

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN CHANNEL
YOUTUBE JEDA NULIS TERHADAP TINGKAT PEMAHAMAN
KEAGAMAAN MAHASISAWA KPI UIN SUNAN KALIJAGA**



Skripsi

Disusun Oleh:

Zakky Bahrul 'Ulum
NIM 16210089

Pembimbing:

Dr. Musthofa, S.Ag, M.Si.
NIP 19680103 1995031 001

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

2023



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-908/Un.02/DD/PP.00.9/06/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN CHANNEL YOUTUBE
JEDA NULIS TERHADAP TINGKAT PEMAHAMAN KEAGAMAAN MAHASISWA
KPI UIN SUNAN KALIJAGA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ZAKKY BAHRUL 'ULUM
Nomor Induk Mahasiswa : 16210089
Telah diujikan pada : Rabu, 05 April 2023
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. Musthofa, S.Ag., M.Si.
SIGNED

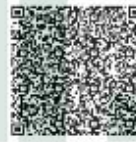
Valid ID: 6475938a13c28



Penguji I

Drs. Muhammad Sahlan, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 646810a569411



Penguji II

Taufik Rahman, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 646db8e71e80a



Yogyakarta, 05 April 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 648028a25b4983



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adi Sucipto 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

Assalamualaikum wr. wb.

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

Nama : Zakky Bahrul 'Ulum
Nim : 16210089
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan di Channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI 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 Komunikasi dan Penyiaran Islam.

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

Wassalamualaikum wr.wb.

Yogyakarta, 22 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

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

Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 196801031995031001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Zakky Bahrul 'U lum
NIM : 16210089
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

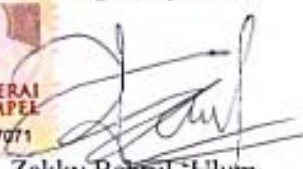
Menyatakan dengan sesungguhnya dalam skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan di Channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan yang saya buat dengan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 28 Maret 2023

Yang menyatakan



Zakky Bahrul 'U lum
16210089

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillahirobil'alamin*, Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan karya ini.

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

Kedua Orang Tua dan Segenap Keluarga Besar

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Kehebatan seseorang terdapat pada tiga perkara: Kemampuan menyembunyikan kemelaratan, sehingga orang lain menyangkamu berkecukupan karena kamu tidak pernah meminta, Kemampuan menyembunyikan amarah, sehingga orang mengiramu merasa ridha dan Kemampuan menyembunyikan kesusahan sehingga orang lain mengiramu selalu senang”

Imam Syafi’i



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, syukur kita ucapkan kepada Allah SWT yang memberikan nikmat dan karuniaNya, sehingga skripsi ini sebagai tugas akhir telah selesai. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi tauladan serta guru terbaik dan semoga kita mendapatkan syafaat beliau kelak, Amin. Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *“Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga”*.

Karena karya ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka peneliti mengucapkan banyak terima kasih karena kepada semua pihak yang telah membantu, antara lain:

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 dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
4. Dosen Pengembang Akademik, Drs. Muhammad Sahlan, M.Si.
5. Dosen Pembimbing Skripsi Dr. Musthofa, S.Ag, M.Si.
6. Seluruh dosen serta staf karyawan di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terima kasih atas ilmu serta bantuan.

7. Kedua orang tua penulis, Bapak Nur Fajri, dan Ibu Ida Nurul Latifah yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan pengorbanan hingga detik ini.
8. Kepada keluarga besar yang selalu senantiasa memberikan bantuan, doa serta dukungan hingga detik ini.
9. Kepada orang-orang spesial Tian, Agung, dan Munir yang selalu ada susah maupun senang selama berkuliah dan mengerjakan tugas akhir ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, selalu menemani dan membantu, sabar dalam memberikan saran serta dukungan dalam menyusun skripsi ini.
11. Keluarga besar angkatan KPI 16, peneliti mengucapkan banyak terimakasih.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang berkontribusi pada tugas akhir ini, karena karya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, kritik serta saran yang dapat membangun sangat dibutuhkan oleh peneliti. Semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca lainnya dan memberikan tambahan informasi. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya serta mohon maaf apa bila ada salah kata.

Yogyakarta, 4 Maret 2023
Penyusun

Zakky Bahrul 'Ulum
NIM 16210089

ABSTRACT

Zakky Bahrul 'Ulum, 16210089, 2023. The Effect of the Intensity of Watching Shows on the YouTube Channel Pause for Writing on the Religious Understanding of KPI Students at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta.

This study aims to determine whether there is an influence between the intensity of watching Da'wah through the Pause Tulis Youtube channel on the religious understanding of KPI students at UIN Sunan Kalijaga? This study uses the uses and effects theory as the rationale for this research. The researcher used a quantitative approach with a stratified sampling technique with a sample size of 70 students who watched shows on the Pause Nulis YouTube channel. Data processing uses the SPSS application version 25 and data processing techniques use simple linear regression analysis.

The results showed that there was a positive and significant influence between the variable of watching intensity on religious understanding, with a significance value of 0.000, an r table value of 0.235 and a correlation coefficient of 0.463, so that there was a significant correlation between the intensity of watching shows on religious understanding because $0.465 > 0.235$. The value of R Square (R^2) is 0.214, meaning that the variable of watching intensity affects the variable of students' religious understanding by 21.4% while the remaining 78.6% is influenced by other variables outside this study.

Keyword :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

INTISARI

Zakky Bahrul 'Ulum, 16210089, 2022. Thesis: Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk Apakah terdapat pengaruh antara intensitas menonton Dakwah melalui channel Youtube Jeda Tulis terhadap pemahaman keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga? Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect* sebagai dasar pemikiran penelitian ini. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik stratified sampling dengan jumlah sampel 70 orang mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga yang menonton tayangan Channel YouTube Jeda Nulis. Pengolahan data menggunakan Aplikasi SPSS versi 25 dan teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel intensitas menonton terhadap pemahaman keagamaan, dengan nilai signifikansi 0,000, nilai r tabel 0,235 dan nilai koefisien korelasi 0,463, sehingga terdapat korelasi yang signifikan antara intensitas menonton tayangan terhadap pemahaman keagamaan karena $0,465 > 0,235$. Nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,214, artinya variabel intensitas menonton mempengaruhi variabel pemahaman keagamaan mahasiswa sebesar 21,4% sedangkan sisanya 78,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Influence, Viewing Intensity, Religious Understanding, YouTube, Jeda Nulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
Halaman Persembahan.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	9
D. Kajian Pustaka	10
E. Kerangka Teori.....	15
1. Intensitas Menonton	15
2. Media Sosial Youtube	17
3. Pemahaman Keagamaan	19
4. Teori Use and Effect	21
5. Pengaruh Intensitas Menonton terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI.	23
F Kerangka Pemikiran.....	25
G Hipotesis	26
H. Sistematika Pembahasan.....	27
BAB II METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Definisi Konseptual.....	29
C. Definisi Operasional	32

