

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENONTON VIDEO
DAKWAH MELALUI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL
TERHADAP SIKAP RELIGIUSITAS ANGGOTA GRUP
WHATSAPP MASJID JENDERAL SUDIRMAN**



SKRIPSI

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

Oleh:

Yovie Febriansyah

17102010067

**STATE ISLAM UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Pembimbing:

Drs. Abdul Rozak, M.Pd

NIP. 196710061994031003

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2021**

ABSTRAK

Yovie Febriansyah, 17102010067, Skripsi: Hubungan Antara Intensitas Menonton Video Dakwah Melalui Akun Youtube Mjs Channel Terhadap Sikap Religiusitas Anggota Grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman, skripsi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2021.

Media sosial merupakan sarana yang digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial tersebut, seperti terbentuknya nilai-nilai, moral, dan etika. Salah satu media sosial yang sedang populer dan sering diakses oleh masyarakat adalah media sosial Youtube. Dalam perkembangan serta kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan keislaman dari Youtube, terdapat berbagai macam akun yang menyebarkan dakwah keislaman melalui media sosial. Dalam penelitian ini intensitas menonton video dakwah yang disebarluaskan di Youtube dihubungkan dengan sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman. Salah satu akun dakwah yang aktif memberikan informasi serta pengetahuan keagamaan yaitu MJS CHANNEL. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kognitif sosial Albert Bandura. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Jumlah populasinya adalah 256 orang anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman dan sampelnya 72 orang diambil dengan menggunakan teknik *Random Sampling*. Uji validitas menggunakan validitas konstruk dengan rumus *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), sedangkan uji reliabilitas menggunakan teknik konsistensi internal dan metode yang digunakan adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Uji validitas dan reliabilitas dihitung dengan bantuan *IBM SPSS Statistics. 20*.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan rumus korelasi tata jenjang menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,513. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang terjadi antara intensitas menonton video dakwah akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman sangat erat. Ini artinya variabel intensitas menonton video dakwah akun Youtube MJS CHANNEL ada hubungannya dengan sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman. Dari hasil hubungan yang didapatkan tersebut maka kesimpulannya hipotesis penelitian (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Kata Kunci: Intensitas Menonton, Religiusitas, dan Teori kognitif sosial

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yovie Febriansyah
NIM : 17102010067
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Hubungan Antara Intensitas Menonton Video Dakwah Melalui Akun Youtube Mjs Channel Terhadap Sikap Religiusitas Anggota Grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman”** 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 mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 8 Juni 2021

Yang menyatakan,



Yovie Febriansyah



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: fdk@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/i:

Nama	:	Yovie Febriansyah
NIM	:	17102010067
Jurusan	:	Kommunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi	:	Hubungan Antara Intensitas Menonton Video Dakwah Melalui Akun Youtube Mjs Channel Terhadap Sikap Religiusitas Anggota Grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman

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

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqashahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 8 Juni 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Nanang Mizwak H, S.Sos., M.Si.
NIP 19840307 201101 1 013

Pembimbing Skripsi

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



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-1035/Un.02/DD/PP.00.9/07/2021

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENONTON VIDEO DAKWAH MELALUI AKUN YOUTUBE MJS CHANNEL TERHADAP SIKAP RELIGIOSITAS ANGGOTA GRUP WHATSAPP MASJID JENDERAL SUDIRMAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : YOVIE FEBRIANSYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010067
Telah diujikan pada : Selasa, 22 Juni 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang



Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 60dec63b8fc

Pengaji I



Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 60dec74ccc159

Pengaji II



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

Valid ID: 60dec1ca795e7

Yogyakarta, 22 Juni 2021

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.

SIGNED

Valid ID: 60def1a79122a



MOTTO

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(QS. Al-Mujadalah: 11)



“Semakin sering kita melakukan sesuatu kebaikan, percayalah hasil yang diperoleh akan lebih dari apa yang kita berikan”

(Yovie Febriansyah)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillahirobil'alamiiin*, puji syukur kepada Allah *Subhanahuwata'ala atas* segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta karunia Nya, shalawat dan salam, *Allahummasholi'ala Sayyidina Muhammad*, kepada Nabi Muhammad *Sholallahu 'alaihiwasalam*.

Karya tulis ini, penulis persembahkan untuk: kedua orang saya, Bapak Bardin dan Ibu Sunartuti. Terima kasih yang tiada terhingga atas didikan, do'a, cinta, kasih sayang serta segala hal yang telah tercurahkan dan terkorbankan demi anakmu hingga hari ini.

Serta Almamater saya tercinta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir. Rasa syukur kepada Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Hubungan Antara Intensitas Menonton Video Dakwah Melalui Akun Youtube Mjs Channel Terhadap Sikap Religiusitas Anggota Grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman” guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.Sos) Strata-1 (S1) Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dorongan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos.,M.Si, yang senantiasa memberikan dukungan.

4. Dosen Pembimbing Akademik, Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si., yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada peneliti.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Drs. Abdul Rozak, M. Pd yang telah memberikan waktu, motivasi, semangat, masukan saran dan membimbing dari awal penggerjaan hingga selesainya skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terimakasih atas ilmu dan bantuan yang diberikan.
7. Pihak Masjid Jenderal Sudirman serta anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orangtua saya tercinta Bapak Bardin Z.A. dan Ibu Sunartuti yang selalu memberikan pengorbanan sampai detik ini dan dukungan baik moral maupun material secara tulus dan ikhlas, dukungan lahir batin, kekuatan do'a yang terus dipanjatkan tiada henti untuk semua kesuksesan yang telah dicapai.
9. Kakak kandung pertama saya Septa Oktaria Dinata, Kakak ipar pertama Desi Arisandy, keponakan tercinta Aisyah Ayudia Inara, kakak kedua saya Reza Al Hapiz, kakak ipar kedua Inka Winarni Mufdalifah, keponakan tercinta Ziyyan Hafidz Adyatama serta kakak ketiga Teddy Syahputra yang selalu menjadi motivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi dan memberikan dorongan moril dan material selama kuliah di Yogyakarta.

10. Seluruh teman-teman seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 dan teman-teman SUKA TV (Sunan Kalijaga Televisi) UIN Sunan Kalijaga. Semoga kita selalu menjaga tali silaturahmi serta dimudahkan urusan ke depannya.
11. Calon pendamping Finecia Clarineta M. dalam memberikan semangat, tanggapan serta bantuan dalam proses penggerjaan skripsi ini.
12. Sahabat saya Naufal Hariz Fitriansyah, Akhmad Syahrul Azizi, Anita Fitria, Citra Dwikasari, Cindi Melinda, Yuni Padila terimakasih telah membantu dalam mememani serta memberikan tanggapan dalam proses penggerjaan skripsi ini.
13. Sahabat saya Moh. Arijul Ulya, Hafidh Ihya Azza El Maula', Mahdy Perwira Utama, Amanillah Moch Noor, Yusral Hadi, Amaluddin Farhan, Miftahul Ilmi dan Ilma Fadhilah teman seperjuangan selama empat tahun. Orang yang selalu direpotkan serta sedia ketika mengalami kesusahan.
14. Sahabat perantauan Andreas Ricky Ferdinand dan Surya Pranata yang selalu sedia saat dibutuhkan dan menemani dalam keadaan senang maupun susah.
15. Seluruh pihak yang ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat di masa mendatang.

