

**TINGKAT PENGETAHUAN AGAMA PENONTON TAYANGAN BUYA YAHYA MENJAWAB PADA CHANNEL YOUTUBE AL-BAHJAH TV DI MASA PANDEMI COVID-19**

**THE LEVEL OF RELIGIOUS KNOWLEDGE VIEWERS OF BUYA YAHYA MENJAWAB ON THE AL-BAHJAH YOUTUBE CHANNEL TV DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

**Sri Oftaviani<sup>1\*</sup>, Noor Bekti Negoro<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

\*Corresponding Author

E-mail: [sri.oftaviani18@mhs.uinjkt.ac.id](mailto:sri.oftaviani18@mhs.uinjkt.ac.id)

**Abstract**

*The use of the internet and social media during the pandemic is a solution in various activities. The We are social Hootsuite data (2021), shows that YouTube is the most frequently accessed social media by Indonesians with the percentage of Youtube (93.8%), then Whatsapp (87.7%), Instagram (86.6%), and Facebook (85.5%). This phenomenon is seen as a great opportunity to be able to carry out religious education through YouTube social media. The YT Al-Bahjah TV channel is one of the da'wah channels that takes advantage of this opportunity to conduct religious counseling. The purpose of this research; (1) describe the characteristics of the audience of Buya Yahya Answers show (2) describe the level of religious knowledge of the audience of Buya Yahya Answers show (3) analyze the influence between Religious Counseling and the religious knowledge of the audience of Buya Yahya Answers. This research uses a quantitative approach with a survey method. The number of samples in this study was 100 people. The data analysis used was the classical assumption test, multiple linear regression test, correlation coefficient test and determination, t test (partial) and F test (simultaneous). The results of this study indicate that (1) the majority of respondents are 15-28 years old, while the majority of respondents have their last bachelor's degree in addition to that the majority of research respondents are female and the majority of respondents have one gadget, (2) the level of religious knowledge of viewers of Buya Yahya's shows. Al-Bahjah TV's youtube channel is in the high category with a percentage of 45.54 percent, and (3) there is an influence between religious counseling and religious knowledge of viewers of Buya Yahya Menjawab show on the Al-Bahjah TV youtube channel with a percentage of 39.1 percent.*

**Keywords:** Religious counselor, Religious Knowledge, New Media

**Abstrak**

Pemanfaatan internet dan media sosial di masa pandemi menjadi solusi dalam berbagai kegiatan. Data *We are social Hootsuite* (2021), menunjukkan bahwa media sosial youtube paling sering diakses masyarakat Indonesia dengan persentase *Youtube* (93,8%), kemudian *Whatsapp* (87,7%), *instagram* (86,6%), dan *Facebook* (85,5%). Fenomena tersebut dipandang sebagai peluang besar untuk dapat melakukan penyuluhan agama melalui media sosial youtube. Channel Youtube Al-Bahjah TV adalah salah satu channel

dakwah yang memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan penyuluhan agama. Penelitian ini bertujuan; (1) mendeskripsikan karakteristik penonton tayangan Buya Yahya Menjawab (2) mendeskripsikan tingkat pengetahuan agama penonton tayangan Buya Yahya Menjawab (3) menganalisis pengaruh antara Penyuluhan Agama dengan pengetahuan agama penonton tayangan Buya Yahya Menjawab. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 orang Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi dan determinasi, uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) mayoritas usia responden adalah 15-28 tahun sedangkan mayoritas responden menempuh pendidikan terakhir S1 selain itu responden penelitian mayoritas berjenis kelamin perempuan dan mayoritas responden memiliki satu *gadget*, (2) tingkat pengetahuan agama penonton tayangan Buya Yahya Menjawab pada *channel youtube* Al-Bahjah TV berkategori tinggi dengan persentase 45,54 persen, dan (3) terdapat pengaruh antara penyuluhan agama dengan pengetahuan agama penonton tayangan Buya Yahya Menjawab pada *channel youtube* Al-Bahjah TV dengan persentase sebesar 39,1 persen.

**Kata Kunci:** Penyuluhan Agama, Pengetahuan Agama, Media Baru

## PENDAHULUAN

Indonesia awal tahun 2020 menghadapi permasalahan yang cukup serius karena kemunculan gelombang virus korona dengan sebutan *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19). Menurut data per tanggal 25 Juni 2022 kasus aktif tercatat bertambah, sehingga total kasus aktif saat ini menjadi 6.076.894 orang yang terjangkit. Adapun data dengan total pasien sembuh nasional sebanyak 5.906.969 orang. Sedangkan total pasien COVID-19 yang dinyatakan meninggal dunia 156.711 orang. Penularan virus menyebar begitu cepat dan meluas dari manusia ke manusia (*human to human*) melalui sistem

pernafasan yang kemudian merusak kerja jaringan tubuh.

Penyebaran virus yang meluas menjadikan semua aktifitas masyarakat menggunakan teknologi informasi (internet) mulai dari kegiatan pembelajaran dari tingkatan TK sampai Perguruan Tinggi, dan pekerjaan dari kelompok mikro (kecil) maupun makro (besar). Dalam Ihsanuddin, Presiden Jokowi Widodo menyampaikan bahwa kebijakan belajar dari rumah, bekerja dari rumah, dan ibadah di rumah perlu terus digencarkan untuk mengurangi penyebaran COVID-19. Menurut Aqilah kebijakan yang disampaikan oleh pemerintah tersebut sebagai metode yang baru pada bidang pendidikan

dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini.

