

Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA.

Al-Muhtadi Sendangagung

Ahmad Maujuhan Syah

Program Studi Bimbingan Konseling Islam

ahmad.johan@insud.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur religiusitas siswa-siswi Al-Muhtadi Sendangagung. Sampel penelitian ini adalah 50 remaja dan pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Alasan peneliti menggunakan teknik sampel tersebut adalah untuk memudahkan penelitian agar tidak banyak klasifikasi khusus sehingga hasil bisa maksimal. Hasil dari penelitian ini adalah nilai signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dakwah media sosial *youtube* berpengaruh terhadap variabel religiusitas. Sedangkan berdasarkan nilai t , diketahui nilai t hitung sebesar $2,024 > t$ tabel $2,011$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dakwah media sosial *youtube* berpengaruh terhadap variabel religiusitas.

I. Pendahuluan

Remaja merupakan objek yang paling banyak digunakan untuk penelitian. Alasan utama dijadikan objek penelitian adalah karena sifatnya yang selalu berubah. Remaja zaman dahulu tentu sangat berbeda dengan zaman sekarang. Bahkan ada sebutan baru untuk remaja zaman sekarang yaitu kaum milenial. Sisi kekanakan yang masih melekat dan pencarian jati diri menjadikan remaja selalu menarik untuk diteliti.

Remaja adalah masa perkembangan pasca anak-anak. Usia aqil baligh, di mana pemikiran-pemikiran abstraknya mulai berkembang. Ketertarikan terhadap lawan jenis lebih terasa dibanding masa anak-anak. Banyak unsur perkembangan pada masa remaja, salah satunya adalah perkembangan religiusitas. Religiusitas merupakan

keberagamaan, yaitu suatu keadaan dalam diri seseorang yang mampu mendorong untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.¹

Tingkat religiusitas remaja tentu berbeda-beda. Banyak faktor yang mempengaruhi, baik lingkungan keluarga, masyarakat, kelompok dan pengetahuan agama remaja tersebut. Setiap manusia memiliki kedalaman pemahaman agama. Pemahaman agama bisa diperoleh melalui berbagai macam sumber, salah satunya adalah melalui media sosial *youtube*.

Perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat. Setiap detik bahkan teknologi ada perkembangan dan perubahan. Teknologi yang ada tentu sangat menunjang kinerja manusia, namun perlu diingat pula bahwa terdapat sisi negatifnya juga. Sebagai salah satu contoh perkembangan teknologi adalah akses internet yang berupa media sosial. Media sosial adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya.²

Terdapat banyak jenis media sosial yang tersebar di dunia maya. Beberapa jenisnya adalah : *facebook, instagram, tweeter, path, youtube*, dan lain sebagainya. Pemanfaatan media sosial juga berbagai macam. Hampir setiap instansi atau perusahaan memiliki media sosial. Bahkan dunia dakwah sekarang memanfaatkan media sosial untuk menjangkau kaum milenial. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para remaja betah berlamalama berselancar di dunia maya.

Secara nyata media sosial telah merubah kehidupan sosial masyarakat hampir disemua jenjang dan strata sosial. salah satu cara untuk mengembangkan, memperkenalkan serta mendekatkan Dakwah Islam pada masyarakat yaitu dengan

¹ Jalaluddin. (2003). *Psikologi Agama (ed.revisi)*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, Hal : 78

² <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>, diakses pada tanggal 23 November 2019

mengunggah video rekaman kajian Islam ke media sosial *Youtube*. *Youtube* adalah media sosial berbasis video yang kini banyak dimanfaatkan oleh Panitia Kajian Islam, Ustadz, maupun individu jamaah untuk berbagi video ceramah atau dakwah islam. Selain itu tidak sedikit pula panitia Kajian Islam yang menyediakan layanan *live streaming* via media sosial *Youtube* agar memudahkan masyarakat untuk turut serta dalam menikmati indahnya menuntut ilmu agama.³

Kanal *youtube* diperkenalkan pada masyarakat dunia pada tahun 2005 oleh tiga sekawan mantan pegawai *PayPal*. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim.⁴ *Youtube* merupakan media sosial untuk mengupload video-video dari user-nya. Pengguna *youtube* bebas mengupload video apa saja yang mereka inginkan dan bisa mengakses video dari pengguna lain, tentunya dengan persyaratan yang sudah diberikan oleh pihak *youtube*. Tentu banyak sekali manfaat media tersebut disamping banyak hal negatifnya.