D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Instrumen Penelitian	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Validitas dan Reliabilitas.....	40
H. ANALISIS DATA.....	44
BAB III GAMBARAN UMUM	46
A. Channel Youtube Jeda Nulis	46
B. Profil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga.	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
A. Penyajian Data	50
1. Deskripsi Data Responden Penelitian	50
2. Pengolahan Data Penelitian.....	52
B. ANALISIS DATA.....	62
1. Uji Asumsi Klasik.....	62
2. Uji Hipotesis	63
C. Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80
CURICULUM VITAE.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 2 Data Populasi Penelitian	34
Tabel 3 Data Jumlah Sampel Penelitian	36
Tabel 4 Kisi-kisi Kuisioner Penelitian Variabel Intensitas	38
Tabel 5 Kisi-kisi Kuisioner Penelitian Variabel Pemahaman Keagamaan	38
Tabel 6 Tabel Kriteria Skor	39
Tabel 7 Skala Likert	39
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas Menonton	41
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Keagamaan	42
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	43
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	43
Tabel 12 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 13 Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 14 Data Responden Berdasarkan Angkatan	51
Tabel 15 Frekuensi Variabel X Intensitas Menonton	53
Tabel 16 Frekuensi Indikator Perhatian	54
Tabel 17 Frekuensi Indikator Penghayatan	55
Tabel 18 Frekuensi Indikator Durasi	56
Tabel 19 Frekuensi Indikator Frekuensi	57
Tabel 20 Frekuensi Variabel X Pemahaman Keagamaan	58
Tabel 21 Frekuensi Indikator Akidah	59
Tabel 22 Frekuensi Indikator Akhlak	60

Tabel 23 Frekuensi Indikator Syariah	61
Tabel 24 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 25 Hasil Uji Linearitas	63
Tabel 26 Hasil Uji Korelasi	64
Tabel 27 Tingkat Korelasi dan Hubungan	64
Tabel 28 Analisis Regresi Linear Sederhana	65
Tabel 29 Koefisien Determinasi	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan	3
Gambar 2 Data Media Sosial yang Paling Lama Digunakan.....	3
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4 Channel YouTube Jeda Nulis	47



BAB 1

PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini begitu pesat, banyak inovasi-inovasi teknologi yang muncul diikuti dengan kebutuhan manusia. Berbagai bidang kehidupan berlomba-lomba menggunakan perkembangan teknologi dan memanfaatkannya tanpa terkecuali pada bidang teknologi informasi. Dahulu manusia berkomunikasi hanya dengan bertukar surat dan bertemu secara langsung, tetapi dengan teknologi modern mempermudah untuk terhubung secara virtual. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi komunikasi saat ini.

Menurut Haag dan Keen teknologi informasi berfungsi sebagai seperangkat alat yang membantu dalam bekerja dengan informasi dan melakukan tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi.¹ Jaringan Internet sendiri menjadi salah satu media yang paling sering digunakan untuk media komunikasi, berbagai media bisa diakses selama para pengguna memiliki koneksi untuk terhubung pada internet. Ketersediaan internet merupakan media baru yang menawarkan keleluasaan dan kebebasan masyarakat dalam mengakses informasi tanpa terkendala oleh batasan dan

¹ Abdul Kadir dkk., *Pengantar Teknologi Informasi* (Yogyakarta : Andi offset, 2013), hlm.3

sensor.² Karena kemudahan tersebut semakin banyak media sosial yang muncul untuk mencari berbagai informasi maupun sebagai media hiburan, salah satunya adalah media sosial YouTube. Adanya Kemudahan ini menyebabkan semakin banyak munculnya media sosial, seperti media sosial YouTube, yang dapat digunakan untuk mencari informasi dan untuk hiburan.

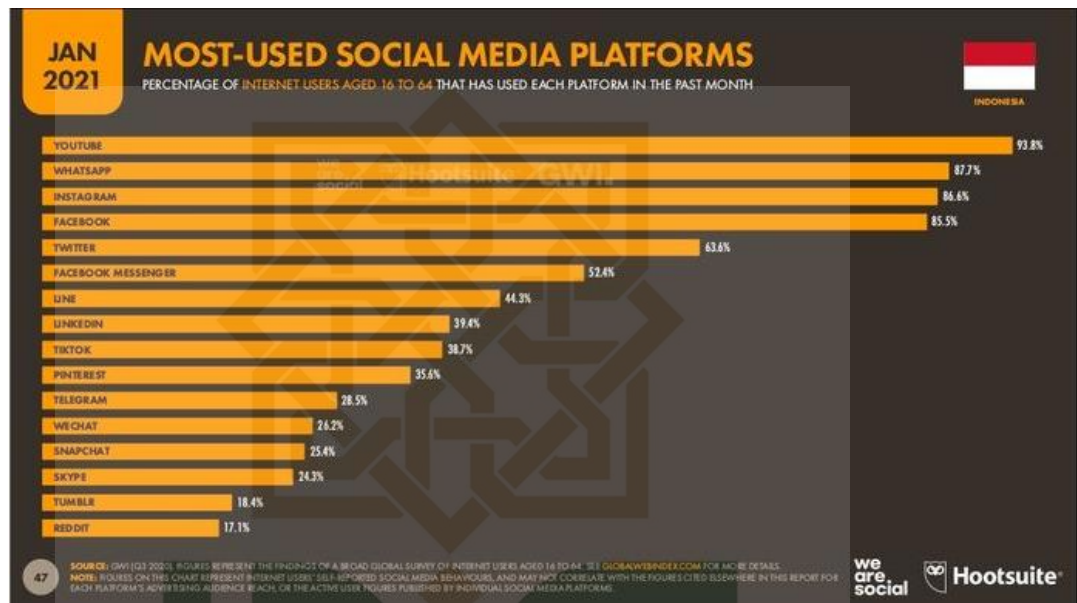
Youtube adalah sebuah situs *web sharing* (berbagi video) populer dimana siapa pun dapat mengunggah, melihat, dan membagikan klip video secara gratis. Sebagian besar video di YouTube adalah video buatan para pengguna, acara TV, film, dan klip musik. Format video yang digunakan di Youtube adalah flv yang dapat diputar di browser yang memiliki plugin flash player. Tiga mantan karyawan Paypal, Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim, mendirikan YouTube pada Februari 2005³.

