

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus

Untuk gambaran keadaan geografis dan keadaan penduduk Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus berdasarkan keterangan monografi desa<sup>1</sup>. Adapun data monografi tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1. Letak Geografis

Desa Piji secara administratif wilayah terdiri dari 9 RW dan 42 RT. Desa Piji terletak di Jl. Raya Kudus-Colo.Km. 9. Dengan jarak pusat pemerintahan dengan Kecamatan Dawe adalah 1 km. Luas wilayah desa Piji adalah 442, 520 ha/m<sup>2</sup> dengan luas pemukiman 100, 25 ha/m<sup>2</sup> , luas persawahan 223, 413 ha/m<sup>2</sup> , luas kuburan 8,015 ha/m<sup>2</sup> , luas pekarangan 98,486 ha/m<sup>2</sup> , perkantoran 8,093 ha/m<sup>2</sup> , dan luas prasarana umum lainnya 12,263 ha/m<sup>2</sup>.

##### 2. Batas Wilayah

Secara geografis Desa Piji memiliki batas-batas wilayah administrasi sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Desa Lau/Ternadi, Dawe, Kudus
- Sebelah Timur : Desa Lau/Margorejo, Dawe, Kudus
- Sebelah Selatan : Desa Cendono/Margorejo, Dawe, Kudus
- Sebelah Barat : Desa Puyoh / Samirejo / Cendono, Dawe, Kudus

##### 3. Luas Wilayah

Desa Piji merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus yang mempunyai luas wilayah 442,520 ha/m<sup>2</sup>. Dilihat dari penggunaan wilayah, tata guna lahan terdiri dari pemukiman, dan penggunaan lainnya seperti persawahan, dan prasarana umum lainnya.

---

<sup>1</sup> Data *Gambaran Umum Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus Tahun 2023*, Dikutip 23 Oktober 2023.

**4. Potensi Peduduk/Jumlah Penduduk**

Jumlah dan perkembangan penduduk Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus pada tahun 2023 dengan jumlah penduduk sebanyak 8.034 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 4104 dan perempuan sebanyak 3930. Dengan sebagian mata pencaharian petani, pedagang, buruh, guru dan lain sebagainya.

**Tabel 1**  
**Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin**

No	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Tidak/belum sekolah	1016	1035	2051
2	TK/Play Group	315	293	608
3	Tamat SD/Sederajat	1489	1595	3084
4	Tamat SMP/Sederajat	761	713	1474
5	Tamat SMA/Sederajat	500	491	991
6	Tamat Diploma I/Sederajat	6	6	12
7	Tamat Diploma II/Sederajat	0	0	0
8	Tamat Diploma III/Sederajat	27	38	65
9	Tamat S-1 /Sederajat	105	121	226
10	Tamat S-2 /Sederajat	8	3	11
11	Tamat S-3 /Sederajat	0	0	0
		4227	4295	8522

**5. Mata Pencaharian Masyarakat**

Penduduk Desa Piji sebagian besar berprofesi sebagai petani, meskipun ada pula warga yang melakukan banyak pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk menjadi pedagang dan lain-lain. Pada tabel berikut dapat ketahui mata pencaharian penduduk Desa Piji lebih tepatnya sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Mata Pencaharian Masyarakat Desa Piji**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Orang
----	-----------------	--------------

1	Petani	575
2	Buruh Tani	47
3	Peternak	10
4	Pengusaha Kecil Menengah	620
5	Pedagang	253
6	Pegawai Negeri (PNS, TNI, POLRI)	63
7	Pensiunan (PNS, TNI, POLRI)	25
8	Karyawan Perusahaan Swasta	1895
9	Pengrajin Industri Rumahan	4
10	Pembantu Rumah Tangga	3
11	Lain-lain	523

#### 6. Organisasi Kemasyarakatan

Banyak perkumpulan atau organisasi atau organisasi atau kelompok keagamaan atau organisasi atau kelompok kemasyarakatan yang didirikan di Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus untuk semakin mempererat silaturahmi antar saudara. Lebih jelasnya organisasi desa Piji adalah sebagai berikut.

**Tabel 3**  
**Organisasi Kemasyarakatan**

No	Nama Organisasi	Ada/Tidak Ada
1	PKK	Ada
2	Fatayat	Ada
3	Muslimat	Ada
4	IPNU-IPPNU	Ada
5	Kumpulan Jam'iyah	Ada
6	Kumpulan Kelompok Tani	Ada
7	PPAD	Ada
8	Karang Taruna	Ada

**B. Analisa Data**

**1. Data Tentang Media Online Kajian Islam dan Minat Generasi Z dalam Menerima Pesan Dakwah**

Data tentang Media Online Kajian Islam dan Minat Generasi Z dalam Menerima Pesan Dakwah di Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus, penulis peroleh dari hasil angket yang terdiri dari 24 pernyataan, 10 pernyataan untuk variabel media online dan 14 pernyataan untuk variabel minat generasi z dengan alternatif jawaban. Untuk alternatif jawaban Sangat Setuju diberikan skor 5, jawaban setuju diberikan skor 4, jawaban ragu-ragu diberikan skor 3, jawaban tidak setuju diberikan skor 2, dan jawaban sangat tidak setuju diberikan skor 1.

