



Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Habib Husein Ja'far di YouTube Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa FDIKOM Angkatan 2024

Erizal¹, Ninda Zahra Wahyudi², Adilla Aulia Ardin³, Nurhaliza Putri Arifianti⁴

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: bisnis.erizal@gmail.com¹, nindazahraaw@gmail.com², adillardn14@gmail.com³, lizaarief@gmail.com⁴

Article Info

Article history:

Received November 13, 2025

Revised November 21, 2025

Accepted December 03, 2025

Keywords:

YouTube, Digital Da'wah, Viewing Intensity, Student Religiosity

ABSTRACT

This research is motivated by the growing consumption of digital da'wah content among university students, particularly through YouTube sermons by Habib Husein Ja'far, known for his humanistic and contextual preaching style. The study aims to examine the relationship between the intensity of watching Habib Husein Ja'far's YouTube sermons and the religiosity level of students at the Faculty of Da'wah and Communication Sciences (FDIKOM), Syarif Hidayatullah State Islamic University Jakarta, class of 2024. A quantitative method with a survey approach was used, involving 55 respondents selected through accidental sampling. Data were collected via Google Form and analyzed using Jamovi version 2.6.26. The results indicate that most respondents exhibit high viewing intensity (56%) and high religiosity levels (87%), with attention and religious knowledge emerging as dominant indicators. These findings suggest that digital da'wah effectively fosters religious awareness among youth. It concludes that social media-based da'wah can serve as a strategic medium for spiritual education when presented interactively and contextually. Future research should include a larger sample size and explore additional variables such as motivation and social influence.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received November 13, 2025

Revised November 21, 2025

Accepted December 03, 2025

Kata Kunci:

YouTube, Dakwah Digital, Intensitas Menonton, Religiusitas Mahasiswa

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya konsumsi konten dakwah digital di kalangan mahasiswa, khususnya melalui kanal YouTube Habib Husein Ja'far yang dikenal dengan pendekatan dakwahnya yang humanis dan kontekstual. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton tayangan dakwah Habib Husein Ja'far di YouTube dengan tingkat religiusitas mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIKOM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan 55 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form dan dianalisis menggunakan aplikasi Jamovi versi 2.6.26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki intensitas menonton tinggi (56%) serta tingkat religiusitas tinggi (87%), dengan aspek perhatian dan pengetahuan agama sebagai indikator dominan. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital dapat berperan efektif dalam meningkatkan religiusitas generasi muda. Kesimpulannya, konten dakwah berbasis media sosial dapat menjadi sarana strategis dalam pendidikan spiritual apabila dikemas secara relevan dan interaktif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah responden dan menambah variabel lain seperti motivasi dan pengaruh sosial.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Erizal
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Email: bisnis.erizal@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, manusia hidup dalam masyarakat yang sangat bergantung pada informasi. Informasi kini menjadi komoditas penting yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, sosial, ekonomi, hingga keagamaan. Perkembangan teknologi digital, khususnya internet, menjadikan penyebaran informasi berlangsung cepat dan tanpa batas ruang serta waktu. Melalui media sosial, manusia tidak hanya berkomunikasi tetapi juga mengekspresikan diri dan membangun identitas sosial (Pramudawardani, 2016). Media sosial menjadi ruang yang memfasilitasi pertukaran gagasan dan nilai-nilai budaya secara luas. Dalam konteks ini, kehadiran media sosial membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat memahami dan menjalani kehidupan beragama (Jalaluddin, 2002).