YouTube adalah salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia untuk mencari informasi maupun untuk hiburan. Berdasarkan laporan riset pada pola penggunaan media sosial yang dirilis perusahaan We Are Social, diketahui Populasi penduduk 274,9 juta orang yang tinggal di Indonesia, 170 juta di antaranya adalah pengguna aktif media sosial. Berdasarkan hal tersebut, ada 61% penduduk Indonesia per Januari 2021 aktif di media sosial. Juga, dibandingkan tahun lalu, jumlah ini meningkat 10 juta orang atau hampir 6,3%. Menurut data, ada 202,6 juta pengguna internet di Indonesia, dengan tingkat penetrasi 73,7%. Rata-rata orang Indonesia

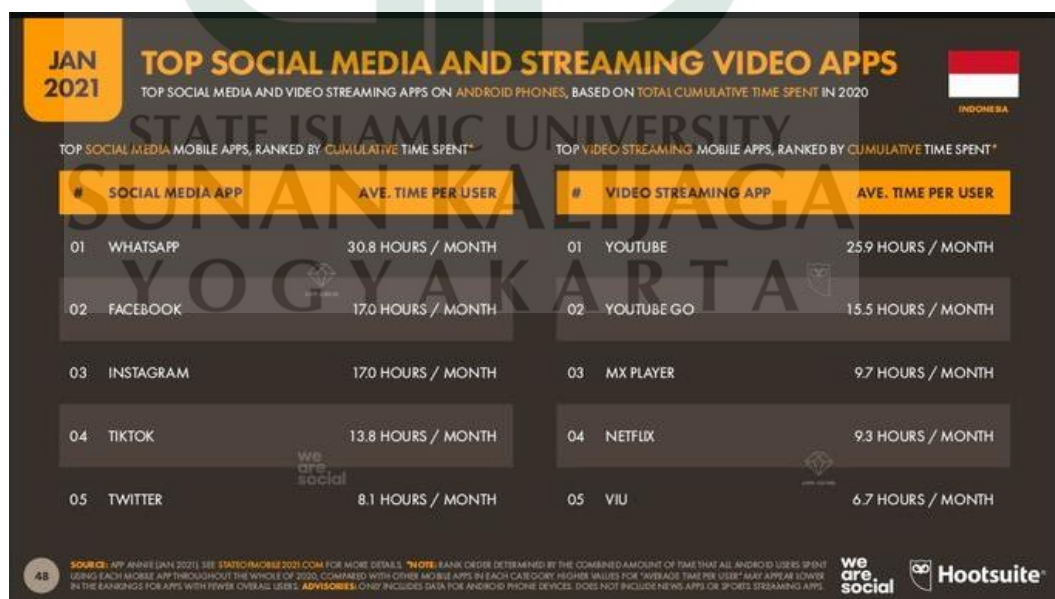
² Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), Hlm. 76

³ *Ibid*, hlm 83

menggunakan internet selama 8 jam 52 menit per hari. Sumber yang sama juga mengumpulkan data tentang aplikasi paling populer, dengan YouTube diposisi pertama dan diikuti dengan WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter.



Gambar 1. Data media sosial yang paling banyak digunakan



Gambar 2. Data media sosial yang paling lama digunakan

Dengan waktu penggunaan rata-rata 25,9 jam per bulan, YouTube menempati urutan teratas dari banyak layanan streaming video dalam hal waktu penggunaan.⁴ YouTube merupakan salah satu media di Indonesia yang banyak dimanfaatkan sebagai media dalam berdakwah. Jeda Nulis adalah salah satu channel dakwah yang menggunakan YouTube sebagai platform untuk berdakwah. Channel YouTube bernama Jeda Nulis menampilkan materi kajian Islam dengan menitikberatkan pada generasi millennial yang akrab dengan media sosial khususnya pada YouTube.

Channel Jeda Tulis dalam kegiatan dakwahnya disampaikan oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar atau yang sering dipanggil dengan Habib Ja'far. Beliau merupakan seorang penulis, pendakwah dan *content creator* dakwah Islam. Habib Husein Jafar merupakan pria yang berdarah Madura yang juga memiliki garis keturunan Nabi Muhammad SAW yang dikenal dengan cara dakwah yang sangat dekat dengan anak muda⁵. Sebelum berdakwah melalui Youtube, diketahui Habib Husein merupakan seorang penulis buku yang beberapa diantaranya cukup terkenal seperti buku “Tuhan Ada di Hatimu”.

Channel Jeda Nulis sendiri sangat menarik karena memiliki jumlah subscriber sebanyak 1,04 juta, sebagai channel YouTube yang terhitung baru jumlah tersebut cukuplah banyak dengan jumlah viewers yang cukup banyak dalam setiap kontennya, bahkan tidak jarang trending youtube. Selain itu juga Habib Ja'far belakangan ini sering diundang di Stasiun TV sehingga namanya

⁴ <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all> diakses pada 2 Agustus 2021

⁵ <https://www.suara.com/entertainment/2021/04/21/185241/profil-habib-husein-jafar-al-hadar-yang-terkenal-lewat-pemuda-tersesat?page=all> diakses pada 21 Agustus 2021

cukup dikenal di masyarakat. Channel YouTube Jeda tulis sendiri sering membahas tentang isu-isu terkini yang sedang hangat dengan gaya bahasa anak muda dan biasanya mengundang berbagai orang atau tokoh tertentu untuk menunjukkan sudut pandang lain, sehingga bisa menunjukkan perbedaan berbagai pendapat serta pentingnya toleransi. Habib Husein sebagai seseorang yang memiliki pengetahuan dalam bidang agama dan bisa menjelaskan dengan jelas sesuai kalangan anak muda sehingga apa yang beliau sampaikan menjadi mudah dipahami. Salah satu komentar dalam konten video mengungkapkan perubahan minat dalam menonton ceramah:

“Sehat terus habib, terima kasih atas segalanya, dari saya yang mulai suka konten ceramah berkat habib, padahal sebelumnya jarang denger konten ceramah”

Terdapat juga komentar lain yang mengungkapkan bahwa dirinya berasal dari non muslim namun juga menyukai pembawaan materi dalam ceramah yang menarik dan ditunggu-tunggu:

“keren habib, jujur walaupun saya non tapi saya benar-benar mengidolakan pemikiran Anda, apalagi perbincangan Anda dengan bung Gita itu benar-benar luar biasa. Saya menantikan selalu konten-konten habib, semoga sehat selalu untuk habib dan selalu berada dibawah perlindungan-Nya”

Adanya respon baik tersebut menunjukkan konten dakwah yang disampaikan bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pemahaman agama.

Pemahaman adalah tingkat kemampuan yang mengharapakan seseorang mampu memahami arti atau konsep, situasi, serta fakta yang diketahuinya, dengan kata lain mengetahui tentang sesuatu dan memiliki banyak perspektif untuk melihatnya. Sedangkan keagamaan adalah sifat-sifat yang terdapat dalam agama. Agama yang dimaksud disini adalah agama islam, sehingga pemahaman keagamaan adalah proses belajar yang memungkinkan seseorang untuk memahami prinsip-prinsip agama yang dianutnya sehingga dapat dipraktikkan dalam sikap dan perbuatan. Keagamaan disini mengacu pada masalah akidah, syariah, dan akhlak.