Adapun sampel yang penulis ambil 95 responden dari generasi Z di Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Untuk lebih lengkapnya bisa dilihat dalam tabel.

**a. Data tentang Media Online Kajian Islam**

Setelah diketahui hasil angket media online kajian Islam (yang ada dalam lampiran), kemudian dimasukkan ke dalam tabel skor nilai hasil angket menghitung rata-rata (mean) dari data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner variabel X yang terdiri dari 10 item pernyataan.

Setelah diketahui kandidatnya, disajikan tabel distribusi frekuensi media online, diperoleh nilai poinnya, kemudian dicari dari nilai terendah hingga tertinggi. Di dapatkan nilai yang paling rendah adalah skor 23 dengan frekuensi sebanyak 3, dan dari skor 23 dikalikan frekuensi (3) = 69. Untuk skor selanjutnya dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4**

**Tabel Distribusi Frekuensi Media Online Kajian Islam**

Skor	Frekuensi (f)	f.X
23	3	69
24	2	48
25	1	25
26	5	130
27	1	27

28	1	28
29	6	174
30	5	150
31	4	124
32	5	160
33	10	330
34	11	374
35	2	70
36	7	252
37	8	296
38	4	152
39	7	273
40	3	120
41	4	164
43	1	43
44	2	88
45	2	90
46	1	46
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>∑fX=3233</b>

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai terendah 23 dan nilai tertinggi 46 dengan jumlah  $fX = 3233$ . Sehingga dapat dilihat nilai rata-rata motivasi mengajar melalui perhitungan dengan rumus:

$$\begin{aligned} M\bar{X} &= \frac{\sum fX}{n} \\ &= \frac{3233}{95} = 34,03 \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata atau mean dari media online sebesar 34,03, maka nilai tersebut dalam standar nilai/interval pada tabel dibawah ini termasuk dalam kategori **sedang** karena masuk dalam interval (29-34), artinya dalam mengakses media online kajian islam, para generasi Z rata-rata mengakses media online kajian islam yang sedang sehingga mempengaruhi minat generasi z dalam menerima pesan dakwan di Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.

**Tabel 5**  
**Nilai Interval Kategori Media Online Kajian Islam**

No	Interval	Kategori
1	41 – 46	Sangat Baik
2	35 – 40	Baik
3	29 – 34	Sedang
4	23 – 28	Kurang

**b. Data tentang minat generasi z dalam menerima pesan dakwah**

Setelah diketahui hasil angket minat generasi z dalam menerima pesan dakwah (yang tertera dalam lampiran) kemudian dimasukkan ke dalam tabel skor nilai hasil angket menghitung rata-rata (mean) data yang dikumpulkan dari survei 14 pernyataan variabel Y.

Setelah diketahui nama-namanya, maka disajikan tabel frekuensi minat generasi z menerima pesan dakwah dari hasil nilai poin di atas, dicari dari nilai terendah hingga tertinggi. Skor terendah adalah 27 dengan frekuensi 1 kemudian frekuensi 27 dikalikan frekuensi (1) = 27. Begitu pula dengan poin berikut ini sampai dengan 95 poin:

**Tabel 6**  
**Tabel Distribusi Frekuensi Minat Generasi Z Dalam Menerima Pesan Dakwah**

Skor	Frekuensi	f.X
27	1	27
32	2	64
33	2	66
36	1	36
37	1	37
38	3	114
39	1	39
40	6	240
41	3	123
42	6	252
43	4	172
44	6	264

45	9	405
46	8	368
47	6	282
48	2	96
49	3	147
50	5	250
51	3	153
52	4	208
53	3	159
54	3	162
55	4	220
56	2	112
57	4	228
58	1	58
60	1	60
67	1	67
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b><math>\Sigma fX=4409</math></b>

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai terendah 27 dan nilai tertinggi 67 dengan jumlah  $fX = 4409$ . Sehingga dapat dilihat nilai rata-rata minat generasi z dalam menerima pesan dakwah melalui perhitungan dengan rumus:

$$\begin{aligned} \bar{M\bar{X}} &= \frac{\Sigma fX}{n} \\ &= \frac{4409}{95} = 46,41 \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata atau mean dari minat generasi z dalam menerima pesan dakwah sebesar 46,41 maka nilai tersebut dalam standar nilai/interval pada tabel dibawah ini termasuk dalam kategori **sedang** karena masuk dalam interval (37-46), artinya gererasi Z rata-rata memiliki minat dalam menerima pesan dakwah yang sedang ketika dipengaruhi oleh media online kajian Islam di Desa Piji Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.

