

Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Dakwah Islam dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM)

Randy Ramadhan

STMIK Nusa Mandiri
Jl. Kramat Raya No. 18
Jakarta Pusat 10450
randy.rmd14@gmail.com

Henny Destiana

Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kamal Raya No. 18, Ringroad Barat
Cengkareng, Jakarta Barat
Henny.hnd@bsi.ac.id

Abstrak— Sudah menjadi rahasia umum kebutuhan akan ilmu agama, informasi, dan teknologi sangatlah tinggi. Selain itu kecepatan, keakuratan, serta efisiensi yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi informasi tidaklah dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Selama ini tidak sedikit dari masyarakat yang justru mengenal serta belajar agama islam melalui internet atau media sosial terutama youtube dibandingkan dengan datang langsung ke tempat diadakannya Kajian Islam. Dalam hal ini dilakukan penelitian untuk mengetahui besarnya pengaruh media sosial youtube dalam memperkenalkan dakwah Islam, serta sebagai sarana komunikasi antara pendakwah dengan jama'ah maka Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Dari hasil penelitian maka diperoleh hasilnya yaitu Youtube memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan Dakwah Islam yang didapat dari indikator-indikator variabel media sosial menunjukkan nilai Critical Ratio yang jauh diatas nilai kritis.

Kata Kunci— Media Sosial, Dakwah Islam, SEM, Informasi

I. PENDAHULUAN

Kesadaran akan pentingnya ilmu agama serta kesadaran tentang kewajiban menuntut ilmu agama semakin terlihat dalam kehidupan masyarakat. Dalam ajaran Agama Islam menuntut ilmu khususnya ilmu agama adalah wajib hukumnya sampai ajal menjemput. Berikut adalah dalil tentang kewajiban menuntut ilmu agama :

Allah Subhanahu wa ta'ala berfirman :
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَسَخَّرُوا فِي الْمَجَالِسِ فَأَفْسَحُوا بَفَتْحِ اللَّهِ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

"Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan didalam majelis, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat". (Q.S Al-Mujadalah ayat 11)

Hadits Rasulullah shalallahu 'alaihi wassalam

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

"Dari Anas bin Malik ia berkata, Rasulullah shalallahu 'alaihi wassalam bersabda : "Mencari ilmu itu wajib bagi setiap muslim." (HR. Ibnu Majah)

Sudah menjadi rahasia umum kebutuhan akan ilmu agama, informasi, dan teknologi sangatlah tinggi. Selain itu kecepatan, keakuratan, serta efisiensi yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi informasi tidaklah dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Selama ini tidak sedikit dari masyarakat yang justru mengenal serta belajar agama islam melalui internet atau media sosial dibandingkan dengan datang langsung ke tempat diadakannya Kajian Islam. Menurut Prisgunanto (2015:101-102) menyimpulkan bahwa : [1]

Kemajuan teknologi semakin pesat, bagaikan raksasa, yang berlari cepat dan mereka yang tidak bisa mengikutinya akan tertinggal jauh dan dilibas oleh zaman. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh facebook terhadap kepercayaan bergaul siswa-siswi

sekolah, sehingga rumusan masalahnya apakah ada pengaruh sekolah menengah atas terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan sosial media terhadap tingkat kepercayaan diri siswa-siswi sekolah menengah atas di Jakarta. Penelitian ini menggunakan model pengolahan data kuantitatif dengan jenis penelitian pengaruh atau regresi dari dua variabel. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan sosial media terhadap tingkat kepercayaan bergaul dikalangan siswa-siswi di sekolah menengah atas di Jakarta.

Oleh karena itu salah satu cara untuk mengembangkan, memperkenalkan serta mendekatkan Dakwah Islam pada masyarakat yaitu dengan mengunggah video rekaman kajian Islam ke media sosial Youtube. Youtube adalah media sosial berbasis video yang kini banyak dimanfaatkan oleh Panitia Kajian Islam, Ustadz, maupun individu jamaah untuk berbagi video ceramah atau dakwah Islam. Selain itu tidak sedikit pula panitia Kajian Islam yang menyediakan layanan *live streaming* via media sosial Youtube agar memudahkan masyarakat untuk turut serta dalam menikmati indahnyamenuntut ilmu agama.