Yogyakarta, 31 Mei 2021

Peneliti

Yovie Febriansyah
1710210067



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN KEASILAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Kerangka Teori	11
F. Desain Penelitian	27
G. Hipotesis	29
H. Sistematika Pembahasan	29
BAB II METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Analisis Penelitian	31
B. Definisi Konseptual	31
C. Definisi Operasional	33
D. Populasi dan Sampel	35
E. Instrumen Penelitian	37
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
H. Analisis Data	46

BAB III GAMBARAN UMUM MASJID JENDERAL SUDIRMAN	
KOLOMBO DEMANGAN BARU	48
A. Letak Geografis	48
B. Sejarah Singkat Masjid Jenderal Sudirman	48
C. Sejarah Pembentukan Akun Youtube MJS CHANNEL	49
D. Sejarah Pembentukan Grup WhatsApp MJS CHANNEL.....	50
E. Visi dan Misi Masjid	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Deskripsi Hasil Penelitian	52
1. Intensitas Menonton Video Dakwah Youtube MJS CHANNEL ..	52
2. Sikap Religiusitas Anggota Grup Whatsapp Masjid Jenderal	
Sudirman	60
B. Pengujian Hipotesis	69
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional	34
Tabel 2 Kisi-kisi Penyusunan Instrumen Intensitas Menonton Video Dakwah Melalui Akun Youtube MJS CHANNEL	38
Tabel 3 Kisi-kisi Penyusunan Instrumen Sikap Religiusitas Anggota Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman	39
Tabel 4 Skala Likert	40
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel X	42
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	43
Tabel 7 Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Menonton	44
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas	45
Tabel 9 Kriteria Koefisien Guilford	47
Tabel 10 Gambaran Intensitas Menonton	53
Tabel 11 Kriteria Kategoriasi	53
Tabel 12 Perhatian menonton video dakwah Youtube MJS CHANNEL	54
Tabel 13 Penghayatan menonton video dakwah Youtube MJS CHANNEL ..	56
Tabel 14 Durasi menonton video dakwah Youtube MJS CHANNEL	57
Tabel 15 Frekuensi menonton video dakwah Youtube MJS CHANNEL	58
Tabel 16 Intensitas menonton video dakwah Youtube MJS CHANNEL	59
Tabel 17 Gambaran Sikap Religiusitas	60
Tabel 18 Ideology dalam sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman	62
Tabel 19 Intellectual dalam sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman	63
Tabel 20 Private practice dalam sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman	64
Tabel 21 Public practice dalam sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman	65
Tabel 22 Religious experience dalam sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman	67

Tabel 23 Sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman	68
Tabel 24 Hasil Uji Korelasi	69
Tabel 25 Hubungan Intensitas Menonton dengan Religiusitas	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir 27



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain. Berkomunikasi adalah cara manusia menyampaikan makna dari satu individu atau kelompok ke individu atau kelompok lain. Komunikasi dapat dilakukan menggunakan media, yang dikenal dengan istilah komunikasi massa untuk menyebarkan pesan kepada publik. Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi massa adalah suatu bentuk komunikasi melalui media modern.¹

Internet merupakan sebuah alternatif untuk melakukan komunikasi massa, sehingga dapat mempermudah penyampaian pesan serta dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Menonton film/video merupakan konten internet yang paling sering dikunjungi, dan media sosial YouTube adalah salah satu platform yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia.² YouTube merupakan media sosial berbasis video, YouTube memfasilitasi berbagai konten seperti musik, film, informasi, vlog, dan sebagainya. Platform YouTube dimanfaatkan oleh salah satu konten kreator, yaitu Arij Nazar untuk membuat akun YouTube bernama MJS CHANNEL dengan tujuan untuk menyebarkan pengetahuan atau informasi mengenai kajian Islam (berdakwah).

Pada akun YouTube MJS CHANNEL sendiri terdapat lima segmen, yaitu Ngaji Filsafat, Ngaji Tarjuman Al Asywaq, Ngaji Rubaiyat Rumi, Ngaji Pascakolonial, dan Ngaji Al Hikam yang diunggah secara rutin untuk memberikan pengetahuan kepada para penontonnya. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada

¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)* (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 152.

² Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. *Profil Pengguna Internet Indonesia*. (Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018), hlm. 37

salah satu segmen yang akan diteliti, yaitu segmen Ngaji Filsafat. Segmen ini menjadi fokus penelitian untuk diteliti karena diunggah dua kali dalam seminggu dan memiliki penonton mencapai puluhan hingga ratusan ribu.³

Menggunakan media sosial YouTube untuk berdakwah memiliki keuntungan dan kelemahan sehingga dapat dibandingkan dengan dua perspektif yang berbeda. Di satu sisi dakwah menggunakan internet melalui media sosial lebih efektif dan lebih efisien karena siapa saja dapat menonton kapan saja serta memiliki jangkauan tempat yang tidak terbatas. Dengan kemudahan yang diberikan, terkadang beberapa orang ada beberapa pendapat berbeda, namun banyak orang menanggapi pemberitaan negatif atau dakwah melalui Youtube mengakibatkan sering bermunculan perbedaan persepsi yang mengakibatkan kesalahpahaman dalam memahami sebuah penjelasan.

Penyampaian dakwah melalui media sosial perlu diikuti dengan tutur kata yang baik, bersopan santun, bijak dalam menggunakan ayat agar menyentuh hati penerima.⁴ Apabila terdapat pernyataan dari pendakwah yang tidak menepati asas dakwah, seperti tutur kata yang menyinggung pihak lain, pernyataan yang keliru, penyampaian bahasa yang ambigu, akan menimbulkan kemarahan dalam pihak penerima dakwah dan mengakibatkan perselisihan. Sehingga, dakwah yang dilakukan akan memberikan kesan yang buruk terhadap agama Islam dan dijauhi oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sugeng Riady selaku sekretaris pada tanggal 29 Juni 2021, mengatakan bahwa dampak negatif yang ditimbulkan akibat berdakwah melalui media sosial, telah diminimalisir oleh Akun Youtube MJS CHANNEL dengan cara memilih pemateri yang menguasai ilmu tentang islam, yaitu Dr. H. Fahruddin Faiz, S.Ag., M.Ag.. Beliau dipercaya menjadi pemateri karena merupakan seseorang yang santun, lembut, kritis, dan disiplin.

³ https://www.youtube.com/channel/UCnHSRb6TD2B_4yllYssf4dw diakses pada tanggal 11 Januari 2021 pukul 21.27 wib.

⁴ Aiman, Syakir dan Ajmain, “Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam”, Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia, (2019)

Sehingga, karakteristik yang dimiliki beliau akan menimbulkan kesan yang baik bagi penonton. Selain itu, MJS channel juga memanfaatkan media sosial WhatsApp untuk memfasilitasi penonton MJS CHANNEL agar dapat berdiskusi mengenai isi dari konten MJS CHANNEL, sehingga anggota grup WhatsApp MJS CHANNEL dapat bertanya secara langsung terkait kajian yang dibahas akun YouTube MJS CHANNEL.

