rulli, *Media Sosial*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 11.

facebook 81%, instagram 80%, line 59%, dan twitter 52%. Serta berdasarkan survei setiap pengguna rata-rata memiliki 11 akun sosial media dengan lama menggunakan sekitar tiga jam per hari. Kebanyakan pengguna media sosial di Indonesia berusia antara 18-34 tahun.⁴

Youtube merupakan media sosial berbasis video dan mulai naik daun sejak tahun 2005 hingga saat ini, berbagai macam konten video bisa diakses di Youtube mulai dari musik, film, berita, informasi, gaya hidup, *gaming*, olahraga dan Vlog. Youtube memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Selain itu juga dijadikan sebagai sarana mencari informasi dengan lebih mudah karena metode video yang digunakan dapat lebih mudah dicerna oleh masyarakat luas.⁵ Konten dalam Youtube lebih didominasi oleh Vlog yang merupakan suatu video berisi opini, cerita atau kegiatan harian yang biasanya dibuat tertulis pada blog. Sejak kemunculan Youtube, maka pembuatan Vlog semakin populer, serta banyak juga bermunculan video-video yang kurang layak untuk ditonton.

Belum lama ini banyak beredar video-video sorang anak yang memukul dan menendang bahkan ingin menjual orang tuanya sendiri. Seperti yang dilansir dalam *Okenews* pada tanggal 18 Oktober 2019 “*Viral Anak Jual Ibu Kandung Lagi Sakit Rp. 10.000 di Facebook, begini Penjelasan Polisi*”. Juga pada tanggal 29 Agustus 2019 “*Viral Anak*

⁴ Hootsuite (We are social), file:///C:/Users/Acer/AppData/Local/Temp/Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2019-dikompresi.pdf. Diakses pada 9 September 2020.

⁵ Siti Aisyah, “Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger di Kota Makassar”, *LTA S-I Kearsipan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hassanudin (Makasar)*.

Durhaka Injak Kepala Ibunya , Kalau Sudah Ingat Pasti Menangis”.⁶

Padahal dalam Al-Qur'an sudah dijelaskan untuk wajib berbuat baik kepada kedua orang tua ibu dan bapak.

Dalam Ayat Al-Qur'an Menjelaskan: Q.S 17:23⁷

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا لِيَاءِهِ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَيْهِمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Terjemah : *Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah engkau membentak keduanya, dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik.*

Melihat banyaknya peminat pengguna media sosial khususnya Youtube banyak yang mengunggah video provokasi dan SARA. Selain itu, media sosial juga dijadikan sebagai ajang untuk menunjukkan eksistensinya. Dari sisi positifnya penggunaan media sosial banyak melahirkan *influencer* muda. *Influencer* merupakan seseorang yang memiliki pengaruh kuat terhadap *followers* mereka seperti artis, selebgram, blogger, Youtuber dan sebagainya. Salah satunya adalah Arif Muhammad yang merupakan Youtuber dengan konten yang menginspirasi, edukatif, serta menyampaikan pesan-pesan islami seperti bagaimana berbuat baik kepada kedua orang tua dan dikemas dalam sebuah video yang bergendre komedi.

⁶ Oke Zone, “Viral Anak Durhaka Injak Kepala Ibunya, kalau Sudah Ingat Pasti Menangis”, *Okezone.com* (Agustus 2019), <https://www.okezone.com/tag/anak-durhaka><https://www.okezone.com/tag/anak-durhaka>

⁷ Al-Qur'an, 17:23, semua terjemah ayat al-qur'an di skiripsi ini diambil dari Depaertemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bismas Islam dan Haji, 1980)

Channel Youtube Arif Muhammad hingga saat ini sering sekali menjadi *trending* di Youtube Indonesia. Pada beranda *channel* Youtubanya dapat dilihat jumlah *subscriber* atau pengikutnya yang kini mengantongi sebanyak 10,5 juta dan dari beberapa video yang diunggahnya sudah ditonton lebih dari 10 juta penonton.⁸ Konten yang disajikan banyak mengandung pesan-pesan islami khususnya seperti nilai-nilai kehidupan, berumah tangga, sikap kepada kedua orang tua, bertetangga, serta persaudaraan. Adapun judul video dalam konten Arif Muhammad yakni “Keluarga Beti” yang menceritakan tentang suatu kondisi keluarga yang serba kekurangan. Dan yang menjadi kelebihan khususnya dalam kontennya tersebut semua peran yang ada dalam kontennya diperankan oleh Arif Muhammad sendiri kemudian diedit menjadi sebuah video pendek.

Peneliti melakukan penelitian terhadap *channel* Youtube Arif Muhammad dalam konten video yang berjudul “Keluarga Beti”. Terdapat banyak pesan-pesan moral maupun nilai-nilai keislaman dalam konten tersebut. Melihat dampak positif yang terjadi pada arus globalisasi saat ini yang semakin pesat dan maju, membuat masalah ini patut untuk diteliti agar masyarakat dapat memfilterisasi arus globalisasi yang masuk kemudian menyangkut kemaslahatan umat apalagi para remaja yang saat ini kurang terkontrol baik sifat, budaya maupun sosialnya.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dari mahasiswa penerima Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

⁸ Youtube, Arif Muhammad, <https://www.youtube.com/channel/UCfx3oPv3cJm2aCJ7UnhKx8A>. Diakses pada 9 September 2020.

dikarenakan menurut peneliti antara subjek dan objek berada pada kondisi latar belakang keluarga kurang mampu. Karena dalam konten Arif Muhammad tersebut menceritakan tentang sebuah keluarga yang kurang mampu. Berdasarkan hal tersebut peneliti mengharapkan responden lebih mendalami dan memahami serta sebagai intropeksi diri akan perilaku kepada orang tua ketika menonton video “Keluarga Beti” dalam *channel* Youtube Arif Muhammad. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti” dalam *channel* Youtube Arif Muhammad Terhadap Sikap *Birrul Walidain* Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang peneliti hendak membahas penelitian melalui rumususan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana intensitas menonton video “Keluarga Beti” pada mahasiswa penerima Bidikmisi UIN sunan kalijaga Yogyakarta?
2. Bagaimana sikap *Birrul Walidain* mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
3. Adakah pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” pada *channel* YouTube Arif Muhammad terhadap sikap *Birrul Walidain* mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana intensitas menonton video “Keluarga Beti” pada mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui sikap *Birrul Walidain* mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui adakah pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” dalam *channel* YouTube terhadap sikap *Birrul Walidain* mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi baik untuk mahasiswa maupun masyarakat untuk dapat membuat atau memilih tontonan yang mengandung pesan positif dan kritik membangun.

b. Kegunaan Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang Komunikasi dan Penyiaran Islam serta pembuatan konten-konten positif dalam media sosial.

D. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengarah pada adakah pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” terhadap sikap *birrul walidain* mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ada beberapa peneliti yang relevan sejenis yang pernah dilakukan diantaranya :

Penelitian pertama jurnal dari Melvi Arsita, Adelina Hasyim, dan M. Mona Adha dengan judul penelitian “Pengaruh Tayangan Film Kartun Terhadap Pola Tingkah Laku Anak Usia Sekolah Dasar”.⁹ Penelitian tersebut bertujuan untuk menjelaskan pengaruh tayangan film kartun terhadap pola tingkah laku pada anak usia sekolah dasar di Lingkungan II Kelurahan Gunung Terang Tanjung Karang Bandar Lampung. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan menggunakan kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Tinjauan pustaka yang dipaparkan yakni pola tingkah laku dan tayangan film kartun.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif jenis korelasi dan analisis data menggunakan chi kuadrat. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 38 responden, sehingga semua populasi dijadikan sampel. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat derajat keeratan, yaitu dengan koefisien kontingensi $C = 0,458$ dan koefisien kontingensi maksimum $C_{maks} = 0,812$ sehingga diperoleh nilai 0,56 yang berada pada kategori sedang. Artinya bahwa terdapat pengaruh tayangan film kartun terhadap pola tingkah laku anak usia sekolah dasar di lingkungan II Kelurahan gunung terang Bandar lampung.

⁹ Melvi Arsita, dkk, *Pengaruh Tayangan Film Kartun Terhadap Pola Tingkah Laku Anak Usia Sekolah Dasar*, Vol 2, No.7, (2014).

Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yakni pertama pada masing-masing variabel. Penelitian Melvi Arista dkk, menjelaskan tentang pengaruh tayangan film kartu terhadap pola tingkah laku, sedangkan penulis disini meneliti pengaruh intensitas menonton video dalam *channel* Youtube terhadap sikap mahasiswa. Kemudian metode penelitian Melvi Arista dkk menggunakan deskriptif kuantitatif korelasional. Dan persamaan dalam kedua penelitian tersebut yakni sama-sama melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh sebuah tayangan dan teknik analisis data menggunakan chi kuadrat.

Penelitian kedua, jurnal dari Dody Ginanjar dan Amirudin Saleh dengan judul “ Pengaruh Intensitas Menonton Film Animasi “Adit Sopo Jarwo” Terhadap Interaksi Sosial Anak Sekolah Dasar”.¹⁰ Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas menonton film animasi terhadap interaksi sosial anak Sekolah Dasar Islam Al Azhar Kota Depok dan Sekolah Dasar Cipayung Kota Depok , Jawa Barat. Jumlah responden dalam penelitian tersebut adalah 75 responden.

Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian survei. Rumus Slovin diterapkan untuk teknik pengambilan sampel dan uji regresi logistik ordinal untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa deskripsi intensitas menonton “Adit Sopo Jarwo” Siswa di SD Cipayung memiliki intensitas menonton yang tinggi dibandingkan SD Islam Al Azhar. Interaksi sosial anak di kedua sekolah

¹⁰ Dody Ginanjar & Amirudin Saleh, *Pengaruh Intensitas Menonton Film Animasi “Adit Sopo Jarwo” Terhadap Interaksi Sosial Anak Sekolah Dasar*”, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 18 (01), 2020.

menunjukkan arah positif dengan membangun persatuan dan meningkatkan solidaritas di antara anggota kelompok. Sehingga, intensitas menonton Adit Sopo Jarwo memengaruhi interaksi sosial anak.

Penelitian tersebut merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan didukung data kualitatif dengan desain penelitian survei. Metode pengambilan sampel yang digunakan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah responden yang pernah dan menonton film animasi Adit Sopo Jarwo. Terdapat 293 siswa yang mengaku menonton film animasi Adit Sopo Jarwo, dari 293 siswa diambil 75 siswa oleh peneliti yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan metode *slovin*.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yakni pertama pada masing-masing variabel. Penelitian Dody dan Amirudin meneliti tentang pengaruh intensitas film animasi “Adit Sopo Jarwo” terhadap interaksi sosial anak sekolah dasar dengan penelitian penulis disini adalah pengaruh menonton video di Youtube terhadap sikap *birrul walidain* mahasiswa. Serta pada pendekatan penelitian Dody dan Amirudin menggunakan kuantitatif dan didukung kualitatif dengan desain penelitian survei, sedangkan pada penelitian ini penulis hanya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Kemudian untuk persamaan dari kedua penelitian yakni sama-sama melakukan penelitian yang sejenis yaitu untuk mengetahui suatu pengaruh sebuah tayangan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Penelitian ketiga, jurnal dari Teguh Santoso dengan judul “Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Sinetron Anak Jalan Pada Prilaku Imitasi Siswa SMP”.¹¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Intensity watching Impressions of Street Children Sinetron Terhadap Perilaku Imitasi pada Siswa Sekolah Menengah Pertama Kelas IV VIII Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah proporsional random sampling. Responden yang terpilih diberi angket yang berisi tentang intensitas menonton tayangan sinetron anak jalanan terhadap perilaku imitasi pada siswa. Teknik pengambilan data menggunakan angket, dokumentasi dan wawancara.

Penelitian tersebut menggunakan deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian survei. Penelitian ini diklasifikasikan dalam jenis penelitian explanatory, sampel adalah 150 siswa, teknik total sampling. Teknik yang digunakan menggunakan regresi linier berganda, uji t dan korelasi. Berdasarkan hasil pengujian intensitas menonton tayangan sinetron Anak Jalanan terhadap perilaku imitasi siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri 24 Surabaya didapatkan nilai signifikansi $0.000 < \alpha : 0.05$ dan nilai korelasi sebesar 0.401 menunjukkan bahwa adanya korelasi intensitas menonton tayangan sinetron Anak Jalanan terhadap perilaku imitasi pada siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri 24 Kelas VIII Surabaya.

¹¹ Teguh Santoso, *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Sinetron Anak Jalan Pada Prilaku Imitasi Siswa SMP*, Jurnal Kajian Media, Vol.1 No.2, (2017).

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yakni pertama pada variabel penelitian. Penelitian tersebut meneliti intensitas menonton tayangan sinetron Anak Jalan pada Perilaku Imitasi Siswa SMP, sedangkan pada penelitian ini pada intensitas menonton video di Youtube terhadap sikap *birrul waidain* mahasiswa. Serta juga pada teknik pengambilan sampel penelitian tersebut menggunakan proporsional random sampling sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik *pourposive sampling*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji dan korelasi sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis chi kudrat atau chi square. Kemudian persamaan kedua penelitian ini yakni pada metode penelitian survei dan teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi.

E. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang *Birrul Walidain*

Birrul walidain adalah berbakti dan berbuat baik kepada kedua orang tua, mengasihi, menyayangi, mendoakan, taat dan patuh kepada apa yang mereka perintahkan, melakukan hal-hal yang mereka sukai, dan meninggalkan hal yang mereka tidak sukai. Hukum *Birrul Walidain* adalah wajib. Allah SWT bahkan telah mengaitkan antara berbakti kepada kedua orang tua dengan ibadah kepada-Nya. Dalam Islam, *birrul walidain* lebih dari sekedar berbuat *ihsan* (baik) kepada keduanya. Namun *birrul walidain* memiliki nilai-nilai tambah yang semakin “melejitkan” makna kebaikan tersebut sehingga menjadi sebuah “bakti”. Bakti itu sendiri pun bukanlah balasan yang setara yang dapat mengimbangi kebaikan orang

tua, namun sebaiknya sudah dapat menggolongkan pelakunya sebagai orang yang bersyukur.¹²

Berbakti kepada kedua orang tua lebih merupakan perjanjian antara sikap dengan keyakinan kita. Seorang anak untuk dapat mewujudkan *birruul walidain* dilakukan dengan mengikuti keinginan dan saran orang tua dalam aspek kehidupan, menghormati, dan memuliakan kedua orang tua dengan penuh rasa terima kasih dan kasih sayang membantu orang tua secara riil dan materil serta mendo'akan orang tua. Banyak cara bagi seorang anak untuk dapat mewujudkan *birruul walidain* tersebut, antara lain sebagai berikut :¹³

- a. Mengikuti keinginan dan saran orang tua dalam berbagai aspek kehidupan, baik masalah pendidikan, pekerjaan, jodoh maupun masalah lainnya. Selama semua keinginan dan saran tersebut tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam. Bila keinginan dan saran tersebut bertentangan dengan ajaran Islam anak tidak memiliki kewajiban untuk melaksanakannya bahkan harus menolak tapi dengan cara yang baik seraya meluruskan.

Melaksanakan dikatakan dalam sebagian pendapat haruslah didahulukan dari pada melaksanakan ibadah-ibadah sunnah. Bahkan bila telah memiliki seorang istri tetap harus lebih mengedepankan baktinya kepada kedua orang tua sebelum berbuat baik kepada istri dan anak-anak.

¹² Heri Gunawan, *Keajaiban Berbakti Kepada Kedua Orang Tua* (Bandung: Keajaiban Berbakti Kepada Kedua Orang Tua, 2014), hlm. 2.

¹³ *Ibid.*, hlm. 152.

- b. Menghormati dan memuliakan kedua orang tua dengan penuh rasa terima kasih dan kasih sayang atas jasa-jasa keduanya yang tidak mungkin bisa dinilai dengan apapun. Ibu yang mengandung dengan susah payah dan penuh penderitaan. Ibu yang melahirkan, menyusui, mengasuh, merawat, dan membesarkan. Bapak yang membanting tulang mencari nafkah untuk ibu dan anak-anaknya. Bapak yang menjadi pelindung untuk mendapatkan rasa aman. Allah SWT berwasiat kepada kita untuk berterima kasih kepada ibu bapak sesudah bersyukur kepada-Nya.¹⁴
- c. Membantu ibu-bapak secara fisik dan material. Misalnya sebelum berkeluarga dan mampu berdiri sendiri anak-anak membantu orang tua (terutama ibu) mengerjakan pekerjaan rumah dan setelah berkeluarga atau beridiri sendiri membantu orang tua secara finansial baik untuk membeli pakain, makanan, minuman, apalagi untuk berobat. Rasulullah saw juga menjelaskan bahwa orang tua (lebih-lebih lagi ibu) harus mendapatkan prioritas utama untuk dibantu dibandingkan dengan orang lain.¹⁵
- d. Mendo'akan ibu-bapak semoga diberi oleh Allah SWT keampunan, rahmat dan lain-lain sebagainya. Sebagai anak, hendaknya kita senantiasa mendoakan kedua orang tua, memohonkan rahmat dan amunan Allah untuk mereka. Kebiasaan mendoakan dan memohonkan ampun bagi orang tua termasuk dari *birrul walidain*.¹⁶

¹⁴ Ilyas, *Kuliah Akhlaq*, hlm. 154.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 155.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 156.

e. Bila orang tua telah meninggal dunia *birrul walidain* masih bisa diteruskan dengan cara :

- 1) Menyelenggarakan jenazahnya dengan sebaik-baiknya
- 2) Melunasi hutang-hutangnya
- 3) Melaksanakan wasiatnya
- 4) Meneruskan silaturahmi yang dibinanya diwaktu hidup
- 5) Memuliakan sahabat-sahabatnya
- 6) Mendoakannya

2. Tinjauan Tentang Intensitas Menonton

Menonton adalah melihat atau menyaksikan.¹⁷ Berdasarkan pengertian tersebut menonton dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang melihat atau menyaksikan objek gambar. Aktivitas menonton kebanyakan bermula dari sebuah kebutuhan seseorang akan informasi ataupun untuk mendapatkan suatu hiburan. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang sering mendapat berbagai pengalaman, hal ini disebabkan terintegrasikannya kelima indra yang dimiliki, tetapi dengan menonton media audio visual akan mendapatkan informasi sebesar 10% dari informasi yang pernah diperoleh sebelumnya, ini sebagai akibat timbulnya pengalaman tiruan (*Stimulated Experience*) dari media audio visual tadi. Pengalaman tiruan yang didapat justru akan memberikan kesan yang mendalam bagi penonton.¹⁸

¹⁷ Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Pustaka Utama, 2006), hlm. 678.

¹⁸ Darmanto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 119–20.

Sedangkan, intensitas adalah kemampuan atau kekuatan, gigih tidaknya, kehebatan. Sedangkan dalam kamus *psychology* adalah kuatnya tingkah laku atau pengalaman atau sikap yang dipertahankan. Intens disini diartikan dengan sesuatu yang hebat dan sangat tinggi bergelora atau penuh semangat emosional. Intensitas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus atau berulang-ulang. Sementara itu Azjen membagi intensitas menjadi empat aspek:¹⁹

a. Perhatian

Merupakan salah satu adanya ketertarikan dalam objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini digambarkan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus tersebut direspon dan responnya berupa tersiratnya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud. Kebutuhan akan objek ini membuat khalayak akan terus mengkonsumsi media tersebut.

b. Penghayatan

Merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi. informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Dalam menonton sebuah tayangan penghayatan meliputi pemahaman dan penyerapan adegan serta pesan dalam tayangan tersebut kemudian dijadikan informasi baru yang kemudian disimpan bagi pengetahuan baru.

¹⁹ Kautasar Intan Kumala Dewi, "Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Hijab Traveller di Trans Tv dengan Prilaku Memakai Jilbab Siswi Kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Muhammadiyah Sawangan", *Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi* (2017).

c. Durasi

Yaitu lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu dalam melakukan aktivitas menonton atau mengakses.

d. Frekuensi

Yaitu banyaknya pengeluaran perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan baik di televisi maupun *Youtube* dapat berlangsung dengan frekuensi yang berbeda-beda tergantung individu dalam menginginkan informasi.