Salah satu sisi positifnya adalah perkembangan dunia dakwah sudah tidak lagi menggunakan sarana konvensional, namun bisa melakukan dakwah atau penyuluhan melalui media *youtube*. Hal ini merupakan kemajuan dunia dakwah sehingga dakwah bisa menjangkau setiap lini masyarakat. Media sosial *youtube* digemari oleh remaja untuk berbagai macam sarana, baik untuk sekedar melihat video ataupun mengunggah video ke dalam *youtube*. *Youtube* sendiri memiliki banyak manfaat, diantaranya adalah untuk mencari *film*, melihat musik, video terbaru, dan lain sebagainya. Banyak masyarakat beranggapan bahwa *youtube* sebagai penyaluran bakat, namun adapula dari situs ini sebagian masyarakat memanfaatkannya sebagai ajang kreativitas.⁵

³ Ramadhan, Randy & Destiana, Henny, Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Dakwah Islam dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM), *Jurnal & Penelitian Teknik Informatika. Volume 1 Nomor 3*, 2018, hal : 61

⁴ <https://www.anakkost.tv/sejarah-youtube/>, diunduh pada tanggal 4 januari 2020

⁵ Djamali. M. Fadil, Latifah Umi. Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Moral Siswa Kelas VIII Di Mts Negeri Kalibaru Semester Genap Tahun Pelajaran 2015 – 2016. Hal ; 43. Jurnal di unduh dari google cendekia pada tanggal 12 desember 2019

Fenomena yang saat ini terjadi adalah hijrah masal. Banyak kalangan muda yang hijrah. Salah satu contohnya adalah artis terkenal Teuku Wisnu yang menyatakan dirinya hijrah dari ketidaktahuannya mengenai agama menjadi pengikut taat agama. Bukan hanya Teuku Wisnu, fenomena ini menyebar keberbagai penjuru Indonesia dan menyisir seluruh elemen masyarakat, salah satunya kaum milenial atau remaja masa kini.

Fenomena hijrah remaja milenial ini merupakan naiknya tingkat religiusitas. Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi di sini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Kepercayaan ini kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.⁶ Ketika remaja mengakses video dakwah di *youtube*, maka besar kemungkinan semakin tinggi religiusitasnya. Namun demikian, perlu penelitian lebih mendalam mengenai hal tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi religiusitas remaja.

Penjelasan yang sudah dipaparkan di atas yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan sebuah penelitian. Fenomena hijrah dikalangan milenial tersebut apakah memang dampak dari dakwah yang menggunakan media sosial *youtube* atau kah ada faktor lain yang lebih dominan. Dengan demikian judul dari penelitian ini adalah Pengaruh Dakwah Media Sosial Terhadap Religiusitas Remaja Milenial Di Madrasah Aliyah Al-Muhtadi Sendangagung.

II. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dakwah media sosial *youtube* terhadap religiusitas remaja di Madrasah Aliyah Al-Muhtadi

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah :

⁶ Aviyah. Evi, Farid. Muhammad. Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. Persona, Jurnal Psikologi Indonesia. Vol. 3, No. 02. 2014. hal 126 - 129

Penelitian ini memiliki manfaat mengetahui seberapa besar manfaat dakwah media sosial *youtube* terhadap religiusitas remaja di Madrasah Aliyah Al-Muhtadi

III. Landasan Teori

A. Efek Komunikasi Masa

Komunikasi masa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.⁷ Komunikasi masa tentu memiliki efek kepada komunikan. Jalaluddin Rahmat mengatakan dalam bukunya bahwa efek komunikasi masa adalah tentang bagaimana surat kabar atau televise menambah pengetahuan, mengubah sikap, atau menggerakkan perilaku kita.⁸ Tentunya dalam penelitian ini tidak hanya surat kabar dan televise saja tapi semua alat elektronik yang digunakan untuk media komunikasi terutama adalah media sosial *youtube*.

