

**PENGARUH MENONTON TAYANGAN PROGRAM *LOG IN* DI KANAL
YOUTUBE DEDDY CORBUZIER TERHADAP KESADARAN
TOLERANSI ANTAR UMAT BERAGAMA
(Survei Pada Penonton Program *Log In* Di Kanal YouTube Deddy Corbuzier)**

(SKRIPSI)

Oleh

Maria Ulfa

2156031008



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

Pengaruh Menonton Tayangan Program *Log In* di Kanal YouTube Deddy Corbuzier Terhadap Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama (Survei Pada Penonton Program *Log In* di Kanal YouTube Deddy Corbuzier)

Oleh

Maria Ulfa

Indonesia memiliki enam agama yang diakui secara resmi, yaitu Islam, Katolik, Protestan, Hindu, Budha, dan Konghucu. Keragaman ini kerap menimbulkan konflik toleransi antar umat beragama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei pada penonton program *Log In* sebagai populasi penelitian. Jumlah sampel sebanyak 96 diambil menggunakan teknik *simple random sampling* dengan rumus Lemeshow. Hipotesis penelitian adalah terdapat pengaruh menonton tayangan program *Log In* terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama. Hasil analisis data menunjukkan bahwa korelasi variabel X terhadap variabel Y berada pada kategori rendah dengan nilai sebesar 0,373. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y=53,466 + 0,293$ dan nilai determinasi yang didapatkan sebesar 13,9%. Hasil uji hipotesis T sebesar $5,971 > 1,661$ menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ sehingga hipotesis penelitian ini dapat diterima.

Kata Kunci : Youtube, Program *Log In*, Toleransi.

ABSTRACT

THE EFFECT OF WATCHING THE LOG IN PROGRAM ON DEDDY CORBUZIER'S YOUTUBE CHANNEL ON INTERFAITH TOLERANCE AWARENESS

(Survey on Viewers of the Log In Program on Deddy Corbuzier's YouTube Channel)

By

MARIA ULFA

Indonesia has six officially recognized religions, namely Islam, Catholicism, Protestantism, Hinduism, Buddhism and Confucianism. This diversity often causes conflicts of tolerance between religious communities. This study aims to determine the effect of watching the Log In program on Deddy Corbuzier's YouTube channel on awareness of tolerance between religious communities. The study used a quantitative approach by conducting a survey of the Log In program audience as the research population. The sample size of 96 was taken using simple random sampling technique with the Lemeshow formula. The research hypothesis is that there is an influence of watching the Log In program on awareness of tolerance between religious communities. The results of data analysis show that the correlation of variable X to variable Y is in the low category with a value of 0.373. The regression equation obtained is $Y = 53.466 + 0.293$ and the determination value obtained is 13.9%. The results of the T hypothesis test of $5.971 > 1.661$ show that $T_{count} > T_{table}$ so that the hypothesis of this study can be accepted.

Keywords: *Youtube, Log In Program, Tolerance*

**Pengaruh Menonton Tayangan Program *Log In* di Kanal YouTube Deddy
Corbuzier Terhadap Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama
(Survei Pada Penonton Program Log In di Kanal YouTube Deddy Corbuzier)**

Oleh :

Maria Ulfa

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul : **PENGARUH MENONTON TAYANGAN PROGRAM LOG IN DI KANAL YOUTUBE DEDDY CORBUZIER TERHADAP KESADARAN TOLERANSI ANTAR UMAT BERAGAMA (SURVEI PADA PENONTON PROGRAM LOG IN DI KANAL YOUTUBE DEDDY CORBUZIER)**

Nama Mahasiswa : **Maria Ulfa**
Nomor Pokok Mahasiswa : **2156031008**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**


Bangun Suharti, S.Sos., M.IP.
NIP. 197009181998022001

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**


Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Bangun Suharti, S.Sos., M.IP.