3. Tinjauan Tentang Sikap

Menurut Weber, sikap adalah sebuah reaksi evaluatif (suatu penilaian mengenai kesukaan atau ketidaksukaan seseorang) terhadap orang, peristiwa, atau aspek lain dalam lingkungannya. Sebagai suatu evaluasi dari hal yang telah dialami, sikap merupakan posisi yang tidak netral mengenai suatu objek. Sikap akan selalu positif (bagus, setuju) atau negatif (buruk, menolak), tetapi tidak pernah netral. Suatu sikap tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar, sikap dapat diperteguh atau diubah. Faktor-faktor penting dalam pembentukan sikap adalah pengalaman pribadi, pengaruh keluarga, teman sebaya dan tayangan media sosial atau media massa.²⁰ Menurut Azwar terdapat tiga komponen dalam sikap, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Ketiga komponen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

²⁰ Indi Maziaturrohmah, "Pengaruh Menonton Film *Ada Surga Di Rumahmu* Terhadap Sikap Birrul Walidain Siswa Siswi SDN 03 Bangunsari, Pageruyung, Kendal", *Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.

a. Komponen Kognitif

Komponen ini merupakan komponen yang berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Sering kali isu-isu dipercaya seseorang itu merupakan stereotif atau sesuatu yang telah terlupakan dalam pemikirinya. Kepercayaan datang dari apa yang kita lihat atau apa yang telah kita ketahui. Apabila kepercayaan itu telah terbentuk, maka ia akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari objek tertentu.

b. Komponen Afektif

Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai sebagai benar dan berlaku bagi objek tersebut dalam sikap positif terdapat kecenderungan untuk mendekati menyenangkan, mengharapkan objek tertentu. Sedangkan sikap negatif terdapat kecenderungan menghindari, menjauhi, dan membenci.

c. Komponen Konatif

Komponen konasi dalam sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapnya. Kaitan ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Konsistensi antara kepercayaan sebagai

komponen kognitif, perasaan sebagai afektif dan tendensi perilaku sebagai komponen konatif itulah yang menjadi landasan dalam usaha penyimpulan sikap.²¹

Sikap yang terdiri atas tiga komponen diatas dapat terbentuk dikarenakan dari beberapa proses pembentukannya yang turut mempengaruhi, antara lain sebagai berikut:²²

- 1) Pengalaman pribadi; pengalaman pribadi yang meninggalkan kesan yang kuat merupakan dasar dalam pembentukan sikap.
- 2) Kebudayaan; pembentukan sikap ditentukan juga oleh kebudayaan tempat individu tinggal atau dibesarkan.
- 3) Orang lain yang dianggap penting (*significant others*); mereka merupakan orang-orang yang memiliki makna tersendiri bagi kita, orang-orang yang kita harapkan persetujuannya bagi setiap gerak tingkah laku dan opini kita. Misalnya: orangtua, guru, pemimpin, dan lain-lain.
- 4) Media massa; dalam penyampaian pesan, media massa membawa pesan-pesan sugestif yang dapat memengaruhi opini khalayak.
- 5) Institusi/ lembaga pendidikan dan agama; institusi memiliki fungsi meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu.
- 6) Faktor emosional; emosi berperan dalam mempengaruhi pembentukan sikap seseorang. Salah satunya penyalur atau

²¹ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya* (Yogyakarta: Liberty, 2012), hlm. 23.

²² Suciati, *Psikologi Komunikasi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam* (Yogyakarta: Buku Litera, 2016), hlm. 141–2.

pengalihan frustrasi sebagai bentuk pertahanan ego bisa bersifat sementara atau permanen.

4. Teori Efek Media

Efek media diartikan sebagai dampak dari kehadiran sosial yang dimiliki media, yang menyebabkan perubahan, sikap dan tingkah laku manusia, akibat terpaan media. Donald K. Robert menjelaskan bahwa efek dari media massa adalah perubahan sikap dan perilaku setelah diterpa pesan dari media.²³ Pesan yang selama ini disampaikan oleh media massa tersebut merupakan salah satu penyebab terjadinya perubahan sikap dan perilaku manusia setelah menerima pesan.

Pada umumnya khlayak atau para pengguna media lebih tertarik bukan kepada apa yang kita lakukan pada media, tetapi kepada apa yang dilakukan media kepada kita. Kita ingin tahu bukan untuk apa kita membaca surat kabar atau menonton televisi, tetapi bagaimana surat kabar dan televisi menambah pengetahuan, mengubah sikap, atau menggerakkan perilaku kita.²⁴ Sesungguhnya suatu ide dapat diterima atau ditolak, pada umumnya melalui proses, sebagai berikut:²⁵

- a. Proses mengerti (kognitif)
- b. Proses menyetujui (objektif)
- c. Proses perbuatan (sensmotorik)

Dengan kata lain melalui proses terbentuknya suatu pengertian atau pengetahuan (*knowledge*), proses suatu sikap menyetujui atau tidak

²³ Elvinaro Ardianto dan Lukiyati Komala Erdiyana, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm 49.

²⁴ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm.217.

²⁵ Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi :Teori dan Praktik*, (Yogyakarta : Refika Graha Ilmu, 2009), hlm 164

menegetujui (*attitude*), dan proses terbentuknya gerak pelaksanaan (*practice*).²⁶ Menurut Drs. Nurudin, M.Si menjelaskan berdasarkan sejarah dan proses perkembangan ilmu komunikasi terdapat tiga teori utama efek media massa yakni :²⁷

a. Teori Masyarakat Massa (Tak Terbatas)

Pada priode 1930-1950 dikenal sebagai efek tak terbatas atau unlimited effects. Di masa itu media dianggap memiliki efek tidak terbatas, karena memiliki efek yang besar ketika menerpa masyarakat. Periode ini juga dikenal dengan periode teori masyarakat massa.^[8] Teori yang menjelaskan efek tersebut adalah Teori Stimulus Respons (S-R Theory). Teori tersebut juga dikenal dengan Teori Peluru (Bullet Theory) dan Jarum Hipodermik (Hypodermic Needle Theory). Menurut teori tersebut, bahwa kegiatan mengirimkan pesan, sama halnya dengan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang memiliki kekuatan besar dan luar biasa, apabila ditembakkan, maka sasaran tidak akan bisa menghindar. Kedua teori tersebut mencoba menjelaskan, bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan), dimana proses tersebut berjalan satu arah atau one way direction.

Dapat disimpulkan, bahwa efek media pada periode tersebut sangatlah sederhana, karena hanya melihat dampak dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Dimana media

²⁶ *Ibid*, hlm.165.

²⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm, 214.

memberikan stimulus, maka komunikan menanggapi dengan menunjukkan respons, sehingga dinamakan teori stimulus respons. Meski dinilai memberikan efek yang sederhana, adakalanya, pesan yang diterima komunikan tidaklah sama. Akibatnya, respons yang diberikan pun ditunjukkan berbeda, antara komunikan yang satu dan komunikan lainnya. Untuk itu, pesan yang disampaikan harus dilakukan secara berulang-ulang, agar dimengerti oleh komunikan. Selain itu, pesan yang disampaikan haruslah ditujukan pada komunikan yang dijadikan target sasaran informasi.

