

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Objek Penelitian

##### a. Akun YouTube CakNun.com

**Gambar 4.1**  
**Beranda Tampilan YouTube Channel CakNun.com**



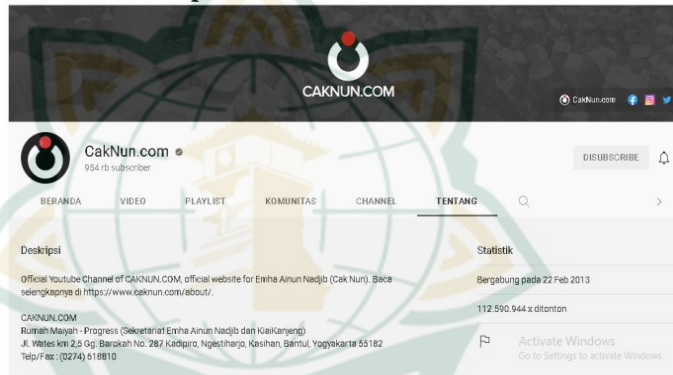
**Sumber : YouTube CakNun.com**

Emha Ainun Nadjib atau yang lebih akrab dengan panggilan Cak Nun merupakan budayawan dan intelektual muslim asal Jombang, Jawa Timur yang pada lahir pada 27 Mei 1953. Ayahnya bernama Almarhum Muhammad Abdul Latif dan Ibunya bernama Chalimah. Anak keempat dari 15 bersaudara ini pernah menjalani pendidikan di Pondok Modern Gontor-Ponorogo dan menamatkan pendidikannya di SMA Muhammadiyah I Yogyakarta. Namun pendidikan formalnya di UGM, tepatnya di Fakultas Ekonomi, hanya mampu CakNun selesaikan 1 semester saja. Cak Nun dikenal sebagai penulis, budayawan, sastrawan, seniman, cendekiawan,, ilmuwan,, penyair, serta aktivis pekerja sosial. Cak Nun pertama kali mengenal dunia sastra dan seni pada saat merantau di Malioboro pada tahun 1970-1975 an. Ia belajar sastra pada Umu Landu sosok guru yang dikaguminya. Beberapa pementasan teater telah berhasil digelarnya. Cak Nun juga pernah mengikuti lokakarya teater di Filipina (1980), International Writing Program di Universitas Iowa, AS

(1984), Festival Penyair Internasional di Rotterdam, Belanda (1984) dan Festival Horizonte III di Berlin Barat, Jerman (1985).

Cak Nun menikah dengan Novia Kolopaking, yang dikenal sebagai seniman film, panggung, serta penyanyi. Bersama Novia, dirinya dikaruniai empat orang anak, yaitu Ainayya Al-Fatihah (meninggal di dalam kandungan), Aqiela Fadia Haya, Jembar Tahta Aunillah, dan Anayallah Rampak Mayesha. Serta Sabrang Mowo Damar Panuluh yang tergabung dalam grup band Letto.

### Gambar 4.2 Beranda Tampilan YouTube Channel CakNun.com



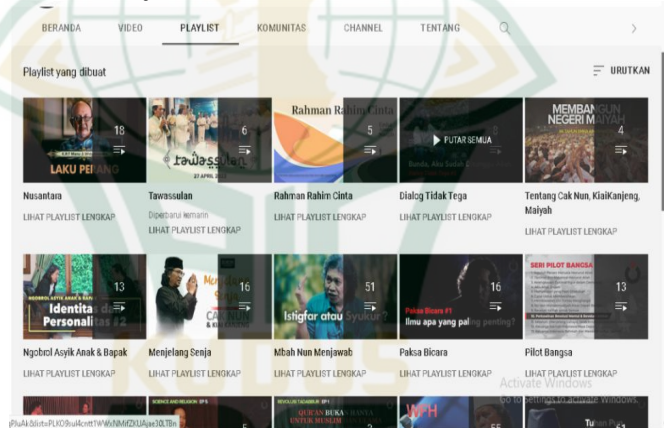
### Sumber : YouTube Channel CakNun.com

CakNun.com merupakan akun resmi official dari Emha Ainun Najib yang dikelola oleh Progress Management. Channel YouTube CakNun.com sendiri merupakan salah satu yang diusulkan langsung oleh Cak Nun kepada Progress sebagai pengelola. Dirilis pada tahun 2010 dengan open source web software WordPress. Saat ini sudah mengalami beberapa perubahan, salah satunya menampilkan video melalui YouTube. Konsep konten dalam akun YouTube CakNun.com sebagian besar merupakan ide pribadi Cak Nun, juga masukan dari Sabrang Mowo Damar Panuluh (Noe Letto), Toto Rahardjo, Cak Zakki dan lainnya.