Kemajuan teknologi komunikasi dapat membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Salah satu contoh perkembangan teknologi komunikasi yang ada di masyarakat adalah munculnya berbagai media jejaring sosial seperti twitter, facebook, myspace dan friendster. Keistimewaan dari jejaring sosial adalah kemampuan dalam keluasan jaringan dan kecepatan informasi yang dapat memfasilitasi tuntutan dan kebutuhan komunikasi dari berbagai kalangan masyarakat yang memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. (Widiantiri dan Herdiyanto 2013:107)[2]

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Waluyo, Minto (2011) menjelaskan bahwa, "SEM (*Structural Equational Modeling*) adalah generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model." [3]

SEM dapat menguji secara bersama-sama :

1. Model Struktural : hubungan antara konstruk independen dengan dependen.
2. Model *measurement* : hubungan (nilai *loading*) antara indikator dengan konstruk (*laten*).

Ada Beberapa penelitian yang menjadi referensi, diantaranya,

- [4] Mutia Maharani et al (2012), dengan "judul Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing : Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia". Penelitian berisikan Sosial media memberikan keunggulan bersaing dengan meningkatkan bargaining position terhadap pelanggan. Sosial media berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Coffee Toffee. Dengan variabel-variabel untuk mengukur pengaruh manfaat Sosial Media, terdapat tempat variabel yang mempengaruhi Competitive Advantage Coffee Toffee yaitu Sarana Komunikasi dengan nilai *loading factor* 0,98, Media Promosi dengan nilai *loading factor* 0,93, Sarana Riset dengan nilai *loading factor* 0,91, dan Merk Lebih Dikenal dengan nilai *loading factor* 0.87. Dari empat hipotesis yang ada, semua dapat diterima karena nilai *loading factor* telah memenuhi syarat nilai pemodelan. Variabel Sarana Komunikasi (SK) mendapat hasil nilai terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa variabel SK mempunyai pengaruh terbesar terhadap Competitive Advantage, yang berarti manfaat jejaring sosial tersebut mempunyai dampak bagi Competitive Advantage. Variabel *Merk Lebih Dikenal* (LD) mendapat hasil nilai terkecil.
- [5] Edwi Arief Sosiawan (2011) dengan judul, Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa". Penelitian ini membahas tentang dukungan jejaring Sosial yang diperoleh oleh subjek pengguna meliputi aspek rasa penghargaan yang diterima oleh informan Pengguna dari *links friends* mereka. bersifat deskriptif berkaitan dengan fenomena penggunaan situs jejaring sosial untuk pemenuhan kebutuhan dukungan sosial, namun secara efektifitas dalam kaitan pengaruhnya terhadap dukungan sosial itu sendiri yang terdiri dari banyak variabel belumdiketahui. Berkaitan dengan hal tersebut hendaknya dilakukan penelitian penggunaan *facebook* dan pengaruhnya terhadap dukungan sosial pengguna melalui pendekatan metodologi kuantitatif agar diperoleh

penjelasan yang lebih akurat dari dua sisi baik kualitatif dan kuantitatif.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, diperlukan langkah-langkah penelitian agar tujuan dari penelitian dapat tercapai. Adapun langkah-langkah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi adalah untuk mengetahui berapa besar youtube berpengaruh serta memberikan dampak positif pada Dakwah Islam yang kini sudah mulai merambah dunia maya.

2. Pemilihan Model Pemecahan Masalah

Dalam menyelesaikan permasalahan tersebut diperlukan penentuan model pemecahan masalah. Maka peneliti disini memilih menggunakan metode Structural Equational Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak (*Analysis of Moment Structure*) AMOS. Dengan terlebih dahulu menentukan variabel-variabel SEM.

3. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui Observasi atau pengamatan langsung dilapangan, Studi Pustaka melalui buku, jurnal dengan mempelajari penelitian-penelitian terdahulu, dan menyebarkan Kuesioner kepada sejumlah jama'ah yang dijadikan sampel.

4. Pengolahan data dan analisis

Data yang telah dihimpun selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan metode Structural Equational Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak (*Analysis of Moment Structure*) AMOS.

5. Implementasi Model

Tahap Implementasi Model disini yaitu data diimplementasikan kedalam model yang telah dipersiapkan.

6. Evaluasi Hasil

7. Evaluasi ini dilakukan dengan menganalisis hasil analisis dari perhitungan menggunakan metode SEM dengan bantuan *tools* AMOS.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada 7 tahapan dalam pemodelan dan analisis struktural yaitu:

1. Pengembangan model teoritis

Langkah pertama dalam SEM adalah melakukan identifikasi secara teoritis terhadap permasalahan

penelitian. Topik penelitian ditelaah secara mendalam dan hubungan antara variabel-variabel yang akan dihipotesiskan harus didukung oleh justifikasi teori yang kuat. Proses pengembangan konsep dan teori diawali dengan pengumpulan data kepustakaan yang diperoleh dari penelitian kepustakaan. Selanjutnya, data tersebut dianalisis untuk memaknai sumber data.

Dari data-data kepustakaan yang diperoleh, langkah selanjutnya adalah menentukan variabel-variabel penelitian. Yaitu variabel laten eksogen dan endogen serta variabel teramati yang dibangun berdasarkan indikator dari aspek-aspek variabel laten. Variabel-variabel inilah yang kemudian menjadi dasar konstruksi struktur model teoritis untuk menunjukkan hubungan antara variabel-variabel penelitian yang diperkuat dengan teori-teori dalam kajian teori.

2. Pengembangan diagram alur

Setelah melakukan identifikasi pada variabel-variabel penelitian secara teoritis dan merumuskan model, langkah selanjutnya adalah menyusun diagram jalur untuk menggambarkan hubungan-hubungan antar variabel. Terdapat 2 model penelitian dalam SEM, yaitu model struktural dan measurement model. Model struktural adalah model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten endogen dengan variabel laten eksogen. Sedangkan measurement model adalah model yang menggambarkan hubungan variabel laten endogen atau eksogen dengan variabel manifest.

3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran

Setelah diagram jalur berhasil dibuat, langkah selanjutnya adalah mengkonversikan diagram jalur ke dalam persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran. Untuk mengkonversikan diagram jalur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran, dapat menggunakan pedoman berikut

a. Persamaan Model Pengukuran

1) Variabel manifest eksogen = fungsi variabel laten eksogen + eror

2) Variabel manifest endogen = fungsi variabel laten endogen + eror

b. Persamaan Model Struktural

Variabel laten endogen = fungsi variabel laten eksogen + variabel endogen lainnya + eror.

4. Memilih jenis matrik *input* dan estimasi model yang diusulkan

Dalam SEM, data input yang dianalisis berupa matriks korelasi atau matriks kovarian. Sehingga persamaan yang diperoleh dari langkah sebelumnya harus diformulasikan dalam bentuk matriks. Jika dibandingkan dengan matriks korelasi, matriks kovarian memiliki kelebihan dalam

memberikan validitas perbandingan antar populasi atau sampel yang berbeda. Matriks korelasi dalam persamaan struktural merupakan *standardize matriks kovarian*. Oleh karena itu, jika matriks korelasi yang digunakan sebagai data input, maka hasil estimasi statistik SEM akan selalu dinyatakan dalam bentuk *standardized units* yang nilainya berkisar antara -1,00 dan +1,00.