Media memiliki efek yang mudah diterima oleh komunikannya Drs. Nurudin, M. Si menjelaskan bahwa media massa seperti peluru jika ditembakkan ke sasaran maka sasaran tidak bisa menghindar. Analogi ini menunjukkan bahwa media sebagai peluru memiliki kekuatan yang luar biasa dalam usaha memengaruhi sasaran. Semakin berkembang teori ini dikritik dan muncul teori baru. Hal tersebut karena tidak semua khalayak terpengaruh langsung oleh media, masih terdapat faktor yang membuat khalayak tidak mudah terpengaruh sehingga munculah teori baru.²⁸

b. Teori Terbatas

Khalayak atau pengguna media yang semakin modern semakin mampu menyaring efek yang ditimbulkan media massa, artinya banyak faktor yang turut mempengaruhi proses penerimaan pesan yaitu tingkat pendidikan, lingkungan sosial, kebutuhan, sistem nilai yang dianut masyarakat itu sendiri. Seperti semakin tinggi tingkat

²⁸ Werner J. Severin & James W. Taankard Jr, *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terpaan DI DLAM Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm.147.

pendidikan semakin selektif pula dalam menyeleksi pesan yang ditimbulkan oleh media.

c. Teori Moderat

Pada teori efek sebelumnya dianggap berat sebelah walau pada kenyataannya dua teori tersebut muncul karena tuntutan pada zamannya. Kemudian lahirlah efek moderat sebagai penengah seiring zaman yang terus berubah.²⁹ Model efek moderat ini sebenarnya mempunyai implikasi positif bagi pengembangan studi media massa. Bagi para praktisi komunikasi akan menggugah kesadaran baru bahwa sebelum sebuah pesan disiarkan perlu direncanakan dan diformat secara matang dan lebih baik.³⁰

Adapun efek pesan media massa menurut Jalaludin Rahmat sebagai berikut :³¹

a. Efek Kognitif

Efek ini terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi, pengetahuan, kepercayaan atau informasi.

b. Efek Afektif

Efek ini timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap atau nilai. Dalam hubungannya dengan perubahan sikap, media massa pada umumnya tidak memberi efek yang cukup penting kepada khalayak, namun faktor perantara dirasa lebih penting. Ketika media

²⁹ *Ibid*, hlm, 220.

³⁰ *Ibid*, hlm, 226.

³¹ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosda, 2011), hlm, 215.

massa melakukan fungsinya sebagai agen perubahan, akan timbul salah satu dari dua keadaan yakni: faktor dalam keadaan lemah sehingga efek menjadi langsung serta faktor perantara mendorong pengukuhan atau perubahan sehingga efek menjadi tidak langsung.

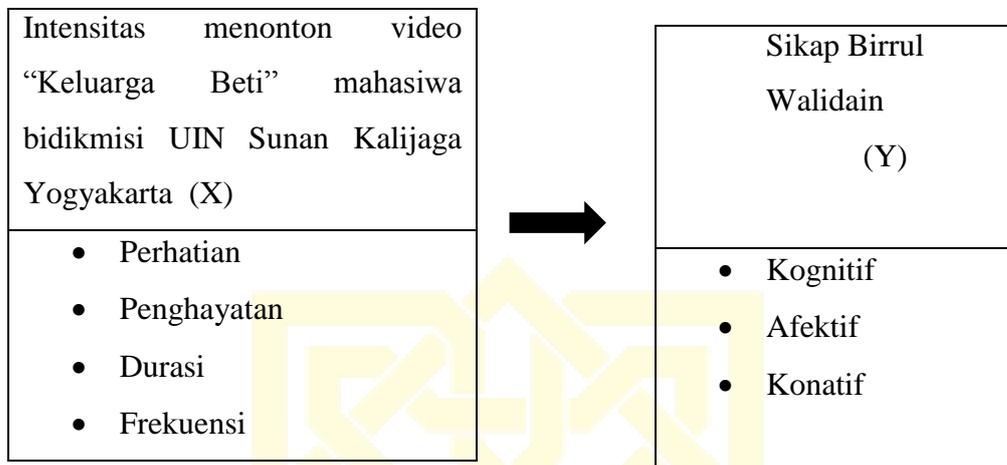
c. Efek Behavioral

Pada efek ini merujuk pada perilaku yang yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku. Efek ini mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku khalayak, tindakan-tindakan dalam gerakan kehidupan manusia.

F. Kerangka Pemikiran atau Desain Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengangkat permasalahan mengenai pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti “ dalam cahannel *Youtube* Arif Muhammad terhadap sikap *birrul walidain* mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun kerangka berfikir sebagaimana peneliti sajikan pada gambar berikut ini:

Gambar 1
Kerangka Berpikir



Kerangka pemikiran pada gambar 2 menjelaskan bahwa stimulus berupa video “Keluarga Beti” yang tayang di salah satu akun YouTube Indonesia yakni Arif Muhammad menerpa masyarakat Indonesia melalui konten video yang diunggahnya di YouTube. Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi kasus pada mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah tayangan yang diunggah oleh Arif Muhammad dalam *channel* Youtubanya tersebut mampu mempengaruhi atau tidak sikap *birrul walidain* khalayak dan khususnya dalam penelitian pada mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan kebenaran semata yang masih perlu diuji. Hipotesis berfungsi sebagai kemungkinan untuk menguji kebenaran suatu teori.³² Berdasarkan teori di atas, maka penulis menggunakan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

Ho : “Tidak terdapat pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” pada *channel* YouTube Arif Muhammad terhadap sikap *birrul walidain* mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”

Ha : “Terdapat pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” pada *channel* YouTube Arif Muhammad terhadap sikap *birrul walidain* mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I, merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis serta sistematika pembahasan. Materi pembahasan dalam bab ini dimaksudkan untuk menjadi dasar penelitian dan penjelasan teori dari penelitian yang dilakukan sehingga mempermudah peneliti dalam mengarahkan penelitiannya.

BAB II, berisi metode penelitian yang dilakukan yakni berupa jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi, sampel,

³² Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2006.), hlm. 65.

instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas serta analisis data.

BAB III, berisikan gambaran umum objek penelitian. Pada penelitian ini, bab ini berisi gambaran umum tentang konten video “Keluarga Beti” dan Bidikmisi

BAB IV, berisi penyajian data dan pembahasan. Pada bab ini peneliti menjabarkan data yang telah dikumpulkan selama melakukan penelitian dan membahas data tersebut hingga akhirnya dapat menjawab hipotesis yang ada.

BAB V, berisi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban atas permasalahan yang diangkat pada penelitian ini dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” dalam *channel* YouTube Arif Muhammad terhadap sikap *Birrul Walidain* mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yakni berdasarkan hasil pemaparan di atas maka peneliti menarik kesimpulan bahwa penelitian ini telah menjawab rumusan masalah dari hipotesis yang ada. Hasil perhitungan hipotesis (H_a) diterima dan (H_o) ditolak, adapun kesimpulan hasil penelitiannya sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini diperoleh tingkat intensitas menonton video “Keluarga Beti” pada mahasiswa penerima Bidikmisi sebagian besar masuk dalam kategori sedang yakni sebesar 64,7% dan diikuti dengan tingkat tinggi sebesar 15,7% serta tingkat rendah sebesar 19,6%. Diketahui pada tabel silang juga didominasi oleh tingkat menonton video “Keluarga Beti” sedang dan sikap *birrul walidain* juga sedang dengan jumlah sebesar 27 responden dari 51 responden.
2. Dari hasil analisis yang digunakan yakni chi kuadrat atau *chi-square* dapat dirarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel intensitas menonton video “Keluarga Beti” dengan sikap *birrul walidain* yakni diketahui perolehan chi kuadrat atau *chi-square*

sebesar 17,371 dengan dk-nya adalah 4 dengan tingkat probabilitas 0,05 maka diperoleh data dari tabel distribusi chi kuadrat atau *chi-square* sebesar 9,488, maka dapat diartikan $17,371 > 9,488$ sehingga (Ha) diterima dan (Ho) ditolak.

3. Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori efek media yang mengasumsikan bahwa media massa dalam hal ini video “Keluarga Beti” secara langsung yang berupa sikap *birrul walidain* pada mahasiswa penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dimana teori efek media ini menjelaskan bahwa efek dari media massa adalah perubahan sikap dan perilaku setelah diterpa pesan dari media, artinya pesan yang selama ini disampaikan oleh media massa merupakan penyebab terjadinya perubahan sikap dan perilaku manusia setelah menerima pesan tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, adapun peneliti menyampaikan beberapa saran teoritik dan saran praktis yang nantinya dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, diantaranya:

1. Saran Teoritik

- a. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan sampel dengan jumlah yang lebih besar agar dapat melihat gambaran yang lebih lengkap dan luas mengenai topik tersebut.

- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk membuat analisis yang baru dan berbeda agar terlihat apa saja faktor yang lebih tinggi dalam mempengaruhi variabel terikat.
- c. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat mengemukakan hal-hal yang belum tercantum dalam skripsi ini sehingga penelitian selanjutnya akan lebih lengkap dan dapat mengembangkan penelitian dengan media-media lainnya.

2. Saran Praktis

- a. Peneliti berharap untuk para akademis untuk mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi komunikasi untuk menunjang proses pembelajaran. Sebagai contoh hadirnya media sosial yang menjadi wadah untuk belajar, bertukar pikiran, dan menyebarkan informasi atau ilmu pengetahuan.
- b. Untuk masyarakat yang berperan sebagai khalayak harus lebih cerdas dan cermat dalam memanfaatkan media sosial ke hal positif serta mampu menyaring sebuah informasi agar tidak terbawa arus media dalam informasi atau tontonan-tontonan yang tidak pantas dan negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, 17:23, semua terjemah ayat al-qur'an di skripsi ini diambil dari Depaertemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bismas Islam dan Haji, 1980).
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiyati Komala Erdiyana, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandungn, Simbiosa Rekatama Media, 2004).
- Arsita, Melvi dkk, *Pengaruh Tayangan Film Kartun Terhadap Pola Tingkah Laku Anak Usia Sekolah Dasar*, Vol 2, No.7, (2014).
- Azwar, Saifuddin, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya* (Yogyakarta: Liberty, 2012).
- Baskoro, Robbi dkk, *Buku Panduan Bidikmisi Tahun 2018*, (Jakarta: Ristekdikti, 2018).
- Chaplin, J P , *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006.
- Darmanto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011).
- Darmawan, Deni *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).
- Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset Teknologi Dan Pendidikan, *Pedoman Bantuan Biaya Pendidikan Bidikimisi Tahun 2017*.
- Endarmoko, Eko, *Tesaurus Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Pustaka Utama, 2006).
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi :Teori dan Praktik*, (Yogyakarta : Refika Graha Ilmu, 2009).
- Ginanjari, Dody & Amirudin Saleh, *Pengaruh Intensitas Menonton Film Animasi "Adit Sopo Jarwo" Terhadap Interaksi Sosial Anak Sekolah Dasar*, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 18 (01), 2020.

- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis, Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian* (Malang: UMM Pers, 2010).
- Hazim Nurkholif, *Teknologi Pembelajaran*, (Jakarta: UT, Pustekom, IPTPI, 2005).
- Heri Gunawan, *Keajaiban Berbakti Kepada Kedua Orang Tua* (Bandung: Keajaiban Berbakti Kepada Kedua Orang Tua, 2014).
- Hootsuite (We are social), file:///C:/Users/Acer/AppData/Local/Temp/Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2019-dikompresi.pdf.
- Ikhlasniati, Al, Tesis: *Pengaruh Media Massa Terhadap Kesadaran Bencana Pada Remaja di Kota Payukumbuh*, Universitas Pertahanan Indonesia, 2016.
- Ilyas, Yunahar, *Kuliah Akhlaq*, Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengalaman Islam (LPPI), 2014.
- Indi Maziyaturrohmah, “Pengaruh Menonton Film Ada Surga Di Rumahmu Terhadap Sikap Birrul Walidain Siswa Siswi SDN 03 Bangunsari, Pageruyung, Kendal”, *Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- J. Severin, Werner & James W. Taankard Jr, *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terpaan DI DALAM Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).
- Kautasar Intan Kumala Dewi, “Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Hijab Traveller di Trans Tv dengan Prilaku Memakai Jilbab Siswi Kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Muhammadiyah Sawangan”, *Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi* (2017).
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2006).
- Lina dan Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT RAJAPINDO PERSADA, 2013).

- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo, 2012).
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press & Mibarda Pubhisling, 2015).
- Nogroho, Agoeng, *Teknologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020).
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).
- Oke Zone, “Viral Anak Durhaka Injak Kepala Ibunya, kalau Sudah Ingat Pasti Menangis”, *Okezone.com* (Agustus 2019), <https://www.okezone.com/tag/anak-durhaka><https://www.okezone.com/tag/anak-durhaka>.
- Rahmat, Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008).
- Ridwan, Meode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Rulli, Nasrullah, *Media Sosial*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016).
- Santoso, Teguh, *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Sinetron Anak Jalan Pada Prilaku Imitasi Siswa SMP*, *Jurnal Kajian Media*, Vol.1 No.2, (2017).
- Sarwono, Jonathan, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2006.).
- Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989).
- Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Prenadamedia, 2013).
- Siti Aisyah, “Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger di Kota Makasar”, *LTA S-I Kearsipan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hassanudin* (Makasar).

Suciati, *Psikologi Komunikasi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam* (Yogyakarta: Buku Litera, 2016).

Sudaryono, *Aplikasi Statistika Untuk Penelitian* (Jakarta: Lentera Ilmu, 2014).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, cv, 2013).

Taniredja, Tukiran Dan Hidayati Mustafidah, “*Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*”, (Bandung: Alfabeta, 2014).

Tukiran dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei (Edisi Revisi)*, (Jakarta: LP3ES, 2012).

Youtube, Arif Muhammad,
<https://www.youtube.com/channel/UCfx3oPv3cJm2aCJ7UnhKx8A>.



*Lampiran 1***KUESIONER****LEMBAR KUESIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Nurhidayanti mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi saya tentang "Pengaruh Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti” Terhadap Sikap Birrul Walidain Mahasiswa Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta" sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Strata Satu. Maka dari itu dengan kerendahan hati saya mohon ketersediaan Saudara/Saudari meluangkan waktunya untuk menjawab dan mengisi seluruh pernyataan dalam kuesioner ini dengan objektif sesuai petunjuk pengisian. Semua informasi yang saya terima dari hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Isilah data Saudara/Saudari sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Berilah tanda pada salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Saudara/Saudari pada komponen-komponen variabel.
3. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS	: Sangat Setuju	= Skor (4)
S	: Setuju	= Skor (3)
TS	: Tidak Setuju	= Skor (2)
STS	: Sangat Tidak Setuju	= Skor (1)
4. Setiap pertanyaan membutuhkan satu jawaban
5. Setelah mengisi kuesioner mohon saudara/saudari memberikan kemabali kepada yang menyerahkan kuesioner.