Anggota

: Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 April 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maria Ulfa
NPM : 2156031008
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Kuncoro Jhakti, Kp. Malangbong, Kec. Rangkasbitung,
Banten.
No. Handphone : 085157900426

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Menonton Tayangan Program *Log In* di Kanal YouTube Deddy Corbuzier Terhadap Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama (Survei Pada Penonton Program *Log In* di Kanal YouTube Deddy Corbuzier)”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 25 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Maria Ulfa
NPM 2156031008

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Maria Ulfa yang merupakan putri ketiga dari Bapak Cecep Humaedi dan Ibu Yeni Khaeraningsih. Lahir di Kabupaten Lebak pada tanggal 04 Desember 2001. Penulis menempuh pendidikan formal diawali dengan pendidikan di TK Islam Al-Husna yang lulus pada tahun 2008, kemudian dilanjutkan dengan Pendidikan Dasar di SD Islam Al-Husna yang lulus pada tahun 2014, lalu melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP La Tansa yang lulus pada tahun 2017, dan sekolah menengah atas di SMA La Tansa yang lulus pada tahun 2020. Penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Lampung jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada tahun 2021. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi bidang Jurnalistik pada periode 2022-2023. Penulis juga melaksanakan pengabdian masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Betung, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Selain itu, penulis juga mengikuti kegiatan magang di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung bidang Pengelolaan Layanan dan Informasi Publik (PLIP).

MOTTO

“Dan apabila hamba-Ku bertanya kepadamu Muhammad tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku Kabulkan permohonan orang yang berdo’a kepada-Ku. Hendaklah mereka memenuhi perintah-Ku dan beriman kepada-Ku, agar mereka memperoleh kebenaran.”

(QS. Al-Baqarah:186)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'amin

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT untuk segala kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kupersembahkan skripsi ini untuk diriku sendiri, kedua orang tuaku tercinta, Umi dan Abi, serta kaka-kaka tersayangku, Aiman dan Ulfi.

Kupersembahkan juga untuk semua teman-teman baikku yang telah menemani perjalanan ini.

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Menonton Tayangan Program *Log In* di Kanal YouTube Deddy Corbuzier Terhadap Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama (Survei Pada Penonton Program *Log In* di Kanal YouTube Deddy Corbuzier)”** sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini dan tidak terlepas dari berbagai hambatan maupun kesulitan. Maka, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang luar biasa kepada :

1. Allah SWT atas cinta dan kasih sayang-Nya yang selalu menemani penulis. Atas nikmat, karunia, dan segala kemudahan yang senantiasa diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos., I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyanto, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Bangun Suharti, S.Sos., M.IP., selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan, ilmu, serta waktu yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih atas kritik dan saran yang telah diberikan sehingga membantu dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.

7. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL., selaku dosen pembimbing akademik. Terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan selama perkuliahan.
8. Seluruh dosen, staff administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung. Terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan ini.
9. Seluruh responden uji validitas dan responden sampel dalam penelitian ini. Terima kasih atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kedua orang tua penulis tercinta. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala jasa yang telah diberikan. Umi, terima kasih untuk seluruh cinta, kasih sayang, do'a, harapan, dan motivasi yang senantiasa mengiringi perjalanan anakmu. Terima kasih karena selalu sabar dan tegar dalam mendidik anakmu untuk menjadi pribadi yang baik. Terima kasih juga atas dukungan, kepercayaan, serta kekuatan yang senantiasa diberikan dalam segala hal yang menjadi keputusanku. Abi, terima kasih atas semua kerja keras yang telah diberikan untuk anakmu sehingga bisa menempuh pendidikan hingga perguruan tinggi serta terima kasih untuk do'a yang senantiasa mengiringi langkahku. Terakhir, terima kasih atas segala kebaikan yang telah kalian berikan selama ini, semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan kebahagiaan untuk Umi dan Abi.
11. Kaka penulis tersayang, Aiman. Terima kasih karena senantiasa menjadi sosok panutan yang baik bagi adikmu. Terima kasih karena selalu membimbing adiknya dalam banyak hal dan menjadi kaka yang bertanggung jawab. Terima kasih atas segala keikhlasannya dalam membantu biaya pendidikan adiknya meskipun mungkin banyak yang harus dikorbankan. Terima kasih juga atas motivasi serta dukungan yang senantiasa diberikan. Semoga Allah senantiasa memberikan kemudahan dan kebahagiaan untukmu.
12. Kembaran penulis tersayang, Maria Ulfi. Terima kasih karena selalu mau mendengarkan keluh kesahku. Terima kasih karena selalu berbagi cerita serta senantiasa memberikan dukungan dalam hal apapun yang sedang penulis usahakan. Terima kasih karena senantiasa menawarkan dan memberikan