Jadi perkembangan teknologi yang pesat ini secara tidak langsung menuntut bagaimana para da'i dalam kegiatan berdakwah menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Bagi sebagian anak muda menganggap bahwa kegiatan seperti ceramah membosankan sehingga dakwah juga perlu disampaikan dengan cara menarik dengan kalimat atau bahasa anak era milenial dan menggunakan materi dakwah yang sedang hangat atau *viral* agar para anak muda atau generasi milenial tertarik dan tidak bosan dengan dakwah yang disampaikan.

Untuk itulah pengaruh menonton channel YouTube Jeda Nulis menarik untuk diteliti. Juga untuk mengetahui pengaruh positif yang dihasilkan dari sisi pemahaman keagamaan masyarakat terutama generasi milenial atau anak muda tentang pandangan mereka terhadap channel Jeda Nulis.

Pengguna YouTube sendiri berasal dari berbagai usia, tak terkecuali dikalangan anak muda dari berbagai tingkat pendidikan, salah satunya

mahasiswa. Berdasarkan komentar di setiap konten yang ada Channel youtube tersebut terdapat penonton yang mengatakan bahwa mereka merasa banyak mendapatkan pengetahuan baru dan mampu mengambil poin-poin penting yang disampaikan oleh Habib Husein Ja'far, baik dari segi keyakinan, praktik agama, pengetahuan agama, dan pengalaman agama. Karena itu peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat pengaruh intensitas menonton tayangan Channel youtube Jeda Nulis terhadap Pemahaman keagamaan para mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pemilihan mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga sebagai responden penelitian ini karena mahasiswa KPI telah mempelajari materi yang beragam terkait dengan dakwah dan media, baik mengenai strategi dakwah maupun bagaimana sebuah media berjalan. Selain itu juga berdasarkan kurikulum dari berbagai mata perkuliahan KPI UIN Sunan Kalijaga juga mempelajari tentang bagaimana proses dalam membuat video, naskah, dan lainnya yang sudah umum di media, sehingga bisa dipastikan bahwa para mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga sudah tidak asing lagi dengan media sosial YouTube.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang “PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN CHANNEL YOUTUBE JEDA NULIS TERHADAP TINGKAT PEMAHAMAN KEAGAMAAN MAHASISAWA KPI UIN SUNAN KALIJAGA”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang di atas, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga dalam menonton Dakwah dalam Channel YouTube Jeda Nulis?
2. Bagaimana pemahaman keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga setelah menonton Dakwah melalui channel Youtube Jeda Nulis?
3. Bagaimana pengaruh Intensitas Menonton Dakwah melalui channel Youtube Jeda Tulis terhadap pemahaman keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga?

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diajukan penulis sehingga dapat diidentifikasi yaitu bagaimana pengaruh intensitas menonton tayangan youtube jeda tulis terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memberikan batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Responden merupakan mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga angkatan 2018-2020 yang menjadi penonton channel YouTube Jeda Tulis.
2. Masalah yang diteliti hanyalah tentang pengaruh intensitas menonton tayangan YouTube Jeda Tulis terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa.

E. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui bagaimana intensitas menonton tayangan melalui channel YouTube Jeda Nulis oleh Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- b. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta setelah menonton channel YouTube Jeda Nulis
- c. Untuk mengetahui pengaruh Intensitas Menonton tayangan melalui channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Akademis
 1. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat ilmu pengetahuan dan menambah referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian tentang Pengaruh Menonton Tayangan melalui media YouTube terhadap pemahaman keagamaan.
 2. Bagi para mahasiswa diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan terkait pengaruh menonton tayangan media sosial YouTube terhadap pemahaman keagamaan,
 3. Bagi pihak lainnya diharapkan dapat menjadi acuan untuk menentukan sikap terhadap penggunaan media sosial YouTube
- b. Manfaat Praktis

1. Dapat dijadikan pelengkap dari penelitian-penelitian terdahulu terkait pengaruh menonton tayangan YouTube terhadap pemahaman keagamaan
 2. Dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi atau masukan bagi penelitian yang berhubungan dengan pengaruh menonton tayangan YouTube terhadap pemahaman keagamaan
 3. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan pembelajaran bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam menggunakan media YouTube
- c. Manfaat Bagi Penulis
1. Menambah wawasan dan pemahaman bagi penulis baik secara teoritis dan praktis
 2. Menjadi sarana bagi penulis untuk mempraktekkan teori yang sudah dipelajari selama duduk di bangku perkuliahan.

D. Kajian Pustaka

Dalam penulisan ini peneliti menggunakan berbagai penelitian sebagai referensi dalam mengembangkan penelitian yang sudah ada baik mengenai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Peneliti mengambil informasi baik dari skripsi, jurnal, dan buku untuk mendapatkan informasi dalam membantu menyusun penelitian skripsi penulis.

Pertama, Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendanagung oleh Ahmad Maujuhan Syah⁶. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Religiusitas siswa-siswi Al-Muhtadi Sendanagung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survey, metode pengumpulan data yang digunakan adalah *simple random sampling*, hasil dari penelitian ini adalah nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$ bahwa variabel dakwah media sosial YouTube berpengaruh terhadap variabel religiusitas dan disimpulkan bahwa variabel dakwah media sosial YouTube berpengaruh terhadap variabel religiusitas.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti antara lain penggunaan jenis penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner, serta teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini menggunakan teori Efek Komunikasi Massa sedangkan peneliti menggunakan teori *Uses and Effect*, pada teknik pengumpulan data juga memiliki perbedaan dimana penelitian tersebut menggunakan teknik *Simple Random Sampling* sedangkan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data *Stratified Random Sampling*.

Kedua, Pengaruh Intensitas Menonton Ceramah Ustad Adi Hidayat Melalui YouTube Terhadap Pemahaman Keagamaan Penonton (*Viewers*) pada

⁶ Ahmad Maujuhan Syah, "Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendanagung", Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol. 1 No. 2 Tahun 2020

channel YouTube “Adi Hidayat Official” oleh Ida Kurnia Dewi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta⁷. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, teori *Uses and Effects*, dan *Non-Probability Sampling* sebagai metode pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel intensitas menonton terhadap pemahaman keagamaan.

Persamaan antara penelitian ini dengan yang peneliti lakukan antara lain penggunaan penelitian kuantitatif, menggunakan teori *Uses and Effects*, dan menggunakan teknik analisis data analisis regresi linier sederhana. Sedangkan perbedaan dengan peneliti yaitu metode pengumpulan data yang digunakan, pada penelitian tersebut menggunakan metode *Non-Probability Sampling* peneliti menggunakan metode *Probability Sampling* yaitu *Stratified Random Sampling* dikarenakan sampel yang bertingkat.