Progress sebagai wadah pengelola mengimplementasikan karya tersebut dalam bentuk video agar semudah mungkin dikelola dan dilihat, sekaligus menyediakan serta mengolah bahan yang ada termasuk

dokumentasi foto, juga arsip-arsip acara maiyah yang pernah ada di kota-kota untuk di bagikan di laman resmi YouTube Emha Ainun Nadjib. Desain CakNun.com merupakan bentuk versi kedelapan yang telah dibuat dengan beberapa penambahan dan perubahan konten. Yang terbaru adalah desain versi mobile menyesuaikan perkembangan teknologi yaitu minimalis, simpel, ringan dan mudah diakses. Pemilihan konten juga lebih ketat dibanding dengan era Padhangmbulan.com. Dan setiap konten merupakan video original (walaupun tidak menutup kemungkinan sudah pernah dipublikasikan di media lain) karya beberapa kontributor termasuk dari teman-teman Jamaah Maiyah dan lainnya.<sup>1</sup> Channel YouTube CakNun.com sudah bergabung sejak 22 februari 2013 dengan subscriber sebanyak 920 ribu pengikut, dan masih terus bertambah.

**Gambar 4.3**  
**Daftar Playlist Video Channel YouTube CakNun.com**



**Sumber : Channel YouTube CakNun.com**

Playlist Video YouTube merupakan kumpulan beberapa video dalam youtube. Video yang dipublikasi dalam YouTube tersebut sangat beragam. Mulai dari video yang bertemakan santai sampai yang benar-benar serius. Tema yang diusung dalam setiap video juga sangat

<sup>1</sup> “Tentang CakNun.com • CakNun.com,” accessed July 23, 2022, <https://www.CakNun.com/about/>.

beragam mulai dari bentuk podcast, sesi Tanya jawab. Maupun ceramah sesuai dengan tema yang sedang relevan dengan perkembangan situasi saat ini yang lebih bervariasi, beberapa content mendapat engagement tinggi seperti jurnal caknun dan Mocopat syafaat. Metode dakwah kultural yang digunakan, berhasil membuatnya disukai banyak kalangan di masyarakat. Cak Nun juga menerapkan teknik komunikasi interaktif sehingga apa yang dia sampaikan bisa diterima dengan baik oleh publik. Keakraban yang terjalin dengan para pendengarnya menumbuhkan ikatan emosional sehingga jumlah pendengar pun semakin berkembang. Materi ceramahnya mengupas banyak topik namun tidak meninggalkan muatan keislaman.

**b. Deskripsi Responden**

1) Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Responden</b>	<b>Jumlah</b>
Laki-laki	37
Perempuan	63
Total	100

Dari data di atas diketahui bahwa seluruh responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan jumlah laki-laki sebanyak 37 orang atau sebesar 37% dan jumlah responden perempuan sebanyak 63 responden atau sebesar 63%.

2) Data Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

**Data Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>
22-24	66
25-27	20
28-30	8
31-33	3
34-36	1
37-39	2
Total	100

Dari data diatas diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pada usia 22-24 berjumlah 66 orang, kemudian usia 25-27 berjumlah 20 orang, usia 28-30 berjumlah 8 orang, usia 31-33 berjumlah 3 orang, usia 34-36 berjumlah 1 orang, dan usia 37-39 berjumlah 2 orang dengan total keseluruhan responden adalah 100 orang.

