

**PESAN DAKWAH SHIFT MEDIA TERHADAP SIKAP RELIGIUSITAS  
REMAJA**

(Studi Korelasional Pada Subscribers Remaja Channel YouTube Shift Media)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi



**Disusun oleh:**

Hasna Nabilah

1705314

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Hasna Nabilah**

**PESAN DAKWAH SHIFT MEDIA TERHADAP SIKAP RELIGIUSITAS  
REMAJA**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

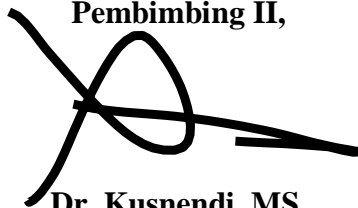
**Pembimbing I,**



**Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.**

**NIP. 19620926198904001**

**Pembimbing II,**



**Dr. Kusnendi, MS.**

**NIP. 196001221984031003**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia**



**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si.**

**NIP. 198507172014041001**

# **PESAN DAKWAH SHIFT MEDIA TERHADAP SIKAP RELIGIUSITAS REMAJA**

Oleh

**Hasna Nabilah**

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial

© **Hasna Nabilah**

**Universitas Pendidikan Indonesia**

**2022**

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis.

**Hasna Nabilah, 2022**

***PESAN DAKWAH SHIFT MEDIA TERHADAP SIKAP RELIGIUSITAS REMAJA***

**Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan lembar pernyataan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul “PESAN DAKWAH SHIFT MEDIA TERHADAP SIKAP RELIGIUSITAS REMAJA” (Studi Korelasional Pada Subscribers Remaja Channel YouTube Shift Media) adalah benar-benar murni karya saya. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Dengan pernyataan ini saya siap menanggung risiko atau sanksi jika di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, 18 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Hasna Nabilah

NIM. 1705314

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan berkat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PESAN DAKWAH SHIFT MEDIA TERHADAP SIKAP RELIGIUSITAS REMAJA”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu bentuk perhatian peneliti terhadap perkembangan zaman. Dimana saat ini perkembangan teknologi ataupun media sudah sangat pesat, sehingga penyebaran berbagai informasi sangat mudah didapatkan terutama melali media baru seperti internet atau media sosial. Dengan kebiasaan masyarakat yang sudah melekat dengan media baru, maka sulit untuk menjauhi pengaruhnya. Bahkan banyak juga informasi yang dapat menjerumuskan masyarakat kepada hal yang negatif atau mendapatkan informasi yang keliru. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan untuk lebih teliti dalam menerima informasi dan bijak dalam bersosial media.

Skripsi ini adalah salah satu bentuk tanggung jawab peneliti dalam bidang keilmuan selama menuntut ilmu di perkuliahan. Maka dengan adanya penelitian ini peneliti berharap bisa memberikan kontribusi secara nyata dalam perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam ranah Ilmu Komunikasi.

Bandung, 2022



Hasna Nabilah

NIM. 1705314

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya peneliti mengalami beberapa kendala atau kesulitan, namun dengan adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan demikian, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti serta atas ridho-Nya skripsi ini dapat selesai.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengikuti perkuliahan hingga akhir dan mendapatkan gelar sarjana.
3. Bapak Dr. Agus Mulyana, M. Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengikuti perkuliahan hingga akhir dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan, arahan dan dorongan atas ilmu pengetahuan yang diberikan.
5. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed., selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan, solusi, dukungan dan dorongan dengan penuh kesabaran serta kebijaksanaan dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai.
6. Dr. Kusnendi, MS., selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan, dorongan, motivasi serta waktu untuk membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini dengan baik dan teliti.
7. Seluruh Dosen dan juga Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan bantuannya semasa perkuliahan.

8. Ayah dan Ibu selaku orang tua peneliti yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini serta telah membiayai pendidikan dari awal hingga selesai dan menyanggah gelar sarjana.
9. Muhammad Zhafar, selaku orang yang selalu mendukung, membantu, dan menemani peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan. Selain itu juga selalu mendengarkan keluh kesah peneliti mengenai penyusunan skripsi ini hingga terasa menjadi lebih mudah dijalani.
10. Fitriani dan Nisyрина, selaku sahabat dan sepupu peneliti yang selalu mendukung, memotivasi serta menghibur saat peneliti kebingungan dalam menyusun skripsi.
11. Felia dan Lala yang selalu ada, menemani dan menghibur peneliti ketika kebingungan saat mengerjakan skripsi.
12. Chika, Indira, Adhistry, Mutiara, Den Yovi, Anggit dan Dzikri selaku sahabat dekat selama perkuliahan yang memberikan banyak pengalaman berharga bagi peneliti serta kebersamaan yang luar biasa.
13. April dan Nadya selaku teman yang membantu peneliti dengan penuh kesabaran dan detail saat kebingungan dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
14. IKOM 17A, selaku teman-teman yang baik selama perkuliahan. Banyak canda dan tawa yang dilewati bersama hingga membuat peneliti semangat untuk masuk perkuliahan. Terimakasih sudah menemani dan menjalani hari-hari saat berkuliah dengan sangat berkesan.
15. Seluruh responden pada penelitian ini, terimakasih telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuesioner dengan jujur dan teliti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Bandung, 2022



