

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Informasi Tauhid Dalam Channel YouTube Lampu Islam (Dr. Zakir Naik) Membentuk Sikap Mahasiswa Tarbiyah Tahun 2018/2019 di Universitas Islam 45 (UNISMA) Bekasi”**. Penurunan Variabel X Informasi memiliki Dimensi X Valance (Arahan) & Bobot menurunkan Indikator X Valance (Mendukung Kepercayaan dan Menambah Kepercayaan) dan Bobot (Kejelasan Informasi, Relevansi Informasi dan Ketepatan Informasi) dan Variabel Y Membentuk Sikap memiliki Dimensi Y Kognisi, Afeksi dan Konasi menurunkan Indikator Y Kognisi (adanya Pengetahuan Tauhid), Afeksi (Melibatkan Persaan) dan Konasi (menghasilkan adanya kecenderungan seelah melewati kognisi dan afeksi) Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (sebab-akibat) ingin mengetahui seberapa besar pengaruh antara Variabel X Informasi dengan Variabel Y Sikap.

Berdasarkan hasil wawancara secara tidak langsung (melalui *whatsapp*) dengan seorang kordinir mahasiswa Tarbiyah tahun 2018/2019 di Univeristas Islam 45 (UNISMA) Bekasi adanya mahasiswa/i sebanyak 141 orang sebagai populasi penelitian. Untuk mendapatkan responden peneliti memakai rumus slovin sehingga mendapatkan sampel sebagai responden 58 mahasiswa/i Tarbiyah 28 laki-laki dan 30 perempuan di Universitas Islam 45 (UNISMA). Selanjutnya meyebarkan kuesioner berbentuk pernyataan sebanyak 20 butir pembagian Variabel X Informasi 10 butir pernyataan dan Variabel Y Sikap sebanyak 10 butir pernyataan.

Berdasarkan teori penggabungan informasi, youtube salah satu media sosial yang berpusat (paling diminati) mengakumulasi informasi dan mengatur informasi sesuai keinginan pengguna. Informasi suatu kekuatan yang berpotensi untuk mempengaruhi sistem kepercayaan. Dalam penelitian ini informasi dapat memepengaruhi sistem kepercayaan melalui memahami isi pesan, mempelajari isi

pesan dan mempercayai isi pesan channel youtube Lampu Islam khususnya video saat pembicaraan Dr. Zakir Naik.

Peneliti menggunakan hasil enter dalam uji analisis regresi yang mana telah diketahui koefisien/hubungan R yaitu sebesar 0,854, dengan output statistik koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,729, maka dari itu pengaruh Variabel X Informasi terhadap Variabel Y Sikap adalah 72,9% dengan nilai tingkatan persentase tinggi. Nilai F hitung 150.543 dengan taraf signifikansi probabilitas $0.000 < 0.1$, maka model regresi yang dapat dipakai ialah memprediksi variabel (Y). Pada kolom B konstan (a) adalah 21.104 (*Coefficients*), dan nilai Interval Koefisien 0,800 – 1,000 maka dinyatakan nilai interval korelasi 0,854 sangat kuat. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini ialah melihat adanya **Pengaruh Informasi Tauhid Dalam Channel YouTube Lampu Islam (Dr. Zakir Naik) Membentuk Sikap Mahasiswa Tarbiyah Tahun 2018/2019 di Universitas Islam 45 (UNISMA) Bekasi memiliki nilai interval sangat kuat berpengaruh.**

Kesimpulan penelitian Video Dr. Zakir Naik membantu mengakumulasi informasi mengenai Tauhid dengan mendukung kepercayaan, menambah kepercayaan, memberikan kejelasan informasi, relevansi informasi dan ketepatan dalam memilih informasi dapat membentuk sikap yang baik atau positif. Pembentukan sikap melalui proses komponen sikap yaitu kognisi (Pengetahuan mengenai Tauhid), Afeksi (dapat menimbulkan perasaan atau emosional setelah menonton Dr. Zakir Naik) dan Konasi (Menghasilkan kecenderungan yang bisa menghasilkan sikap).

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, melakukan pengujian, serta menyimpulkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Untuk akun Channel YouTube Lampu Islam bisa melakukan perbaikan dengan cara penyebaran lebih luas melalui media sosial seperti Line, Twitter dan lainnya. Agar siapa saja dapat menonton dengan mudah dan mendapatkan manfaatnya khususnya remaja.

2. Channel youtube Lampu Islam, sebaiknya membuat acara ceramah langsung atau bertatap muka dengan isi pesan Tauhid. Agar, penonton lebih menerima dalam pikiran dan merekam sehingga perasaan penonton terbawa seperti mendapatkan perasaan tenang dan yakin.
3. Untuk peneliti selanjutnya, bisa membahas dengan pembicara atau ustad dalam bidang yang berbeda untuk memperluas komunikasi dakwah di era digital.