Menurut teori kognitif sosial (*social cognitive theory*), proses pembelajaran terjadi dalam konteks sosial dengan interaksi yang dinamis dan timbal balik antara lingkungan (*environment*), perilaku (*behavior*), dan orang (*person*). Teori ini mempertimbangkan pengalaman seseorang, sehingga dapat menjadi prediktor untuk melihat tindakan perilaku yang akan terjadi. Tujuan dari teori ini adalah untuk menjelaskan bagaimana orang mengatur perilaku mereka melalui kontrol dan *reinforcement* untuk mencapai perilaku yang diarahkan pada tujuan yang dapat dipertahankan dari waktu ke waktu. Terdapat tiga komponen dari teori kognitif sosial yaitu lingkungan (*environment*), perilaku (*behavior*), dan orang (*person*). Dalam penelitian ini, dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. *Environment*: stimulus sosial, yaitu paparan video ngaji filsafat di YouTube MJS CHANNEL, dan diskusi mengenai kajian video akun YouTube MJS CHANNEL melalui WhatsApp.
2. *Behavior*: Respon yang dibuat dari situasi yang ada, dapat berupa respon emosional, seperti marah, senang, bangga, maupun respon secara fisik seperti meningkatkan kegiatan beribadah, dan sebagainya.
3. *Person*: kepercayaan dan sikap yang secara potensial mempengaruhi pembelajaran, termasuk kepercayaan diri sendiri seperti keyakinan diri untuk melakukan dan mengamalkan informasi yang telah didapatkan

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi religiusitas beragama seseorang adalah informasi yang diperoleh individu tersebut. Apabila seseorang terus mendapatkan stimulus dari lingkungan berupa informasi dari paparan video ngaji filsafat di YouTube MJS CHANNEL dan diskusi mengenai kajian video akun

YouTube MJS CHANNEL melalui WhatsApp menimbulkan emosi positif seperti perasaan senang, maka penonton akan cenderung mengikuti apa yang dikatakan oleh pemateri Dr. H. Fahruddin Faiz, S.Ag., M.Ag. Hal ini dapat dijelaskan melalui proses *modelling* yang meliputi (1) *attention*, yaitu proses ketika seseorang melihat video ngaji filsafat MJS CHANNEL di YouTube dan cenderung menjadikannya fokus perhatian, (2) *retention*, yaitu menginternalisasi informasi yang disampaikan pemateri di dalam ingatan dan menanggapi situasi serupa dengan hasil informasi yang didapatkan mengenai kasian keislaman, (3) *reproduction*, yaitu mereproduksi informasi yang dipelajari dari video ngaji filsafat MJS CHANNEL di YouTube, dapat berupa perilaku, keterampilan, maupun pengetahuan, (4) *motivation*, yaitu konsekuensi dari suatu perilaku (biasanya berbentuk *rewards* maupun *punishment*), misalnya melakukan amalan yang diajarkan agama Islam, dan menghindari perbuatan yang menimbulkan dosa.

Semakin sering terpapar dengan suatu hal, atau semakin familiar seseorang dengan suatu hal, maka seseorang akan cenderung menyukai lebih jauh, hal ini disebut sebagai *mere exposure effects*.⁵ Dengan demikian, semakin sering seseorang menonton video ngaji filsafat MJS CHANNEL, maka seseorang akan semakin menyukai video ngaji filsafat MJS CHANNEL. Respon berupa rasa senang merupakan bentuk dari *behavior* yang merupakan salah satu komponen kognisi sosial untuk mengatur perilaku.

Peneliti menduga, semakin seringnya mendapatkan paparan video dakwah mengenai pengetahuan keislaman, dan adanya antisipasi dalam proses berdakwah dengan cara memfasilitasi maasyarakat untuk berdiskusi melalui WhatsApp akan meningkatkan sikap religiusitas terhadap anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melihat hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman.

⁵ Montoya, Vevea, Horton dan Citkowicz, “Pemeriksaan Ulang Efek Eksposur Semata: Pengaruh Paparan Berulang pada Pengakuan, Keakraban, dan Suka”, Jurnal Psikologi Amerika, Vol. 143, No. 5 (2017)

Peneliti memilih anggota grup WA Masjid Jenderal Sudirman sebagai responden dikarenakan Anggota grup WA Masjid Jenderal Sudirman merupakan orang-orang yang sudah lama bergabung dan mengikuti kajian islami di Masjid Jenderal Sudirman ini.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman dalam menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL?
2. Bagaimana intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman?
3. Apakah terdapat hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan pengetahuan mengenai dakwah melalui media sosial terutama *Youtube*.

b. Kegunaan Akademis

Memberikan kontribusi dalam aspek keilmuan serta mengembangkan penelitian pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Hasil penelitian juga diharapkan berguna untuk dijadikan bahan kebijakan, bahan kajian dan atau sebagai bahan informasi.

D. Tinjauan Pustaka

Peneliti melakukan peninjauan penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini mengarah pada adakah hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman. Penelitian relevan sejenis dengan penelitian ini juga pernah dilakukan Pipir Romadi dosen Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2020 yang berjudul “Intensitas Menonton Video Dakwah melalui Media Platform Online dengan Tingkat Religiusitas”.⁶

Penelitian ini menggunakan teori Ajzen dan teori Mohd Mahudin, N. D., penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui media *online* dengan derajat religiusitas beragama

⁶ Pipir Romadi, “Intensitas Menonton Video Dakwah melalui Media Platform Online dengan Tingkat Religiusitas”. Jurnal Kajian Manajemen Dakwah, Vol. 02 No. 02 (April 2020).

mahasiswa. Dengan kata lain, semakin sering atau antusias orang menonton video dakwah melalui platform media *online*, semakin tinggi keyakinan beragamanya.

Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian yang dibuat oleh Pipir Romadi yaitu Variabel X yang digunakan oleh peneliti adalah intensitas dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL yang berfokus pada media Youtube sedangkan Pipir Romadi yaitu intensitas menonton video dakwah melalui media platform *online* yang lebih universal. Teori yang digunakan oleh Pipir Romadi menggunakan teori Ajzen dan teori Mohd Mahudin N. D., sedangkan teori yang digunakan oleh peneliti menggunakan teori kognitif sosial Albert Bandura.

Persamaannya yang terdapat dalam penelitian masing-masing yaitu Variabel Y yang digunakan sama-sama mengenai sikap religiusitas. Meskipun begitu, objek penelitian yang diteliti berbeda. Jenis penelitian yang digunakan oleh Pipir Romadi dan peneliti sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif korelasional. Dalam penelitian yang dilakukan Pipir Romadi difokuskan pada tingkat religiusitas pada mahasiswa UIN Suska Riau sedangkan peneliti difokuskan pada sikap religiusitas anggota grup WA masjid Jenderal Sudirman.

Penelitian selanjutnya dari jurnal yang ditulis oleh Handaru Dwi Putro dan Irwan Nuryana Kurniawan mahasiswa Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Indonesia pada tahun 2007 yang berjudul “Hubungan Antara Intensitas Menonton Film Religius Dengan Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teori yang digunakan menggunakan Glock dan Stark. Metode yang digunakan menggunakan analisis statistik *Product Moment*. Hasil penelitian menampilkan intensitas

menonton film religius memiliki hubungan positif dengan tingkat religiusitas pada mahasiswa.⁷

Perbedaan penelitian peneliti dengan peneliti yang diteliti oleh Bay Handaru Dwi Putro dan Irwan Nuryana Kurniawan yaitu Variabel X yang digunakan oleh peneliti adalah intensitas dakwah melalui media Youtube sedangkan pada penelitian Handaru Dwi Putro dan Irwan Nuryana Kurniawan intensitas menonton film religius. Metode penelitian yang digunakan oleh Handaru Dwi Putro dan Irwan Nuryana Kurniawan menggunakan metode studi kasus, sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti menggunakan metode korelasional.