Kuisisioner Untuk Variabel Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti” (X)

NO	Pernyataan	Jawaban Alternatif			
		SS	S	TS	STS
Perhatian					
1	Saya merasa tertarik untuk menonton video “Keluarga Beti”				
2	Saya tidak melewati setiap adegan dalam video "Keluarga Beti"				
3	Saya tidak melakukan kegiatan yang lain ketika sedang menonton video “Keluarga Beti”				
4	Terkadang saya melamunkan sesuatu saat menonton video “Keluarga Beti”				
5	Saya memahami isi dari video "Keluarga Beti"				
6	Bagi saya video "Keluarga Beti" mengandung nilai moral sehingga saya menonton dengan seksama				
7	Saya tidak mendapat pelajaran bermakna dari menonton video "Keluarga Beti"				
8	Saya tidak memahami dalam video “Keluarga Beti” terdapat pesan untuk berbakti kepada orang tua				
9	Saya menonton video "Keluarga Beti" sampai selesai				
10	Saya menonton video "Keluarga Beti" sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan				
11	Saya menonton video “Keluarga Beti” setiap hari				
12	Saya tidak memberikan batasan waktu sehingga dapat menonton video “Keluarga Beti” kapan saja				
13	saya mengakses <i>Youtube</i> lebih dari 3 kali dalam sehari				

Kuesioner Untuk Variabel Sikap *Birrul Walidain* (Y)

14	Saya percaya bahwa isi pesan dalam video "Keluarga Beti" itu baik				
15	Setelah menonton video "Keluarga Beti" saya mengerti bahwa ridho orang tua adalah ridho Allah SWT				
16	Saya tidak yakin dengan menonton video "Keluarga Beti" membuat saya lebih bersyukur disetiap keadaan dan memiliki kedua orang tua				
17	Saya tidak mendapat pengetahuan tentang berbakti kepada kedua orang tua setelah menonton video "Keluarga Beti"				
18	Saya merasa senang setelah menonton video "Keluarga Beti"				
19	Setelah menonton video "Keluarga Beti", saya tidak ingin mengecewakan orang tua				
20	Setelah menonton video "Keluarga Beti" saya merasa senang ketika bisa membantu orang tua				
21	Saya tidak menaruh kesan positif dalam video "Keluarga Beti"				
22	Setelah menonton video "Keluarga Beti", saya tidak ingin berbuat baik kepada orang tua				
23	Setelah menonton video "Keluarga Beti", saya semakin sering mendoakan kebaikan untuk kedua orang tua saya				
24	Video "Keluarga Beti" membuat saya lebih bersyukur dalam keadaan apapun				
25	Setelah menonton video "Keluarga Beti", saya tidak ingin membanggakan kedua orang tua saya				
26	Menonton video "Keluarga Beti" membuat saya tidak bersyukur dalam keadaan apapun				

X9	Pearson Correlation	.788**	.655**	.748**	.123	.661**	.649**	.794**	.665**	1	.569**	.370**	.519**	.496**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.388	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
X10	Pearson Correlation	.479**	.471**	.481**	.202	.450**	.469**	.701**	.333*	.569**	1	.212	.344*	.115	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.154	.001	.001	.000	.017	.000	.136	.013	.421	.000	
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	
X11	Pearson Correlation	.345*	.268	.315*	.388**	.047	.154	.267	.191	.370**	.212	1	.803**	.566**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.013	.058	.024	.005	.745	.282	.058	.180	.008	.136	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
X12	Pearson Correlation	.479**	.386**	.409**	.371**	.195	.183	.421**	.274	.519**	.344*	.803**	1	.491**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.003	.007	.170	.198	.002	.052	.000	.013	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
X13	Pearson Correlation	.581**	.317*	.496**	.285*	.297*	.454**	.448**	.397**	.496**	.115	.566**	.491**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.000	.042	.034	.001	.001	.004	.000	.421	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
TOTAL_X	Pearson Correlation	.716**	.660**	.731**	.380**	.405**	.512**	.664**	.489**	.752**	.604**	.699**	.728**	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 3

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y

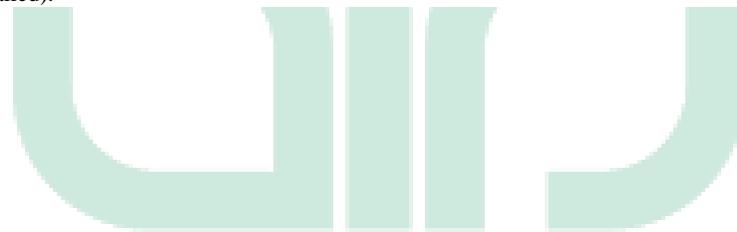
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.562**	.467**	.350*	.578**	.719**	.414**	.482**	.105	.367**	.390**	.460**	.431**	.510**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.012	.000	.000	.003	.000	.461	.008	.005	.001	.002	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y2	Pearson Correlation	.562**	1	.690**	.646**	.611**	.685**	.627**	.572**	-.093	.544**	.636**	.553**	.621**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.514	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y3	Pearson Correlation	.467**	.690**	1	.797**	.511**	.658**	.622**	.604**	.000	.420**	.652**	.544**	.647**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y4	Pearson Correlation	.350*	.646**	.797**	1	.469**	.526**	.751**	.714**	-.026	.591**	.705**	.529**	.750**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.857	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y5	Pearson Correlation	.578**	.611**	.511**	.469**	1	.743**	.465**	.577**	.217	.571**	.528**	.463**	.528**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.001	.000	.127	.000	.000	.001	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y6	Pearson Correlation	.719**	.685**	.658**	.526**	.743**	1	.591**	.666**	.188	.530**	.586**	.628**	.619**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.186	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y7	Pearson Correlation	.414**	.627**	.622**	.751**	.465**	.591**	1	.785**	-.031	.690**	.801**	.717**	.849**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.831	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y8	Pearson Correlation	.482**	.572**	.604**	.714**	.577**	.666**	.785**	1	.156	.738**	.747**	.740**	.811**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.275	.000	.000	.000	.000	.000

	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y9	Pearson Correlation	.105	-.093	.000	-.026	.217	.188	-.031	.156	1	.044	.105	.122	.146	.355*
	Sig. (2-tailed)	.461	.514	1.000	.857	.127	.186	.831	.275	.760	.465	.395	.306	.010	
Y10	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
	Pearson Correlation	.367**	.544**	.420**	.591**	.571**	.530**	.690**	.738**	.044	1	.807**	.708**	.782**	.741**
Y11	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.760	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y12	Pearson Correlation	.390**	.636**	.652**	.705**	.528**	.586**	.801**	.747**	.105	.807**	1	.803**	.912**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.465	.000	.000	.000	.000	.000
Y13	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
	Pearson Correlation	.460**	.553**	.544**	.529**	.463**	.628**	.717**	.740**	.122	.708**	.803**	1	.797**	.798**
TOTAL_Y	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.395	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.431**	.621**	.647**	.750**	.528**	.619**	.849**	.811**	.146	.782**	.912**	.797**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.306	.000	.000	.000	.000	.000
TOTAL_Y	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
	Pearson Correlation	.510**	.650**	.678**	.739**	.641**	.745**	.803**	.816**	.355*	.741**	.837**	.798**	.852**	1
TOTAL_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 4