Fenomena meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia menunjukkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, dari 65 juta pengguna internet di Indonesia, sekitar 95% di antaranya menggunakan media sosial sebagai sarana utama interaksi digital. Namun, tingginya angka tersebut juga memunculkan berbagai dampak negatif, seperti penyebaran konten yang tidak sesuai nilai moral dan agama (Frisnawati, 2012). Kominfo mencatat lebih dari 984 ribu laporan konten negatif pada tahun 2018, sebagian besar berasal dari media sosial (Hutomo, 2020). Selain itu, ketergantungan terhadap gawai juga menurunkan intensitas komunikasi langsung dan menimbulkan masalah sosial baru. Hal ini menunjukkan perlunya strategi edukatif dalam memanfaatkan media sosial secara positif, termasuk untuk kegiatan dakwah (Sugiyono, 2009).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan menghadirkan *digital da'wah* yang adaptif terhadap karakter generasi muda yang hidup di tengah arus globalisasi. Generasi ini membutuhkan pendekatan dakwah yang kreatif, relevan, dan komunikatif agar nilai-nilai Islam dapat diterima dengan baik (Amini et al., 2019). Media sosial seperti *YouTube* dan *Instagram* menjadi platform potensial dalam penyebaran pesan keislaman. Data menunjukkan bahwa 88% pengguna internet Indonesia mengakses *YouTube* dan 80% menggunakan *Instagram* secara rutin (Aulia, 2018). Dengan potensi tersebut, dakwah digital dapat menjadi instrumen efektif dalam membentuk perilaku dan spiritualitas remaja. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menilai sejauh mana media sosial berperan dalam peningkatan religiusitas.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan positif antara intensitas menonton tayangan dakwah Habib Husein Ja'far di *YouTube* dengan tingkat religiusitas remaja. Melalui



pendekatan kuantitatif dan metode survei, penelitian tersebut menemukan bahwa semakin tinggi frekuensi menonton dakwah, semakin meningkat pula dimensi keyakinan, praktik ibadah, dan pengetahuan agama. Hasil ini memperlihatkan bahwa konten dakwah yang dikemas dengan ringan dan interaktif mampu membangun kesadaran keagamaan remaja (Qorina, 2019). Namun, penelitian tersebut belum menyoroti bagaimana gaya dakwah yang humanis dan kontekstual turut membentuk pola pikir keagamaan generasi muda. Oleh sebab itu, penelitian lanjutan diperlukan untuk memperdalam aspek tersebut.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap gaya dakwah Habib Husein Ja'far yang memadukan pendekatan humanis, egaliter, dan kontekstual dalam penyampaian pesan keislaman di media sosial. Pendekatan ini dinilai mampu menjembatani kesenjangan antara pesan keagamaan tradisional dan realitas sosial modern. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang menitikberatkan pada intensitas menonton, penelitian ini juga menyoroti aspek afektif dan kognitif dalam pembentukan religiusitas. Selain itu, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana interaksi digital dapat menjadi sarana internalisasi nilai spiritual. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengukur pengaruh tayangan dakwah, tetapi juga memahami dinamika religiusitas remaja di era *digital society*.

Fokus penelitian ini adalah pada pengaruh intensitas menonton tayangan dakwah Habib Husein Ja'far di *YouTube* terhadap tingkat religiusitas remaja Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan responden remaja pengguna media sosial. Variabel utama dalam penelitian ini mencakup intensitas menonton, durasi, frekuensi, serta dimensi religiusitas yang meliputi keyakinan, praktik ibadah, pengalaman spiritual, dan pengetahuan agama. Dengan desain penelitian tersebut, diharapkan hasilnya mampu menjelaskan hubungan antara keterpaparan terhadap dakwah digital dan pembentukan karakter keagamaan. Analisis dilakukan dengan memperhatikan korelasi antar variabel secara empiris dan terukur.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat intensitas menonton tayangan dakwah Habib Husein Ja'far di *YouTube* serta mengukur pengaruhnya terhadap tingkat religiusitas penonton. Penelitian ini juga bertujuan memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi dakwah digital yang efektif di kalangan remaja. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai komunikasi dakwah di era modern serta memberikan rekomendasi bagi para dai dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana edukasi spiritual. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya menjawab permasalahan empiris, tetapi juga memberikan pemahaman konseptual tentang peran media digital dalam pembentukan religiusitas generasi muda Muslim.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme yang menekankan pengukuran objektif terhadap fenomena sosial melalui hubungan sebab-akibat yang dapat diuji secara empiris (Sugiyono, 2009). Metode survei dipilih sebagai teknik pengumpulan data karena efisien dalam menjangkau responden dalam jumlah besar dalam waktu singkat. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui *Google Form* yang disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIKOM) UIN



Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024, yang merupakan penonton tayangan dakwah Habib Husein Ja'far di *YouTube*. Pendekatan ini dianggap relevan karena dapat mengukur secara terarah hubungan antara intensitas menonton dan tingkat religiusitas remaja Muslim.