Setelah data input dipilih, maka langkah selanjutnya adalah melakukan estimasi model. Yaitu memilih model estimasi dan memilih program komputer yang digunakan. Model estimasi yang diajukan tergantung dari jumlah sampel penelitian yang dilibatkan. Dalam SEM, estimasi parameter yang sering digunakan adalah *Maximum Likelihood*

5. Menilai identifikasi model struktural

Pengujian model struktural dapat dilakukan melalui identifikasi model. Terdapat 3 kategori identifikasi model dalam SEM, yaitu: (a) model *under-identified*, yaitu model yang terjadi jika parameter-parameter model tidak dapat diestimasi; (b) model *just-identified*, jika estimasi yang didapatkan memiliki solusi tunggal; serta (c) model *over-identified*, jika estimasi yang diperoleh menghasilkan solusi yang lebih dari satu (tidak tunggal). Suatu model dikatakan *just-identified* apabila model tersebut memiliki derajat bebas sama dengan nol. Dan dikatakan *over-identified* apabila derajat bebasnya lebih besar dari nol.

6. Menilai kriteria *Goodness-of-Fit*

Setelah model terbentuk, maka diperlukan analisis dalam uji kecocokan model. Pengujian kecocokan model dilakukan untuk mengetahui sejauhmana model hubungan antarvariabel yang disusun secara teoritis didukung oleh kenyataan yang ada pada data empiris. Keputusan kesesuaian model pada penelitian ini didasarkan pada kriteria uji kesesuaian model *Goodness Of Fit Statistics* (GOF), yaitu:

a. Chi Square (χ^2), dengan nilai p-value $\geq 0,05$.

uji statistik χ^2

$$\chi^2 = (n-1) F(S, \sum(\epsilon))$$

b. *Root mean square error of approximation* (RMSEA). Nilai RMSEA $\leq 0,05$ menandakan *close fit*, sedangkan $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ menunjukkan *good fit*.

$$RMSEA = \sqrt{\frac{(x^2 - (p(p+q)/2 - q))}{(n-1)p(p+q)/2 - q}}$$

x^2 = nilai x^2 model

q = jumlah parameter yang diduga

p = jumlah variabel indikator

n = jumlah sampel

c. *Expect Cross-Validation Index* (ECVI) dengan nilai ECVI dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$ECVI = F + \frac{2q}{n-1}$$

n = Ukuran sampel

q = Jumlah parameter yang diestimasi

a. *Goodness of Fit Index* (GFI)

Uji kelayakan GFI ini seperti nilai koefisien determinasi (R^2) didalam uji kelayakan atau kebaikan hasil regresi, nilainya $0 \leq GFI \leq 1$. Semakin mendekati 0 maka semakin tidak layak model. Model dianggap layak bila nilai GFI $\geq 0,90$ sebagai *cut off value*-nya.

$$GFI = \frac{1 - tr |(\Sigma^{-1}S - I)^2|}{tr |(\Sigma^{-1}S)^2|}$$

tr = *trace matriks*

S = Konvarian matriks awal

S = Konvarian matriks model

I = Identitas matriks

d. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI)

Seperti halnya GFI, nilai AGFI berkisar 0 sampai dengan 1 dan nilai AGFI $\geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq GFI \leq 0,90$ sering disebut dengan *marginal fit*.

$$AGFI = 1 - \frac{df_0}{df_n} (1-GFI)$$

$$= 1 - \frac{df_0}{df_n} (1-GFI)$$

df_0 = *degree of freedom* dari tidak ada model = p

P = jumlah varian dan kovarian dari variabel teramati.

df_n = *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan.

e. *Parsimonius Goodness of Fit Index* (PGFI)

Nilai PGFI berkisan 0 sampai dengan 1

$$PGFI = x \frac{df_n}{df_i} NFI$$

df_n = *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan

df_i = *degree of freedom* dari *independence/null* model

f. *Normed Fit Index* (NFI)

NFI ini mempunyai nilai yang berkisar 0 sampai dengan 1 dan nilai NFI $\geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq NFI \leq 0,90$ sering disebut dengan *marginal fit*.