Ketiga, Pengaruh Radio Komunitas terhadap tingkat pengetahuan agama islam secara umum (Survey pada santri pendengar Radio Komunitas BEST FM di Pondok Buntet Pesantren Cirebon) oleh Anti Albaqiyatus Sholihat⁸. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Uses and Gratification*, Hasil penelitian ini menunjukkan

⁷ Ida Kurnia Dewi, “Pengaruh Intensitas Menonton Ceramah Ustad Adi Hidayat Melalui YouTube Terhadap Pemahaman Keagamaan Penonton (Viewers) Pada Channel YouTube ADI Hidayat Official, Skripsi (Jakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Hidayatullah, 2019)

⁸ Anti Albaqiyatus Sholihat, Pengaruh Radio Komunitas terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Secara Umum”, Skripsi (Yogyakarta: Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

terdapat pengaruh radio komunitas BEST FM terhadap pengetahuan agama santri.

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada pendekatan yang digunakan dimana sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan *Probability Sampling* yaitu *Stratified Sampling* dikarenakan sampel penelitian yang bertingkat, dan juga terdapat kesamaan pada teknik analisis data dimana sama-sama menggunakan analisis regresi linier sederhana. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah teori yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan *Uses and Gratification* sedangkan peneliti menggunakan teori *Uses and Effect*.

Keempat, Pengaruh Intensitas menonton program tayangan berita Islami masa kini (Beriman) di TransTV terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam oleh Rohmayati⁹. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas menonton terhadap pemahaman keagamaan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan metode pengumpulan data survey, menggunakan teori *Uses and gratification* dengan teknik analisis data regresi sederhana.

Kesamaan dengan yang peneliti lakukan yaitu penggunaan pendekatan kuantitatif deskriptif, metode pengumpulan data yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu menggunakan kuesioner, juga terdapat kesamaan pada teknik

⁹ Rohmayati, "Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan Berita Islami Masa Kini (Beriman) di TransTV terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam", Skripsi (Yogyakarta Jurusan KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

analisis data yaitu analisis regresi linier sederhana. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pada teknik pengambilan sampel dimana peneliti menggunakan teknik *Stratified Samling* sedangkan penelitian tersebut menggunakan *purposive sampling*, juga perbedaan dalam teori yang digunakan dimana peneliti menggunakan teori *Uses and Effect* sedangkan penelitian ini *Uses and Gratification*.

Kelima, Pengaruh intensitas menonton video “Keluarga Beti” dalam channel YouTube Arif Muhammad terhadap sikap Birrul Walidain Mahasiswa penerima Bidik misi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta oleh Nurhidayati¹⁰. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton video “keluarga beti” terhadap sikap birrul walidain mahasiswa. Jenis penelitiannya adalah kuantitatif dengan menggunakan teori efek media, dan teknik penentuan responden penelitian menggunakan *purposive sampling*.

Kesamaan penelitian ini yaitu penggunaan pendekatan kuantitatif, dan penggunaan teknik pengumpulan data survey. Sedangkan perbedaan dengan yang peneliti lakukan yaitu penggunaan teori *Uses and Effect* dan penelitian tersebut menggunakan Teori Efek Media, selanjutnya penggunaan teknik penentuan sampel juga memiliki perbedaan dimana pada penelitian tersebut menggunakan *Purposive Sampling* sedangkan peneliti menggunakan *Stratified Sampling*.

¹⁰ Nurhidayati, “Pengaruh Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti” dalam Channel YouTube Arif Muhammad terhadap Sikap Birrul Walidain Mahasiswa Penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI UIN Sunan Kalijaga)

E. Kerangka Teori

1. Intensitas Menonton

Intensitas berarti keadaan tingkatan atau ukuran intensya. Intens berarti kekuatan, efek, berkobar-kobar (perasaan), sangat emosional (orang).¹¹ Menurut Ajzen, intensitas yaitu suatu usaha seseorang dalam melakukan tindakan tertentu. Suatu tindakan dilakukan dalam kurun waktu tertentu dan memiliki jumlah volume tindakan dikatakan memiliki intensitas.¹² Sedangkan menonton menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah melihat (pertunjukan, gambar hidup, dan sebagainya).¹³ Sehingga bisa diartikan tindakan atau kegiatan melihat suatu gambar atau pertunjukan yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu dengan sungguh-sungguh untuk mencapai hasil sesuai dengan kebutuhan.

Intensitas menonton adalah tingkatan atau kekuatan saat melihat sesuatu dalam hal ini video dakwah. Sikap dan perilaku penonton akan bervariasi tergantung pada seberapa intens mereka menonton. Penonton akan mendapatkan pengetahuan dengan mendengarkan kata-kata yang disampaikan. Pengulangan pengamatan yang terus-menerus akan membantu audiens dalam pemahaman informasi. kemudian audiens akan lebih memahami dan dapat menerapkannya dalam kehidupan nyata sesuai dengan pengamatan yang lebih sering dari setiap individu. Perhatian individu akan tertarik pada sebuah tontonan jika banyak orang lain tertarik

¹¹ Ida Kurnia Dewi, "Pengaruh Intensitas Menonton . . ." Hal. 26

¹² Frisnawati, Awakiya. "Hubungan Antara Intensitas Menonton terhadap Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial pada Remaja" Hal. 34

¹³ KBBI, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005) hal. 438

padanya, dan mereka akan jauh lebih tertarik pada aktivitas yang dianggap lebih menarik.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diambil beberapa unsur dalam intensitas menonton, yaitu bagaimana mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga menonton Channel YouTube Jeda Nulis, Seberapa sering mengakses Channel YouTube Jeda Nulis, serta waktu yang dihabiskan untuk menonton channel YouTube Jeda Nulis tersebut.

Menurut W.J.S Purwadarminta indikator intensitas dibagi menjadi empat aspek, yaitu:

1) Perhatian

Perhatian adalah ketertarikan pada hal tertentu yang menjadi objek perilaku. Hal ini ditunjukkan dengan bagaimana pengguna media secara aktif menggunakannya untuk memenuhi keinginannya. Penonton akan berkonsentrasi menonton tayangan setelah kebutuhan tersebut terpenuhi. Perhatian yang dicurahkan khalayak untuk menonton tayangan-tayangan yang telah disajikan terwujud dalam bentuk tersitanya perhatian, waktu, dan tenaga mereka.

2) Penghayatan

Penghayatan adalah pemahaman pada informasi yang diterima kemudian dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan baru untuk individu. Penghayatan dalam menonton video tayangan dakwah adalah bagaimana memahami isi pesan yang disampaikan dan disimpan sebagai informasi dan pengetahuan baru.