Menurut hasil penelitian Hanifah *et.al* mengatakan bahwa teknologi memiliki peran yang penting terhadap pelaksanaan pembelajaran terlebih di saat pandemi COVID-19 seperti saat ini. Teknologi berperan sebagai media dalam melakukan interaksi antara pendidik dan peserta didik dalam pelaksanaan pembelajaran daring. Selain itu juga Menurut hasil penelitian Fitria, *et.al* menunjukkan bahwa media internet sangat mempermudah untuk melaksanakan pembelajaran secara daring dengan memanfaatkan *youtube*, *google*, dengan mudah. Selain itu juga, dengan adanya teknologi internet ini dapat dijangkau oleh siapapun meskipun saat pandemi.

Pemanfaatan teknologi informasi saat ini terjadi juga dalam kegiatan penyuluhan agama. Menurut Suharto dan Iryanto Penyuluhan secara bahasa berasal dari kata *suluh*, yang artinya obor atau barang yang dipakai untuk menerangi. Sedangkan secara etimologis penyuluhan dapat diartikan sebagai kegiatan menerangi, menasehati dan memberikan penjelasan. Maka dari itu, penyuluhan agama berarti kegiatan yang

dilakukan oleh penyuluh agama berupa penerangan dan penyampaian ajaran agama kepada masyarakat. (Dudung dan Firman, 2017)

Dengan kondisi pandemi seperti sekarang ini yang bersamaan dengan perkembangan kecanggihan teknologi informasi maka muncul berbagai media untuk berdakwah melalui internet. Media internet dapat diakses dimanapun dan kapanpun selama kita mempunyai paket data internet. Menurut hasil penelitian Fitriyah mengungkapkan bahwasanya peranan media dalam proses penyebaran dakwah di masa pandemi sangatlah penting, karena pada dasarnya dakwah merupakan kebutuhan bagi umat islam. Pemanfaatan internet dan media sosial di masa pandemi saat ini merupakan salah satu jalan keluar dalam berbagai kegiatan yang awalnya harus dilakukan secara tatap muka atau langsung, dan sekarang ini mengharuskan masyarakat menggunakan media sosial untuk melakukan berbagai kegiatan. Sebelumnya kanal dakwah hanya diakses oleh mereka yang sibuk bekerja tapi tetap ingin mendapat siraman rohani. Ataupun mereka yang ingin mendapatkan kajian Islam secara instan.



Selama pandemi ini hampir dipastikan semua kalangan mengakses dakwah Islam dari media sosial. Hal itu dikarenakan kurangnya akses masyarakat untuk datang ke masjid atau majelis taklim yang biasanya menyelenggarakan berbagai kajian Islam. (Ricka dan Ambang, 2020)

Berdasarkan hasil riset *We are social* Hootsuite, di tahun 2021 pengguna internet mencapai 202,6 juta atau sebesar 73,7% dari jumlah populasi di Indonesia. Selain itu juga rata-rata setiap hari waktu menggunakan internet melalui perangkat apapun bisa sampai 8 jam, 52 menit. Masih menurut hasil survey *We are social* Hootsuite total paling banyak diakses antara lain *Youtube* (93,8%), *Whatsapp* (87,7%), *instagram* (86,6%), dan *Facebook* (85,5%). Tentunya dengan adanya data tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial *youtube* paling sering digemari oleh masyarakat Indonesia. Terlebih lagi dengan perkembangan *youtube* yang saat ini sangat berkembang pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyak orang yang beralih profesi sebagai *youtubers* dengan membuat konten-konten yang menarik perhatian penonton.

Menurut hasil penelitian Hamdan dan Mahmmudin mengatakan bahwa penggunaan media *youtube* sebagai media dakwah yang semakin menjanjikan dan semakin mudah dilakukan, hal tersebut dikatakan bahwa keterkaitan antara media *youtube* dengan dakwah adalah kesamaan sasaran, segmentasi yang sama dan kesamaan kebutuhan. Sehingga banyak para pendakwah yang sudah semakin banyak beralih ke dunia maya dan berusaha tidak ketinggalan dalam memanfaatkan situs ini. Selama ini sudah sering kita melihat dakwah dan pengajian dari televisi atau majelis-majelis. Namun dengan perkembangan teknologi informasi seperti sekarang ini, *youtube* menjadi tempat baru bagi pendakwah dalam menyampaikan dakwah. (Ricka dan Ambang, 2020)

*Youtube* merupakan salah satu media sosial yang memiliki kelebihan dapat menyebarkan konten dakwah atau penyuluhan agama secara meluas karena bisa diakses oleh semua kalangan di seluruh dunia. *Youtube* juga mampu memberikan akses kepada penggunanya dengan cara mendownload ataupun melihat video dengan cara *offline*. (Ricka dan Ambang, 2020)

Menurut Rastyka media sosial *youtube* merupakan jembatan bagi kemajuan teknologi dengan bentuk audio visual, maka *youtube* dapat dijadikan salah satu pilihan aktivis dakwah dalam audio visual. Dakwah melalui media sosial *youtube* memiliki banyak keuntungan bagi para pendakwah. Dakwah melalui media sosial *youtube* tidak memerlukan biaya yang banyak, jika dibandingkan berdakwah secara langsung (tatap muka), cukup membuat rekaman video yang dapat diupload di media sosial *youtube* dan dapat dilihat oleh masyarakat luas.