Persamaannya yang terdapat dalam penelitian masing-masing yaitu pada penelitian Handaru Dwi Putro dan Irwan Nuryana Kurniawan pada variabel Y sama-sama meneliti tingkat religiusitas Jenis penelitian yang digunakan oleh Handaru Dwi Putro dan Irwan Nuryana Kurniawan dengan peneliti sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif

Penelitian selanjutnya dari jurnal yang ditulis oleh Hersa Rahmawati dan Abdul Rozak alumni dan dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2020 yang berjudul “Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Teori yang digunakan menggunakan teori efek media dan teori *uses and gratification*. Hasil penelitian

⁷ Irwan Nuryana, Handaru Dwi, “Hubungan Antara Intensitas Menonton Film Religius Dengan Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa”. Jurnal Psikologi, Vol.50 No. 1 (Maret, 2007)

menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara menonton Channel youtube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Di mana Hipotesis Alternatif (Ha) diterima dan Hipotesis Nol (H0) ditolak.⁸

Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitiAN yang diteliti oleh Febri Hersa Rahmawati dan Abdul Rozak yaitu Variabel X yang digunakan oleh peneliti adalah intensitas menonton video dakwah melalui media Youtube MJS CHANNEL sedangkan pada penelitian Febri Hersa Rahmawati dan Abdul Rozak adalah intensitas menonton channel Youtube Remotivi. Variabel Y yang digunakan oleh peneliti adalah tingkat religiusitas sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Febri Hersa Rahmawati dan Abdul Rozak adalah tingkat pemahaman literasi media. Teori yang digunakan oleh peneliti menggunakan teori kognitif sosial Albert Bandura sedangkan teori yang digunakan oleh Febri Hersa Rahmawati dan Abdul Rozak menggunakan teori efek media dan teori *Uses and Gratification*.

Persamaannya yang terdapat dalam penelitian masing-masing yaitu kedua penelitian ini sama-sama berusaha menemukan kesesuaian berdakwah menggunakan media sosial untuk melihat tingkat pemahaman keagamaan. Jenis penelitian yang digunakan oleh Hersa Rahmawati dan Abdul Rozak dan peneliti sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif korelasional. Meskipun begitu, informan yang diteliti untuk pengambilan datanya berbeda. Dalam

⁸ Hersha Rahmawati, Abdul Rozak, "Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar". Jurnal Cakrawala E ISSN 2655-1969. (2020)

penelitian yang dilakukan Hersa Rahmawati dan Abdul Rozak memilih kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar dengan kriteria pengurus aktif dan sudah menonton channel Youtube Remotivi sedangkan peneliti difokuskan pada anggota grup WA masjid Jenderal Sudirman

Penelitian selanjutnya dari jurnal yang ditulis oleh Putri Nur Jahara, Bambang S. Ma'arif dan Mahmud Thohier mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung pada tahun 2017 yang berjudul "Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Berita Islami Masa Kini Transtv dengan Tingkat Kepekaan Sosial Masyarakat". Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Teori yang digunakan menggunakan teori kepekaan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara tayangan dakwah dan dengan kepekaan sosial masyarakat yang tergolong sedang di antara kedua variabelnya.⁹

Perbedaan penelitian peneliti dengan peneliti yang diteliti oleh Putri Nur Jahara, Bambang S. Ma'arif dan Mahmud Thohier yaitu intensitas menonton program acara televisi, sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada akun media sosial Youtube. Teori yang digunakan pada penelitian Putri Nur Jahara, Bambang S. Ma'arif dan Mahmud Thohier menggunakan teori kepekaan sosial masyarakat, sedangkan teori yang digunakan peneliti menggunakan teori kognitif sosial Albert Bandura. Jenis penelitian yang digunakan oleh Putri Nur

⁹ Putri Nur Jahara, Bambang S. Ma'arif dan Mahmud Thohier, "Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Berita Islami Masa Kini Transtv dengan Tingkat Kepekaan Sosial Masyarakat", Jurnal Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3, No. 2 (Agustus, 2017).

Jahara, Bambang S. Ma'arif dan Mahmud Thohier menggunakan kuantitatif deskriptif, sedangkan jenis penelitian yang digunakan peneliti menggunakan kuantitatif korelasional. Dalam penelitian yang dilakukan Putri Nur Jahara, Bambang S. Ma'arif dan Mahmud Thohier memilih masyarakat di kelurahan Sekeloa, Kecamatan Coblong Kota Bandung, sedangkan peneliti difokuskan pada anggota grup WA masjid Jenderal Sudirman.

Persamaannya yang terdapat dalam penelitian masing-masing yaitu kedua penelitian ini variabel X meneliti hubungan antara intensitas menonton. Hasil penelitian kedua penelitian ini sama-sama menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X dan variabel Y yang tergolong sedang di antara kedua variabelnya.

E. Kerangka Teori

Penelitian ini berkaitan dengan siaran dakwah melalui akun Youtube dan sikap religiusitas yang komunikasi mengenai pesan dakwah yang disampaikan. Lebih dalam, penelitian ini mengkaji tentang apakah terdapat hubungan antara tayangan di media sosial dengan sikap para penonton. Seperti pembentukan sikap keagamaan yang sering kali menjadi tujuan seseorang dalam memilih dan menyimak secara lengkap dalam mengonsumsi media. Dari situ, ada beberapa teori yang digunakan sebagai landasan teori.

1. Tinjauan Tentang Sikap Religiusitas

a. Tinjauan Tentang Sikap

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul *Psikologi Komunikasi*, sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap.¹⁰ Objek sikap dapat berupa orang, tempat, pikiran atau situasi, kelompok. Oleh karena itu, sikap dapat dikatakan suatu perwujudan atas munculnya kesadaran terhadap lingkungan di sekitar individu tersebut.

Sikap adalah proses di mana individu menilai suatu objek. Objek yang disikapi pribadi dapat berupa manusia, benda atau informasi. Penilaian seseorang terhadap suatu objek dapat berupa poin positif atau negatif.¹¹ Sikap dalam kaitan ini berarti sebuah proses di mana individu menilai suatu objek yang dapat berupa manusia, benda ataupun informasi itu secara faktual. Hasil dari penilaian tersebut dapat berupa evaluasi positif ataupun negatif sesuai dengan objek dan pengalaman yang berlaku.

Saifudin Azwar juga menggambarkan konsep sikap sebagai reaksi atas pandangan atau perasaan seseorang terhadap suatu objek.¹² Meskipun objeknya sama, namun tidak semua orang memiliki sikap yang sama, hal itu dapat terpengaruhi dari keadaan individu, pengalaman, informasi, dan

¹⁰ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991), hlm. 39-40.

¹¹ Sarlito Sarwono dan Eko Meinarno, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2009), hlm. 151.

¹² Saifudin Azwar. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 3.

kebutuhan yang berbeda dari setiap orang. Sikap seorang individu akan objek dapat mempengaruhi perilakunya terhadap objek itu. Terdapat tiga komponen sikap yang disusun dan saling berhubungan, yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif, yang dijelaskan sebagai berikut.¹³

1. Komponen kognitif

Komponen kognitif berisikan kepercayaan individu terhadap suatu objek mengenai apa yang benar bagi objek sikap. Komponen dari sikap ini tidak selalu akurat. Kadang-kadang keyakinan itu timbul tanpa adanya data yang tepat mengenai suatu objek. Maka dari itu, komponen kognitif selalu berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsikan terhadap objek sikap.

2. Komponen afektif

Komponen afektif berisikan perasaan yang berhubungan dengan permasalahan emosi individu terhadap suatu objek. Emosi dapat dijelaskan sebagai bentuk perasaan terhadap objek sikap.

Komponen ini berhubungan dengan rasa senang yang merupakan perwujudan hal positif dan juga rasa tidak senang yang merupakan perwujudan hal negatif.

3. Komponen konatif

Komponen konatif berisikan dorongan cara perilaku individu dengan kecenderungan bertindak terhadap objek yang

¹³ Ibid, hlm. 23-28.

dihadapinya. Kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku individu yang mengalaminya.

b. Tinjauan Tentang Religiusitas

Religiusitas diambil dari kata *religion* (Inggris) yang berarti agama, meskipun berasal dari asal kata yang sama, agama dan religiusitas memiliki konsep yang berbeda. Jika agama lebih kepada aspek formal tentang pengetahuan agama atau akidah Islam namun religius lebih kepada aspek keagamaan yang telah dihayati oleh individu dalam hati.¹⁴

Menurut Gazalba, religiusitas berasal dari bahasa latin “*religio*”, dan akarnya adalah *religure* yang memiliki makna mengikat. Artinya, religi atau agama pada umumnya memiliki aturan dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh para pemeluknya. Semua fungsi ini menghubungkan seseorang atau sekelompok orang dengan Tuhan, sesama manusia dan lingkungan alam sekitarnya.¹⁵ Dapat dijelaskan bahwa religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama seseorang. Internalisasi di sini melibatkan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama di dalam hati maupun perkataan. Kepercayaan ini kemudian diekspresikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.

