

PENGARUH PESAN DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE YUFID.TV TERHADAP MOTIVASI BELAJAR ILMU AGAMA ISLAM

Yori Arfiko

Email: arfikoyori@gmail.com

Pembimbing : **Rumyeni, S.Sos, M.Sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Online mass media nowadays being a solution for problems to information seeker and more reliable because of the fast information update. The existence of Yufid.TV as youtube Dakwah Channel wick consist of Islam Knowledge studies such as how to worship, doing kindness, social worship, and many others. Theory used in this research is Stimulus - Response Theory. The purpose of this research is to find out how strong the impact of the dakwah message on Yufid.TV Youtube Channel towards motivation of learning Islam knowledge.

This research is using Quantitative Research Method, with Online Google Drive or Google Docs given to Yufid.TV Channel subscriber as Data gathering method and 100 total sample which decided by Random Sampling method.

Results of this research shows that the impact of dakwah message from youtube channel Yufid.TV towards motivation of learning islam knowledge is moderate or strong enough. This can be seen from the Model Summary Table which shown determination coefficient (R^2) is 0,669 and determination coefficient (R_{square}) is 0,447 as the result from squaring correlation coefficient 0,699 x 0,699. These numbers shows that the impact of dakwah message from youtube channel Yufid.TV towards motivation of learning islam knowledge is 44,7%.

Key Word: Planning Communication,

Pendahuluan

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang sangat pesat mengakibatkan beragamnya teknologi informasi komunikasi yang muncul dan ditawarkan ditengah-tengah masyarakat. Inovasi teknologi dan konvergensi berbagai media melaju pesat sejalan dengan permintaan dan kebutuhan yang semakin tinggi. Seiring perkembangan zaman yang menuntut segala sesuatu serba cepat dan akurat, maka sekarang ini media massa *online* yang memegang peranan penting dan kedudukan tertinggi dibandingkan dengan media massa lainnya dalam menyampaikan informasi atau pesan yang tersebar luas di masyarakat.

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Dakwah erat kaitannya dengan amal makruf nahi mungkar artinya menyeru kebaikan dan menjauhi keburukan atau kemungkaran. Media massa *online* pun dimanfaatkan bagi pencari informasi menjadi jalan keluar dari segala masalahnya, dimana informasi bisa didapatkan dimana saja, dan kapan saja.

YouTube merupakan salah satu media yang paling sering diakses oleh para pengguna internet, menurut *Vice President of Engineering Youtube*, Cristos Goodrow dalam KompasTekno dari *thenextweb.com* (2/3/2017), durasi orang menonton *video* di *platform* tersebut telah meningkat drastis, totalnya mencapai 1 miliar jam per hari dan memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet mengakses Youtube setiap harinya meluangkan waktu mereka berjam-jam untuk mengakses *video* di YouTube dan menghasilkan miliar kali penayangan. Motivasi sangat penting bagi proses belajar karena menggerakkan organisme, mengarah tindakan, serta memiliki tujuan belajar yang paling

berguna bagi kehidupan individu. Adanya channel dakwah youtube Yufid.TV yang berisikan kajian-kajian ilmu agama islam, yang mana kajian tersebut mengandung pesan dakwah islam seperti tentang bagaimana cara beribadah, berbuat baik, beramal sholeh dan lain-lain.

Berbeda dengan tausiyah atau menghadiri kajian langsung di masjid setempat, dengan adanya channel dakwah Yufid.TV ini siapa saja dapat mendengarkan kajian ilmu agama dimanapun dan kapan pun hanya dengan menggunakan gadget maupun laptop mereka. Isi dari kajian yang ditampilkan bermacam-macam sehingga para peminatnya dapat memilih judul yang bagi mereka menarik. Dengan adanya channel dakwah Yufid.TV di Youtube ini dapat mempermudah penyebaran dakwah kajian tentang ilmu agama islam di Indonesia.