Hasna Nabilah  
NIM. 1705314

## ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman, pesan yang tersebar sangatlah beragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan kecanggihan teknologi. Pesan dakwah merupakan salah satu ragam informasi yang terus tersebar dan dibutuhkan. Mengingat perkembangan teknologi yang terus berjalan, kini dakwah pun berevolusi dari dakwah konvensional menjadi dakwah online. Hal tersebut terjadi karena kehidupan masyarakat yang semakin ingin praktis, salah satunya berkomunikasi menggunakan internet. Dengan banyaknya kesibukan masyarakat saat ini tentunya akan sulit meluangkan waktu untuk mendengarkan kajian secara tatap muka. Oleh karena itu kini banyak masyarakat yang mencari pesan dakwah melalui internet. Dari beragam media jejaring internet yang ada, terbukti media sosial masih terus diminati oleh masyarakat terutama YouTube. Karena aksesnya yang mudah, YouTube dapat mempengaruhi penggunaanya secara efektif. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan dakwah Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional, dengan sampel yang digunakan yaitu 100 responden subscribers remaja channel YouTube Shift Media. Teori yang mendasari penelitian ini yaitu teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respons) yang mengasumsikan bahwa komunikasi sebagai proses aksi dan reaksi yang sederhana yang kemudian dapat berkolerasi dengan perubahan sikap religius remaja. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan pengaruh baik secara simultan maupun parsial antara variabel pesan dakwah (X) terhadap sikap religiusitas remaja (Y). Hasil olahan data juga menunjukkan nilai regresi sebesar 80,6%, sehingga disimpulkan bahwa hubungan antara variabel semakin dekat dan dinilai baik. Kemudian terdapat nilai sebesar 19,4% yang menunjukkan adanya faktor lain di luar variabel penelitian ini. Oleh karena itu peneliti merekomendasikan peneliti selanjutnya untuk mencari faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Kata Kunci: Pesan dakwah, sikap religiusitas, media baru



## ABSTRACT

As technology advances, the messages that are spread are getting more diverse in accordance with the needs of society and technological sophistication. The message of da'wah is one of the various types of information that continues to be spread and is needed. Given the current technological developments, now da'wah has evolved from conventional da'wah to online da'wah. This happens because people are increasingly wanting their lives to be practical, one of which is communicating through the internet. With today's busy society, it would be difficult to find the time to listen to conventional da'wah. Therefore, many people are looking for da'wah messages through the internet. From the various existing internet networking media, it is proven that social media is still in demand by the public, especially YouTube. Due to its easy access, YouTube can influence its users effectively. The purpose of this study is to determine the effect of message content, structure, format, and source of Shift Media da'wah messages on adolescent religious attitudes. In this study, a correlational quantitative method is used with the sample used being 100 respondents of Shift Media YouTube channel subscribers. The theory that underlies this research is the S-R (stimulus-response) theory which assumes that communication is a simple process of action and reaction that can be correlated with changes in adolescent religious attitudes. Based on the results of the research that has been carried out, it is found that there are stimulant and partial effects between the variables of da'wah messages (X) on adolescent religious attitudes (Y). The results of the processed data also show a regression value of 80.6%, so it can be concluded that the relationship between the variables is getting closer and are considered good. In addition, there is a value of 19.4% which indicates the existence of other factors outside the variables of this study. Therefore, the researcher recommends future researchers to look for other factors outside the variables of this study.

Keywords: da'wah messages, religious attitude, new media

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Pesan Dakwah .....	11
2.2 Penggunaan YouTube Sebagai Media Dakwah .....	17
2.3 Tayangan Channel Shift Media .....	20
2.4 Sikap Religiusitas Remaja.....	21
2.5 Teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R) .....	23
2.6 Model S-O-R .....	25
2.7 Teori <i>New Media</i> .....	26
2.8 Penelitian Terdahulu.....	29
2.9 Kerangka Berpikir .....	31
2.10 Paradigma Penelitian .....	32
2.11 Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	34