3) Statistik Deskriptif

**Tabel 4.3**  
**Statistik Deskriptif**

Item	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
	SS		S		TS		STS	
X1	62	62	38	38	0	0	0	0
X2	43	43	49	49	8	8	0	0
X3	26	26	59	59	15	15	0	0
X4	44	44	45	45	9	9	2	2
X5	62	62	32	32	6	6	0	0
X6	37	37	55	55	8	8	0	0
X7	32	32	59	59	9	9	0	0
X8	49	49	45	45	6	6	0	0
X9	39	39	53	53	6	6	2	2
X10	58	58	36	36	6	6	0	0
Y1	94	94	6	6	0	0	0	0
Y2	93	93	7	7	0	0	0	0
Y3	81	81	15	15	3	3	1	1
Y4	38	38	41	41	20	20	1	1
Y5	84	84	16	16	0	0	0	0
Y6	59	59	36	36	5	5	0	0
Y7	58	58	42	42	0	0	0	0
Y8	69	69	28	28	2	2	1	1
Y9	92	92	8	8	0	0	0	0
Y10	68	68	30	30	2	2	0	0

Sumber : Data Primer diolah, 2022

a) *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial (X)

Dari hasil penelitian pada **pernyataan pertama** mengenai *cyber religion* dalam dakwah milenial (X) yaitu Dakwah yang sekarang dikemas dengan teknologi yang canggih seperti mealui di televisi maupun internet, responden menjawab sangat setuju sebanyak (62 %), setuju (38 %), tidak setuju (0 %) dan sangat tidak setuju (0%). Pada **pernyataan kedua** yaitu Dakwah melalui

YouTube lebih efisien dan menarik, responden menjawab Sangat setuju (43 %), setuju (49 %) tidak setuju (8 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan ketiga** yaitu Media sosial youtube mengenalkan dakwah Islam yang berkualitas, responden menjawab sangat setuju (26 %), setuju (59 %), tidak setuju (15 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan keempat** yaitu, Dakwah melalui media sosial lebih bervariasi seperti podcast, meme, video dll, responden menjawab sangat setuju (44 %), setuju (45 %), tidak setuju (9 %) dan sangat tidak setuju (2 %). Pada **pernyataan kelima** yaitu Durasi Video dalam YouTube lebih panjang dibanding media sosial lainnya, responden menjawab sangat setuju (62 %), setuju (32 %), tidak setuju (6 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan keenam** yaitu, Mad'u dapat memilih informasi yang sesuai dengan apa yang diinginkan, responden menjawab sangat setuju (37 %), Setuju (55 %), tidak setuju (8 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan ketujuh** yaitu, Materi dakwah dalam YouTube menyesuaikan dengan kondisi Mad'u sekarang, responden menjawab sangat setuju (32 %), setuju (59 %), tidak setuju (9 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan kedelapan** yaitu Pesan dakwah video YouTube mudah dipahami dan sesuai dengan perkembangan jaman responden menjawab Sangat setuju (49 %), setuju (45 %), tidak setuju (6 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan kesembilan** yaitu, Dakwah dengan media sosial YouTube merupakan solusi dalam kegiatan dakwah secara lebih praktis responden menjawab Sangat setuju (39 %), setuju (53 %), tidak setuju (6 %) dan sangat tidak setuju (2 %). Pada **pernyataan kesepuluh** yaitu, Dakwah melalui media sosial YouTube menjangkau semua kalangan baik itu remaja maupun dewasa responden menjawab Sangat setuju (58 %), setuju (36 %), tidak setuju (6 %) dan sangat tidak setuju (0 %).