3) Durasi

Durasi adalah jumlah waktu yang dibutuhkan seseorang untuk melakukan perilaku yang diinginkan. Durasi dalam menonton Channel YouTube Jeda Nulis berarti lama waktu yang diperlukan dalam menonton konten pada Channel tersebut.

4) Frekuensi

Frekuensi adalah jumlah pengulangan perilaku atau keseringan seseorang untuk melakukan perilaku yang diinginkan. Frekuensi dalam seberapa sering tiap individu untuk menonton konten YouTube Jeda Nulis berbeda-beda.

2. Media Sosial YouTube

a. Pengertian YouTube

YouTube merupakan sebuah aplikasi berbentuk Video Sharing dimana pengguna dapat melihat video dari pengguna lainnya, karena pengguna YouTube dapat mengunggah video untuk di nikmati oleh para penggunaan atau penonton. Selain itu juga YouTube merupakan situs media social untuk berbagi video yang sangat populer di seluruh dunia. Aplikasi YouTube ini bisa menampilkan beragam macam konten video yang berbeda beda tergantung buatan pengguna yang telah memiliki Akun YouTube, termasuk Film pendek, klip film, klip music, selain itu ada pun konten yang amatir seperti Blog video, video original pendek dan video pendidikan. Pengguna yang tidak terdaftar Akun YouTube dapat melihat atau menonton konten-konten video

yang telah di buat dan di unggah oleh pengguna yang telah memiliki Akun YouTube atau biasa disebut dengan pemilik Channel YouTube¹⁴.

b. YouTube sebagai media komunikasi massa

Komunikasi adalah tindakan menyampaikan informasi kepada orang lain untuk memberitahu dan mempengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku, dapat dilakukan secara lisan atau tidak langsung melalui media. Komunikasi itu sendiri bersifat informatif dan persuasif, dengan informatif untuk menginformasikan dan persuasif untuk mempengaruhi sikap, pandangan, atau tindakan.¹⁵

YouTube dapat dikatakan termasuk salah satu media komunikasi massa, ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikasi massa berlangsung satu arah
- 2) Komunikator pada komunikasi massa melembaga
- 3) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum
- 4) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

c. Efektivitas YouTube dalam mempengaruhi penonton

Jika suatu komunikasi mampu memberikan dampak dan membawa perubahan yang diinginkan, maka komunikasi tersebut

¹⁴ Zichri Fachrul Nurhadi, Ummu Salamah, Ayudithia Arfinsya Yuniar, "*Motif Penggunaan Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Milenial*", Jurnal Komunikasi dan Media Vol 4 No. 2 Februari 2020

¹⁵ Departemen Pendidikan dan Budaya, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 21*

dianggap efektif. Dampak yang dihasilkan dapat dibagi menjadi beberapa, yaitu¹⁶:

- 1) Dampak Kognitif adalah hal-hal yang muncul dalam komunikasi yang menyebabkan audiens mendapatkan pengetahuan dan meningkatkan kecerdasan.
- 2) Dampak afektif adalah dampak yang muncul setelah dampak kognitif dimana penonton muncul perasaan tertentu dan merasakan tergerak dalam hatinya.
- 3) Dampak behavioral adalah efek yang muncul berupa tindakan, perilaku, atau aktivitas tertentu pada penonton.

3. Pemahaman Keagamaan

Secara etimologi pemahaman berasal dari kata paham yang diberi awalan *pe* dan akhiran *an*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan.¹⁷ Sedangkan menurut Anas Sudjono pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk memahami sesuatu setelah mengetahuinya dan kemudian mengingatnya. Dengan kata lain mengetahui tentang sesuatu dan memiliki banyak perspektif untuk melihatnya. Pemahaman merupakan tingkat keterampilan berfikir yang lebih tinggi daripada mengingat dan menghafal.¹⁸

¹⁶ Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, (Bandung: Remaja Karya, 1986), hal 27-32

¹⁷ Ida Kurnia Dewi, "Pengaruh Intensitas Menonton . . ." Hal. 37

¹⁸ Anas Sudjono, *"Pengantar Evaluasi Pendidikan"*, (Jakarta: P.T. Raja Grafindo Persada, 1996) Hal. 50.

Keagamaan secara bahasa berasal dari kata agama yang berawalan *ke-* dan berakhiran *-an* yang berarti sifat-sifat yang terdapat dalam agama. Agama disini adalah agama islam, yaitu suatu sistem Akidah yang mengatur perikehidupan dan penghidupan manusia dalam berbagai hubungan, baik hubungan manusia dengan Tuhannya, dengan sesama manusia, maupun dengan alam lainnya¹⁹. Agama adalah sistem hukum yang diturunkan Allah SWT kepada Rasul-Nya untuk pedoman tingkah laku manusia. Syeikh Muhammad Abdul Badran menjelaskan bahwa agama adalah hubungan antara makhluk dengan Khaliknya. Hubungan ini dapat dilihat dalam sikap batinnya, dalam ibadah yang dilakukan, dan dalam cara berperilaku setiap hari.

Sehingga pemahaman keagamaan adalah proses belajar yang memungkinkan seseorang untuk memahami prinsip-prinsip agama yang dianutnya sehingga dapat dipraktikkan dalam sikap dan perbuatan. Secara garis besar pemahaman keagamaan dibagi menjadi tiga, yaitu:²⁰

a) Akidah

Akidah secara bahasa berarti simpul atau ikatan, sedangkan menurut terminologi diartikan sebagai keyakinan dan kepercayaan. Akidah dalam islam adalah bersifat itiqad bathiniyah yang mencakup masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman dan kepercayaan terhadap ghaib.

b) Syariah

¹⁹ Endang Saifudin Ansori, *Wawasan Islam* (Bandung: Pustaka Perpustakaan Salam ITB), hal. 83

²⁰ Rohmayati, "Pengaruh Intensitas Menonton . . .", Hal. 22

Syari'ah menurut bahasa berarti jalan yang lurus, jalan menuju air, jalan yang dilalui air terjun. Sedangkan menurut Imam syafi'i syariah adalah segala peraturan lahir bagi umat islam yang bersumber pada wahyu yang meliputi cara-cara berhubungan sesama manusia. Sehingga dapat diartikan syariah adalah hubungan yang erat dengan perbuatan dalam rangka menaati hukum-hukum Allah tentang ibadah-Nya dan hal-hal yang berkaitan dengan pergaulan hidup sesama manusia.

c) Akhlak

Secara bahasa Akhlak berarti budi pekerti. Akhlak erat hubungannya dengan kebiasaan dan moral manusia dalam kehidupannya sehari-hari, Jadi akhlak adalah perilaku baik atau buruk seseorang meliputi perilaku terhadap Allah, orang lain, dan alam semesta.