**Tabel 7**  
**Nilai Interval Kategori Minat Generasi Z Dalam Menerima Pesan Dakwah**

No	Interval	Kategori
1	57 – 67	Sangat Baik
2	47 – 56	Baik
3	37 – 46	Sedang
4	27 – 36	Kurang

**2. Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis adalah metode penelitian yang menggunakan analisis statistik untuk memverifikasi secara ilmiah kebenaran suatu klaim dan mengambil keputusan apakah klaim tersebut diterima atau tidak. Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas.

Hipotesis digunakan untuk mengetahui adakah korelasi antara minat generasi z dengan media online atau untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara minat mad;u dengan media online, menggunakan rumus regresi linier sederhana.

**a. Analisis Regresi Sederhana**

Analisis regresi sederhana digunakan untuk melihat pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, dan untuk memprediksi besaran nilai variabel terikat yang di pengaruhi variabel bebas. Berikut hasil uji regresi liner sederhana :

**Tabel 8**  
**Analisis Regresi Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	18.708	3.574		5.235	.000
	Media Online	.814	.104	.631	7.845	.000

a. Dependent Variable: Minat generasi z

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa nilai constan ( $a$ ) sebesar 18,708 dan nilai variabel media online (koefisien regresi) sebesar 0,814. Oleh karena itu diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$y = a + bX + e$$

$$y = 18,708 + 0,814X + e$$

Berikut merupakan penjelasan mengenai persamaan regresi linier sederhana pada penelitian ini:

- 1) Nilai Konstanta  $a$  sebesar 18,708 mengartikan bahwa ketika variabel independen bernilai 0, maka minat generasi z adalah sebesar 18,708.
- 2) Variabel media online kajian islam menghasilkan nilai koefisiens regresi 0,814 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% nilai media online kajian islam, maka nilai minat generasi bertambah 0,814, koefisien regresi tersebut bernilai positif. Berdasarkan pengambilan keputusan pada nilai signifikasi sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehinggadapat disimpulkan bahwa variabel media online kajian islam ( $X$ ) berpengaruh terhadap variabel minat generasi z ( $Y$ ).

#### **b. Koefisien Determinasi**

Imam Ghozali (2016:97), menjelaskan bahwa koefisien determinasi mengukur sejauh mana variabel independen menjelaskan varians variabel dependen. Nilai koefisien determinasinya antara 0 sampai 1 atau antara 0 sampai 1. Nilai  $R^2$  yang rendah berarti variabel independen mempunyai daya penjas yang kecil atau tidak ada sama sekali terhadap varians variabel dependen. Nilai perkiraan salah satu variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel dependen.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB Spss 19 edisi 5, 97*.

**Tabel 9**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 <sup>a</sup>	.398	.392	5.349

a. Predictors: (Constant), Media Online

Dilihat dari hasil diatas dapat kita lihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.398 yang menunjukkan bahwa media online terdapat hubungan dengan minat generasi z. Dapat dijelaskan bahwa 39,8% variabel minat generasi z dipengaruhi oleh media online, sedangkan sisanya sebesar 60,2% minat generasi z dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian.

**c. Uji Simultan (Uji F)**

Imam Ghozali menjelaskan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependent yang dapat mempengaruhi secara bersamaan secara signifikan atau tidak. Dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk mengetahui hasil secara simultan atau tidak. Dalam prakteknya uji F dilakukan dengan beberapa cara salah satunya membandingkan F-hitung dengan F-tabel dengan kriteria berikut:

- 1) Apabila  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , jadi  $H_0$  ditolak yang berarti menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , maka  $H_a$  diterima yang berarti menunjukkan bahwa semua variabel independen (pada waktu yang sama) tidak mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 10**  
**Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1760.532	1	1760.532	61.542	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2660.457	93	28.607		
	Total	4420.989	94			

a. Dependent Variable: Minat generasi z

b. Predictors: (Constant), Media Online

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa dari uji simultan (Uji F) dimana nilai F Hitung sebesar 61,542 artinya nilai tersebut lebih besar dari F Tabel yaitu sebesar 3,94 maka dapat dijelaskan bahwa variabel media online berpengaruh terhadap minat generasi z sebagai variabel dependen.

**d. Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial merupakan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk menguji variabel independen dapat menjelaskan secara parsial terhadap variabel dependen, artinya apakah terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu media online terhadap variabel dependen yaitu minat generasi z.