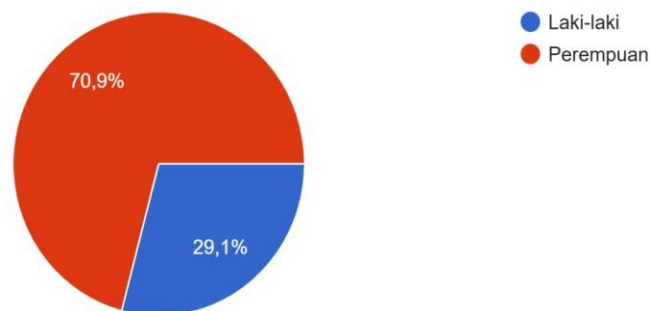
Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FDIKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2024 yang berjumlah 1.115 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui dan bersedia mengisi kuesioner. Teknik ini dipilih karena praktis, cepat, dan efektif dalam kondisi keterbatasan waktu dan sumber daya. Jumlah responden sebanyak 55 mahasiswa dianggap memadai untuk memenuhi syarat minimal uji validitas instrumen, sesuai ketentuan minimal 30 responden dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2009).

Instrumen penelitian berupa kuesioner berbasis skala Likert yang mengukur dua variabel, yaitu intensitas menonton dan religiusitas. Setiap item diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas, dengan hasil menunjukkan seluruh butir dinyatakan valid dan reliabel (Sujianto, 2007). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi *Jamovi* versi 2.6.26 dengan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, serta uji normalitas *Shapiro-Wilk* guna menentukan apakah data berdistribusi normal. Hasil analisis ini digunakan untuk memastikan keandalan data dan ketepatan metode dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Demografi

Jenis Kelamin
55 jawaban



Gambar 1. Data Demografi Jenis Kelamin

Data demografis berfungsi untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik populasi penelitian agar hasil analisis lebih relevan dan terarah. Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh 55 responden, diketahui bahwa mayoritas peserta penelitian berjenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang (70,9%), sedangkan laki-laki berjumlah 16 orang (29,1%). Komposisi ini menunjukkan dominasi responden perempuan, yang dapat mencerminkan kecenderungan partisipasi lebih tinggi dari kalangan mahasiswa perempuan dalam penelitian terkait intensitas menonton dakwah digital di *YouTube*.



Variabel Religiusitas (Y)

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif, Normalitas, Frekuensi, dan Kategorisasi Variabel Religiusitas

Jenis Analisis	Statistik / Kategori	Nilai / Hasil	Keterangan
Statistik Deskriptif	Jumlah responden (N)	55	Seluruh data valid tanpa <i>missing value</i>
	Mean	34.0	Menunjukkan tingkat religiusitas sedang
	Median	33	Nilai tengah data
	Modus	40.0	Nilai yang paling sering muncul
	Standar Deviasi	4.05	Sebaran data homogen
	Varians	16.4	Tingkat variasi antarresponden rendah
	Rentang Nilai	15 (25–40)	Persebaran data tidak ekstrem
	Skewness	0.137	Distribusi mendekati simetris
	Kurtosis	-0.926	Distribusi platykurtik (datar)
Analisis Normalitas (Uji Shapiro-Wilk)	Statistik W	0.929	Nilai uji normalitas
	<i>p-value</i>	0.003	Data tidak berdistribusi normal (karena < 0.05)
Analisis Frekuensi	25–31	17 responden (31%)	Kategori rendah–sedang
	32–38	25 responden (45%)	Kategori dominan / sedang
	39–45	13 responden (24%)	Kategori tinggi
Kategorisasi Data Hipotetik	Rendah (<19)	0 responden (0%)	Tidak ada responden
	Sedang (19–29)	7 responden (12,73%)	Kategori sedang
	Tinggi (>29)	48 responden (87,27%)	Mayoritas responden religiusitas tinggi
Analisis Indikator Religiusitas (Y)	Indikator tertinggi	Y.3 (Mean 4.56)	Menunjukkan pengetahuan agama tertinggi
	Indikator terendah	Y.6 & Y.7 (Mean 3.95)	Menunjukkan variasi persepsi antarresponden