Menurut Japar religiusitas dapat dimaknakan sebagai kualitas penghayatan seseorang dalam beragama, semakin dalam seseorang

¹⁴ Evi Aviyah, Muhammad Farid, “Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja” Pesona, Jurnal Psikologi Indonesia, Vol. 03 No. 02 (Mei, 2014)

¹⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2004), hlm. 3

mempelajari agama, maka semakin religius pula kehidupannya dan sebaliknya semakin dangkal seseorang mempelajari agama, maka semakin kabur tingkat pemahamannya terhadap konsep beragama. Orang yang bertakwa akan menggunakan agama sebagai pedoman perilakunya, sehingga perilakunya selalu terarah dan berdasarkan pada ajaran agama yang diyakininya tersebut.¹⁶

Dalam memahami bagian religiusitas individu maupun orang lain, ada banyak macam bagian atau dimensi yang mengatur bagian tersebut. Huber dan Huber dimensi religiusitas terdiri dari lima macam, yaitu:¹⁷

1. *Intellectual*

Dimensi ini berkaitan dengan minat, gaya pemikiran, interpretasi, dan sebagai ilmu pengetahuan. Indikator umum dimensi intelektual adalah frekuensi berpikir tentang isu-isu agama.

2. *Ideology*

Dimensi ini mengacu pada harapan sosial bahwa individu dengan sikap religius memiliki keyakinan terhadap keberadaan dan esensi dari hubungan antara Tuhan dan manusia. Dimensi ini berhubungan dengan keyakinan tentang ketuhanan, malaikat, surga neraka serta hal-hal yang berhubungan tentang aturan dari Tuhan terhadap umatnya.

3. *Public Practice*

¹⁶ Japar, “Kebermaknaan Hidup dan religiusitas Pada Masa Lanjut Usia” refleksi No. 007 th IV, (1999).

¹⁷ Huber, S., & Huber, O. W. “The Centrality of Religiosity Scale (CRS)”. *Religions*, 3(3), (2012). Hlm. 710-724.

Dimensi ini berisikan tentang harapan sosial bahwa umat beragama selalu atau aktif pada kegiatan komunitas keagamaan. Hal ini dikuatkan dengan keikutsertaan dalam ritual keagamaan dan kegiatan sosial yang berkaitan dengan aktivitas keagamaan.

4. *Private Practice*

Dimensi ini mengacu pada harapan sosial bahwa umat beragama mengabdikan diri untuk kegiatan agama secara pribadi. Hal ini dibentuk dengan membangun hubungan secara pribadi dengan Tuhan melalui kegiatan berdoa serta menyerahkan dirinya kepada Tuhan.

5. *Religious Experience*

Dimensi ini berisikan tentang pengalaman individu yang berkaitan langsung dengan realitas keadaan yang paling besar secara emosional.

Dalam hal ini, sikap religiusitas memiliki komponen-komponen yang dapat mempengaruhi terjadinya perkembangan sikap keagamaan manusia untuk dirinya sendiri. Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan sikap keagamaan atau religiusitas, antara lain:¹⁸

1. Pendidikan atau pengajaran berpengaruh dan bermacam-macam tekanan sosial, termasuk dari orang tua, tradisi sosial, tekanan lingkungan sosial yang disetujui oleh lingkungannya.

¹⁸ Robert H. Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, Terj. Husein. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 34.

2. Berbagai pengalaman yang telah membentuk sikap keagamaan, khususnya pengalaman berkaitan dengan keindahan, kerukunan dan kebaikan di dunia ini, pengalaman konflik moral dan emosi agama.
3. Kebutuhan yang belum terpenuhi seperti khususnya kebutuhan akan keamanan, cinta, harga diri, dan ancaman kematian yang akan datang kapanpun.
4. Berbagai macam proses berpikir secara verbal atau bisa jadi karena faktor intelektual.

2. Tinjauan Tentang Intensitas Menonton

a. Tinjauan Tentang Intensitas

Kata intensitas berasal dari Bahasa Inggris yaitu *intense* yang berarti semangat, giat.¹⁹ Sedangkan menurut Nurkholid Hazim, intensitas adalah kebulatan tenaga yang dikerahkan untuk suatu usaha.²⁰ Dalam artian, intensitas dapat dijelaskan sebagai upaya yang dilakukan seseorang dengan semangat dan kebulatan tekad untuk mencapai suatu tujuan.

Intensitas dalam pendekatan kuantitatif mengacu pada acuan pengukuran sikap atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok (kecil ataupun besar) orang yang terarah pada objek tertentu. Suatu sikap yang dilakukan secara sungguh-sungguh dapat berpengaruh pada sikap lain.²¹

¹⁹ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2000), hlm. 326

²⁰ Nurkholid Hazim, *Teknologi Pembelajaran*. (Jakarta: UT, Pustekom, dan IPTPI, 2005), hlm. 191

²¹ Bimo Waligito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1994), hlm. 12.

Dalam hal ini intensitas dapat diartikan sebagai usaha seseorang atau kelompok tertentu yang penuh semangat untuk mendapatkan kemaslahatan.

Menurut Ajzen untuk menjadikan suatu kegiatan menjadi intensitas maka terdapat beberapa indikator yaitu:²²

1. Perhatian

Perhatian adalah ketertarikan pada objek tertentu yang menjadi sasaran perilaku. Hal tersebut dapat diilustrasikan dengan munculnya suatu stimulus, kemudian respon terhadap stimulus, dan respon tersebut berupa perhatian individu terhadap objek yang dimaksud.

2. Penghayatan

Penghayatan dapat menjadi bentuk pemahaman dan penyerapan informasi yang diharapkan, kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan baru tentang individu.

3. Durasi

Durasi adalah lamanya waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku sasaran.

4. Frekuensi

Frekuensi atau frekuensi. Frekuensi adalah banyaknya pengulangan perilaku sasaran yang akan menjadi objek penelitian.

²² Frisnawati, Awaliya. "Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prososial pada Remaja". *Jurnal Empathy*. Vol. 1. No. 1 Desember 2012, hlm. 52. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah suatu usaha yang dilakukan secara tekun dan bekerja dengan keras untuk mencapai tujuan positif. Hal ini dapat menggunakan semua kemampuan yang dimiliki individu dengan rutin untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

b. Tinjauan Tentang Menonton

Menonton merupakan sebuah kegiatan yang menggunakan mata untuk memandang atau memperhatikan sesuatu yang menjadi fokusnya.²³ Apapun jenis tontonannya, sudah barang pasti menonton menggunakan mata dan memandang (memperhatikan) suatu objek yang ingin dilihat.

Kebanyakan kegiatan menonton berawal dari sebuah kebutuhan terkait informasi atau pengetahuan yang kemudian berpola dan menjadi semacam ritual keseharian. Aktivitas menonton merupakan proses yang rumit, dalam praktik domestik, di mana seringkali hanya mampu dipahami dalam konteks kehidupan sehari-hari.²⁴ Kemampuan para pembuat video yang unik dan enak dipandang dapat menarik para penonton untuk melihat dan menyaksikan video ataupun tayangan sesuai selera masing-masing.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa menonton adalah kegiatan memandang dan memperhatikan terhadap sesuatu yang

²³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta :Balai Pustaka, 1994)

²⁴ Reny Triwardani dan Obed Bima Wicandra, “Kajian kritis praktik anak menonton film kartun di televisi dalam aktivitas keseharian di Banyuwangi”, Vol 9 No. 1 (Januari, 2007)

menjadi fokus perhatiannya dengan tujuan memperoleh informasi, hiburan dan penyegaran kepala dan juga sarana belajar. Menonton sesuatu berawal dari proses ketertarikan terhadap suatu hal yang dilihat atau berasal dari pengalaman, sehingga penonton akan mencari tahu dengan cara menonton tayangan tersebut.