Imam Ghozali (2016:98 )memberikan penjelasan bahwa ujii statistik t (parsial) menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu variabel penjelas atau variabel bebas dalam menjelaskan perbedaan individu pada variabel terikat. Salah satu cara untuk melakukan uji-t (parsial) adalah dengan membandingkan t-statistik dengan t-tabel. Uji apakah masing-masing variabel bebas (bebas) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Pada uji t parsial hal ini dapat dilihat dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis masing-masing:

Ho : Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

- Ha : Variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel:  
 Ho : Ditolak, jika t-hitung < t-tabel, artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.  
 Ha : Diterima, jika t-hitung > t-tabel, artinya variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 3) Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 5% (0,05).  
 Jika nilai signifikansi > 0,05 artinya hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan) variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.  
 Jika nilai signifikansi < 0,05 artinya hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan) variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.<sup>3</sup>

**Tabel 11**  
**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.708	3.574		5.235	.000
	Media Online	.814	.104	.631	7.845	.000

a. Dependent Variable: Minat generasi z

Penjelasan mengenai tabel diatas tentang hasil uji parsial (uji t) dapat disimpulkan dengan rincian hipotes bahwa nilai t hitung variabel media online sebesar 7,845 sedangkan t tabel sebesar 0,67711 jadi t hitung (7,845) > t tabel (0,67711), menunjukkan bahwa variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen, dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 artinya hipotesis diterima (**H<sub>a</sub>**) **diterima**.

<sup>3</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB Spss 19 edisi 5*, 98.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengujian pada penelitian menghasilkan bahwa media online berpengaruh positif terhadap minat generasi z. Berdasarkan pengujian statistik menghasilkan jika nilai  $t$  hitung variabel media online sebesar 7,845 sedangkan  $t$  tabel sebesar 0,67711 jadi  $t$  hitung (7,845) >  $t$  tabel (0,67711), menunjukkan bahwa variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen, dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya hipotesis **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa media online kajian islam sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat generasi Z misalnya dalam media online seperti internet, website, instagram, tiktok, dan youtube banyak diminati generasi Z dalam meningkatkan ilmunya mengenai kajian islam.

Dalam pesan dakwah, benar merupakan salah satu kriteria yang harus dimiliki, agar pesan dakwah memiliki kekuatan untuk mempengaruhi komunikan. Dalam konteks ini, setiap pesan dakwah yang disampaikan harus memiliki sumber yang jelas sehingga komunikan dapat menjadikan pesan dakwah tersebut sebagai referensi yang harus diikuti. Media online seperti internet, Instagram, facebook, tik tok, dan youtube di gunakan sebagai sarana menyampaikan pesan dakwah, media social serta web atau internet yang dijadikan sebagai platform yang dapat memberikan informasi dan edukasi, dengan berbagai fitur yang dimiliki, dimana dengan fitur tersebut pemilik akun dapat membuat sebuah konten sesuai dengan tujuan dari pembuatan akun tersebut. Media online sebagai sarana untuk menyebarkan informasi, dalam penyebaran tersebut dapat terjadi interaksi social antara komunikator sebagai pemilik akun dan komunikan atau *netizen*.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa menurut Afif Abdul Rosid penggunaan media social berpengaruh terhadap efektifitas dakwah pada pengikut Instagram @kajian.uztad.abdulsomad. kemudian menurut muthoatul chasna bahwa pesan dakwah berpengaruh terhadap minat pengikut akun media social Instagram @remisyaoofficial, oleh karena itu media online sangat mempengaruhi pada generasi Z dalam minat generasi z dalam menerima pesan dakwah atau ilmu yang akan dilakukan dikemudian hari.

Penelitian ini menggunakan teori perbedaan individu (*Individual Differences theory*). Berdasarkan hasil penelitian setiap individu sebagai sasaran media secara selektif menaruh perhatian terhadap pesan terutama jika berkaitan dengan kepentingannya dan sesuai kepercayaannya. Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologinya. Hal ini menunjukkan bahwa minat setiap individu itu berbeda satu sama lain, hal tersebut dapat dipengaruhi dari berbagai faktor.

Media online disini menyediakan berbagai macam platform konten yang dapat di akses oleh semua pengguna, dimana setiap pengguna tidak dibatasi untuk menentukan apa yang ingin diikuti dan apa yang ingin diakses, sehingga setiap pengguna dapat mengikuti media online sesuai dengan minat dan keinginannya. Adapun efek kognitif mengenai pengetahuan sepetar ajaran islam dari media online kepada generasi z. Efek afektif dimana mengenai perasaan emosional seperti kesenangan yang diterima oleh generasi z dari mengakses media online. Dan efek behavioral dimana mengenai generasi z dalam melakukan tindakan untuk mengikuti kajian dalam penyampaian pesan-pesan dakwah dari media online.