Pemanfaatan *youtube* sebagai media komunikasi dalam menyampaikan materi agama dan juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa ustadz dan ulama. Beberapa nama seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), Ustadz Adi Hidayat (UAH), Gus Muwafiq (GM), Ustadzah Mumpuni Handayekti (UMH), Felix Siau (FS) dan ustadz ataupun ulama lainnya baik itu di daerah serta di perkotaan. *Youtube* menjadi media dakwah bukan hanya digunakan oleh ustadz-ustadz populer saat ini, akan tetapi di berbagai daerah menjadikan *youtube* menjadi bagian dari

berbagai kegiatan keagamaan, baik itu pengajian, ceramah, maupun kegiatan yang bersifat keagamaan lainnya. Sehingga dalam hal ini, pemanfaatan *youtube* sudah menjangkau semua aktifitas yang terjadi diseluruh dunia dengan dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan nantinya. (Arif *et.al* 2020)

*Channel youtube* Al-Bahjah TV adalah salah satu *channel* dakwah islam yang tayangannya menjadi salah satu contoh bentuk penyuluhan agama di era pandemi seperti sekarang ini. Ada pun pelanggan (*subscriber*) *channel* Al-Bahjah TV saat ini (per 18 Desember 2021) berjumlah 3.870.000 orang dengan video yang di unggah sebanyak 9.419 video sejak pembuatan *channel youtube* pada tanggal 25 mei 2015. Berdasarkan penelusuran data pada *channel youtube* Al-Bahjah TV menunjukkan bahwa sebanyak 2,12 persen (200 video) dari total video yang ada, adalah program tayangan “Buya Yahya Menjawab”. Program tayangan tersebut lebih banyak dari pada program kajian lainnya seperti kajian ceramah biasa. Dalam konteks penyuluhan agama program tayangan “Buya Yahya Menjawab” menjadi contoh metode



penyuluhan agama yang dapat digunakan oleh penyuluh agama ketika memberikan penyuluhan terkait permasalahan agama. Program tayangan tersebut menampilkan Buya Yahya selaku narasumber menjawab pertanyaan dari peserta kajian seputar akidah, syariah dan akhlak.

Menurut hasil penelitian Aflah mengatakan bahwa adanya peningkatan pengetahuan/kognitif agama Islam ketika menonton Daqu Movie di *youtube*, selain itu juga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan sikap/afektif dan adanya pengaruh terhadap peningkatan perilaku/konatif pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Tentunya dengan adanya fenomena tersebut, *youtube* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku penonton.

Idealnya penyuluhan agama dalam bentuk tayangan tanya jawab tersebut, menjadikan masyarakat yang menonton tahu dan paham tentang materi yang disampaikan. Namun demikian tidak menutup kemungkinan, ada masyarakat yang masih belum tau dari materi yang disampaikan Buya

Yahya. Maka dari itu, penting dan menarik untuk dilakukan penelitian tentang **Pengaruh Penyuluhan Agama Terhadap Pengetahuan Agama Penonton Tayangan “Buya Yahya Menjawab” Pada Channel Youtube Al-Bahjah TV Di Masa Pandemi COVID-19.**

## METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. (Sugiyono, 2011)

Penelitian survei biasanya memang berhubungan dengan sejumlah besar populasi maka metode yang paling menonjol digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan angket atau kuesioner sehingga tidak mengherankan jika metode penelitian survei selalu diidentikkan dengan kuesioner. Tujuan survei adalah untuk menggambarkan karakteristik dari sejumlah besar populasi oleh karena itu

sampel menjadi isu yang penting dalam survei. Hal ini karena sampel harus dapat mewakili atau mencerminkan populasi.s (Erwan dan Dyah, 2017)

Menurut Sugiyono 2011 populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini yaitu penonton tayangan “Buya Yahya Menjawab” yang memberikan komentar pada tiga video pilihan peneliti sebanyak 984 orang. Alasan dari pemilihan ketiga video tersebut dikarenakan materi dari tayangan di *channel youtube* Al-Bahjah TV sudah mempresentasikan materi penyuluhan agama yang terdiri dari akidah, syariah, dan akhlak.

Sugiyono, 2011 menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Adapun penentuan sampel penelitian menggunakan tingkat presisi dengan tingkat kesalahan atau *margin error* 10% pada derajat kebenaran 90%. Dalam penentuan besaran sampel, penulis menggunakan rumus Slovin.

Tempat dilaksanakan penelitian ini yaitu di akun *channel youtube* Al-Bahjah TV dengan menyebarkan *Google Form* di kolom komentar di tiga vidio pilihan peneliti. Adapun waktu penelitian lapangan dilakukan pada bulan Mei 2022

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pengertian Penyuluhan Agama

Secara harfiah, penyuluhan bersumber dari kata suluh yang berarti obor ataupun alat untuk menerangi keadaan yang gelap. Dari asal perkataan tersebut dapat diartikan bahwa penyuluhan dimaksudkan untuk memberi penerangan atau pun penjelasan kepada mereka yang akan di suluhi, agar tidak lagi berada dalam kegelapan mengenai sesuatu masalah tertentu. Penyuluhan merupakan jenis kasus pendidikan pemecahan masalah (*problem solving*) yang berorientasi pada tindakan, yang mengajarkan sesuatu, mendemonstrasikan, dan memotivasi tapi tidak melakukan pengaturan, dan juga tidak melaksanakan program yang *non* edukatif. (Zulkarimein, 1990)

Penyuluhan dapat dipahami sebagai suatu pertalian timbal balik (*face to face*) antara dua orang individu (penyuluh dan tersulu) untuk meningkatkan pengertian



dan kemampuan dalam menghadapi atau memecahkan masalahnya berdasarkan penentuan diri sendiri. Menurut Zainal Arifin, penyuluhan adalah proses pemberian bantuan baik kepada individu atau kelompok dengan menggunakan metode-metode psikologis agar yang bersangkutan dapat keluar dari masalahnya sendiri, baik bersifat preventif, kuratif, korektif, maupun *development*.