bantuan kepada penulis selama perjalanan kuliah ini. Terima kasih karena telah selalu ada dan menjadi sahabat terbaik bagi penulis. Semoga Allah senantiasa memberikan kemudahan dan kebahagiaan untukmu.

13. Kaka ipar penulis, Shelma Gina. Terima kasih karena telah membantu penulis pada beberapa kesempatan dan senantiasa memberikan dukungan kepada penulis selama proses mengerjakan skripsi ini. Kepada seluruh keluarga penulis, terima kasih atas dukungan dan do'a yang telah diberikan kepada penulis.
14. Sahabat-sahabat penulis yang baik, Aliya Sisilia, Retno Widya, Yuriche Devika, Putri Meidina, dan Salma Atiatul Khalda. Terimakasih telah menemani penulis dalam perjalanan kuliah ini. Untuk Sisil dan Cece, terimakasih karena telah menemani penulis dari awal dan menjadi teman pertama penulis sejak awal masuk perkuliahan. Untuk Yuri, terima kasih karena senantiasa sabar memberikan tumpangan motor dan menemani penulis kemanapun pergi. Untuk Putri dan Salma, terima kasih karena telah memberikan warna baru dan menambahkan keceriaan dalam lingkungan pertemanan ini. Untuk kalian semua, terima kasih karena telah berbagi cerita, canda, dan tawa. Terima kasih atas banyak waktu yang telah dilalui bersama. Terima kasih atas hal-hal baik, bantuan, serta dukungan yang telah diberikan. Terimakasih karena senantiasa membersamai penulis yang hidup sendirian di perantauan ini. Semoga kemudahan dan kebaikan senantiasa mengiringi langkah kalian.
15. Sahabat SMA penulis, Kesya Arla dan Siti Nur Sa'adah. Terima kasih karena tetap menjalin pertemanan dengan penulis dan senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
16. Asfira Muftia dan Evi Oktavia. Terima kasih karena telah menjadi teman yang baik bagi penulis serta senantiasa hadir dan memberikan dukungan di setiap sidang skripsi yang penulis jalani.
17. Teman-teman KKN Desa Betung, Dhea, Natasya, Mega, Fendry, Alvin, dan Aldi. Terima kasih atas dukungan yang diberikan dan telah menjadi bagian dari cerita perjalanan ini.

18. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2021, khususnya teman-teman kelas Reg M.
Terima kasih atas kebersamaan selama perkuliahan.
19. HMJ Ilmu Komunikasi bidang Jurnalistik. Terima kasih karena telah memberikan pengalaman baru kepada penulis.
20. Terakhir, terima kasih kepada seluruh orang baik yang telah membantu penulis dalam proses perkuliahan ini yang mungkin tidak dapat penulis tuliskan semuanya.

Bandar Lampung, 27 Februari 2025

Penulis,



Maria Ulfa

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR GAMBAR | iv |
| DAFTAR TABEL | v |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5 Kerangka Pikir | 9 |
| 1.6 Hipotesis | 11 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.2 Komunikasi Massa | 16 |
| 2.2.1 Komponen Komunikasi Massa | 18 |
| 2.2.2 Efek Komunikasi Massa | 19 |
| 2.3 New Media Sebagai Media Informasi | 20 |
| 2.4 Media Sosial | 21 |
| 2.4.1 Karakteristik Media Sosial | 22 |
| 2.4.2 Dimensi Penggunaan Media Sosial..... | 23 |
| 2.5 Platform YouTube | 24 |
| 2.5.1 Fitur YouTube | 25 |
| 2.5.2 Program <i>Log In</i> Di Kanal YouTube Deddy Corbuzier | 26 |
| 2.6 Keragaman Agama di Indonesia | 28 |
| 2.7 Toleransi Antar Umat Beragama | 29 |
| 2.7.2 Unsur-Unsur Toleransi..... | 30 |
| 2.8 Landasan Teori | 31 |
| III. METODE PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 35 |
| 3.2 Variabel Penelitian | 35 |