$$NFI = \frac{(x_i^2 - x_h^2)}{x_i^2}$$

g. *Tucker-Lewis Index / Non-Normed Fit Index (TLI/NNFI)*

TLI ini mempunyai nilai yang berkisar 0 sampai dengan 1 dan nilai $TLI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq TLI \leq 0,90$ adalah *marginal fit*.

$$TLI = \frac{(X_i^2/df_i) - (X_h^2/df_h)}{(X_i^2/df_i) - 1}$$

X_i^2 = *chi square* dari *null/independence* model.

X_h^2 = *chi square* dari model yang dihipotesiskan.

No	Pernyataan	Kode
1	Youtube sudah baik dalam mengenalkan dakwah Islam	MP1
2	Video dakwah atau kajian Islam di youtube, tentang mengajak kepada Tauhid dan menjauhi Syirik (dianggap) sudah baik	MP2
3	Media sosial youtube mengenalkan dakwah Islam yang berkualitas	MP3
4	Melalui video dakwah atau kajian Islam anda merasa tertarik untuk lebih memahami ilmu agama Islam	MP4
5	Video dakwah atau kajian Islam di Youtube mengenalkan tentang dakwah Islam yang berdasarkan Al-Qur'an (sesuai apa yang Allah ﷻ perintahkan)	MP5
6	Video dakwah atau kajian Islam di Youtube mengenalkan tentang dakwah Islam yang berdasarkan Hadits atau As-Sunnah (<i>ittiba</i> terhadap apa yang Rasulullah ﷺ ajarkan)	MP6
7	Media sosial youtube mengenalkan suasana dakwah Islam yang santai dan menyenangkan	MP7
8	Media sosial youtube turut memberikan informasi tentang jadwal kajian Islam serta program sosial yang diadakan oleh Ustadz atau panitia kajian.	MP8
9	Jamaah merasa tertarik untuk datang langsung ke lokasi kajian Islam serta mengikuti program sosial yang diadakan	MP9
10	Video dakwah atau kajian Islam di Youtube membuat jamaah menjadi lebih tertarik dengan ilmu agama Islam	MP10

df_i = *degree of freedom* dari *null* model.

df_h = *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan

h. *Comparative Fit Index (CFI)*

CFI ini mempunyai nilai yang berkisar 0 sampai dengan 1 dan nilai $CFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq CFI \leq 0,90$ adalah *marginal fit*.

$$CFI = 1 - \frac{I_1}{I_2}$$

$$I_1 = \max(I_h, 0) \text{ dan } I_h = \max(I_h, I_i, 0)$$

$$I_h = [(n-1)F_h - df_h] \text{ dan}$$

$$I_i = [(n-1)F_i - df_i]$$

i. *Incremental Fit Index (IFI)*

Nilai IFI akan berkisar dari 0 sampai 1. nilai $IFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq IFI \leq 0,90$ adalah *marginal fit*.

$$IFI = \frac{nF_i - nF_h}{nF_i - df_h}$$

j. *Relative Fit Index (RFI)*

Nilai RFI akan berkisar dari 0 sampai 1. nilai $RFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq RFI \leq 0,90$ adalah *marginal fit*.

$$RFI = 1 - \frac{F_h/df_h}{F_i/df_i}$$

F_h = nilai minimum F dari model yang dihipotesiskan

F_i = nilai minimum F dari model *null/independence*

7. Interpretasi dan Modifikasi Model

Ketika model telah dinyatakan diterima, maka peneliti dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness of fit*. Modifikasi dari model awal harus dilakukan setelah dikaji banyak pertimbangan. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut harus diestimasi dengan data terpisah sebelum model modifikasi diterima.