**b) Perilaku Keagamaan (Y)**

Dari hasil penelitian pada **pertanyaan pertama** yaitu Saya memahami dan meyakini dengan sepenuh hati Tuhan itu satu responden menjawab, Sangat setuju (94 %), setuju (6 %), tidak setuju (0 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan kedua** yaitu Saya meyakini Rasulullah adalah utusan Allah Swt, responden menjawab Sangat setuju (93 %), setuju (7 %), tidak setuju (0 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan ketiga** yaitu Saya melaksanakan ibadah solat lima waktu responden menjawab sangat setuju (81 %), setuju (15 %), tidak setuju (3 %) dan sangat tidak setuju (1 %). Pada **pernyataan keempat** yaitu, Saya mengikuti kegiatan keagamaan rutin yang diadakan di lingkungan saya tinggal atau kerja responden menjawab Sangat setuju (38 %), setuju (41 %), tidak setuju (20 %) dan sangat tidak setuju (1 %). Pada **pernyataan kelima** yaitu, Saya menyadari bahwa agama sangat dibutuhkan sebagai landasan berperilaku responden menjawab sangat setuju (84 %), setuju (16 %), tidak setuju (0 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan keenam** yaitu, Melalui video dakwah YouTube CakNun.com saya merasa tertarik untuk lebih memahami ilmu agama Islam responden menjawab Sangat setuju (59 %), setuju (36 %), tidak setuju (5 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan ketujuh** yaitu, Video dakwah YouTube CakNun.com mengenalkan tentang dakwah Islam berdasarkan Alquran dan sesuai yang Allah perintahkan responden menjawab Sangat setuju (58 %), setuju (42 %), tidak setuju (0 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan kedelapan** yaitu, Melalui YouTube CakNun.com saya mengetahui bahwa semua agama mengajarkan kebaikan responden menjawab sangat setuju (69 %), setuju (28 %), tidak setuju (2 %) dan sangat tidak setuju (1 %). Pada **pernyataan kesembilan** yaitu, Saya meyakini bahwa setiap hal yang terjadi adalah atas

rencana Allah responden menjawab sangat setuju (92 %), setuju (8 %), tidak setuju (0 %) dan sangat tidak setuju (0 %). Pada **pernyataan kesepuluh** yaitu, Saya selalu bersimpati kepada teman ketika kesusahan responden menjawab, sangat setuju (68 %), setuju (30 %), tidak setuju (2 %) dan sangat tidak setuju (0 %).

## 2. Analisa Data

### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid dan tidaknya butir-butir instrument. Butir instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu 0,1966 dengan  $n=100$ .

1) Uji Validitas *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial.

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas *Cyber Religion***  
**dalam Dakwah Milenial**

Butir Instrumen	$R_{tabel}$	$R_{hitung}$	Keterangan
X1	0.1966	0,573	Valid
X2	0.1966	0,645	Valid
X3	0.1966	0,654	Valid
X4	0.1966	0,548	Valid
X5	0.1966	0,438	Valid
X6	0.1966	0,665	Valid
X7	0.1966	0,741	Valid
X8	0.1966	0,648	Valid
X9	0.1966	0,626	Valid
X10	0.1966	0,550	Valid

**Sumber : Data Primer diolah, 2022**

Hasil Pengujian Validitas dari *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi  $>0,05$  yaitu 0,1966 maka item pertanyaan dinyatakan valid.



- 2) Hasil pengujian validitas dari Perilaku Keagamaan ditunjukkan dalam tabel seperti dibawah ini :

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Variabel Perilaku Keagamaan**

Butir Instrumen	R <sub>tabel</sub>	R <sub>hitung</sub>	Keterangan
Y1	0.1966	0,389	Valid
Y2	0.1966	0,330	Valid
Y3	0.1966	0,371	Valid
Y4	0.1966	0,625	Valid
Y5	0.1966	0,459	Valid
Y6	0.1966	0,589	Valid
Y7	0.1966	0,713	Valid
Y8	0.1966	0,595	Valid
Y9	0.1966	0,414	Valid
Y10	0.1966	0,575	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Hasil Pengujian Validitas dari variabel Perilaku Keagamaan yang sesuai berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi  $>0,05$  yaitu 0,1966 maka item pertanyaan dinyatakan valid

**b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu koesoner apabila jawaban konsisten dari waktu ke waktu. yang dipilih peneliti pada penelitian ini menggunakan SPSS 26.0 dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Koesoner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Ket
1	<i>Cyber Religion</i> dalam Dakwah Milenial	0,809	0,600	Reliabel
2	Perilaku Keagamaan	0,675	0,600	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cornbach Alpha* lebih dari  $> 0,600$  sehingga dengan demikian variabel X dan Y dalam penelitian ini dapat dikatakan Reliabel.