| | | |
|-------------|---|-----------|
| 3.3 | Definisi Konseptual | 36 |
| 3.4 | Definisi Operasional | 37 |
| 3.5 | Skala Pengukuran | 42 |
| 3.6 | Populasi dan Sampel | 43 |
| 3.6.1 | Populasi | 43 |
| 3.6.2 | Sampel | 43 |
| 3.7 | Teknik Pengumpulan Data | 45 |
| 3.8 | Teknik Pengolahan Data | 46 |
| 3.9 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 47 |
| 3.9.1 | Uji Validitas | 47 |
| 3.9.2 | Uji Reliabilitas | 48 |
| 3.10 | Teknik Analisis Data | 49 |
| 3.10.1 | Uji Koefisien Korelasi | 49 |
| 3.10.2 | Uji Regresi Linear Sederhana | 50 |
| 3.10.3 | Uji Koefisien Determinasi | 50 |
| 3.11 | Uji Hipotesis | 51 |
| IV. | HASIL DAN PEMBAHASAN | 52 |
| 4.1 | Uji Validitas | 52 |
| 4.2 | Uji Reliabilitas | 54 |
| 4.3 | Hasil Penelitian | 55 |
| 4.3.1 | Karakteristik Responden | 56 |
| 4.3.2 | Informasi Umum | 58 |
| 4.3.3 | Variabel Menonton Tayangan Program <i>Log In</i> di Kanal YouTube Deddy Corbuzier (X) | 59 |
| 4.3.4 | Variabel Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama (Y) | 75 |
| 4.4 | Hasil Analisis Data | 89 |
| 4.4.1 | Uji Koefisien Korelasi | 89 |
| 4.4.2 | Uji Regresi Liner Sederhana | 90 |
| 4.4.3 | Uji Koefisien Determinasi | 91 |
| 4.4.4 | Uji Hipotesis T | 92 |
| 4.5 | Pembahasan | 93 |
| 4.5.1 | Menonton Tayangan Program <i>Log In</i> di Kanal YouTube Deddy Corbuzier (Variabel X) | 94 |
| 4.5.2 | Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama (Variabel Y) | 97 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 4.5.3 | Pengaruh Menonton Tayangan Program <i>Log In</i> di Kanal YouTube Deddy Corbuzier Terhadap Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama ... | 100 |
| V. | KESIMPULAN DAN SARAN | 105 |
| 5.1 | Kesimpulan | 105 |
| 5.2 | Saran..... | 106 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 107 |
| | LAMPIRAN..... | 111 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Jumlah Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia. | 4 |
| Gambar 2. Unggahan Konten Program <i>Log In</i> | 5 |
| Gambar 3. Feedback Audiens Terhadap Program <i>Log In</i> | 6 |
| Gambar 4. Bagan Kerangka Pikir | 11 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| Tabel 2. Definisi Operasional Penelitian | 37 |
| Tabel 3. Kategori Penilaian Skala Likert | 43 |
| Tabel 4. Interpretasi Nilai r | 50 |
| Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X..... | 52 |
| Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y | 53 |
| Tabel 7. Tabel Kriteria Cronbach's Alpha..... | 54 |
| Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X | 54 |
| Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y | 55 |
| Tabel 10. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| Tabel 11. Data Responden Berdasarkan Usia | 56 |
| Tabel 12. Data Responden Berdasarkan Agama..... | 57 |
| Tabel 13. Responden Yang Menggunakan YouTube | 58 |
| Tabel 14. Responden Yang Menonton Program Log In | 58 |
| Tabel 15. Jumlah Konten Yang Telah Ditonton Responden..... | 59 |
| Tabel 16. Dimensi Variabel X | 60 |
| Tabel 17. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X1 | 60 |
| Tabel 18. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X2 | 61 |
| Tabel 19. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X3 | 61 |
| Tabel 20. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X4 | 62 |
| Tabel 21. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Konteks | 62 |
| Tabel 22. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X5 | 63 |
| Tabel 23. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X6 | 64 |
| Tabel 24. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X7 | 64 |
| Tabel 25. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X8 | 65 |
| Tabel 26. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X9 | 65 |
| Tabel 27. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X10 | 66 |