3. Hubungan Antara Intensitas Menonton Video Dakwah Youtube terhadap Sikap Religiusitas

Dalam era serba digital seperti sekarang, masyarakat menjadi lebih mudah dalam mendapatkan informasi dan pengetahuan dengan memanfaatkan media sosial yang dengan penyebaran informasinya lebih efektif dan secara masif. Dengan menggunakan media sosial masyarakat dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun dalam waktu dan tempat yang berjauhan. Selain digunakan untuk berkomunikasi, media sosial berfungsi untuk mencari atau menemukan informasi, bertukar informasi, melestarikan nilai-nilai, sarana hiburan, serta mobilitas dalam pekerjaan.²⁵

Intensitas adalah tingkat atau ukuran tingkatan. Adapun ukuran tingkat di sini mengartikan seberapa sering para penonton mengakses Youtube MJS CHANNEL terutama pada segmen Ngaji Filsafat itu sendiri. Menonton adalah sasaran setiap program siaran yang memiliki sifat heterogen, karena itu agar dirasa lebih efektif dalam penerimaan pesan. Sedangkan Religiusitas adalah perilaku keberagamaan, yang berupa penghayatan terhadap nilai-nilai agama hal

²⁵ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992), hlm. 71

ini ditandai bukan hanya melalui ketaatan dalam menjalankan ibadah secara ritual maupun spiritual, namun juga berupa keyakinan, pengalaman, dan pengetahuan mengenai agama yang dianutnya.²⁶

Penonton video ngaji filsafat pada Youtube MJS CHANNEL menggunakan langkah-langkah seperti teori kognitif sosial yang telah dipaparkan sebelumnya, yaitu (1) attentional processes, di mana penonton/audience berulang-ulang menonton video ngaji filsafat MJS CHANNEL, dan konten ngaji MJS CHANNEL memilih Fahruddin Faiz sebagai pemateri konten ngaji filsafat yang pribadinya dikenal sebagai seseorang yang menguasai ilmu keislaman, santun, lembut, kritis, dan disiplin, sehingga dapat memberikan kesan baik oleh audience (2) retention processes, yaitu penonton/audience menyimpan informasi yang disampaikan oleh pemateri Fahruddin Faiz, (3) production processes, yaitu penonton/audience mulai mengikuti pemateri Fahruddin Faiz dalam berperilaku dan masih dalam bimbingan seperti berdiskusi melalui grup WhatsApp MJS CHANNEL, (4) motivation processes, yaitu penonton/audience mulai melakukan apa yang diajarkan oleh pemateri Fahruddin Faiz, namun hal ini tergantung dari konsekuensi perilaku yang dilakukan. Apabila penonton video konten ngaji filsafat MJS CHANNEL melihat bahwa dengan perilaku dan informasi dari pemateri Fahruddin Faiz menghasilkan sebuah konsekuensi positif, seperti meningkatkan pengetahuan keagamaan, menghindari dari perbuatan dosa, dipandang lebih baik oleh orang lain, dan sebagainya.

²⁶ Djamaludin Ancok Dan Fuad Nashori Suroso, op. cit, hlm. 71

Motivasi penonton/audience dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti motivasi internal berupa self-efficacy (penilaian tentang kepercayaan seseorang dan penilaian akan kemampuannya dalam menuntaskan atau melaksanakan suatu kinerja pada tingkat tertentu), self-regulatory motivators, dan tujuan (goal) dari penonton, maupun motivasi eksternal seperti vicarious motivators yang didapatkan dari model. Self-efficacy dapat ditingkatkan dengan cara memiliki pengalaman langsung melalui perbuatan, seperti meniru perilaku dan ajaran dari pemateri konten ngaji filsafat (model), dalam penelitian ini audience dapat meningkatkan self-efficacynya apabila mencoba menerapkan informasi atau pengetahuan yang didapatkan dari pemateri Fahrudin Faiz dalam konten ngaji filsadat MJS CHANNEL di YouTube. Selain itu, keadaan perasaan dapat mempengaruhi self-efficacy seseorang, apabila penonton memiliki perasaan positif serta keyakinan dapat melakukan perilaku yang diajarkan oleh model, maka self-efficacy lebih mudah meningkat, dan perilaku akan lebih mudah dilakukan. Semakin senang audience dengan pemateri Fahrudin Faiz, maka lebih mudah self-efficacy audience meningkat, sehingga semakin tinggi kemungkinan audience meniru perilaku yang dilakukan maupun disampaikan oleh pemateri Fahrudin Faiz.

Selain self-efficacy, tujuan juga dapat menjadi motivasi untuk melakukan perilaku. Tujuan untuk mencapai kepuasan diri dengan kinerjanya, dan menetapkan kondisi yang diinginkan dapat berfungsi sebagai motivator. Tujuan merupakan standar bagi seseorang untuk menilai kapabilitasnya. Tujuan ini berkaitan dengan self-regulatory yang juga merupakan bentuk motivasi yang

melibatkan (1) pengamatan diri, seperti menetapkan standar kinerja yang realistik untuk mengevaluasi perilaku, (2) proses penilaian diri seperti pengamatan terhadap perilaku dan menilai hal positif atau negatif dari perilaku yang dilakukan, dan (2) reaksi diri untuk memungkinkan seseorang menggunakan reaksi terhadap perlakunya sehingga mereka akan melakukan kegiatan yang mengarah pada reaksi diri yang positif, dan menghindari reaksi diri yang negatif.

Berdasarkan paparan teori kognitif sosial dari Albert Bandura, semakin sering seseorang terpapar video ngaji filsafat di YouTube MJS CHANNEL, dan diskusi mengenai kajian video akun YouTube MJS CHANNEL melalui WhatsApp, maka semakin tinggi tingkat stimulus yang didapatkan (environment). Hal ini mempengaruhi komponen lain, yaitu respon yang ditimbulkan audience (behavior) berupa perasaan senang terhadap karakteristik pemateri atau konsekuensi dari perilaku, sehingga mempengaruhi audience untuk melakukan dan mengamalkan informasi yang telah didapatkan (person).

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teori kognitif sosial karena penelitian ini meneliti hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup Whatsapp Masjid Jenderal Sudirman.

4. Teori Kognitif Sosial Albert Bandura

Teori kognitif sosial dikembangkan oleh Albert Bandura, teori ini berlandaskan proposisi bahwa proses sosial dan proses kognitif merupakan pusat

bagi pemahaman mengenai motivasi, emosi, dan tindakan manusia. Teori kognitif sosial memandang perilaku manusia sebagai komponen dari sebuah interaksi yang saling mempengaruhi antara komponen lingkungan, personal manusia termasuk emosi dan kognitif individu. Menurut Bandura, manusia tidak hanya memiliki kemampuan kognitif yang turut berperan dalam proses motivasi manusia, afeksi, dan tindakan, tetapi juga bagaimana manusia memotivasi dan meregulasi perilaku sehingga membuat sistem sosial untuk menstrukturiasasi kehidupannya. Pemikiran utama Bandura didasarkan unit *human agency* hingga *changing societies*.