**c. Uji Asumsi Klasik**

Uji prasyarat digunakan mengetahui penyebaran angket pada setiap hasil yang telah didapatkan. Adapun uji asumsi kalsik (uji prasyarat) yang digunakan peneliti yaitu, uji validasi data, reliabilitas, uji normalitas dan uji linearitas data.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji nilai residual apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak . dalam pengujian normalitas data memiliki kriteria pengujian jika angka signifikansi (SIG)  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal. Pada pengujian normalitas data yang dilakukan peneliti menggunakan teknik statistic berdasarkan *Sample Komlogorov Smirnov Test* dengan menggunakan SPSS 26.0

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.34098918
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.036
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.200<sup>c,d</sup></b>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

**Sumber : Data Primer diolah, 2022**

Hasil Output SPSS pada tabel diatas diketahui nilai signifikansi pada kolom Asymp.Sig. (2-tailed)

sebesar  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2) Uji Linearitas

Uji lineraritas digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian linieritas pada penelitian ini menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Tabel							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Keagamaan * <i>Cyber Religion</i> Dalam Dakwah Milenial	Between Groups	(Combined)	184.974	16	11.561	2.237	.010
		Linearity	71.417	1	71.417	13.818	.000
		Deviation from Linearity	113.557	15	7.570	1.465	.138
	Within Groups		428.986	83	5.169		
Total			613.960	99			

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig. deviation from linearity sebesar  $0,138 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara *Cyber Religion* dalam dakwah milenial dengan perilaku keagamaan.

Atau Menentukan dengan nilai F. jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat, sebaliknya jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= (df \text{ deviation from linearity ; } df \text{ Whithin Groups}) \\
 &= (15; 83) \text{ cari di } F_{tabel} \\
 &= 1,79
 \end{aligned}$$

Diketahui  $F_{hitung} 1.465 < 1,79$  maka terdapat hubungan yang linear antara variabel *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial dengan variabel Perilaku Keagamaan.

3) Analisis Korelasi Sederhana (Uji Hipotesis)

Uji Korelasi Sederhana digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan pengaruh dua atau lebih variabel bebas terikat.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Uji Korelasi Sederhana**

Correlations			
		Cyber Religion Dalam Dakwah Milenial	Perilaku Keagamaan
Cyber Religion Dalam Dakwah Milenial	Pearson Correlation	1	.341**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	100	100
Perilaku Keagamaan	Pearson Correlation	.341**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Sumber : Data diolah, 2022**

Berdasarkan hasil analisis dari tabel *corelations* menyatakan bahwa  $\text{sig} = 0,001 < a = 0,05$ . Sehingga dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak, yaitu ada hubungan antara pengaruh *Cyber Religion* dalam dakwah milenial terhadap perilaku keagamaan. hubungan antara variabel X dan Y sebesar 0,341 yang berarti lemah. Karena berada pada rentang 0,20- 0,399. Nilai koefisien determinasinya adalah :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,341)^2 \times 100\% = 11,6\% \end{aligned}$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, pengaruh variabel X( *Cyber Religion* dalam dakwah milenial) sebesar 11,6% terhadap Y (perilaku keagamaan).

4) Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat atau untuk memprediksi besaran nilai variabel terikat (Y) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (X).

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**(Descriptive)**

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku Keagamaan	36.98	2.490	100
Cyber Religion Dalam Dakwah Milenial	33.54	3.937	100

**Sumber : Data Primer diolah, 2022**

Berdasarkan hasil analisis dari tabel *Descriptive* (**Tabel 4.10**) Menyatakan bahwa jumlah responden yang menjadi sampel adalah 100 orang. Rata-rata perilaku keagamaan sebesar 36,98 persen dengan standar deviasi sebesar 2,490 persen. Artinya deviasi sebesar 2,490 persen jika dihubungkan dengan rata-rata perilaku keagamaan sebesar 33,54 persen/ orang, maka *Cyber Religion* dalam dakwah milenial akan berkisar antara 36,98 -+ 2,490 persen dengan pengaruh *Cyber Religion* dalam dakwah milenial rata-rata 33,54 persen.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (ANOVA)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.417	1	71.417	<b>12.900</b>	<b>.001<sup>b</sup></b>
	Residual	542.543	98	5.536		
	Total	613.960	99			
a. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan						
b. Predictors: (Constant), Cyber Religion Dalam Dakwah Milenial						

**Sumber : Data diolah, 2022**

Berdasarkan hasil analisis tabel *ANOVA* menyatakan bahwa nilai  $F_{hitung} = 12,900$  dengan tingkat signifikansi sebesar 0,01 . tabel *ANOVA* nilai probabilitas(Sig)= 0,01 dan nilai taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $0,01 < \alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian maka regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi dengan kata lain ada pengaruh variabel *Cyber Religion* Dalam Dakwah Milenial (X) terhadap Perilaku Keagamaan (Y).