Perubahan-perubahan yang terjadi pada khalayak merupakan efek dari komunikasi masa. Efek disini yang diukur adalah tiga aspek yaitu efek kognitif, efek behavioral, dan efek afektif. Dalam hal ini efek merupakan perubahan ketiga aspek tersebut yang terjadi ketika komunikan telah menerima informasi dari komunikator. Penelitian ini mengukur efek dari dakwah media sosial *youtube* sebagai komunikator.

Berikut ini adalah aspek-aspek efek komunikasi masa, yaitu :⁹

1. Efek kognitif

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

2. Efek afektif

⁷ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi edisi revisi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005, Hal : 189

⁸ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi edisi revisi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005, Hal : 217

⁹ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi edisi revisi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005, Hal : 219

Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, dan dibenci khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap, dan nilai. Khalayak dapat meraskan sedih, senang, menangis, terharu, empai, simpati dan lain-lain.

3. Efek behavioral

Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Perubahan pola tindakan bisa dilihat setelah khlayak menerima informasi, misalkan setelah melihat dakwah untadz A di *youtube* kemudian individu tersebut lebih aktif beribadah dan melakukan kebaikan.

B. Dakwah Media Sosial Youtube

1. Dakwah

Secara semantik, dakwah berarti ajakan, seruan, atau panggilan Allah SWT. mengajak orang-orang beriman pada ”perkampungan damai” (*dar al salam*) yang penuh dengan kebahagiaan yang kekal.¹⁰ Dakwah islam mengajak manusia kembali kepada fitrahnya untuk menyembah dan memohon pertolongan hanya kepada Allah SWT. bukan kepada yang lain.

Secara terminologi, dakwah adalah upaya untuk mengajak orang lain kepada ajaran Islam dengan terlebih dahulu membina diri sendiri. Penyampaian ajaran agama kepada masyarakat dilakukan secara bijak sehingga ajaran islam dipahami dan diamalkan oleh masyarakat.¹¹ Dakwah harus menyejukkan, menggugah, tidak menggurui sehingga output dari dakwah akan menghasilkan perdamaian karena hal ini sesuai dengan sifat agama islam yang *Rahmatan Lil’alamin*.

Sedangkan menurut istilah dakwah dapat juga dimaknai dengan upaya menciptakan kondisi yang kondusif untuk terjadinya perubahan pikiran, keyakinan,

¹⁰ Ma’arif, Bambang S., *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar*, Simbiosis Rikatama Media, Bandung, 2015, Hal : 125

¹¹ Ma’arif, Bambang S., *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar*, Simbiosis Rikatama Media, Bandung, 2015, Hal : 126

sikap dan prilaku ke arah pikiran, keyakinan, sikap dan prilaku yang lebih Islami. Dengan kata lain, melalui kegiatan dakwah seseorang atau sekelompok orang akan berubah pikiran, keyakinan, sikap dan prilakunya ke arah yang lebih positif sesuai dengan ajaran yang ada dalam Islam.¹²

Subjek dakwah ialah orang yang menyampaikan pesan dakwah atau dalam istilah komunikasi disebut *communicator*. Sedangkan objek dakwah lebih kepada sasaran dakwah yang disebut mad'u. Sebaiknya subjek dakwah dan objek dakwah haruslah besinergi dalam aktivitas dakwah. Walaupun seorang dai sudah bagus dalam menyampaikan pesan dakwah namun sasaran dakwah tidak mempunyai sikap dan keinginan yang sungguh-sungguh dalam mendengarkan ceramah maka pesan dakwah tidak akan dipahami dan diterima dengan baik, begitu juga sebaliknya.¹³

2. Media sosial *Youtube*

Kita tentu saja sudah akrab dengan kata media sosial, karena dalam keseharian kita sudah menjalankan media tersebut. Banyak jenis dan model media sosial dan hampir semua orang memiliki akun media sosial. Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai "media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated content*)".¹⁴

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

¹² Alhidayatillah, Nur, *Dakwah Dinamis di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah)*, Jurnal An-nida' : Jurnal Pemikiran Islam, Vol. 41 No. 2, 2017, Hal : 266

¹³ Julis Suriani, *Komunikasi Dakwah Di Era Cyber*, Jurnal An-nida' : Jurnal Pemikiran Islam, Vol. 41, No. 2, 2017, hal : 254

¹⁴ Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi Budaya dan Sioteknologi* (Bandung: Rosdakarya, 2015), hlm. 11.