Adapun penyuluhan agama menurut peraturan MENPAN RB No 9 tahun 2021 adalah suatu proses perubahan perilaku yang dilakukan melalui penyebaran informasi, komunikasi, motivasi, konseling, edukasi, fasilitasi dan advokasi baik secara lisan, tulisan dan praktik dalam rangka pengembangan pengetahuan, sikap dan perilaku kelompok masyarakat sasaran agar mereka mengetahui, termotivasi dan mampu memahami, melaksanakan ajaran agama dengan benar sekaligus mempunyai kepedulian dan partisipasi aktif dalam pembangunan bidang sosial atau keagamaan dengan menggunakan bahasa atau ajaran agama.

Dengan demikian, kegiatan penyuluhan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kegiatan yang

dilakukan oleh seorang penyuluh agar dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap dengan menggunakan beberapa metode penyuluhan, media penyuluh dan materi penyuluhan.

## B. Pengertian Pengetahuan Agama

Secara *etimologi* pengetahuan berasal dari kata dalam Bahasa Inggris yaitu *knowledge*. Dalam *Encyclopedia of Phisology* dijelaskan bahwa definisi pengetahuan adalah kepercayaan yang benar. Sedangkan secara *terminology* yang dikemukakan oleh beberapa definisi tentang pengetahuan. Menurut Drs. Sidi Gazalba, pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti dan pandai. Pengetahuan itu adalah semua milik atau isi pikiran. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu.

Burhanuddin Salam, mengemukakan bahwa pengetahuan yang dimiliki manusia ada empat, yaitu:

- a. Pengetahuan biasa, yakni pengetahuan yang dalam filsafat dikatakan dengan istilah *common sense*, dan sering diartikan dengan *good sense*, karena seseorang



memiliki sesuatu di mana ia menerima secara baik. *Common sense* diperoleh dari pengalaman sehari-hari, seperti air dapat dipakai untuk menyiram bunga, makanan dapat memuaskan rasa lapar, musim kemarau akan mengeringkan sawah tadah hujan, dan sebagainya.

- b. Pengetahuan ilmu, yakni *ilmu* sebagai terjemah dari *science*. Dalam pengertian yang sempit *science* diartikan untuk menunjukkan ilmu pengetahuan alam, yang sifatnya kuantitatif dan objektif. Ilmu dapat merupakan suatu metode berpikir secara objektif (*objective thinking*), tujuannya untuk menggambarkan dan memberi makna terhadap dunia factual. Pengetahuan yang diperoleh dengan ilmu, diperolehnya melalui observasi, eksperimen dan klasifikasi.
- c. Pengetahuan filsafat, yakni pengetahuan yang diperoleh dari pemikiran yang bersifat kontemplatif dan spekulatif. Pengetahuan filsafat lebih menekankan pada universalitas dan kedalaman kajian tentang sesuatu. Kalau ilmu hanya pada satu bidang

pengetahuan yang sempit dan rigid, filsafat membahas hal yang lebih luas dan mendalam. Filsafat biasanya memberikan pengetahuan yang reflektif dan kritis, sehingga ilmu yang tadinya kaku dan cenderung tertutup menjadi longgar kembali.

- d. Pengetahuan agama, yakni pengetahuan yang hanya diperoleh dari Tuhan lewat para utusan-Nya. Pengetahuan agama bersifat mutlak dan wajib diyakini oleh para pemeluk agama. Pengetahuan mengandung beberapa hal pokok, yaitu ajaran tentang cara berhubungan dengan Tuhan, yang sering juga disebut dengan hubungan *vertical* dan cara berhubungan dengan sesama manusia, yang sering juga disebut dengan hubungan *horizontal*. Pengetahuan agama yang lebih penting di samping informasi tentang Tuhan, juga informasi tentang hari akhir. Iman kepada hari akhir merupakan ajaran pokok agama dan sekaligus merupakan ajaran yang membuat manusia optimis akan masa depannya.

### C. Pengertian Media Baru



Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, *computer*, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mapat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan *computer* dan *smartphone* dan internet secara khususnya. (Yesi, 2015)

Teknologi *computer* dan internet adalah hal yang mendasari munculnya istilah *new media*. Secara sederhana *new media* berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. *New media* adalah sebuah bentuk konvergensi atau penggabungan media konvensional dengan media digital. Keunggulan dari *new media* adalah sifatnya yang *realtime*, dimana masyarakat dapat mengakses informasi dan layanan

yang cepat, kapan dan dimana saja selama mereka terkoneksi dengan perangkat terkomputerisasi dan jaringan internet. (Yesi, 2015)

Media sosial sebagai bagian dari media baru yang memang menghadirkan cara pandang baru terkait bagaimana manusia memaknai arus informasi yang di era globalisasi ini “*berseliweran*” dimana-mana. Media sosial memang memberikan informasi, yang bagi manusia modern adalah bagian dari kebutuhan primer, hanya saja akurasi dan kebenaran dari informasi tersebut membutuhkan verifikasi lanjutan. Bedanya dengan media konvensional, di mana ada aturan hukum yang melingkupi setiap aliran informasi yang ditampilkannya, dalam konteks media sosial hal tersebut sama sekali tidak ada. Maka, tak heran muncul terminologi “*hoax*”, “*fake news*”, “*false news*”, dan lain-lain. (Jerry, 2020)

Sifat media sosial adalah *daring*, alias sangat membutuhkan internet. Hal tersebut membuat penggunaannya sangat mudah untuk terlibat berpartisipasi. Partisipasi dalam hal ini artinya adalah

kemudahan berbagi dan menyampaikan informasi, kemudahan juga dalam membuat konten, pesan, atau isi yang akan disampaikan kepada khalayak, dan mengomentari masukan-masukan yang diterima, di mana semua hal tersebut terjadi secara cepat tanpa batasan-batasan yang restriktif. (Jerry, 2020)

**D. Klasifikasi Responden**

**a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia dalam penelitian ini dikategorikan menjadi tiga golongan yang terdiri dari muda (15-28 tahun), dewasa (29-42 tahun) dan tua (43-55 tahun). Tabel 1 menunjukkan jumlah dan persentase responden berdasarkan usia.