| | |
|---|----|
| Tabel 28. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Konten | 67 |
| Tabel 29. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X11 | 68 |
| Tabel 30. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X12 | 68 |
| Tabel 31. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X13 | 69 |
| Tabel 32. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X14 | 70 |
| Tabel 33. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X15 | 70 |
| Tabel 34. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X16 | 71 |
| Tabel 35. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Kontinuitas | 71 |
| Tabel 36. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X17 | 72 |
| Tabel 37. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X18 | 73 |
| Tabel 38. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X19 | 73 |
| Tabel 39. Distribusi Jawaban Item Kuesioner X20 | 74 |
| Tabel 40. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Konektivitas | 74 |
| Tabel 41. Dimensi Variabel Y | 75 |
| Tabel 42. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y1 | 76 |
| Tabel 43. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y2 | 76 |
| Tabel 44. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y3 | 77 |
| Tabel 45. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Pengakuan Hak..... | 77 |
| Tabel 46. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y4 | 78 |
| Tabel 47. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y5 | 78 |
| Tabel 48. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y6 | 79 |
| Tabel 49. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Menghormati Keyakinan | 80 |
| Tabel 50. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y7 | 81 |
| Tabel 51. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y8 | 81 |
| Tabel 52. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y9 | 82 |
| Tabel 53. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Agree In Disagreement . | 82 |
| Tabel 54. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y10 | 83 |
| Tabel 55. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y11 | 84 |
| Tabel 56. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y12 | 84 |
| Tabel 57. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Saling Memahami | 85 |
| Tabel 58. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y13 | 86 |
| Tabel 59. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y14 | 86 |

| | |
|--|----|
| Tabel 60. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y15 | 87 |
| Tabel 61. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y16 | 87 |
| Tabel 62. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Y17 | 88 |
| Tabel 63. Distribusi Jawaban Item Kuesioner Dimensi Kesadaran dan Kejujuran | 88 |
| Tabel 64. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana..... | 90 |
| Tabel 65. Hasil Uji Koefisien Korelasi | 89 |
| Tabel 66. Interpretasi Nilai r | 90 |
| Tabel 67. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 91 |
| Tabel 68. Hasil Uji Hipotesis T..... | 93 |

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan banyak jenis keragaman yang meliputi aneka ragam budaya, bahasa, etnis, dan agama. Seluruh keragaman yang melatari negeri ini, telah menjadi realitas sosial yang tidak dapat dimungkiri lagi. Setiap orang diberikan kebebasan untuk memeluk agamanya masing-masing dan beribadat menurut agama dan kepercayaannya. Hal tersebut tercantum dalam UU HAM Pasal 22 Ayat 1 yang mengatakan bahwa setiap orang bebas memeluk agamanya masing-masing dan beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Kebebasan beragama juga diatur dalam UUD 1945 Pasal 28E Ayat 1 yaitu setiap orang bebas memeluk agama dan beribadat menurut agamanya, memilih pendidikan dan pengajaran, memilih pekerjaan, memilih kewarganegaraan, memilih tempat tinggal di wilayah negara dan meninggalkannya, serta berhak kembali. Sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang PNPS Nomor 1 Tahun 1965 tentang Pencegahan Penyalahgunaan dan/atau Penodaan Agama, Indonesia mengakui 6 agama resmi, yaitu Islam, Protestan, Katolik, Hindu, Buddha, dan Konghucu. Mayoritas penduduk di Indonesia memeluk agama Islam dengan persentase 87,2%, Protestan 6,9%, Katolik 2,9%, Hindu 1,7%, Buddha 0,7%, dan Konghucu 0,05% (Indonesia.go.id). Realitas keragaman ini tentu harus diiringi dengan pengelolaan keragaman yang baik agar tidak menimbulkan perpecahan di tengah banyaknya perbedaan. Selain dapat menjadi kekuatan yang mampu menyatukan masyarakat, di sisi lain keragaman juga dapat menjadi penyebab terjadinya konflik perpecahan antar budaya, etnik, maupun agama.