Stimulus eksternal menghasilkan respon dari konsumen. Stimulus diterima oleh konsumen, pihak yang terekspos oleh stimulus tersebut, kemudian konsumen akan merangsang hasil stimulus yang diterimanya. respon merupakan suatu bentuk reaksi yang diberikan individu terhadap dorongan yang ada di dirinya, bagaimana mereka berperilaku. Alasan peneliti mengadakan penelitian dengan mengambil responden subscriber channel Yufid.TV, karena berdasarkan yang peneliti lihat channel Yufid.TV ini mempunyai subscriber atau orang yang berlangganan channel ini lebih banyak dibanding channel dakwah lain seperti Khalid Basalamah dan Rodja.TV, selain video dakwah channel ini juga terdapat video belajar aqidah islam, cara sholat, belajar tajwid dan tahsin Al-Quran.

Setelah peneliti tinjau beberapa bulan belakangan ini memang sangat gencar diadakannya kajian-kajian sunnah di indonesia. Dengan memiliki subscriber

yang banyak mencapai 421.642 subscriber tidak menutup kemungkinan adanya Channel Yufid.TV menjadi motivasi belajar bagi siapa saja yang ingin belajar ilmu agama islam. Selain itu jika dibandingkan dengan Channel-channel Youtube lainnya, Yufid.TV ini paling aktif dalam memposting video, Yufid.TV ini per-harinya mengupload 4-6 video, yang totalnya sekarang memiliki 7.171 video. Berbeda dengan kebanyakan Channel lainnya, Channel Yufid.TV ini tidak hanya menyajikan video kajian saja melainkan juga video seperti bagaimana cara beribadah, bagaimana membaca Al-Qur'an, murrotal Al-Qur'an, dan lain sebagainya.

Melihat fenomena yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pesan Dakwah pada Channel Youtube Yufid.TV terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam".

Tinjauan Pustaka

Stimulus Respons

Stimulus eksternal menghasilkan respon dari benak konsumen. Stimulus diterima oleh konsumen, pihak yang terekspos oleh stimulus tersebut, kemudian konsumen akan merangsang hasil stimulus yang diterimanya. Stimulus menurut (Arens, Schaefer, Weigod, 2009; 130) mengungkapkan bahwa stimulus merupakan informasi-informasi yang kita terima secara fisik lewat panca indra kita. Saat kita melihat sebuah objek atau pesan atau apapun yang dapat diterima oleh panca indra kita, kita menerima berbagai macam stimulus.

Prilaku yang ditujukan oleh individu sebagai konsumen merupakan perilaku yang ditujukan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menentukan suatu produk atau jasa yang mereka harapkan

akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193)

Pesan Dakwah

Pesan merupakan bagian dari unsur-unsur komunikasi, Hafied Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menyatakan bahwa "dalam proses komunikasi, pengertian pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda". Dakwah hakikatnya adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan. Menyuru seseorang dalam agama islam maknanya adalah berupaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan pada apa yang diserukan yakni Islam sehingga dakwah islam tidak hanya terbatas pada aktivitas lisan, namun mencakup seluruh aktivitas lisan atau perbuatan yang ditujukan dalam rangka menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan pada Islam (Mahmud, 2006:34).

Inti dari pesan dakwah adalah pesan-pesan yang mengandung seruan untuk pembentukan akhlak mulia dan bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah atau hadits, nasehat orang bijak, pengalaman hidup, seni dan budaya, ilmu pengetahuan, filsafat dan sumber-sumber lainnya pesan dakwah ditujukan untuk mengajak manusia agar menjalankan agama islam serta mentauhidkan Allah dengan bersumber kepada Al-Qur'an dan As-Sunnah atau Hadits.

Channel Youtube Yufid.TV

Channel Yufid.TV pada media sosial Youtube ini, merupakan bagian dari website Yufid.TV. kata 'Yufid' terinspirasi dari kata bahasa Arab yang memiliki arti "memberikan faedah" atau "memberikan faedah". Yufid adalah tim non-profit dengan misi: Membuat dan

menyediakan konten pendidikan dan dakwah yang gratis dan mudah untuk siapa saja.