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis, tingkat religiusitas mahasiswa FDIKOM angkatan 2024 tergolong tinggi dan stabil, dengan rata-rata skor 34,0 dan distribusi data yang cukup homogen. Uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal ($p = 0.003$), sehingga analisis lanjutan sebaiknya menggunakan uji non-parametrik. Dari distribusi



frekuensi, mayoritas responden berada pada rentang nilai 32–38, menunjukkan kategori sedang hingga tinggi. Hasil kategorisasi juga memperkuat temuan ini, di mana 87,27% responden tergolong religiusitas tinggi. Analisis indikator mengungkap bahwa aspek pengetahuan agama (Y.3) menjadi faktor paling dominan, sedangkan penghayatan (Y.6 & Y.7) memerlukan perhatian lebih untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan nilai religius dalam kehidupan sehari-hari.

Variabel Intensitas (X)

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif, Normalitas, Frekuensi, dan Kategorisasi Variabel Intensitas Menonton

Jenis Analisis	Kategori	Nilai	Keterangan
Statistik Deskriptif	Jumlah Responden (N)	55	Seluruh data valid tanpa data hilang
	Mean	45,4	Menunjukkan intensitas menonton tinggi
	Median	46	Nilai tengah data mendekati rata-rata
	Modus	42,0	Nilai yang paling sering muncul
	Standar Deviasi	5,33	Sebaran data cukup bervariasi
	Rentang Nilai	23 (34–57)	Persebaran nilai luas namun seimbang
	Skewness	0,26	Distribusi sedikit menceng ke kanan (positif)
	Kurtosis	-0,19	Distribusi hampir datar (platykurtik)
Analisis Normalitas (Shapiro-Wilk)	Statistik W	0,976	Nilai uji normalitas
	<i>p-value</i>	0,324	Data berdistribusi normal ($p > 0,05$)
Analisis Frekuensi (Data Berkelompok)	34–40	11 responden (20%)	Kategori rendah
	41–47	28 responden (51%)	Kategori sedang (dominasi)
	48–54	12 responden (22%)	Kategori tinggi
Kategorisasi Data Hipotetik	Rendah (<28)	0 responden (0%)	Tidak ada responden dalam kategori rendah
	Sedang (28–44)	24 responden (43,64%)	Kategori sedang
	Tinggi (>44)	31 responden (56,36%)	Mayoritas responden intensitas tinggi
Analisis Indikator Variabel Intensitas (X)	Indikator tertinggi	X2 (Mean 4,40; SD < 0,70)	Menunjukkan perhatian tinggi terhadap konten
	Indikator bervariasi	X3, X4, X8, X10, X11, X12 (SD $\geq 0,90$)	Adanya perbedaan persepsi antarresponden



Berdasarkan hasil analisis variabel *Intensitas Menonton*, diperoleh rata-rata (mean) 45,4 dengan median 46 dan modus 42, yang mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki intensitas menonton yang tinggi dan relatif konsisten. Nilai standar deviasi 5,33 menunjukkan bahwa sebaran data masih dalam batas wajar dengan variasi sedang. Uji normalitas Shapiro-Wilk ($W = 0,976$; $p = 0,324$) mengonfirmasi bahwa data berdistribusi normal, sehingga uji parametrik dapat digunakan dalam analisis lanjutan. Distribusi frekuensi memperlihatkan dominasi pada rentang skor 41–47 (kategori sedang), sementara hasil kategorisasi menunjukkan bahwa 56,36% responden tergolong dalam kategori tinggi. Dari sisi indikator, aspek perhatian (X1–X5) memiliki skor tertinggi dan paling stabil, menunjukkan keterlibatan responden yang kuat terhadap konten dakwah Habib Husein Ja'far, sedangkan indikator dengan standar deviasi tinggi (seperti X11) perlu dievaluasi untuk memahami variasi persepsi antarresponden secara lebih mendalam.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, aspek Pengetahuan Agama merupakan aspek dengan skor persepsi tertinggi dari responden, ditandai dengan indikator Y.3 yang memiliki rata-rata tertinggi (Mean 4.56). Sebaliknya, aspek Penghayatan menunjukkan skor terendah, khususnya pada indikator Y.6 dan Y.7 (Mean 3.95), yang juga disertai dengan tingkat variasi respons yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan internalisasi nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari masih memerlukan perhatian lebih dalam penguatan strategi pembinaan atau pendampingan.