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Model Summary)**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.341 <sup>a</sup>	.116	.107	2.353	.116	12.900	1	98	.001

a. Predictors: (Constant), *Cyber Religion* Dalam Dakwah Milenial

**Sumber : Data diolah, 2022**

Berdasarkan hasil analisis dari tabel *model summary* (Tabel 4. 12) Menyatakan bahwa besarnya nilai korelasi (R) lemah, positif yaitu sebesar 0,341. Arti positif ini adalah hubungan antara variabel X dan Y searah. Artinya semakin besar pengaruh *Cyber Religion* dalam dakwah milenial , maka semakin meningkat perilaku keagamaan.

Dari tabel *model summary* (Tabel 4.12) Diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,116 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (*Cyber Religion* dalam dakwah milenial terhadap perilaku keagamaan) terhadap variabel terikat (perilaku keagamaan) adalah sebesar 11,6 %.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Coefficients)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	<b>29.745</b>	2.028		14.667	.000
	<i>Cyber Religion</i> Dalam Dakwah Milenial	<b>.216</b>	.060	.341	3.592	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan

**Sumber : Data Primer diolah, 2022**

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Constant* sebesar 29,745, sedangkan nilai *Cyber Religion* Dalam Dakwah Milenial (koefisien regresi) sebesar 0,216 . dimana Y adalah Perilaku Keagamaan, sedangkan X *Cyber Religion* Dalam Dakwah Milenial, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$= 29,745 + 0,216 X$$

Sehingga dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 29,745, menyatakan bahwa jika variabel independent dianggap konstan (0), maka perilaku keagamaan sebesar 29,745. Hasil koefisiensi regresi adalah positif artinya *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial mengalami peningkatan satuan (!%) berdampak pada peningkatan perilaku keagamaan sebesar 0,216 dengan syarat seluruh variabel adalah konstan.

5) Uji t

Pengaruh *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial terhadap Perilaku Keagamaan Viewes Channel YouTube CakNun.com. Hasil pengujian uji t dapat ditunjukkan seperti tabel di bawah:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Coefficients)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.745	2.028		14.667	.000
	Cyber Religion Dalam Dakwah Milenial	.216	.060	.341	<b>3.592</b>	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan

**Sumber : Data Primer diolah, 2022**

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,592 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) serta taraf signifikansi sebesar 0,001 ( $<0,05$ ) artinya ada pengaruh Pengaruh *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial terhadap Perilaku Keagamaan Viewers Channel YouTube CakNun.com.

6) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati suatu variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

**Tabel 4.15**  
**Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.341 <sup>a</sup>	.116	.107

**Sumber : Data Primer diolah, 2022**

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,107 atau 10,7 % artinya variasi besarnya *Cyber religion* dalam dakwah milenial dijelaskan *Cyber religion* dalam dakwah milenial sedangkan sisanya 80,3% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

## B. Pembahasan

*Cyber Religion* merupakan pengetahuan mengenai agama yang disebarakan melalui internet atau media online, fenomena tersebut menggambarkan pola keagamaan dan kultural dalam masyarakat yang menjelaskan proses virtualisasi agama dan kebudayaan. Beberapa konsep keagamaan dalam dunia online menurut Morfen T. Hojsgaard mengatakan bahwa komunikasi virtual dapat menggantikan komunikasi yang bersifat nyata (*mediation*) lalu kemudian membentuk organisasi resmi (*organization*) dan akhirnya menjadikan tradisi agama (*content*). Dowson dan Cowan memperjelas tentang konsep *Cyber Religion* yang membedakannya menjadi dua kelompok yaitu pertama, *religion online* yang menjelaskan tentang informasi kelompok dan tradisi agama seperti pada lembaga keagamaan melalui online. Kedua, *online religion* lebih mengajak pengguna internet untuk berpartisipasi dalam praktik keagamaan secara online Perubahan agama dan praktek beragama yang dapat disesuaikan dengan karakter media, membuat agama tidak dipahami seperti dahulu. Transformasi agama dan praktek beragama yang dapat disesuaikan dengan karakter media, memudahkan kehidupan masyarakat modern saat ini akhirnya segala sesuatu yang berbau instan, praktis, dan cepat, juga berdampak dalam segala aspek termasuk diantaranya beragama. Media sosial memudahkan kita terhubung dengan siapa pun dan memberikan informasi apapun, bahkan memperkenalkan Identitas Religiusnya masing-masing.