Bisa dilihat sekarang channel yang berisikan ceramah-ceramah islam ini telah memiliki 7.171 video yang dari semua video tersebut terdiri dari macam-macam tema kajian, bermacam-macam ustadz juga tentunya. Didalamnya juga ada video belajar aqidah islam, cara sholat, belajar tajwid dan tahsin Al-Quran. Selain itu channel dakwah satu ini juga memiliki *subscriber* atau orang yang berlangganan dengan channel ini sebanyak 421.642 yang berdasarkan perhitungan dari www.socialbakers.com *subscriber* Yufid.TV ini kurang lebih meningkat 5000-7000 tiap bulannya. Dengan meningkat drastisnya *subscriber* dari channel ini tentu juga terjadi peningkatan yang besar pada penonton atau *viewers* channel Yufid.TV ini yang sekarang telah mencapai total 106.889.998 views.

Motivasi Belajar

Motivasi dalam kegiatan belajar dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak didalam diri seseorang yang menimbulkan kegiatan belajar, yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar dan yang menimbulkan arah pada kegiatan belajar, sehingga tujuan yang dikehendaki oleh individu dapat tercapai (Winkel, 2007:15). Selanjutnya Prayitno (2009:19) menjelaskan bahwa motivasi belajar tidak hanya sebagai energy yang mengurahkan anak untuk belajar, tetapi juga suatu energy yang mengarahkan aktivitas mahasiswa kepada tujuan belajar yang diharapkan. Dari beberapa penjabaran definisi motivasi dan belajar dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar adalah daya penggerak individu untuk melakukan kegiatan belajar dan menambah pengetahuan dan juga pengalaman pada diri seseorang.

Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir penulis. Penyusunan kerangka pemikiran dalam penelitian ini berguna untuk memperjelas jalannya penelitian yang dilaksanakan. Kerangka pemikiran disusun berdasarkan konsep dari tahapan-tahapan penulis secara teoritis.

Dalam penelitian ini, kerangka berfikir yang disusun penulis terdiri dari teori yang menjadi pokok-pokok dalam mendeskripsikan masalah yang diteliti dan dapat menjadi acuan untuk menemukan dan memecahkan masalah. Teori penting sekali dalam memperjelas pengetahuan sebagai dasar organisasi pemikiran. Teori juga membimbing penelitian, apabila ada teori yang berlawanan, penelitian dapat menguji mana diantara teori itu yang benar (Rahmat,2009:6-7). Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penulis menggunakan Teori Stimulus – Respon. Dapat dilihat bahwa stimulus eksternal menghasilkan respon dari benak konsumen. Stimulus diterima oleh konsumen, pihak yang terekspos oleh stimulus tersebut, kemudian konsumen akan merangsang hasil stimulus yang diterimanya. Sedangkan respon menurut (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193) “*How individuals react to a drive or cue – how they behave – constitute their response a need or motive may avoke a whole variety of response*”

Berdasarkan kutipan di atas, respon merupakan suatu bentuk reaksi yang diberikan individu terhadap dorongan yang ada di dirinya, bagaimana mereka berperilaku. Perilaku yang ditujukan oleh individu sebagai konsumen merupakan perilaku yang ditujukan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menentukan suatu produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan

kebutuhan meraka (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193) Pada dasarnya penonton yang diberikan stimulus atau rangsangan dalam bentuk pesan akan memberikan reaksi khusus terhadap stimulus yang disampaikan dengan teknik-teknik penyampaian sebuah pesan yang menarik.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis (Kriyantono, 2010:55) Pendekatan kuantitatif bersifat deduktif (dari umum ke khusus), karena berawal dari teori. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menegakkan fakta-fakta atau kebenaran-kebenaran dari suatu teori.

Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden (Kriyantono, 2008: 95). Peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan penyebaran pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam pengisian angket ini peneliti terjun langsung membantu sampe mengisi angketnya.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yang ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, yang meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto dan data yang relevan dengan penelitian (Ridwan, 2006:31). Hal ini dilakukan dalam pengumpulan data dan foto dokumentasi secara langsung di Lapangan

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilaksanakan. Data diperoleh, dikumpulkan kemudian diolah secara sistematis yaitu dimulai dari observasi, wawancara, mengklasifikasi, selanjutnya menyajikan serta menyimpulkan data.

Teknik Analisis Data

Cara menghitung skor adalah menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobotnya dibagi dengan jumlah total frekuensi (Durianto dkk, 2003:96). Cara menghitung dengan menggunakan rumus Skor Rata-Rata, setiap jawaban responden dari pertanyaan yang diberikan, diberikan bobot.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dengan simbol r^2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik. Definisi berikutnya menyebutkan bahwa r^2 merupakan rasio variabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan variabilitas nilai data asli. Koefisien determinasi (r^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2001). Oleh karena itu, untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis koefisien determinasi.

Hasil dan Pembahasan

Tanggapan responden dari indikator *Aqidah* ditemukan bahwa indikator *aqidah* merupakan materi dakwah yang paling banyak di sampaikan pada channel youtube Yufid.TV dengan rata-rata 3,91. Pada indikator *ibadah* dengan rata-rata 3,89. bahwa indikator *muamalah* dengan rata-rata 3,73. Indikator *akhlak* dengan rata-rata 3,78. Indikator *sejarah* dengan rata-rata 3,61.

Indikator teknologi dengan rata-rata 3,74. Indikator rasa ingin tahu dengan rata-rata 3,71. Indikator kreatif dengan rata-rata 3,70. Indikator senang atau bangga dengan rata-rata 3,40. Indikator memperbaiki diri dengan rata-rata 3,61. Indikator rasa aman dengan rata-rata 3,48. Indikator ganjaran dengan rata-rata 3,32.

Berdasarkan hasil penelitian pesan dakwah pada channel youtube Yufid.TV terhadap motivasi belajar ilmu agama islam menggunakan teori Stimulus Respons dapat maka diketahui besar pengaruh pesan dakwah pada channel youtube Yufid.TV diketahui nilai t_{hitung} sebesar 0,197, berdasarkan tabel t , nilai t_{tabel} untuk $n=100$ dan $\alpha = 0.05$ adalah 1,946. Dengan demikian dapat diperoleh perbandingan: $t_{hitung} 8,899 > t_{tabel} 1,946$. Maka kesimpulannya bahwa pesan dakwah yang disampaikan pada channel youtube Yufid.TV mempengaruhi motivasi belajar ilmu agama islam.

Hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 5,467 + 0,903 X$. Nilai konstanta sebesar 5,467 berarti bahwa jika pesan dakwah bernilai nol maka nilai pengetahuan agama sebesar 5,467 satuan. koefisien variabel motivasi belajar sebesar 0,903 artinya setiap peningkatan nilai pesan dakwah sebesar satu satuan akan meningkatkan motivasi belajar sebesar 0,903 satuan .

Sementara itu t hitung 8,899 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,946 , dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistic yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu terdapat Pengaruh Pesan Dakwah pada Channel Youtube Yufid.TV terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam maka artinya H_a diterima H_0 ditolak.