Isu sosial terkait sikap intoleransi antar agama merupakan salah satu konflik yang kerap terjadi di negara Indonesia. Dengan ragam agama yang dianut penduduknya, masalah intoleransi menjadi isu yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Dilansir dari laman berkas.dpr.go.id, tercatat sebanyak 65 kasus intoleransi terjadi pada periode tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, sebanyak 7 kasus intoleransi terjadi di Indonesia yang kemudian mengalami peningkatan menjadi 14 kasus di tahun 2020 dan 11 kasus di tahun 2021. Kasus intoleransi sempat mengalami penurunan pada tahun 2022 dengan jumlah 3 kasus, namun kembali meningkat pada tahun 2023 yaitu sebanyak 30 kasus. Kasus-kasus intoleransi yang terjadi ini meliputi aksi pembubaran peribadatan, penolakan tempat ibadah, intimidasi, diskriminasi, dan lain sebagainya.

Untuk mendukung pengelolaan keragaman agama yang baik, nilai-nilai toleransi dalam beragama sangat perlu diterapkan dalam kehidupan masyarakat guna mencegah terjadinya perpecahan atau konflik yang mengatasnamakan agama. Selaras dengan hal tersebut, toleransi menjadi hal mendesak yang perlu diperhatikan demi mewujudkan suasana hidup rukun dan harmonis ditengah pluralitas agama di Indonesia. Setiap agama tentunya mengajarkan tentang kebaikan serta kasih sayang terhadap seluruh umat manusia tanpa pandang agama. Dalam kepercayaan umat Islam sendiri, tertuang dalam Al-Qur'an tepatnya dalam surat Al-Hujurat yang menjunjung tinggi toleransi dengan adanya penjelasan mengenai larangan untuk mengolok-olok kaum lain serta perintah untuk menciptakan kedamaian terhadap seluruh umat manusia. Sikap toleransi tidak hanya sebatas menghargai, namun juga dapat dimaknai sebagai penerimaan terhadap segala perbedaan yang ada.

Sikap toleransi beragama adalah sikap sabar dan menahan diri untuk tidak mengganggu dan tidak melecehkan agama atau sistem keyakinan dan ibadah penganut agama-agama lain (Devi, 2020:2). Dengan adanya konflik intoleransi agama, kedamaian dalam ragam kehidupan beragama perlahan dapat memudar, baik konflik berskala kecil maupun berskala besar. Sebagai contoh, konflik dalam skala kecil dapat terlihat dari komunikasi yang tidak

berjalan dengan baik sehingga menimbulkan perasaan marah ataupun tersinggung, sedangkan dalam skala besar konflik dapat terlihat dari perseteruan antar agama, diskriminasi sosial dan lain sebagainya.

Perkembangan era digital turut mengubah peradaban manusia hingga membentuk pola kehidupan masyarakat modern yaitu *network society* atau masyarakat jejaring. *Network society* merupakan istilah untuk menggambarkan pola kehidupan masyarakat yang menerapkan teknologi digital dalam hampir seluruh aspek kehidupan. Hal ini dibuktikan oleh peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun. Pada tanggal 7 Februari 2024, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa. Jumlah tersebut menyentuh angka 79,5% dan mengalami peningkatan sebanyak 1,4% dari tahun sebelumnya.