Penyampaian sebuah gagasan atau informasi tidak harus dilakukan di ruang publik, namun sekarang bisa dilakukan di dunia



may. Dakwah milenial merupakan dakwah yang pelaksanaannya di sesuaikan dengan materi, metode, dan media dakwah dengan kondisi masyarakat milenial sebagai objek dakwah dalam situasi kondisi di era milenial sekarang. Penelitian ini serujuk dengan Penelitian yang judul “ *Cyber-Religion* Pada Generasi Z: Kontribusi Mindfulness Terhadap Penggunaan Akun Dakwah Jejaring Sosial Sebagai Referensi Keagamaan ” tahun 2021 persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas mengenai *Cyber Religion* dan penggunaan media sosial dalam dakwah, pendekatan yang digunakan juga sama menggunakan pendekatan kuantitatif, perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut membahas mengenai peran mindfulness dalam penggunaan akun dakwah di jejaring media sosial secara umum, sedangkan, penelitian yang akan dilakukan berfokus mengenai perilaku keagamaan pengguna YouTube CakNun.com.

Menurut Glock dan Stark ada lima dimensi dalam mengkaji perilaku keagamaan antara lain: Dimensi Keyakinan (ideologi) Berisi tentang doktrin agama dan penjelasan mengenai Tuhan dan alam semesta, dalam hal ini berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap kebenaran mengenai ajaran agama yang di anut. Dalam agama islam dimensi keyakinan menyangkut keyakinan kepada Allah, para malaikat , para nabi atau rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka serta qadha dan qadar. Dimensi Praktek Agama (Ritualistik). Dalam dimensi ini berkaitan dengan perilaku yang dilandaskan oleh agama sehingga menjadi suatu tindakan umum dilakukan. Dimensi ini menyangkut ketaatan dan komitmen terhadap agama yang dilakukan seperti sholat, puasa zakat haji dan lain sebagainya. Dimensi Penghayatan (Eksperensial) yang berarti bahwa agama merupakan suatu pengalaman yang awalnya tidak dirasa menjadi hal yang dapat dirasakan. Perasaan mengenai keyakinan dalam hati seseorang dalam dimensi penghayatan terdiri atas empat tingkatan antara lain: responsif (merasa bahwa tuhan menjawab semua keluh kesah), eskatik ( merasa memiliki hubungan yang penuh kasih dengan Tuhan), konfirmatif (merasa bahwa Tuhan selalu ada di sekitar kita) partisipatif (merasa menjadi kawan setia, kekasih atau wali Tuhan, menyertai Tuhan dalam melakukan karya ilmiahnya. Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual) Dimensi pengetahuan mengacu pada harapan bahwa orang beragama paling tidak memiliki pengetahuan mengenai dasar keyakinan,dan ajaran mengenai ajaran yang diyakini, dimensi ini

berkaitan dengan pengetahuan mengenai ajaran agama seseorang dengan proses pendidikan formal dan non formal. Dimensi Pengalaman (konsekuensial) yang mengacu pada identifikasi pada keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan yang dialami seseorang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diketahui dari tabel 4.10 Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,592 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi sebesar 0,001 ( $<0,05$ ) artinya ada pengaruh Pengaruh *Cyber Religion* dalam Dakwah Milenial terhadap Perilaku Keagamaan Viewers Channel YouTube CakNun.com. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati suatu variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,107 atau 10,7 % artinya variasi besarnya *Cyber religion* dalam dakwah milenial dijelaskan *Cyber religion* dalam dakwah milenial sedangkan sisanya 80,3% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