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap dua belas indikator (X1 hingga X12) yang diambil dari 55 responden, terdapat variasi yang cukup jelas dalam persepsi responden terhadap ketiga aspek yang diteliti, yaitu Perhatian, Penghayatan, dan Frekuensi. Aspek Perhatian, yang meliputi indikator X1 sampai X5, menunjukkan hasil yang paling positif dengan rata-rata skor yang mendekati atau di atas 4.00 serta standar deviasi yang rendah di bawah 0.70. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi dan konsisten terhadap aspek ini, terutama pada indikator X2 yang memiliki rata-rata tertinggi yaitu 4.40 dengan variasi tanggapan paling kecil.

Sebaliknya, aspek Frekuensi yang terdiri dari indikator X9 sampai X12 menunjukkan rata-rata yang lebih rendah meskipun masih di atas titik tengah, namun disertai dengan standar deviasi yang jauh lebih tinggi, terutama pada indikator X11 yang mencapai 1.061. Variasi tinggi ini menggambarkan adanya perbedaan pendapat yang signifikan di antara responden, yang mengindikasikan bahwa frekuensi keterlibatan atau aktivitas terkait aspek tersebut belum seragam dan memerlukan perhatian lebih lanjut. Sementara itu, aspek Penghayatan (X6 sampai X8) berada di posisi tengah dengan indikator yang menunjukkan hasil positif namun dengan tingkat variasi yang lebih bervariasi. Secara keseluruhan, aspek Perhatian menjadi kekuatan utama dalam persepsi responden, sedangkan aspek Frekuensi perlu menjadi fokus evaluasi dan pengembangan agar persepsi dan keterlibatan responden dapat lebih merata.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 55 mahasiswa FDIKOM angkatan 2024, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki intensitas menonton tayangan dakwah Habib Husein Ja'far di YouTube yang tinggi (56%) serta tingkat religiusitas yang juga tinggi (87%). Hal ini menegaskan bahwa dakwah digital memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk nilai-nilai keagamaan mahasiswa. Aspek perhatian menjadi indikator paling kuat dalam intensitas menonton, sedangkan pada religiusitas, pengetahuan agama muncul sebagai aspek dominan yang menunjukkan efektivitas konten dakwah dalam memperluas wawasan keislaman. Namun, variasi pada aspek penghayatan dan frekuensi religiusitas menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih mendalam agar pesan dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berdampak transformatif terhadap perilaku keagamaan sehari-hari. Oleh karena itu, disarankan agar lembaga pendidikan menjadikan konten dakwah digital seperti tayangan Habib Husein Ja'far sebagai bahan pembelajaran dan diskusi kontekstual di kelas; para content creator perlu mengembangkan dakwah yang ringan, inklusif, serta relevan dengan kehidupan generasi muda; dan mahasiswa maupun penonton umum diharapkan lebih selektif dalam memilih tontonan yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memperkuat iman dan pemahaman spiritual di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, N. R., Naimi, N., & Lubis, S. A. S. (2019). Implementasi Kurikulum Al-Islam dan Kemuhammadiyah dalam Meningkatkan Sikap Religiusitas Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2).
- Aulia, N. R. (2018). Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang. *Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga*.
- Frisnawati, A. (2012). Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial pada Remaja. *E-Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan*, 1(1).
- Hutomo, H. N. (2020). Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram Dakwah Rumayshocom terhadap Sikap Keberagamaan.
- Jalaluddin. (2002). *Psikologi Agama*. PT Raja Grafindo Persada.
- Pramudawardani, A. P. (2016). Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook dan Twitter terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan IPS. *Sosial Studies*, 5(4).
- Qorina, U. (2019). Pengaruh Terpaan Media Dakwah "Pemuda Hijrah" Melalui Instagram Terhadap Sikap Religiusitas. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2007). *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula*. Prestasi Pustaka.