Teknologi komunikasi dan informasi yang terus berkembang kian pesat mengakibatkan banyak perubahan. Segala perubahan yang terjadi karena perkembangan teknologi ini telah memberikan kemudahan pada berbagai aspek kehidupan mulai dari kemudahan untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, hingga kemudahan dalam mengakses informasi. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mendorong lahirnya media baru atau *new media*. Wahyuni (2013:1) berpendapat bahwa pengertian media baru merujuk pada media dengan platform baru karena konvergennya karakter media cetak, audio, dan visual sekaligus ditandai oleh karakter interaktivitas yang tinggi. Kehadiran *new media* telah mengubah karakter masyarakat dalam kehidupan bermedia yang kini tak terbatas ruang dan waktu. Siapapun dapat melakukan interaksi dan mengakses informasi kapanpun dan dimanapun.

Media sosial menjadi bagian dari kemunculan *new media* yang banyak digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Media ini menjadi kebutuhan penting yang digunakan oleh hampir seluruh kalangan. Penggunaan media sosial juga berpengaruh dalam pembentukan sikap, pola

pikir, dan kepribadian seseorang. Salah satu media yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah media sosial YouTube.

| Negara | Pengguna YouTube |
|-----------------|------------------|
| India | 462 juta |
| Amerika Serikat | 239 juta |
| Brazil | 144 juta |
| Indonesia | 139 juta |
| Meksiko | 83,1 juta |
| Jepang | 78,6 juta |

Gambar 1. Jumlah Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia.
Sumber : backlinko diakses tanggal 31 Agustus 2024

Berdasarkan gambar diatas, Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna YouTube terbanyak di dunia. Per tanggal 30 Juni 2024, jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta jiwa (backlinko, 2024). Platform ini dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti *personal branding*, alternatif media pembelajaran, dan berbagi informasi maupun mengakses informasi. Beragamnya jenis konten yang ditampilkan pada platform ini, membuat para penggunanya dapat dengan mudah untuk mengakses berbagai konten menarik dan informatif, seperti konten edukasi, musik, kecantikan, maupun dakwah agama.

Penyebaran edukasi atau informasi yang menggunakan media sosial merupakan bentuk komunikasi massa yang dapat berpengaruh terhadap perubahan ideologi ataupun perilaku para penggunanya. Deflour dan Dennis McQuail (dalam Zaenab, 2013:5) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi dalam hal ini komunikator dengan menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus yang dapat memengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan berbagai cara.

Kanal YouTube Deddy Corbuzier memiliki berbagai tayangan program seperti *Podcast Close The Door*, *Podhub*, *Somasi Community*, dan *Log In*. *Log In* merupakan salah satu nama program dalam kanal YouTube Deddy Corbuzier yang mengusung konsep dakwah agama dan ditayangkan khusus pada bulan Ramadhan saja. Dengan dipandu oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar, seorang ulama di Indonesia dan Onadio Leonardo, salah satu musisi tanah air, tayangan program *Log In* menyuguhkan konsep yang menarik dengan membahas topik seputar fenomena dalam beragama dan keberagaman.

Berbeda dengan konten dakwah agama pada umumnya, program ini menghadirkan bintang tamu dengan latar belakang agama yang bervariasi, mulai dari agama Islam, Protestan, Katolik, Budha, Hindu, hingga Konghucu. Dalam salah satu segmen program ini bahkan pernah menghadirkan para pemuka agama dari seluruh agama yang ada di Indonesia. Hal ini semakin memperkuat pesan toleransi yang ingin disampaikan kepada para audiens. Dalam program ini, seluruh agama diberikan kesempatan untuk menyampaikan ajaran agamanya masing-masing. Pesan toleransi juga senantiasa disisipkan pada setiap konten yang diunggah guna menambah pengetahuan audiens tentang perbedaan ajaran yang terdapat pada seluruh agama. Dengan begitu, setiap umat agama dapat meningkatkan pemahaman terhadap ajaran agamanya masing-masing dengan tetap menghargai ajaran agama lain.



Gambar 2. Unggahan Konten Program Log In.