Media sosial merupakan sarana yang digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial tersebut, seperti terbentuknya nilai-nilai, moral, dan etika.¹⁵

Media sosial *youtube* adalah media di internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara online melalui video yang di unggah oleh pengguna lain. Layaknya interaksi di kehidupan nyata, pengguna di media sosial juga memiliki aturan (hukum) dan etika. Dalam konteks ini yang berlaku di media sosial bisa di lihat dari perspektif perangkat teknologi pengguna.¹⁶

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, *YouTube* telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. *YouTube* menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. *YouTube* merupakan salah satu perusahaan milik *Google*. *YouTube* diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal* (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, *YouTube* langsung mendapat sambutan baik di masyarakat.¹⁷

C. Religiusitas

Menurut kamus besar bahasa Indonesia religi berarti kepercayaan kepada Tuhan, yaitu percaya akan adanya kekuatan adikodrati diatas manusia.¹⁸ Jalaluddin memberikan pengertian religiusitas adalah suatu keadaan yang ada dalam diri

¹⁵ Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi Budaya dan Sioteknologi* (Bandung: Rosdakarya, 2015), hlm. 11.

¹⁶ Djamali. M. Fadil, Latifah. Umi, *Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Moral Siswa Kelas Viii Di Mts Negeri Kalibaru Semester Genap Tahun Pelajaran 2015 – 2016*, jurnal didownload dari google cendekia pada tanggal 23 November 2019

¹⁷ <https://www.anakkost.tv/sejarah-youtube/>, diunduh pada tanggal 4 januari 2020

¹⁸ Dendy Sugiono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa edisi keempat*, (Jakarta : PT. Gramedia Utama), 2008

seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama.¹⁹

Fraser Wats dan Mark William dalam bukunya *Psychology of Religion Knowing* mengemukakan bahwa religiusitas adalah sebuah pengalaman yang berasal baik dari pengetahuan maupun peribadatan yang membawa manusia dekat dengan penciptanya.²⁰ Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi di sini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Kepercayaan ini kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.²¹

Beberapa pengertian di atas dapat diambil kesimpulannya bahwa religiusitas adalah suatu kedalaman keagamaan yang muncul dari dalam diri seseorang baik melalui ilmu pengetahuan atau peribadatan yang mendorong untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada sang Pencipta.

Religiusitas merupakan hal yang penting untuk remaja. Remaja bisa memiliki kontrol diri yang baik jika memiliki tingkat religiusitas yang baik. Tentu saja religiusitas tidak bisa tumbuh dengan sendirinya tanpa ada faktor dari luar untuk merangsangnya tumbuh. Remaja yang cenderung emosinya masih labil sangat mudah terombang ambing oleh lingkungan. Sehingga religiusitas menjadi menarik untuk diteliti lebih detail.

Aktifitas beragama yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (ibadah) tetapi juga aktivitas lain yang didorong kekuatan batin. Jadi, sikap religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan

¹⁹ Jalaluddin, Prof. Dr. H., *Psikologi Agama edisi revisi 2006*, Kota Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2016, hal : 88

²⁰ Fraser Watts & Mark William, *Psychology of Religion Knowing*, (New York: Cambridge University Press, 2007) hlm. 3.

²¹ Aviyah, Evi, Farid, Muhammad. Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol. 3, No. 02. 2014. hal 126 - 129

agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang. Religiusitas mempunyai lima dimensi yang terdiri dari:²²