4. Teori Use and Effect

Penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh intensitas akses terhadap khalayak pada dasarnya cenderung menggunakan teori *use and effect*. Teori use and effect pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl yang merupakan sintesis antara pendekatan uses and gartifications dan teori tradisional mengenai efek. Konsep “penggunaan” merupakan bagian terpenting dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan pemikiran tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.²¹

²¹ Ardianto, Elvinaro, Komala Lukiati Komala dan Karlinah Siti. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung 2007, hal 7.

Dalam konteks lain, hal ini merupakan sebuah proses yang lebih kompleks, dimana media dikonsumsi untuk tujuan tertentu dan terkait dengan harapan yang harus dipenuhi. Dalam *usess and gartifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sementara pada *uses and effects* kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media.

Windahl berpendapat bahwa “*uses and effect*” adalah sebuah model yang memandang sebuah konten media sebagai “*conseffects*”. Teori *Uses and Effects* peneliti jadikan landasan teori dalam penelitian ini karena, teori ini memberikan gambaran pada peneliti bahwa kebutuhan adalah salah satu faktor yang menyebabkan penggunaan media dan menimbulkan sebuah hasil atau efek, efek penggunaan media sendiri ditentukan oleh isi konten media dan praktik cara dalam konsumsi media sendiri.

Hal lain yang kuat dari teori use and effect adalah penggunaan *outcome relations* dari penggunaan media: efek, konsekuensi, dan *cons effects*.

a. Efek

Merupakan sebuah hasil dari suatu proses komunikasi yang disebabkan terutama oleh karakteristik dan isi media. Dalam banyaknya model efek, karakteristik konten media sangat menentukan sebagian besar hasil. Hasil dari sebuah proses tersebut bisa disebut efek.

b. Konsekuensi

Dari penggunaan sebuah media, maka munculah sebuah konsekuensi yang dapat mengecualikan, mencegah, atau mengurangi kegiatan lainnya. Hal ini dapat memberikan konsekuensi psikologis seperti ketergantungan pada media.

c. *Conseffects*

Hasil dari pemahaman tentang konten media dari penggunaan media mengarah secara otomatis ke penyimpanan pengetahuan. Dengan menggunakan media maka akan menerima efek dan konsekuensi. Dengan demikian terdapat dua proses yang bekerja bersama, dan menyebabkan hasil yang Windahl sebut sebagai “*conseffect*”.

Diharapkan adanya reaksi dari khalayak atau masyarakat terhadap informasi atau pesan yang di sampaikan dengan menggunakan media massa. Penggunaan teori *uses and effect* ini untuk mengetahui penonton Channel Jeda Nulis dalam mengakses YouTube menimbulkan efek atau proses pembentukan terhadap pemahaman keagamaan melalui konten yang diunggah dalam YouTube.

5. Pengaruh Intensitas Menonton terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga.

YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak mengenai informasi, hiburan dan kepentingan pribadi lainnya. YouTube menawarkan keunggulan dibandingkan media sosial lainnya karena pada dasarnya bersifat audio-visual dan dapat dengan cepat menjangkau audiens yang

lebih luas, termasuk tidak hanya audiens lokal tetapi juga audiens yang lebih besar (internasional). Keberadaan media sosial, khususnya Youtube dapat memberikan manfaat positif sebagai media komunikasi, informasi, hiburan, dan pendidikan.. Namun di lain sisi pesan yang terkandung dalam setiap konten Youtube sangat bergantung pada siapa yang ditonton, dibalik dari berbagai macam konten yang ada, banyak diantaranya hanya berfokus pada kepentingan pendapatan yang didapatkan *content creator* dan mengabaikan kepentingan informasi maupun pendidikan di dalamnya.

Dalam teori *Uses and Effect* yang merupakan sintesis dari pendekatan *Uses and Gratification* tentang dampak konsumsi media. Teori *Uses and Effects* mendasarkan asumsinya bahwa penggunaan media memiliki banyak efek pada individu.

Menurut Windahl, yang menjadi bagian penting dalam teori *Uses and Effect* yaitu pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya. pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan pemikiran tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media dipengaruhi oleh karakteristik individu, keinginan, dan pendapat tentang media, serta tingkat akses ke media, semuanya berdampak pada cara individu dalam memanfaatkan media. Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah

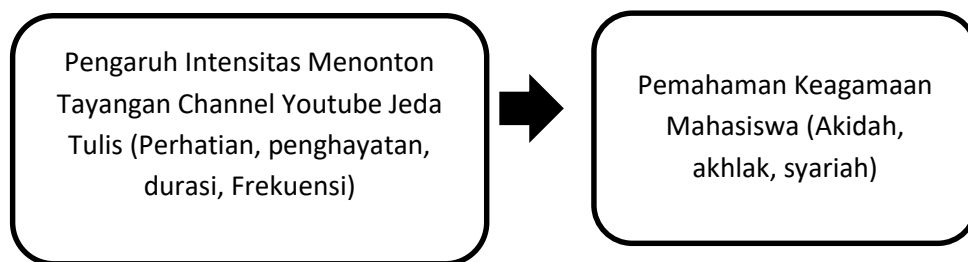
YouTube, media yang digunakan hanyalah perantara, dan hasil yang didapat dari mengkonsumsi khalayak dinamakan efek²².

Prinsip mendasar dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan media akan memberikan dampak setelah menggunakannya. Pengamatan yang dilakukan secara intens atau terus menerus akan membuat penonton semakin memahami pesan yang disampaikan. Semakin memperhatikan dan semakin sering penonton mengamati, maka pemahaman mereka tentang keagamaan akan semakin dalam dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini adalah tayangan video dakwah Channel YouTube Jeda Nulis yang menyajikan konten dakwah islam, hasilnya penonton dapat belajar tentang pengetahuan dan informasi dari tayangan ini dan merasakan efek dari penggunaan atau menontonnya.

F Kerangka Pemikiran

Penulis membahas mengenai pengaruh intensitas menonton tayangan channel YouTube Jeda Nulis terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Peneliti menggunakan Teori Uses and Gratification yang dapat diimplementasikan menjadi kerangka berfikir sebagai berikut:

²² Alfirahmi, "Fenomena Kopi kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect", Jurnal Lugas, Vol. 3, No. 1, 2019. Hal. 23-27



Gambar. Pengaruh

Intensitas Menonton tayangan channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga

Menonton tayangan YouTube merupakan upaya untuk memperoleh informasi yang ada di dalamnya terdapat audio visual yang dapat didengar dan dilihat. Diharapkan penonton dapat menerima dan memahami pesan-pesan informatif dari tayangan tersebut sehingga mereka dapat merespon secara positif dan memahami apa yang disampaikan, sehingga memperoleh pemahaman keagamaan yang lebih mendalam.