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1.	15-28 Tahun	92 Responden	92,00%
2.	29-42 Tahun	3 Responden	3,00%
3.	43-55 Tahun	5 Responden	5,00%

Sumber: hasil olah data peneliti

Berdasarkan Tabel 1 Dari 100 Responden sebanyak 92 responden yang berusia 15-28 tahun, 3 responden berusia 29-42 tahun, 5 responden yang berusia 43-55 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas usia responden dalam penelitian ini dalam kategori usia muda yaitu 15-28 tahun, sedangkan usia dewasa dalam

penelitian ini sebanyak 3 responden dengan usia 29-42 tahun.

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi tiga golongan yang terdiri dari (SD-SMP), (SMA) dan (D3-S1). Jumlah dan persentase responden berdasarkan pendidikan disajikan dalam Tabel 2

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1.	SD-SMP	4 Responden	4,00%
2.	SMA	34 Responden	34,00%
3.	D3-S1	62 Responden	62,00%

Sumber: hasil olah data peneliti



Berdasarkan Tabel 2. Dari 100 responden penelitian sebanyak 4 (4,00%) responden yang berpendidikan sampai SD-SMP, 34 (34,00%) responden yang berpendidikan sampai SMA, 62 (62,00%) responden yang

Jenis kelamin dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua golongan yang terdiri dari perempuan dan laki-laki. Pada

berpendidikan sampai D3-S1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini menempuh Pendidikan terakhir D3-S1.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
Tabel 4.3 disajikan jumlah dan persentase responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-Laki	21 Responden	21,0%
2.	Perempuan	79 Responden	79,0%

Sumber: hasil olah data peneliti

Berdasarkan Tabel 3. Dari 100 responden penelitian sebanyak 21 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 79 responden yang berjenis kelamin perempuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas dalam penelitian ini adalah perempuan.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah *Gadget*  
Jumlah *gadget* dalam penelitian ini dikategorikan menjadi tiga golongan yang terdiri dari (satu-dua), (tiga) dan (empat). Jumlah *gadget* dalam penelitian ini dapat dilihat Pada Tabel 4.

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah *Gadget***

No	Jumlah <i>Gadget</i>	Jumlah Responden	Persentase
1.	Satu-Dua	96 Responden	96,00%
2.	Tiga	3 Responden	3,00%
3.	Empat	1 Responden	1,00%

Sumber: hasil olah data peneliti

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan

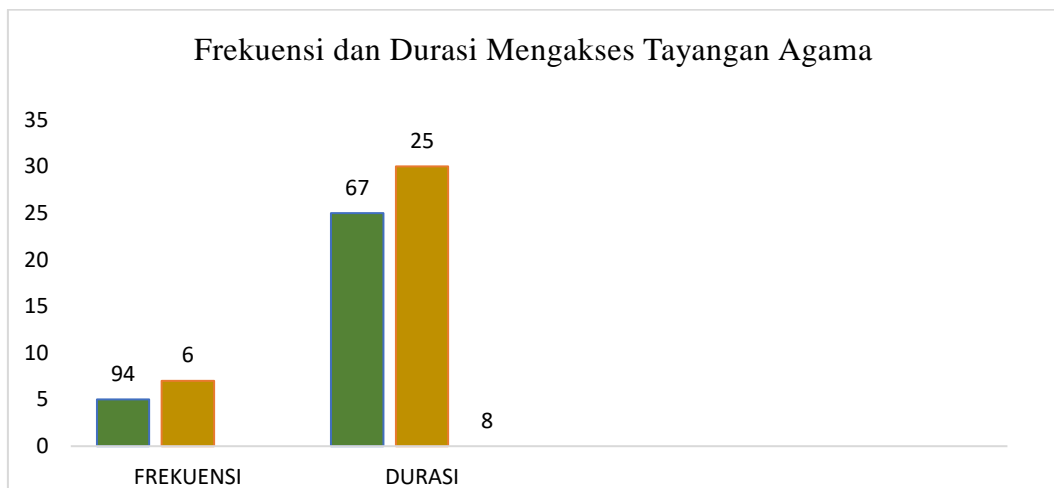
bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini sebanyak 96



responden yang memiliki satu-dua *gadget*, 3 responden yang memiliki tiga *gadget*, 1 responden yang memiliki empat *gadget*. Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan

bahwa mayoritas responden memiliki satu-dua *gadget*.

e. Data Responden Berdasarkan Frekuensi dan Durasi Mengakses Tayangan Agama Dalam Seminggu



**Gambar 1.** Data Responden Berdasarkan Frekuensi dan Durasi Mengakses Tayangan Agama

Berdasarkan Gambar 2, dapat diketahui bahwa responden dalam frekuensi mengakses tayangan agama dalam satu minggu terdapat 94 responden yang mengakses kurang dari 5 kali dalam satu minggu dan 6 responden yang mengakses lebih dari 7 kali dalam satu minggu.