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL X DAN Y

UJI RELIABILITAS VARIABEL X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	13

UJI RELIABILITAS VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	13

Lampiran 5

HASIL OLAH KATEGORI JAWABAN VARIABEL INTENSITAS
MENONTON VIDEO KELUARGA MAK BETI DAN SIKAP BIRRUL
WALLIDAIN MAHASISWA

INTENSITAS MENONTON VIDEO KELUARGA BETI

TOTAL_VARIABEL_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	17	33.3	33.3	33.3
Valid SEDANG	23	45.1	45.1	78.4
Valid TINGGI	11	21.6	21.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

PERHATIAN

TOTAL_PERHATIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	25	49.0	49.0	49.0
Valid SEDANG	13	25.5	25.5	74.5
Valid TINGGI	13	25.5	25.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

PENGHAYATAN

TOTAL_PENGHAYATAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	7	13.7	13.7	13.7
Valid SEDANG	15	29.4	29.4	43.1
Valid TINGGI	29	56.9	56.9	100.0
Total	51	100.0	100.0	

DURASI

TOTAL DURASI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	25	49.0	49.0	49.0
Valid SEDANG	9	17.6	17.6	66.7
Valid TINGGI	17	33.3	33.3	100.0
Total	51	100.0	100.0	

FREKUENSI

TOTAL FREKUENSI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	29	56.9	56.9	56.9
Valid SEDANG	15	29.4	29.4	86.3
Valid TINGGI	7	13.7	13.7	100.0
Total	51	100.0	100.0	

SIKAP BIRRUL WALIDAIN MAHASISWA

TOTAL VARIABEL Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	7	13.7	13.7	13.7
Valid SEDANG	19	37.3	37.3	51.0
Valid TINGGI	25	49.0	49.0	100.0
Total	51	100.0	100.0	

KOGNITIF

TOTAL KOGNITIF

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	4	7.8	7.8	7.8
Valid SEDANG	17	33.3	33.3	41.2
Valid TINGGI	30	58.8	58.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

AFEKTIF

TOTAL_AFEK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	10	19.6	19.6	19.6
Valid SEDANG	21	41.2	41.2	60.8
Valid TINGGI	20	39.2	39.2	100.0
Total	51	100.0	100.0	

KONATIF

TOTAL_KONA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	9	17.6	17.6	17.6
Valid SEDANG	6	11.8	11.8	29.4
Valid TINGGI	36	70.6	70.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Lampiran 6

HASIL PENGUKURAN KUESIONER KEPADA RESPONDEN

A. Hasil Pengukuran Variabel X

Resp.	Angkatan	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	TOTAL VARIABEL X
1	2016	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	2	3	4	44
2	2016	2	2	2	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	24
3	2016	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	1	1	2	40
4	2016	3	3	2	1	4	3	3	4	4	1	2	3	3	36
5	2016	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	41
6	2016	3	1	2	1	3	3	2	3	2	1	1	1	3	26
7	2016	4	4	3	1	4	3	3	4	3	2	1	2	4	38
8	2016	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	24
9	2016	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	2	4	44
10	2016	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
11	2016	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	23
12	2016	4	3	3	2	4	3	3	4	4	2	1	2	3	38
13	2016	3	2	1	1	3	2	2	3	2	1	1	2	1	24
14	2016	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	1	32
15	2016	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	45
16	2016	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
17	2016	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	47
18	2016	2	2	3	2	2	2	2	4	4	1	4	4	4	36
19	2016	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	24
20	2016	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	23
21	2016	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	1	1	1	21
22	2016	2	1	1	1	3	3	3	3	2	2	1	1	1	24
23	2016	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	32
24	2016	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	37
25	2016	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
26	2016	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	35
27	2016	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	2	1	30
28	2016	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	36
29	2016	2	2	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1	2	23
30	2016	2	2	1	3	2	2	2	2	1	1	4	4	4	30
31	2016	3	2	3	2	3	3	3	3	3	1	1	2	4	33
32	2016	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	28

33	2016	1	2	1	3	3	1	3	3	2	3	1	3	1	27
34	2016	2	1	1	1	3	2	2	3	2	1	1	1	2	22
35	2016	1	1	1	1	4	3	2	2	1	1	1	1	1	20
36	2016	1	4	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	20
37	2016	2	1	1	2	3	3	2	3	2	2	1	1	3	26
38	2016	1	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	17
39	2016	2	2	3	1	3	3	2	3	2	2	1	1	2	27
40	2016	3	3	4	1	4	3	3	4	3	3	2	2	3	38
41	2016	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	1	1	4	36
42	2016	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	1	1	2	34
43	2016	3	2	1	1	3	2	3	4	3	2	2	2	3	31
44	2016	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	4	20
45	2016	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	3	29
46	2016	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	31
47	2016	3	3	1	1	3	4	3	4	3	2	1	1	3	32
48	2016	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	2	2	3	40
49	2016	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	2	3	3	39
50	2016	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	33
51	2016	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	45

B. Hasil Pengukuran Variabel Y

Resp .	Angkatan	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	TOTAL VARIABEL Y
1	2016	4	3	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	11
2	2016	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	6
3	2016	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	10
4	2016	4	4	2	3	4	4	3	3	1	4	3	4	4	11
5	2016	4	4	4	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	11
6	2016	3	2	3	4	2	3	4	4	1	4	3	3	4	10
7	2016	3	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	12
8	2016	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	5
9	2016	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	12
10	2016	3	3	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	11
11	2016	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	7
12	2016	3	4	4	4	3	3	4	4	1	3	4	4	4	12
13	2016	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	4
14	2016	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	2	7
15	2016	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	12
16	2016	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	9
17	2016	4	4	4	4	3	4	3	3	1	3	3	3	3	10
18	2016	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	6
19	2016	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	6
20	2016	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	9
21	2016	3	3	2	2	2	3	4	3	1	3	3	4	3	9

22	2016	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9
23	2016	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	10
24	2016	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	9
25	2016	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3
26	2016	4	4	4	4	2	3	3	3	1	3	4	4	4	11
27	2016	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	9
28	2016	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	11
29	2016	3	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	6
30	2016	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	6
31	2016	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	9
32	2016	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12
33	2016	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	4	2	7
34	2016	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	8
35	2016	4	2	2	2	3	4	2	4	4	3	3	4	3	9
36	2016	2	3	3	3	1	2	3	2	1	2	3	3	3	8
37	2016	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	10
38	2016	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	6
39	2016	3	2	3	3	2	3	4	2	1	3	4	4	4	8
40	2016	3	3	3	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	11
41	2016	4	3	2	1	3	3	2	2	1	3	2	3	2	7
42	2016	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	8
43	2016	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	10
44	2016	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	5
45	2016	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	8
46	2016	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	9
47	2016	3	3	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	9
48	2016	3	3	3	3	2	3	4	4	1	4	4	3	4	11
49	2016	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	12
50	2016	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	9
51	2016	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	9