3.1	Objek dan Subjek Penelitian .....	34
3.2	Pendekatan Penelitian.....	34
3.3	Desain Penelitian.....	35
3.4	Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1	Populasi.....	37
3.4.2	Sampel.....	37
3.5	Operasional Variabel .....	38
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6.1	Kuesioner .....	48
3.6.2	Studi Kepustakaan.....	49
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
3.7.1	Uji Validitas .....	50
3.7.2	Uji Reabilitas.....	53
3.8	Prosedur Penelitian.....	56
3.9	Teknik Analisis Data .....	56
3.9.1	Metode Analisis Data Deskriptif.....	56
3.10	Uji Asumsi Statistik.....	57
3.10.1	Uji Normalitas.....	57
3.10.2	Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.10.3	Uji Multikolinieritas.....	58
3.10.4	Uji Autokorelasi .....	58
3.11	Uji Hipotesis Penelitian.....	59
3.11.1	Uji Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
3.11.2	Analisis Regresi Multipel (ARM).....	60
3.11.3	Pengujian Secara Parsial (Uji-T).....	60
3.11.4	Uji Simultan (Uji F) .....	61
3.11.5	Koefisien Determinasi dan Adjusted R2.....	62
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>63</b>
4.1	Deskripsi Subjek Penelitian.....	63

4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2	Analisa Deskriptif Tanggapan Responden .....	65
4.2.1	Kriteria Kategorisasi .....	65
4.2.2	Distribusi Frekuensi .....	66
4.2.3	Deskripsi Umum Pesan Dakwah Shift Media.....	67
4.2.4	Deskripsi Pesan Dakwah Shift Media Per-Sub Variabel.....	69
4.2.5	Deskripsi Umum Sikap Religiusitas .....	76
4.3	Uji Asumsi Statistik.....	78
4.3.1	Uji Normalitas.....	79
4.3.2	Uji Heteroskedastitas .....	82
4.3.3	Uji Multikolinieritas.....	83
4.3.4	Uji Autokorelasi .....	84
4.4	Uji Hipotesis.....	84
4.4.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	85
4.4.2	Uji Regresi Linear Berganda (ARM).....	86
4.4.3	Uji T .....	88
4.4.4	Uji-F.....	89
4.4.5	Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R2.....	90
4.5	Pembahasan .....	90
4.5.4	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Isi Pesan Dakwah Shift Media Terhadap Sikap Religiusitas Remaja .....	91
4.5.5	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Struktur Pesan Dakwah Shift Media Terhadap Sikap Religiusitas Remaja .....	92
4.5.6	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Format Pesan Dakwah Shift Media Terhadap Sikap Religiusitas Remaja .....	93
4.5.7	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Sumber Pesan Dakwah Shift Media Terhadap Sikap Religiusitas Remaja .....	94
4.5.8	Hasil Penelitian Variabel Pesan Dakwah Shift Media Terhadap Sikap Religiusitas Remaja .....	95
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>96</b>

5.1	Simpulan.....	96
5.2	Implikasi.....	98
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	98
5.2.2	Implikasi Praktis.....	99
5.3	Rekomendasi.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Video Dakwah Shift Media Paling Banyak.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Syah.....	28
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Romadi.....	29
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Arfiko.....	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	38
Tabel 3. 2 Kriteria Bobot Penelitian.....	49
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	50
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	51
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reabilitas .....	54
Tabel 3. 6 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi.....	56
Tabel 3. 7 Tabel Pearson's Product Moment .....	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Pesan Dakwah Shift Media (n=100) .....	66
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Pesan Dakwah Shift Media (n=100) .....	67
Tabel 4. 5 Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Isi Pesan (n=100) .....	71
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Isi Pesan (n=100).....	71
Tabel 4. 7 Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Struktur Pesan (n=100) .....	72
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Struktur Pesan (n=100).....	73
Tabel 4. 9 Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Format Pesan (n=100).....	74
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Format Pesan (n=100) .....	75
Tabel 4. 11 Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Sumber Pesan (n=100) .....	76
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Sumber Pesan (n=100) .....	77
Tabel 4. 13 Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Sikap Religiusitas Remaja (n=100).....	78
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Sikap Religiusitas Remaja (n=100) .....	79
Tabel 4. 15 Ringkasan Hasil Uji Asumsi Statistik (n=100) .....	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas .....	81
Tabel 4. 17 Nilai VIF Multikolinieritas .....	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Autokorelasi .....	85
Tabel 4. 19 Hasil Statistik Deskriptif.....	86