G Hipotesis

Secara bahasa hipotesis berasal dari kata *Hypo* berarti kurang dan *tesis* berarti pendapat. Hipotesis diartikan pendapat atau pernyataan yang kebenarannya harus dibuktikan terlebih dahulu karena bersifat sementara atau dugaan awal.²³ Berdasarkan teori tersebut hipotesis pada penelitian ini yaitu:

1. **Hipotesis alternatif (Ha):** Terdapat pengaruh signifikan antara intensitas menonton tayangan YouTube Channel Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

²³Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis dan Riset Komunikasi : Disertai contoh Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Kenana Prenada Media Group, 2009). hlm.28.

2. **Hipotesis Nol/Nihil (Ho):** Tidak terdapat pengaruh signifikan antara intensitas menonton tayangan YouTube Channel Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

H. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi metodologi penelitian yang terdiri dari model analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, serta analisis data.

BAB III : GAMBARAN UMUM TAYAGAN YOUTUBE CHANNEL JEDA NULIS DAN MAHASISWA KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

Dalam bab tiga berisi tentang gambaran umum yang berisi penjelasan mengenai Tayangan Channel YouTube Jeda Nulis dan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab empat berisi hasil penelitian tentang Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman

Keagamaan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi penjelasan mengenai kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah dan saran untuk penelitian kedepannya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian tentang Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga sebagai berikut:

1. Tingkat intensitas menonton tayangan Channel YouTube Jeda Nulis terhadap Pemahaman Keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga termasuk kategori sedang. Dari variabel intensitas menonton yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Aspek durasi memiliki skor persentase tertinggi.
2. Tingkat pemahaman keagamaan pada mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga masuk dalam kategori sedang. Dari indikator pemahaman keagamaan yaitu Akidah, akhlak, dan syariah, indikator Akidah memiliki persentase tertinggi.
3. Terdapat pengaruh antara variabel intensitas menonton tayangan Channel YouTube Jeda Nulis terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga. Hal ini berdasarkan hasil uji hipotesis pada analisis regresi linear sederhana sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga diharapkan dapat menggunakan media sosial secara bertanggung jawab dan bijak karena terlepas dari semua kemudahan modern yang tersedia bagi kita, hanya kita yang dapat memutuskan apa yang ingin kita konsumsi dan bagaimana menggunakannya terutama untuk berdakwah.
2. Untuk channel YouTube Jeda Nulis diharapkan kedepannya dapat terus berkreasi dalam memproduksi konten dakwah YouTube yang bermanfaat dengan tujuan berdakwah dan berbagi keilmuan agama seiring dengan kemajuan era digital dimana siapapun dapat mengakses atau mengunggah video dengan tujuan yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdul Kadir dkk., *Pengantar Teknologi Informasi* (Yogyakarta : Andi offset, 2013)

Ahmad Maujuhan Syah, “Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendanagung”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 1 No. 2 Tahun 2020

Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2001)

Alfiana Yuniar Rahmawati, *Pengaruh Intensitas Menggunakan TikTok terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2019)

Alfirahmi, “Fenomena Kopi kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect”, *Jurnal Lugas*, Vol. 3, No. 1, 2019

Amirudin, “Metode Penelitian Sosial”, (Yogyakarta: Parama Ilmu, 2016)

Anas Sudjono, *“Pengantar Evaluasi Pendidikan”*, (Jakarta: P.T. Raja Grafindo Persada, 1996)

Anti Albaqiyatus Sholihat, *Pengaruh Radio Komunitas terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Secara Umum*, Skripsi (Yogyakarta: Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013)

Ardianto, Elvinaro, Komala Lukiat Komala dan Karlinah Siti. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung 2007

Arie Syahrifudin, *“Studi Korelasi antara Pemahaman Agama Islam dengan Perilaku Keagamaan pada Komunitas Balap Liar di Dusun Kembang Desa Nglegi Gunung Kidul”*, (Yogyakarta: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga, 2015)

Bimowalgito, *Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Andi Offset, 1994)

Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*, (Yogyakarta: Amara Books, 2007)

Departemen Pendidikan dan Budaya, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)

Endang Saifudin Ansori, *Wawasan Islam* (Bandung: Pustaka Perpustakaan Salam ITB)

Evi, Nuryani. *“Hubungan Intensitas mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggara Seberang”*, *E-Journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 3, Tahun 2014, hal. 179-192 Universitas Mulawarman

Fitri Heni Sa’adah, *Pengaruh Intensitas Penggunaan Internet Terhadap Interaksi Sosial Pada Siswa MAN 3 Sleman*, Skripsi (Yogyakarta : Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018)

Ida Kurnia Dewi, *“Pengaruh Intensitas Menonton Ceramah Ustad Adi Hidayat Melalui YouTube Terhadap Pemahaman Keagamaan Penonton (Viewers)”*

Pada Channel YouTube ADI HIDAYAT OFFICIAL, Skripsi (Jakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Hidayatullah, 2019)

Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosakarya, 2007)

Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: LP3ES, 2008)

Morissan dkk, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta : Prenada Media Grup, 2012)

Munawar Syamsudin, “Metode Riset Kuantitatif komunikasi”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013)

Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011)

Nurhidayati, “*Pengaruh Intensitas Menonton Video “Keluarga Beti” dalam Channel YouTube Arif Muhammad terhadap Sikap Birrul Walidain Mahasiswa Penerima Bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*”, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI UIN Sunan Kalijaga)

Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, (Bandung: Remaja Karya, 1986)

Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis dan Riset Komunikasi : Disertai contoh Riset Media, Public Relation. Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Kenana Prenada Media Group, 2009)

Rohmayati, “*Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan Berita Islami Masa Kini (Beriman) di TransTV terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam*”, Skripsi (Yogyakarta Jurusan KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017)

Sugiarto dkk. *Teknik Sampling*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 2003

Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013)

W.J.S. Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta; Balai Pustaka, 1991)

Zichri Fachrul Nurhadi, Ummu Salamah, Ayudithia Arfinsya Yuniar, “*Motif Penggunaan Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Milenial*”, Jurnal Komunikasi dan Media Vol 4 No. 2 Februari 2020

B. Internet

<http://dakwah.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/408-Program-Studi-Komunikasi-dan-Penyiaran-Islam> di akses pada 15 September 2021.

<http://kpi.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1340-Visi-Misi-dan-Tujuan> di akses pada tanggal 28 Desember 2022

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all> diakses pada 2 Agustus 2021

<https://www.suara.com/entertainment/2021/04/21/185241/profil-habib-husein-jafar-al-hadar-yang-terkenal-lewat-pemuda-tersesat?page=all> diakses pada 21 Agustus 2021

<https://www.suara.com/entertainment/2021/04/21/185241/profil-habib-husein-jafar-al-hadar-yang-terkenal-lewat-pemuda-tersesat?page=all> diakses pada 21 Agustus 2021