- 1) Dimensi Ritual/praktik agama (Syari'ah) Yaitu aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianut. Misalnya : pergi ke tempat ibadah, berdo'a pribadi, berpuasa dan lain-lain. Dimensi ritual ini merupakan perilaku keberagamaan yang berupa peribadatan yang berbentuk upacara keagamaan.
- 2) Dimensi Ideologis/keyakinan (Aqidah) Yang mengukur tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifat dogmatis dalam agamanya. Misalnya: menerima keberadaan Tuhan, malaikat, dan setan, surga, neraka, dll. Dalam konteks ajaran islam, dimensi ideologis ini menyangkut kepercayaan seseorang terhadap kebenaran agama-agamanya. Semua ajaran yang bermuara dari Al-Qur'an dan hadits harus menjadi pedoman bagi segala bidang kehidupan. Keberagamaan ditinjau dari segi ini misalnya mendarmabaktikan diri terhadap masyarakat yang menyampaikan amar ma'ruf nahi munkar dan amaliah lainnya dilakukan dengan ikhlas berdasarkan keimanan yang tinggi.
- 3) Dimensi Intelektual/pengetahuan agama (Ilmu) Yaitu tentang seberapa jauh seseorang mengetahui, mengerti, dan paham tentang ajaran agamanya, dan menjauh mana seseorang mau melakukan aktivitas untuk semakin menambah pemahamannya dalam hal keagamaan yang berkaitan dengan agamanya. Secara lebih luas, dimensi intelektual ini menunjukkan tingkat pemahaman seseorang terhadap doktrin-doktrin agama tentang kedalaman ajaran agama yang dipeluknya. Ilmu yang dimiliki seseorang akan menjadikannya lebih luas wawasan berfikirnya sehingga perilaku keberagamaan akan lebih terarah.

²² R. Stark dan C.Y. Glock, "Dimensi Religius", dalam Roland Robertson, *Sosiologi of Religion*, terj. Ahmad Fedyani Saifuddin, *Agama: Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,tt), hlm. 295-297.

- 4) Dimensi Pengalaman atau Penghayatan (*Experiential*) Berkaitan dengan seberapa jauh tingkat muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman religius. Dalam islam dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat dengan Allah, perasaan doa-doanya sering terkabul, perasaan tenang bahagia karena menuhankan Allah, perasaan tawakkal, perasaan khushuk ketika melakukan sholat, perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat Al-Qur'an, perasaan syukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan dari Allah.
- 5) Dimensi Konsekuensial (pengalaman) Dalam hal ini berkaitan dengan sejauh mana seseorang itu mau berkomitmen dengan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya: menolong orang lain, bersikap jujur, mau berbagi, tidak mencuri, dll. Aspek ini berbeda dengan aspek ritual. Aspek ritual lebih pada perilaku keagamaan yang bersifat penyembahan/adorasi sedangkan aspek komitmen lebih mengarah pada hubungan manusia tersebut dengan sesamanya dalam kerangka agama yang dianut. Pada hakekatnya, dimensi konsekuensi ini lebih dekat dengan aspek sosial.

IV. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Saifuddin Azwar (2015) pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika.²³ Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan di MA. Al-Muhtadi Sendangagung yang memiliki 153 murid. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random*

²³ Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal : 115

sampling. Menurut Sugiyono (2018) *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.²⁴ Populasi menurut Sugiyono adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas Objek/sibjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa dan siswi MA. Al-Muhtadi yang berjumlah 153.²⁵ Sedangkan peneliti mengambil sampel 25% dari jumlah populasi yaitu 50 murid, hal ini sesuai dengan pendapat Syaifudin Azwar bahwa apabila populasi berjumlah 100 kebawah maka seluruh populasi dijadikan sampel, namun apabila lebih dari 100 maka bisa diambil 20%-25% dari populasi.²⁶

V. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Analisis

Setelah melakukan tahapan-tahapan dalam pengumpulan data dan analisis data, maka penelitian akan menemukan hasil. Hasil penelitian kemudian dijadikan acuan untuk menarik sebuah kesimpulan. Hasil analisis regresi sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1.1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.280 ^a	.079	.059	4.27318

Table di atas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,280 dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,079, yang berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 7,9%.

Table 1.2

²⁴ Sugiyono, Prof. Dr., (2018), *Metode Peneleitian Kuantitatif*, Bandung : Alfabeta. Hal : 130

²⁵ Sugiyono, Prof. Dr., (2018), *Metode Peneleitian Kuantitatif*, Bandung : Alfabeta. Hal : 130

²⁶ Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal : 137

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.795	1	74.795	4.096	.049 ^b
	Residual	876.485	48	18.260		
	Total	951.280	49			

Table diatas menjelaskan bahwa nilai F hitung = 4,951 dengan signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel religiusitas atau dengan kata lain ada pengaruh variabel dakwah media sosial *youtube* (X) terhadap variabel religiusutas (Y).