Human agency adalah kapasitas untuk mengarahkan seseorang melalui kontrol terhadap proses berpikir, motivasi, dan tindakan diri sendiri. *Human agency* terbagi menjadi 3 konsep utama:

1. *Autonomous agency*: manusia merupakan agen yang mandiri dan bertanggung jawab atas tindakannya sendiri
2. *Mechanical agency*: agensi tergantung pada faktor lingkungan
3. *Emergent interactive agency*: sebuah model dalam teori kognitif sosial.²⁷

Emergent interactive agency berlandaskan model *triadic reciprocity*

(timbal balik tiga arah), yaitu perilaku (behavior), faktor kognitif dan personal (person), dan pengaruh lingkungan (environment). Ketiga faktor tersebut berdiri

²⁷ Elga Yanuardianto, “Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI)”, Jurnal Auladuna, Vol. 1, No. 2 (Oktober, 2019), <https://ejournal.inaifas.ac.id/index.php/auladuna/article/view/235>, diakses pada tanggal 29 Juni 2021.

sendiri dan saling mempengaruhi. Perilaku manusia merupakan hasil interaksi timbal balik antara peristiwa eksternal dan faktor personal seperti genetic, kompetensi yang dipelajari, pikiran reflektif dan inisiatif. Manusia menentukan tindakannya sendiri untuk menggunakan pengaruh terhadap dirinya.

Menurut teori kognitif sosial, manusia dapat belajar menggunakan dua acara, yaitu melalui pengamatan langsung (observational learning), dan melalui perbuatan (enactive learning). Sebagian besar perilaku manusia dan keterampilan kognitifnya dipelajari melalui pengamatan terhadap model. Fungsi dari observational learning adalah *modelling* mampu mengajari observer keterampilan dan aturan-aturan berperilaku, dapat menghambat maupun meningkatkan perilaku yang sudah dimiliki orang lain, dapat berfungsi sebagai stimulus dan isyarat bagi seseorang untuk melakukan suatu perilaku, merangsang timbulnya emosi, dan dapat membentuk citra seseorang mengenai realitas sosial karena mengelaborasi keterkaitan antara manusia dengan aktivitas yang dilakukannya. Terdapat empat proses dalam melakukan observational learning, yaitu:

1. Proses Memperhatikan (Attentional Processes)

Jika orang belajar melalui modelling, maka mereka harus memperhatikan dan mempersepsi perilaku model secara tepat. Tingkat keberhasilan belajar itu ditentukan oleh karakteristik model maupun karakteristik pengamat itu sendiri. Karakteristik model yang merupakan variabel penentu tingkat perhatian itu mencakup frekuensi kehadirannya, kejelasannya, daya tarik personalnya, dan nilai

fungsional perilaku model itu. Karakteristik pengamat yang penting untuk proses perhatian adalah kapasitas sensorisnya, tingkat ketertarikannya, kebiasaan persepsinya, dan reinforcement masa lalunya.

2. Proses Retensi (Retention Processes)

Menyimpan informasi. Materi yang bermakna bagi pengamat dan menambah pengalaman sebelumnya akan lebih mudah diingat. Cara lain untuk mengingat adalah dengan membayangkan perilaku model atau dengan mempraktekkannya.

3. Proses Produksi (Production Processes)

Pengamat memerlukan gambaran kognitif yang akurat tentang perilaku model untuk dibandingkan dengan umpan balik sensoris dari perbuatannya. *Modelling* korektif merupakan cara yang efektif untuk memberikan umpan balik bila pengamat melakukan kinerja yang tidak tetap.

4. Proses Motivasi (Motivation Processes)

Pengamat mulai melakukan apa yang diajarkan oleh model, namun tergantung pada motivasinya. Pengamat akan cenderung mengadopsi perilaku model jika perilaku tersebut menghasilkan imbalan, baik eksternal maupun internal.²⁸

²⁸ Sri Muliati Abdullah, “Teori Kognisi Sosial: Pandangan Albert Bandura terbitan tahun 1982-2012”, Jurnal Psikomnesia, Vol. 18, No. 1 (Januari-Juni 2019)

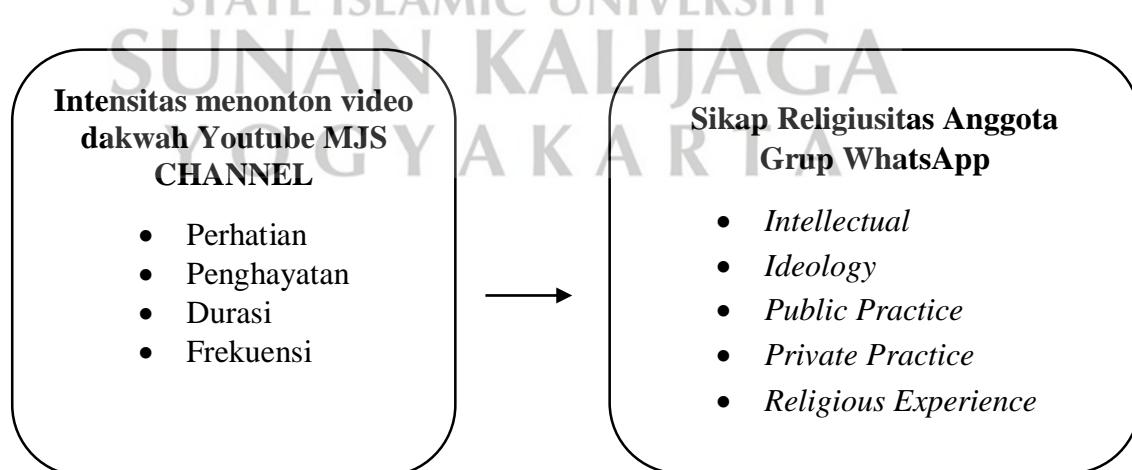
Sedangkan, dalam enactive learning seseorang akan menerapkan informasi yang didapatkan dari pengalaman untuk melakukan penyesuaian dan kecocokan dalam suatu aspek. Enactive learning sangat berkaitan erat dengan konsekuensi respon. Dengan melihat konsekuensi respon yang didapatkan dari pengalaman, seseorang akan menyadari konsekuensi positif dan negatif dari tindakannya.

F. Desain Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengangkat permasalahan mengenai hubungan antara intensitas intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, peneliti menggunakan teori kognitif sosial yang dapat diimplementasikan menjadi kerangka berpikir sebagaimana peneliti paparkan pada bagan berikut ini.

Gambar 1

Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan peneliti berdasarkan hasil merangkum teori kognitif sosial, intensitas menonton, dan tinjauan sikap religiusitas

Kerangka berpikir pada gambar 1 menjelaskan bahwa stimulus berupa menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL akan mempengaruhi respon berupa sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman. Semakin sering menyaksikan video ataupun tayangan di media, maka semakin besar kemungkinan penonton untuk mengikuti atau termotivasi dari tayangan yang sering ditonton tersebut. Sehingga, apabila semakin sering intensitas menonton video dakwah, maka semakin tinggi sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman. Sebaliknya apabila semakin jarang atau kurang intensitas menonton video dakwah, maka semakin rendah sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman.



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpulkan.²⁹ Berdasarkan teori di atas, maka peneliti menggunakan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

Ha: “Terdapat hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman.”

Ho: “Tidak terdapat hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman.”

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini diuraikan oleh penulis, sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN, berisi uraian meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis serta sistematika pembahasan.

BAB II METODE PENELITIAN, berisi uraian mengenai metode penelitian yang dilakukan meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi

²⁹ Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 62

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

BAB II GAMBARAN UMUM, berisi uraian mengenai gambaran umum sejarah Masjid Jenderal Sudirman Yogyakarta.