Tabel *Model Summary* tersebut memperlihatkan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,669 dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0, 447 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi 0,669 x 0,669. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa pengaruh pesan dakwah pada channel youtube Yufid.TV terhadap motivasi belajar ilmu Agama Islam sebesar 44,7 %. Sementara sisanya sebesar 55,3 % lagi dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pesan dakwah pada channel youtube Yufid.TV terhadap motivasi belajar ilmu agama islam menggunakan teori Stimulus Respons dapat maka diketahui besar pengaruh pesan dakwah pada channel youtube Yufid.TV diketahui nilai t_{hitung} sebesar 0,197, berdasarkan tabel t , nilai t_{tabel} untuk $n=100$ dan $\alpha = 0.05$ adalah 1,946. Dengan demikian dapat diperoleh perbandingan: $t_{hitung} 8,899 > t_{tabel} 1,946$. Maka kesimpulannya bahwa pesan dakwah yang disampaikan pada channel youtube Yufid.TV mempengaruhi motivasi belajar ilmu agama islam.

Hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 5,467 + 0,903 X$. Nilai konstanta sebesar 5,467 berarti bahwa jika pesan dakwah bernilai nol maka nilai pengetahuan agama sebesar 5,467 satuan. koefisien variabel motivasi belajar sebesar 0,903 artinya setiap peningkatan nilai pesan dakwah sebesar satu satuan akan meningkatkan motivasi belajar sebesar 0,903 satuan .

Sementara itu t hitung 8,899 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,946 , dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistic

yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu terdapat Pengaruh Pesan Dakwah pada Channel Youtube Yufid.TV terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam maka artinya H_a diterima H_o ditolak.

Tabel *Model Summary* tersebut memperlihatkan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,669 dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,447 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi 0,669 x 0,669. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa pengaruh pesan dakwah pada channel youtube Yufid.TV terhadap motivasi belajar ilmu Agama Islam sebesar 44,7 %. Sementara sisanya sebesar 55,3 % lagi dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Hal ini berarti Pengaruh Pesan Dakwah pada Channel Youtube Yufid.TV sebesar 44,7 % terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam dikategorikan memiliki pengaruh yang cukup kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanafi, Muhammad. 2016. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa FISIP Universitas Riau*. Skripsi Universitas Riau, Pekanbaru.
- Basuki, Restu. 2015. *Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan Display Picture Blackberry Messenger di kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Muthi'ah, Siti. 2010. *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Film Perempuan Berkalung Sorban*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hidayat, Faishol. 2013. *Pesan Dakwah Dalam Film "Tanda Tanya"*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- A. M. Sardiman. 2005. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada.
- Ali Aziz, Moh. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi belajar Edisi 2*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Juju, Dominikus dan Feri Sulianta. 2010. *Branding Promotion With Social Networks*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Kriyantono, Rakhmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Purnada Media Group. <http://yufid.org/about/> (8 mei 2017 pukul 22.07 WIB)
- Mahmud, Ahmad. 2011. *Dakwah Islam*. Bogor: Pustaka Thariqul Izzah. <https://www.socialbakers.com/statistics/youtube/channels/detail/UCX-4mrOc5r691SzDhHtkOgw> (9 mei 2017 pukul 06.25 WIB)
- Muis, A. 2001. *Komunikasi Islami*. Bandung: Remaja Rosdakarya. <http://tekno.kompas.com/read/2017/03/02/07204687/pengguna.youtube.tonton.1.miliar.jam.video.sehari> (11 januari 2018 pukul 23.29 WIB)
- Moleong, Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya. <https://www.youtube.com/channel/UCX-4mrOc5r691SzDhHtkOgw> (11 januari 2018 pukul 23.50 WIB)
- Nurudin. 2012. *Media sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses komunikasi*. Yogyakarta : Buku LITERIA. <https://www.facebook.com/Yufid.TV/>
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Winkel, W. S. 2007. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Woolfolk, Anita. 2009. *Educational Psychology Active Learning Edition*, Edisi Kesepuluh. Yogyakarta: Pusaka Pelajar
- Website :
- (<https://www.youtube.com/yt/press/id/statistics.html>) (8 Mei 2017 pukul 21.30 WIB)
- <http://banghen.com/ceramah-agama-belajar-islam-pemula-dari-nol/> (8 mei 2017 pukul 22.00 WIB)