Sedangkan durasi responden dalam mengakses tayangan agama dalam satu minggu terdapat 67 responden yang menonton kurang

dari 25 menit, 25 responden yang menonton lebih dari 30 menit dan 8 responden tidak memiliki durasi dalam menonton tayangan agama.

f. Tingkat Pengetahuan Agama

Tingkat pengetahuan agama dalam penelitian ini dikategorikan menjadi tiga golongan yang terdiri dari rendah (81-92), sedang (93-104) dan tinggi (105-115). Pada Tabel 5 disajikan jumlah dan persentase tingkat pengetahuan agama.

**Tabel 5. Tingkat Pengetahuan Agama**

No	Klasifikasi	Jumlah Responden	Persentase
1.	Rendah (81-92)	15 responden	15,00%
2.	Sedang (93-104)	40 responden	40,00%
3.	Tinggi (105-115)	45 responden	45,00%

E. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan

bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik. Metode yang digunakan yaitu metode *Kolmogorov-Smirnov*.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dianalisa dengan SPSS for Windows Version 22, maka didapatkan hasil sebagai berikut.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.61421721
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.043
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



Berdasarkan pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Oleh karena itu nilai signifikansinya lebih besar dari  $\alpha$  yakni  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan data variabel Penyuluhan Agama dan Pengetahuan Agama berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi mengandung masalah

heteroskedastisitas artinya varian variabel dalam model tersebut tidak konstan. Masalah heteroskedastisitas sering muncul dalam data *cross section*. Data silang tempat (*cross section*) sering memunculkan masalah heterosdastisitas karena variasi unit individunya. Suatu model regresi dikatakan bebas multikolinearitas jika mempunyai nilai  $VIF < 0,10$  dan mempunyai angka  $tolerance > 0,10$ .

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.585	6.017		-.596	.553
Materi	.100	.076	.135	1.321	.190
Terpaan Media	.025	.077	.034	.329	.743

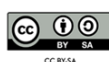
a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan Tabel 7 hasil Uji heterokedastisitas yang menggunakan Uji *Glejser* menunjukkan hasil signifikan variabel materi ( $X_1$ ) yaitu 0.190 dan variabel terpaan media ( $X_2$ ) yaitu 0.743 atau dengan persamaan  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan hasil uji heteroskedastisitas variabel materi

( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Pengujian uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya satu atau lebih variabel bebas mempunyai hubungan dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai



*Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) serta besaran korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dikatakan bebas

multikolinearitas jika mempunyai nilai  $VIF < 0,10$  dan mempunyai angka *tolerance*  $> 10,00$

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	28.443	9.517		2.989	.004		
Materi	.847	.120	.570	7.059	.000	.967	1.034
Terpaan Media	.250	.121	.166	2.059	.042	.967	1.034

a. Dependent Variable: Pengetahuan Agama

Berdasarkan Tabel 8 hasil uji multikolinearitas diperoleh dari variabel materi ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) yang dimana kedua variabel tersebut memiliki nilai tolerance 0.967 atau  $> 0,10$ . Selain itu, variabel materi ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) bersama-sama memiliki nilai VIF 1.034 atau  $< 10,00$  maka data dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas.

2. Uji Regresi Linear Berganda  
 Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel tak bebas.

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF





1 (Constant)	28.443	9.517		2.989	.004		
Materi	.847	.120	.570	7.059	.000	.967	1.034
Terpaan Media	.250	.121	.166	2.059	.042	.967	1.034

b. Dependent Variable: Pengetahuan Agama

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat nilai constant sebesar 28.443 dan untuk nilai materi sebesar 0.847 sementara nilai terpaan media sebesar 0.250 sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + a_1 X_1 + a_2 X_2$$

$$Y = 28.272 + 0.849 X_1 + 0.251 X_2$$

Berdasarkan nilai persamaan tersebut, maka dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 28.443 yang menyatakan jika materi ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) sama dengan 0, maka pengetahuan agama bernilai 28.443.
- 2) Nilai koefisien variabel materi ( $X_1$ ) sebesar 0.847 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel materi ( $X_1$ ) sebesar 1% maka pengetahuan agama meningkat

sebesar 0.847 (84,7%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel materi ( $X_1$ ) sebesar 1% maka pengetahuan agama menurun sebesar 0.847 (84,7%).

- 3) Nilai koefisien variabel terpaan media ( $X_2$ ) sebesar 0.250 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel terpaan media ( $X_2$ ) sebesar 1% maka pengetahuan agama meningkat sebesar 0.250 (25,0%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel terpaan media ( $X_2$ ) sebesar 1% maka pengetahuan agama menurun sebesar 0.250 (25,0%).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa materi dan terpaan media berpengaruh pada pengetahuan agama.

### 3. Uji koefisien korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau



lebih. Penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson* atau *Product Moment Correlation*. Hasil uji

koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 10.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Korelasi**  
Correlations

Variabel		Pengetahuan Agama
Materi	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Terpaan Media	Pearson Correlation	.270**
	Sig. (2-tailed)	.007
	N	100
Pengetahuan Agama	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

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

Berdasarkan Tabel 10. maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebagai berikut:

- 1) Variabel materi ( $X_1$ ) mempunyai nilai  $r$  sebesar 0,601 yang mempunyai korelasi yang erat karena berada pada  $0,50 < 0,601 < 0,75$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
  - 2) Variabel terpaan media ( $X_2$ ) mempunyai nilai  $r$  sebesar 0,270 yang mempunyai korelasi lemah karena berada pada  $0,25 < 0,270 < 0,50$  dan nilai signifikan  $0,007 < 0,05$ .
4. Uji Koefisien determinasi
- Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan  $R^2$  pada

prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen. Jadi koefisien determinasi sebenarnya mengukur besarnya persentase pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependennya. Hasil uji koefisien determinasi ditunjukkan pada nilai *R Square* pada tabel *Model Summary* dalam menjelaskan pengaruh variabel materi ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) terhadap pengetahuan agama ( $Y$ ). Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 11.