Table 1.3

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	66.081	16.830		3.926	.000
	youtube	.631	.312	.280	2.024	.049

Berdasarkan tabel di atas bahwa nilai signifikansi dari tabel *coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dakwah media sosial *youtube* berpengaruh terhadap variabel religiusitas. Sedangkan berdasarkan nilai t, diketahui nilai t hitung sebesar $2,024 > t$ tabel 2,011, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dakwah media sosial *youtube* berpengaruh terhadap variabel religiusitas.

B. Pembahasan

Hasil-hasil analisis yang sudah dilakukan menggunakan SPSS *for windows 22*, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara dakwah media sosial *youtube* terhadap religiusitas siswa-siswi AL-Muhtadi Sendangagung. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samsu Rizal, Ahmad Syarifuddin dan Syarnubi bahwa

perilaku religiusitas siswa MAN 2 Palembang menunjukkan hasil yang sedang atau baik setelah melihat dakwah media sosial *youtube*.²⁷

Religiusitas adalah adalah suatu kedalaman keagamaan yang muncul dari dalam diri seseorang baik melalui ilmu pengetahuan atau peribadatan yang mendorong untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada sang Pencipta. Setiap manusia memiliki sisi religiusitas berbeda-beda dan religiusitas ini bisa muncul oleh pengaruh-pengaruh dari luar. Pengaruh tersebut bisa berupa ucapan, tingkah laku atau ajakan dari orang yang dipandang mumpuni dan patut dicontoh. Sama halnya dengan dakwah-dakwah yang dilakukan oleh untadz-ustadz melinial di *youtube*. Memberikan contoh dan nasihat-nasihat baik yang tentunya setiap individu memiliki ketertarikan tersendiri kepada ustadz-ustadz tersebut sehingga memunculkan perilaku religius yang ditiru dari dakwah tersebut.

Dakwah bisa dilaksanakan melalui situs jejaring sosial seperti facebook, twitter, *youtube* dan lain-lain. Karena itu, pada era sekarang dengan penguasaan teknologi informasi yang baik, da'i bisa memanfaatkan situs jejaring sosial sebagai salah satu sarana dakwah dan tidak hanya berdakwah di mimbar saja. Para da'i harus menguasai teknologi informasi agar menyebarkan dakwah melalui jejaring sosial seperti *youtube* serta jejaring sosial lainnya yang penggunaannya setiap hari terus bertamabah. *Youtube* tidak hanya berisi konten-konten hiburan atau film saja, tetapi jejaring sosial itu bisa menjadi salah satu media dakwah yang efektif.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Randy dan Henny mengungkapkan bahwa *youtube* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan Dakwah Islam.²⁸ Penelitian ini membuktikan bahwa perkembangan dunia teknologi memberikan pengaruh yang luar biasa terhadap kepentingan dakwah islam.

²⁷ Samsu Rizal, Ahmad Syarifuddin dan Syarnubi, *Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Perilaku Religiusitas Siswa Di MAN 2 Palembang*, Jurnal PAI Raden Fatah, Vol. 1, No. 3 (Agustus 2019): 351-370

²⁸ Ramadhan Randy, Destiana Henny, *Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Dakwah Islam dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM)*, Jurnal Teknik Informatika, Volume 1 Nomor 3, Oktober 2018

Masyarakat umum bisa mengakses *youtube* kapan saja dan di mana saja sesuai dengan keinginan sendiri tanpa ada keterpaksaan.

Hasil dari penelitian ini meski tidak memberikan banyak pengaruh yaitu 7.9% (sesuai tabel 1.1) tapi cukup untuk membuat perubahan tingkah laku siswa di Al-Muhtadi. Setelah melakukan kroscek lebih jauh dengan observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa setiap siswa memang memiliki *smartphone* namun tidak semua memiliki akses internet. Banyak siswa yang hanya bisa mengakses internet melalui *wifi* sekolah atau *café* yang menyediakan akses *wifi* gratis. Hal ini dikarenakan tidak semua siswa mampu membeli paket internet yang ada.