Tabel 1 Indikator variabel Sarana Komunikasi

No	Pernyataan	Kode
1	Anda sering mengikuti video dakwah Islam atau kajian Islam melalui youtube	SK1
2	Tingkat keserangan update video dari akun dakwah atau kajian Islam di youtube sudah pas	SK2
3	Video dakwah atau kajian Islam di youtube berisi konten (ilmu) yang bersifat informatif	SK3
4	Video dakwah atau kajian Islam di youtube berisi konten (ilmu) yang bermanfaat untuk anda	SK4
5	Video dakwah atau kajian Islam di youtube memuat konten (ilmu) yang relevan dengan yang anda butuhkan	SK5
6	Video dakwah atau kajian Islam di youtube menyediakan isi konten (ilmu) yang sesuai dengan perkembangan zaman	SK6
7	Bahasa yang disampaikan oleh pemateri (Ustadz) mudah dipahami	SK7
8	Video dakwah atau kajian Islam di youtube sudah disajikan dengan baik	SK8
9	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jamaah jadi mengetahui bahwa dakwah yang diutamakan yaitu mengajak kepada Tauhid dan menjauhi Syirik	SK9
10	Melalui youtube, jamaah jadi mengetahui bahwa materi dakwah Islam saat ini sudah berkualitas	SK10
11	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jamaah jadi mengetahui bahwa dakwah Islam yang disampaikan berdasarkan Al-Qur'an (sesuai apa yang Allah ﷻ perintahkan)	SK11

12	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jamaah jadi mengetahui bahwa dakwah Islam yang disampaikan berdasarkan Hadits atau As-Sunnah	SK12
	(ittiba terhadap apa yang Rasulullah ﷺ ajarkan)	
13	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jamaah jadi mengetahui tentang suasana dakwah Islam yang santai dan menyenangkan	SK13
14	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jamaah jadi mengetahui bahwa ilmu agama Islam harus diutamakan	SK14
15	Melalui media sosial youtube jamaah jadi mengetahui informasi tentang jadwal kajian Islam serta program sosial yang diadakan oleh Ustadz atau panitia kajian.	SK15

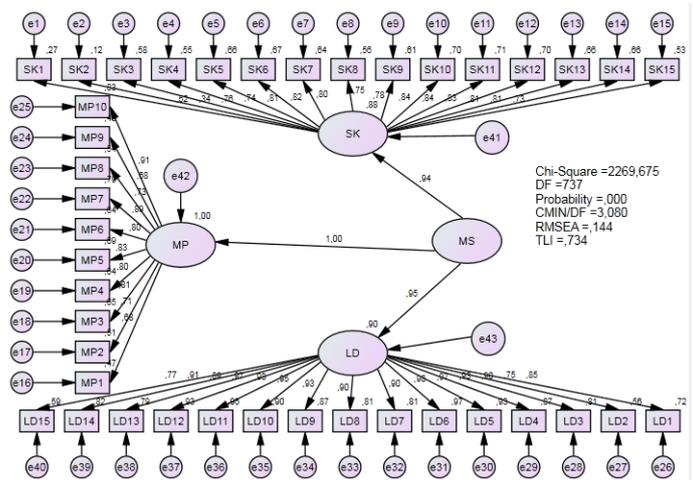
Tabel 2 Indikator Variabel Media Promosi

Tabel 3 Indikator Dakwah Lebih Dikenal

No	Pernyataan	Kode
1	Anda sering mengikuti video dakwah Islam atau kajian Islam melalui youtube	LD1
2	Tingkat keseringan update video dari akun dakwah atau kajian Islam di youtube sudah pas	LD2
3	Video dakwah atau kajian Islam di youtube berisi konten (ilmu) yang bersifat informatif	LD3
4	Video dakwah atau kajian Islam di youtube berisi konten (ilmu) yang bermanfaat untuk anda	LD4
5	Video dakwah atau kajian Islam di youtube memuat konten (ilmu) yang relevan dengan yang anda butuhkan	LD5
6	Video dakwah atau kajian Islam di youtube menyediakan isi konten (ilmu) yang sesuai dengan perkembangan zaman	LD6
7	Bahasa yang disampaikan oleh pemateri (Ustadz) mudah dipahami	LD7
8	Video dakwah atau kajian Islam di youtube sudah disajikan dengan baik	LD8
9	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jama'ah jadi mengetahui bahwa dakwah yang diutamakan yaitu mengajak kepada Tauhid dan menjauhi Syirik	LD9
10	Melalui youtube, jama'ah jadi mengetahui bahwa materi dakwah Islam saat ini sudah berkualitas	LD10
11	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jama'ah jadi mengetahui bahwa dakwah Islam yang disampaikan berdasarkan Al-Qur'an (sesuai apa yang Allah ﷻ perintahkan)	LD11