**Tabel 81. Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 <sup>a</sup>	.388	.375	6.682

a. Predictors: (Constant), Terpaan Media, Materi

b. Dependent Variable: Pengetahuan Agama

Berdasarkan Tabel 11 diketahui bahwa pengaruh penyuluhan agama terhadap pengetahuan agama sebesar 0,388 artinya adalah sumbangan tersebut signifikan karena  $\alpha > 0,05$ . Berdasarkan Tabel 4.11 selanjutnya dilakukan perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Maka hasilnya menunjukkan bahwa 38,8% variabel pengetahuan agama dipengaruhi oleh materi (X<sub>1</sub>) dan terpaan media (X<sub>2</sub>). Sedangkan sisanya (100- 38,8 = 61,2%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.

5. Uji T

Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual terhadap variabel dependennya. Uji terhadap nilai statistik t juga disebut uji parsial yang berupa koefisien regresi.

**Tabel 12. Uji T (Koefisien Korelasi Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	28.443	9.517		2.989	.004
Materi	.847	.120	.570	7.059	.000
Terpaan Media	.250	.121	.166	2.059	.042

a. Dependent Variable: Pegetahuan Agama

Dalam penelitian ini, t<sub>tabel</sub> diperoleh angka sebesar 1,987 yang

dirumuskan bahwa nilai t<sub>tabel</sub> dapat dilihat pada tabel *statistic* pada



derajat kebebasan 0,05. Berdasarkan Tabel 12 maka hasil uji koefisien parsial adalah sebagai berikut;

- 1) Variabel materi ( $X_1$ ) terhadap pengetahuan agama (Y) Variabel materi ( $X_1$ ) memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung sebesar  $7,059 > 1,987$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel materi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap pengetahuan agama (Y).
- 2) Variabel terpaan media ( $X_2$ ) terhadap pengetahuan agama (Y)

Variabel terpaan media ( $X_2$ ) memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,040 < 0,05$  dan nilai thitung sebesar  $2,059 > 1,987$  artinya adalah terpaan media ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan agama ( $X_2$ ).

#### 6. Uji F

Nilai statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan/model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 13. Uji F (Simultan)**

Model	Sum of Squares	Df	ANOVA <sup>a</sup>		
			Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2741.601	2	1370.800	30.701	.000 <sup>b</sup>
Residual	4331.039	97	44.650		
Total	7072.640	99			

a. Dependent Variable: Pengetahuan Agama  
 b. Predictors: (Constant), Terpaan Media, Materi

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh materi ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) terhadap pengetahuan agama adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung}$  sebesar  $30,701 > 3,09$ .

Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya bahwa terdapat pengaruh materi ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) terhadap pengetahuan agama secara signifikan.



## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan penelitian yang berjudul Pengaruh Pengaruh Penyuluhan Agama Terhadap Pengetahuan Agama Penonton Tayangan Buya Yahya Menjawab Pada Channel Youtube Al-Bahjah TV Di Masa Pandemi COVID-19 yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas usia responden adalah 15-28 tahun sedangkan mayoritas responden menempuh pendidikan terakhir S1 selain itu responden penelitian mayoritas berjenis kelamin perempuan dan mayoritas responden memiliki satu gadget.
2. Tingkat pengetahuan agama penonton tayangan Buya Yahya Menjawab pada channel youtube Al-Bahjah TV dalam kategori tinggi, atau dapat diartikan bahwa responden memiliki pengetahuan agama yang baik.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penyuluhan agama terhadap pengetahuan agama penonton tayangan Buya Yahya Menjawab pada channel youtube Al-Bahjah TV. Artinya semakin tinggi penyuluhan agama maka

semakin tinggi juga pengetahuan agama, sebaliknya semakin rendah penyuluhan agama maka semakin rendah pula pengetahuan agama.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahrabbi'alamiin segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberi kekuatan dan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Selama proses penelitian dan penyusunan ini tentunya terdapat berbagai hambatan yang penulis alami. Namun penulis mendapatkan banyak bantuan, dorongan, motivasi, kekuatan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis meminta maaf karena masih banyak kekurangan dalam penulisan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Aini, AZ (2018). *Pengaruh E-Dakwah Daqu Movie di Youtube Terhadap Peningkatan Pengetahuan Islam Pada Mahasiswa UINSA Surabaya*. Skripsi.

Al Bahjah Foundation. Diakses pada 20 Mei 2022. <https://albahjah.or.id/visi-misi-moto/>