Banyak dari siswa dan siswi MA. Al-Muhtadi yang mencotoh *role model* mereka dari dunia nyata. Misalkan sosok guru atau pembina di sekolah tersebut yang mereka rasa pantas dan bagus untuk mereka jadikan idola. Jadi peneliti mengambil kesimpulan bahwa siswa dan siswi Al-Muhtadi cenderung mencontoh guru-guru atau pembinanya secara langsung sedangkan media sosial *youtube* adalah sebagai penguat dari perilaku mereka.

VI. Kesimpulan dan Saran

Pembahasan yang sudah kami paparkan di atas, dapat di ambil kesimpulan bahwa media sosial *youtube* memang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas siswa, namun bukan murni itu saja. Siswa lebih banya melihat contoh langsung yang berada di lingkungan sekitar siswa, misalkan guru, pembina, orang tua. Peran guru dan orang tua disini tergolong penting dalam memberikan contoh langsung terhadap siswa-siswi. Mereka akan cenderung mencontoh suatu tingkah laku yang mereka lihat secara langsung.

Saran yang bisa kami berikan untuk peneliti selanjutnya adalah memasukkan variabel lain selain dakwah media sosial. Kemudian lebih aktif dalam melakukan observasi, karena memang siswa-siswi pada zaman sekarang lebih susah untuk didekati. Menambah jumlah responden lebih diutamakan untuk menguraki resiko kesalahan pada data ststistik.

Daftar Pustaka

- Alhidayatillah, Nur, *Dakwah Dinamis di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah)*, Jurnal An-nida' : Jurnal Pemikiran Islam, Vol. 41 No. 2
- Aviyah. Evi, Farid. Muhammad. Religiusitas, (2014), Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. Persona, Jurnal Psikologi Indonesia. Vol. 3, No. 02.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dendy Sugiono, (2008), *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa edisi keempat*, Jakarta : PT. Gramedia Utama
- Djamali. M. Fadil, Latifah Umi. Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Moral Siswa Kelas VIII Di Mts Negeri Kalibaru Semester Genap Tahun Pelajaran 2015 – 2016. Hal ; 43. Jurnal di unduh dari google cendekia pada tanggal 12 desember 2019
- Fraser Watts & Mark William, (2007), *Psychology of Religion Knowing*, (New York: Cambridge University Press
- Jalaluddin Rahmat, (2005), *Psikologi Komunikasi edisi revisi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Jalaluddin, Prof. Dr. H., (2016), *Psikologi Agama edisi revisi 2006*, Kota Depok : PT. Rajagrafindo Persada
- Jalaluddin. (2003). *Psikologi Agama (ed.revisi)*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Julis Suriani, (2017), *Komunikasi Dakwah Di Era Cyber*, Jurnal An-nida' : Jurnal Pemikiran Islam, Vol. 41, No. 2
- Ma'arif, Bambang S., (2015), *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar*, Simbiosis Rikatama Media, Bandung
- Nasrullah, (2015), *Media Sosial, Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*, Bandung: Rosdakarya
- R. Stark dan C.Y. Glock, "Dimensi Religius", dalam Roland Robertson, *Sosiologi of Religion*, terj. Ahmad Fedyani Saifuddin, *Agama: Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Ramadhan, Randy & Destiana, Henny, (2018) Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Dakwah Islam dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM), Jurnal & Penelitian Teknik Informatika. Volume 1 Nomor 3

Samsu Rizal, Ahmad Syarifuddin dan Syarnubi, (2019), *Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Perilaku Religiusitas Siswa Di MAN 2 Palembang*, Jurnal PAI Raden Fatah, Vol. 1, No. 3

Sugiyono, Prof. Dr., (2018), *Metode Peneleitian Kuantitatif*, Bandung : Alfabeta

Internet :

<https://www.anakkost.tv/sejarah-youtube/>, diunduh pada tanggal 4 januari 2020

<https://www.anakkost.tv/sejarah-youtube/>, diunduh pada tanggal 4 januari 2020

<https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>, diakses pada tanggal 23 November 2019