12	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jama'ah jadi mengetahui bahwa dakwah Islam yang disampaikan berdasarkan Hadits atau As-Sunnah (jittiba terhadap apa yang Rasulullah ﷺ ajarkan)	LD12
13	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jama'ah jadi mengetahui tentang suasana dakwah Islam yang santai dan menyenangkan	LD13
14	Melalui video dakwah atau kajian Islam di youtube, jama'ah jadi mengetahui bahwa ilmu agama Islam harus diutamakan	LD14

15	Melalui media sosial youtube jama'ah jadi mengetahui informasi tentang jadwal kajian Islam serta program sosial yang diadakan oleh Ustadz atau panitia kajian.	LD15
----	--	------

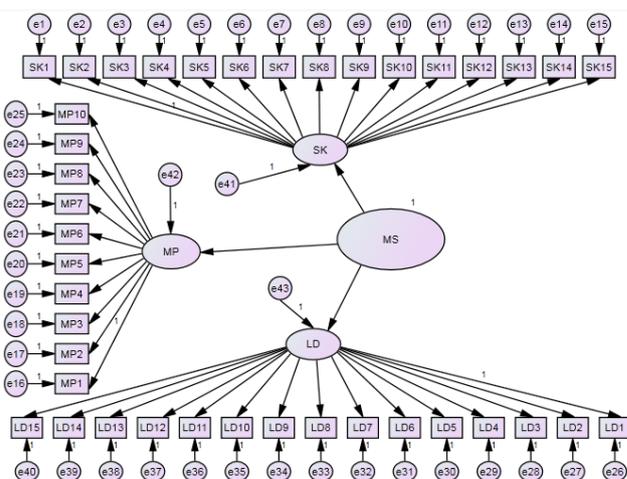


Gambar 2 Output path diagram model awal

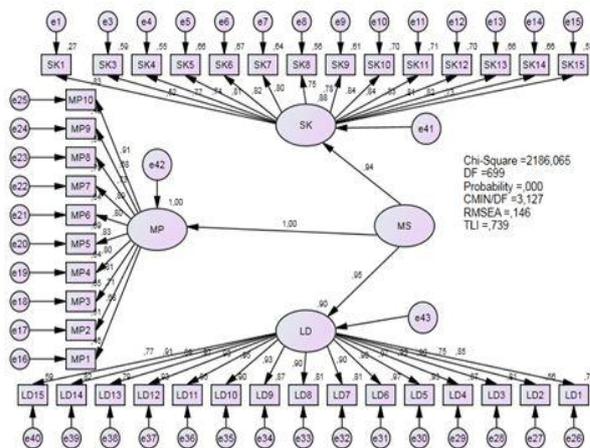
Tabel 4 Hasil Pengujian GOF Model Awal

Goodness of Fit (GOF) Index	Cut-off Value	Nilai pada Model Penelitian	Keterangan
Chi-Square (χ^2)	Semakin Kecil Semakin Baik	2269,675	
CMIN / DF	< 2,0	3,080	Poor fit
p (Probabilitas)	> 0,05	0,000	Poor fit
RMSEA	< 0,08	0,144	Poor fit
TLI	> 0,90	0,734	Poor fit