- Al Bahjah Foundation. Diakses pada 20 Mei 2022. Tersedia pada: <https://albahjah.or.id/sejarah-berdirinya-yayasan-al-bahjah/>
- Ansori, I dan Fitriyah, N. (2021). Pentingnya Media Sosial sebagai Sarana Dakwah di Masa Pandemi. *Journal of Informatics and Vocational/ Education (JOIVE)*. 4(2).
- Aqilah, F. (2021). YouTube Approach Sebagai Media Pembelajaran Komunikasi Digital Preschool di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Audiens..* 2(2).
- Arfinsya, A., Fachrul Z, dan Salamah, U. (2020). Motif Penggunaan Youtube Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial. *Jurnal Komunikasi dan Media*. 4(2).
- Bakhtiar, A. (2012). *Filsafat Ilmu*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Budiana, D., Rakadiwak, A dan Prijana, I. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi “Kata Ustadz Solmed” di SCTV. *Jurnal e-Komunikasi*. 7(1).
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media
- Chandra, E. (2017). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*. 1(2).
- Data Sebaran Perkembangan COVID-19. Diunggah Pada 25 Juni 2022. Diakses pada 25 Juni 2022. Tersedia pada: <https://covid19.go.id/>
- Daulay, A dan Handayani, R. (2020). Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi. *Jurnal Hikmah*. 15(1).
- Departemen Agama. (2009). *Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung: Syaamil Al-Quran PT. Sygma Examedia Arkanleema.
- Dharma, S. (2008). *Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian Pendidikan*.(Jakarta: Direktur. Tenaga Kependidikan, Ditjen PMPTK
- Dhela, GR. (2020). *Pemanfaatan Channel Youtube sebagai Media Dakwah Islam*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Fairus, AR dan Fazri, A. Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Jurnal Communication*. 2020. 11(1)1.
- Fitriyani, A dan Solihin, MM. (2021). Hubungan Penyuluhan Agama dengan Pengetahuan Agama Jamaah di Majelis Ta’lim Aisyaturidho Kecamatan Cilodong-Depok. *Jurnal Penyuluhan Agama*. 8(1).
- Gunawan, Ce. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang Merasa Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika..* Sleman: Deepublish
- Hambali, M. (2019). Pengaruh Isi Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube Terhadap Persepsi Keislaman Mahasiswa Fakultas

- Dakwah IAIN Salatiga Angkatan Tahun 2017. Skripsi. IAIN Salatiga
- Hanifah, Unik., Laili LS., Khusna HL., Ayu PL., Asyharinur A. (2020). Peran Teknologi Dalam Pembelajaran di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*. 17(2).
- Hasanah, IN. (2021). Pengaruh Penyuluhan Agama Terhadap Pengetahuan Agama Penonton Channel Youtube Yufid TV. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ihsanuddin. (2020). *Jokowi: Kerja dari Rumah, Belajar dari Rumah, Ibadah di Rumah Perlu Digencarkan*. Diunggah pada 16 Maret 2020. Diakses pada Kamis 16 Desember 2021 pukul 19.34 WIB. Tersedia pada tautan: <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/16/15454571/jokowi-kerja-dari-rumah-belajar-dari-rumah-ibadah-di-rumah-perlu-digencarkan?page=all>
- Ilham. (2018). Peranan Penyuluh Agama Islam dalam Dakwah. *Jurnal Alhadharah*. 17(33).
- Ilmar, A., Indrawan, J dan Efriza. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Medium*. 8(1).
- Irianto, A. (2015). *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Kusnawan, A. (2011). Urgensi Penyuluhan Agama. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 5(17).
- Mahmudin dan Hamdan. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Sosial Religion Research*. 6(1).
- Mardikanto, T. (2009). *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Press
- Marsidi., Sutrisno E., Wachidah LN., Allamah N., Kartikamimhsih Y. (2021). *Penyuluh Agama Sebagai Agen Perubahan dalam Praktik Moderasi Beragama*. Malang: Guepedia.
- Masturi, A dan Rubiyannah. (2010). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Monalissa. (2021). Pengaruh Aktivitas Mendengarkan Ceramah Lewat Youtube Terhadap Penambahan Agama Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi. UIN SUSKA Riau.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenada Media Group
- Nasution, Z. (1989). *Prinsip-Prinsip Kounikasi untuk Penyuluhan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nugraha, F., dan Rohman, DA. (2017). *Menjadi Penyuluh Agama Profesional Analisis Teoritis dan Praktis*. Bandung: LEKKAS.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 9 tahun 2021 tentang, pasal 1



- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*. 18(3).
- Rappedeo, MI. (2019). Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @Hanan\_Attaki Terhadap Religiusitas Para Followers. *JOM FISIP*. 6(2).
- Ratih, D dan Agus, E. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media
- Rifdayuni, NA. (2018). *Peran Penyuluh Agama dalam Kehidupan Beragama Guna Meningkatkan Keluarga Sakinah*. Tesis. UIN Raden Intan Lampung.
- Riyanto, AD. (2021). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. Diakses pada Kamis, 16 Desember 2021 pukul 17.34 WIB. Tersedia pada tautan <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021>
- Saraswati, D., Nasor, M dan Pramudya, E. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Pesan Dakwah Dalam Program Acara Siraman Qalbu Bersama Ustadz Danu di MNCTV. *Jurnal Ri'ayah*. 6(1).
- Sayan, Suryana., Fitria, N dan Nurlaili, A. (2021). Manfaat Media Internet dalam Pembelajaran PAI Pada Masa Pandemi COVID-19 di SDN Linggarsari 1 Kecamatan Tegalsari Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*. 6(2).
- Setiana, L. (2005). *Teknik Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Setiawati. (2021). Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bei. *Jurnal inovasi penelitian*. 1(8).
- Silaen, S., dan Widiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: In Media
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parameterik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sodik, MA., dan Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Solihin, M.M. (2019). Partisipasi Ibu Rumah Tangga dalam Pengelolaan Sampah melalui Bank Sampah di Desa Ragajaya, Bojonggede-Bogor Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 17(3), 388-398.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi
- Syah, AM (2020). Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas di MA. Al-Muhtadi Sendangagung. *Jurnal*



*Komunikasi dan Penyiaran  
Islam. INSUD. 1(2).*

Widiasanti, G dan Rizky, R. (2021).  
Pengaruh Terpaan Media  
Youtube terhadap Perusahaan  
PT. Garuda Indonesia. *Jurnal  
Prosiding Hubungan  
Masyarakat. 7(1).*



Halaman ini sengaja dikosongkan untuk menggenapkan penomoran halaman