Tabel 4. 20 Matriks Korelasi (n=100).....	87
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Nilai Analisis Regresi Linier Berganda.....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profile Channel YouTube Shift Media.....	5
Gambar 2. 1 Data We Are Social Indonesia Digital Report 2020 .....	17
Gambar 2. 2 Gambar Keterhubungan Teori Dengan Penelitian .....	24
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir .....	31
Gambar 2. 4 Kerangka Teoritis.....	31
Gambar 2. 5 Paradigma Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 Grafik Normalitas P-P Plot .....	80
Gambar 4. 2 Grafik Normalitas Histogram.....	80
Gambar 4. 3 Grafik Uji Heteroskedastitas .....	81

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiatin, T. (2016). Religiusitas Remaja: Studi Tentang Kehidupan Beragama Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Religiusitas Remaja: Studi Tentang Kehidupan Beragama Di Daerah Istimewa Yogyakarta*, 25(1), 55–64. <https://doi.org/10.22146/jpsi.9851>
- Alamsyah, I. E. (2019). *Krisis Moral Remaja, Tanggung Jawab Siapa?* Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/ppqc8g349/krisis-moral-remaja-tanggung-jawab-siapa>
- Andisti, M., & Ritandiyono, R. (2008). Religiusitas Dan Perilaku Seks Bebas Pada Dewasa Awal. *Jurnal Ilmiah Psikologi Gunadarma*, 1(2), 99604.
- Annazilli, H. (2018). Relasi Antara Agama dan Media Baru. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 18(2), 26. <https://doi.org/10.29300/syr.v18i2.1677>
- Arfiko, Y. (2018). *PENGARUH PESAN DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE YUFID.TV TERHADAP MOTIVASI BELAJAR ILMU AGAMA ISLAM*. 5, 1–8.
- Arikunto. (2010). Suharsimi Arikunto.pdf. In *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik-Revisi ke X*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. . . Research design Qualitative quantitative and mixed methods approaches. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7>. *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*.
- Dahwadin, & Nugraha, F. S. (2019). *Motivasi dan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*.
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>



- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, S. A. (2016). YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas. *Komunikasi KAREBA*.
- Kostygina, G., Szczypka, G., Tran, H., Binns, S., Emery, S. L., Vallone, D., & Hair, E. C. (2020). Exposure and reach of the US court-mandated corrective statements advertising campaign on broadcast and social media. *Tobacco Control*. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2018-054762>
- Lukman, E. (2014). *Laporan: 30 juta pengguna internet di Indonesia adalah remaja*. Id.Techinasia.Com. <https://id.techinasia.com/laporan-30-juta-pengguna-internet-di-indonesia-adalah-remaja>
- Luth, T. (1999). *Dakwah dan Pemikirannya*.
- Nataline, Grace. (2019). Mengenal Metode Belajar “Video Based Learning”. <https://binus.ac.id/knowledge/2019/10/mengenal-metode-belajar-video-based-learning/>
- Nur, J., Rohman, A., & Husna, J. (2015). *SITUS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI: SEBUAH SURVEI TERHADAP MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DIPONEGORO*.
- PUSLITDATIN. (2019). *Penggunaan Narkotika di Kalangan Remaja Meningkat*. Bnn.Go.Id. <https://bnn.go.id/penggunaan-narkotika-kalangan-remaja-meningkat/>
- Riyanto, A. D. (2020). *BKKBN: Seks Bebas Kini Masalah Utama Remaja Indonesia*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Romadi, P. (2020). Intensitas Menonton Video Dakwah melalui Media Platform Online dengan Tingkat Religiusitas. *Idarotuna*, 2(2), 19–33. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v2i2.9994>

- Rusdiyanti, I., Fahrurazi, F., & Anggraeni, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Kenakalan Pada Remaja Di Yayasan “Wagas Limpua” Banjarmasin. *Healthy-Mu Journal*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.35747/hmj.v3i1.377>
- Sabar, A., Hidayat, A., Wandu, Bahri, S., & Mahmudi Doha, I. (2018). *Teknologi Internet Sebagai Media Baru Dalam Berdakwah. December.*
- Silvia, M., Effendi, R., & Sukmayadi, V. (2019). STRATEGI CONTENT CREATOR PADA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL. *Research Gate.*
- Singh, U., & Manju, D. (2019). *Effect of Mass Media on Youth.* 7631(48514), 1–5.
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(1), 1–97.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Sugiyono. 2013. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.” Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. <https://doi.org/10.1>. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*
- metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Alfabeta, cv. \_\_\_\_ (2016).
- Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 173–190. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>
- Syah, A. M. (2020). Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagung. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, INSUD, Vol. 1(2)*, 20–36. [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/121-Article Text-422-1-10-20201203 \(3\)](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/121-Article%20Text-422-1-10-20201203%20(3))

Thontowi, A. (2000). Hakekat Religiusitas. *Kemenag SumSel*, 1–4.

Urvashi Singh, & Dr. Manju. (2019). Effect of Mass Media on Youth. *Review Of Research*.