Berdasarkan hasil uji GOF model diatas, disimpulkan bahwa model tidak *fit* dengan data penelitian. Penghapusan indikator yang memiliki *factor loading* < 0,50 dapat dilakukan untuk membuat hasil pengujian GOF menjadi lebih baik. Tabel hasil *output* AMOS pada lampiran G.1 bahwa indikator SK2 memiliki nilai *factor loading* kurang dari < 0,50. Selanjutnya indikator tersebut dihapus. Setelah penghapusan semua indikator maupun variabel tersebut. Dapat diketahui hasil uji GOF tidak jauh lebih baik dari hasil pengujian sebelumnya. Gambar 4 merupakan *path diagram* baru setelah penghapusan indikator SK2.



Gambar 1 Path diagram



Gambar 3 Output Path diagram setelah penghapusan indikator

Tabel IV.6 Hasil Pengujian GOF Model Setelah Penghapusan Indikator

Goodness of Fit (GOF) Index	Cut-off Value	Nilai pada Model Penelitian	Keterangan
Chi-Square (χ^2)	Semakin Kecil Semakin Baik	2186,065	
CMIN / DF	< 2,0	3,127	Poor fit
p (Probabilitas)	> 0,05	0,000	Poor fit
RMSEA	< 0,08	0,146	Poor fit
TLI	> 0,90	0,739	Poor fit

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. Youtube memberikan pengaruh yang signifikan dalam memperkenalkan serta memberi pengaruh positif terhadap Dakwah Islam. Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya bahwa indikator-indikator variabel media sosial menunjukkan nilai Critical Ratio yang jauh diatas nilai kritisnya yaitu 1,65 sebagaimana dapat dilihat pada Tabel IV.8.
2. Kelebihan dari penelitian ini adalah bahwa penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) yang dimana metode ini lebih banyak digunakan dalam penyusunan Thesis untuk penelitian Pasca Sarjana (S2).
3. Penulis disini tidak menutup mata bahwa masih banyaknya kekurangan dari penelitian ini,

diantaranya adalah keterbatasan ilmu yang dimiliki oleh penulis dalam keilmuan metode yang digunakan. Selain itu sulitnya mencari penelitian serupa atau penelitian terdahulu referensi menjadi terbatas.

Dari hasil penelitian diatas maka diberikan saran yang dapat berguna untuk perkembangan Dakwah Islam yaitu

1. Perlunya kesadaran dari para pendakwah atau para ustadz untuk lebih memaksimalkan media sosial khususnya youtube sebagai lahan untuk menyebarkan Dakwah Islam, karena masyarakat lebih tertarik untuk mengenal dan mengatasi rasa keingin tahunya melalui media sosial.
2. Selain itu untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik maka diperlukan pemahaman yang lebih mendalam perihal materi yang akan diteliti serta metode yang akan digunakan, karena akan sangat mempengaruhi proses serta hasil yang akan didapatkan.
3. Perlunya penambahan variabel yang digunakan akan lebih mempertajam hasil penelitian.

REFERENCES

- [1] Prisgunanto, Ilham. 2015. Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa. Jakarta: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik. Vol. 9, No. 2:101-112.
- [2] Widiantiri, Komarng Sri, dan Yohanes Kartika Herdiyanto. 2013. Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja. Universitas Udayana: Jurnal Psikologi Udayana. Vol. 1, No. 1:106-115.
- [3] Waluyo, Minto. 2011. Panduan Dan Aplikasi Structural equation modeling, Untuk Aplikasi Penelitian Industri, Psikologi, Sosial, Dan Manajemen. Jakarta: Indeks.com
- [4] Maharani dkk. 2012. Faktor-faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia. Surabaya: Jurnal Teknik Pomits Vol. 1, No. 1: 1-6
- [5] Edwi Arief Sosiawan (2011) dengan judul, Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa”. Jurnal Ilmu Komunikasi Terakreditasi Volume 9, Nomor 1, halaman 60 - 75