BAB IV PEMBAHASAN, berisi uraian mengenai pemaparan analisis data yang telah diperoleh dari responden yaitu hubungan antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari permasalahan yang dituliskan pada penelitian, serta saran untuk penelitian mendatang.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai hubungan intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman maka peneliti mengambil sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas anggota grup WhatsApp MJS CHANNEL termasuk dalam kategori tinggi pada variabel intensitas menonton video dakwah YouTube MJS CHANNEL. Dari empat aspek intensitas menonton yang meliputi perhatian, durasi, penghayatan, dan frekuensi. Aspek perhatian memiliki persentase yang paling tinggi.
2. Mayoritas anggota grup WhatsApp MJS CHANNEL termasuk dalam kategori tinggi pada variabel sikap religiusitas. Dari lima aspek yang meliputi *ideology, intellectual, private practice, public practice, and religious experience*. Aspek *religious experience* memiliki persentase yang paling tinggi.
3. Terdapat hubungan yang sedang antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman, dan memiliki hubungan yang positif antara intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL terhadap sikap religiusitas anggota grup WhatsApp

Masjid Jenderal Sudirman. Sehingga, semakin tinggi intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL, maka semakin tinggi pula sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman. Sebaliknya, semakin rendah intensitas menonton video dakwah melalui akun Youtube MJS CHANNEL, maka semakin rendah pula sikap religiusitas anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman.

B. SARAN

Beberapa temuan dan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang didapatkan, maka adapun saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi anggota grup WhatsApp Masjid Jenderal Sudirman Yogyakarta untuk terus memanfaatkan media sosial seperti Youtube dalam memperoleh informasi dan sarana mengasah wawasan yang berkaitan dengan kegiatan dakwah Islami, serta memberikan efek positif untuk diri sendiri terutama maupun lingkungan di sekitar.
2. Bagi pengurus Masjid Jenderal Sudirman Yogyakarta maupun tim media MJS CHANNEL untuk selalu memberikan tayangan keilmuan yang terbaru dan lebih konsisten untuk masa mendatang.
3. Bagi peneliti yang akan mengambil data penelitian untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih aktual dan metode pengumpulan data pun disesuaikan dengan kebutuhan sehingga menjadi sebuah penelitian yang ideal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)*, Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Abdullah, Sri Muliati, “Teori Kognisi Sosial: Pandangan Albert Bandura terbitan tahun 1982-2012”, *Jurnal Psikomensia*, Vol. 18, No. 1 (Januari-Juni 2019), Ajmain, Syakir, dan Aiman “Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam”, Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia, 2019 https://www.researchgate.net/publication/339551366_Media_Sosial_dan_Trend_Penggunaan_Menurut_Islam_Kertas_Kerja_Dibentangkan_di_Seminars_Sains_Teknologi_dan_Manusia, diakses pada tanggal 28 Juni 2021.
- Ancok, Djamarudin dan Fuad Nashori Suroso. *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. Profil Pengguna Internet Indonesia. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2018
- Aviyah, Evi dan Muhammad Farid, “Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja” *Pesona, Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 03 No. 02 (Mei, 2014), <http://jurnal.unTAG-sby.ac.id/index.php/persona/article/view/376>, diakses pada tanggal 14 November 2020.
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- _____, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- _____, Saifuddin, *Penyusunan Skala Psikologi*, ed. 2, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- B.R. Hergenhahn dan Olson H. Matthew, *Theories of Learning*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Bimowalgi, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta: Andi Offset, 1994.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2006
- Citkowicz, Montoya, Vevea, dan, Horton, “Pemeriksaan Ulang Efek Eksposur Semata: Pengaruh Paparan Berulang pada Pengakuan, Keakraban, dan Suka”, *Jurnal Psikologi Amerika*, Vol. 143, No. 5 2017, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0146167218789065>, diakses pada tanggal 28 Juni 2021.
- Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1994.
- Echols, John M., dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia, 2000.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003.
- Effendi, Sofian dan Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2012.

- Frisnawati, A. Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial pada Remaja. *Jurnal Empathy*, 2012. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/123259>, diakses pada tanggal 02 Februari 2021.
- Hazim, Nurkholid, *Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: UT, Pustekom, dan IPTPI, 2005.
- Handaru Dwi, Irwan Nuryana, "Hubungan Antara Intensitas Menonton Film Religius Dengan Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa". *Jurnal Psikologi*, Vol.50 No. 1 (Maret, 2007), <https://adoc.pub/naskah-publikasi-hubungan-antara-intensitas-menonton-film-.html>, diakses pada tanggal 28 Juni 2021.
- Japar, "Kebermaknaan Hidup dan Religiusitas Pada Masa Lanjut Usia" refleksi No.007 Th IV, (1999), <http://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/annafs/article/view/352>, diakses pada tanggal 15 November 2020.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Morissan, *Psikologi Komunikasi* Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Mustafa, Zainal, *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009
- Nasir, Mohammad, *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia, 2003.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi* Bandung: Rosdakarya, 2015.
- Ni'mah Suseno, Miftahun, *Statistika: Teori dan Aplikasi untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*, Yogyakarta: Ash-Shaff, 2012.
- Nurrahmi Febri dan Farabuana, Puteri, "Efektivitas Dakwah melalui Instagram" Nyimak: Journal of Communication, Vol. 04 No. 01 (Maret, 2020), <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak/article/view/2326>, diakses pada tanggal 29 Oktober 2020.
- Pervin A. Lawrence. *Personality: Theory and Research*, terj. A.K. Anwar, Psikologi Kepribadian: Teori dan Penelitian, Jakarta: Kencana, 2010.
- Rakhmat, Jalaludin, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*, Bandung: Mizan Pustaka, 2004.
- _____, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991.
- Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Robbins, Stephen, *Teori Organisasi: Struktur, Desain dan Aplikasi*, Terj. Jusuf Udaya. Jakarta: Arcan, 1994.
- Romadi, Pipir, "Intensitas Menonton Video Dakwah melalui Media Platform Online dengan Tingkat Religiusitas". *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, Vol. 02 No. 02 (April 2020), <http://ejurnal.uin-suska.ac.id/index.php/idarotuna/article/view/9994>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2020.
- Rozak Abdul, Hersha Rahmawati, "Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar". *Jurnal Cakrawala E ISSN 2655-1969*.

- (2020), <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/4390>, diakses pada tanggal 28 Juni 2021.
- Sarwono, Sarlito dan Eko Meinarno, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2009.
- Siregar, Syofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Shaleh, Abdul R., *Psikologi suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kompetensi dan Praktiknya)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Tanzeh, Ahmad, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Teras, 2009.
- Thohier, Mahmud, Putri Nur Jahara, Bambang S. Ma'arif, "Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Berita Islami Masa Kini Transtv dengan Tingkat Kepekaan Sosial Masyarakat", Jurnal Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3, No. 2 (Agustus, 2017). <https://sinta.ristekbrin.go.id/affiliations/detail?page=1227&id=1392&view=documents>, diakses pada tanggal 28 Juni 2021.
- Thouless, Robert H., *Pengantar Psikologi Agama*, Terj. Husein. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.
- Triwardani, Reny dan Obed Bima Wicandra, "Kajian kritis praktik anak menonton film kartun di televisi dalam aktivitas keseharian di Banyuwangi", Vol 9 No. 1 (Januari, 2007), <http://nirmana.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/17072>, diakses pada tanggal 12 November 2020.
- Yanuardianto, Elga, "Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI)", Jurnal Auladuna, Vol. 1, No. 2 (Oktober, 2019)
- Youtube, https://www.youtube.com/channel/UCnHSRb6TD2B_4yllYssf4dw diakses pada tanggal 11 Januari 2021 pukul 21.27 wib.
- Youtube, https://www.youtube.com/channel/UCnHSRb6TD2B_4yllYssf4dw diakses pada tanggal 11 Januari 2021 pukul 21.27 wib.