Sumber : Kanal YouTube Deddy Corbuzier diakses tanggal 31 Agustus 2024

Seluruh konten dalam program ini memiliki jumlah penonton hingga jutaan dengan rata-rata jumlah *likes* mencapai ratusan ribu *likes*. Terlebih lagi, penyampaian dakwah dibawakan dengan cara yang ringan dan santai serta cenderung lebih mudah untuk dipahami sehingga semakin mengundang antusias khalayak. Program *Log In* kemudian mendapatkan banyak respon positif audiens. Melalui kolom komentar, banyak penonton menyampaikan *feedback* positif terhadap program ini. Beberapa komentar berisi pesan-pesan positif yang menyebarkan nilai kedamaian serta dapat mendorong kesadaran toleransi pada setiap umat agama.



Gambar 3. *Feedback* Audiens Terhadap Program *Log In*.
Sumber : Kanal YouTube Deddy Corbuzier diakses tanggal 31 Agustus 2024

Ditengah beragamnya agama yang dianut di Indonesia, toleransi menjadi hal penting yang harus diinternalisasikan kepada masyarakat agar terciptanya kerukunan antar umat beragama. Seiring berkembangnya teknologi, YouTube sebagai media penyampaian informasi juga mampu menjadi media dakwah yang efektif. Selaras dengan hal tersebut, tayangan program *Log In* dapat menjadi media dakwah yang bisa membantu memperkuat pemahaman terkait ajaran agama serta memperluas pandangan masyarakat tentang keberagaman agama sehingga dapat membangun kesadaran toleransi antar umat beragama.

Penelitian sejenis yang relevan dengan penelitian ini adalah “Pengaruh Dakwah Gus Baha Di YouTube Tentang Toleransi Terhadap Non Muslim Di Kecamatan Mojoagung Dalam Perspektif Fenomenologi Alfred Schutz” karya Karina Khoirun Nisa. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan

penelitian ini yaitu meneliti pengaruh konten dakwah di media sosial YouTube terhadap individu atau audiens. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada metodologi penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode *field research* atau penelitian lapangan, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah konten dakwah Gus Baha di YouTube memberikan banyak pengaruh terhadap masyarakat non muslim yang berada di Desa Betek Kecamatan Mojoagung. Secara umum, masyarakat tersebut menerima bahkan menerapkan isi pesan dalam konten dakwah Gus Baha tentang toleransi pada kehidupan sehari-hari, salah satunya dalam interaksi sosial.

Pesan komunikasi dari program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier memiliki kekuatan yang dapat memengaruhi audiens. Konten program *Log In* berisi pesan-pesan toleransi yang dapat mempersuasi khalayak dan mampu menumbuhkan kesadaran toleransi antar umat beragama. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melihat pengaruh dari menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi penonton program *Log In*. Toleransi ini dapat diukur dengan lima unsur toleransi, yaitu pengakuan hak, menghormati keyakinan, *agree in disagreement* (setuju dalam perbedaan), saling memahami, serta kesadaran dan kejujuran (Yalni, 2021).

Penelitian ini akan mengamati pengaruh penggunaan media sosial YouTube yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan toleransi melalui program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi para penontonnya. Untuk menguraikan permasalahan tersebut peneliti menggunakan teori *uses and effect*. Teori ini merupakan sintesis dari teori *uses and gratification* yang berasumsi bahwa penggunaan media memberikan dampak atau efek terhadap individu dimana seorang individu menggunakan media karena memiliki persepsi dan harapan terhadap media tersebut yang akan menuntunnya dalam menentukan apakah akan menggunakan atau tidak isi pesan dari media yang digunakan. Menurut

Armano (dalam Vanesa, 2024) dimensi penggunaan media sosial terdiri dari 4C, yaitu *content*, *context*, *continuity*, dan *connectivity*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Menonton Tayangan Program *Log In* Di Kanal YouTube Deddy Corbuzier Terhadap Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama (Survei Pada Penonton Program *Log In* Di Kanal YouTube Deddy Corbuzier)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat peneliti adalah seberapa besar pengaruh menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama pada penonton program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama pada penonton program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, baik secara praktis maupun secara teoritis.

a. Secara Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini adalah sebagai pemenuhan syarat peneliti untuk meraih gelar sarjana tingkat strata (S1) pada jurusan

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung.

b. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi para pembaca, serta dapat menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh media massa.

1.5 Kerangka Pikir

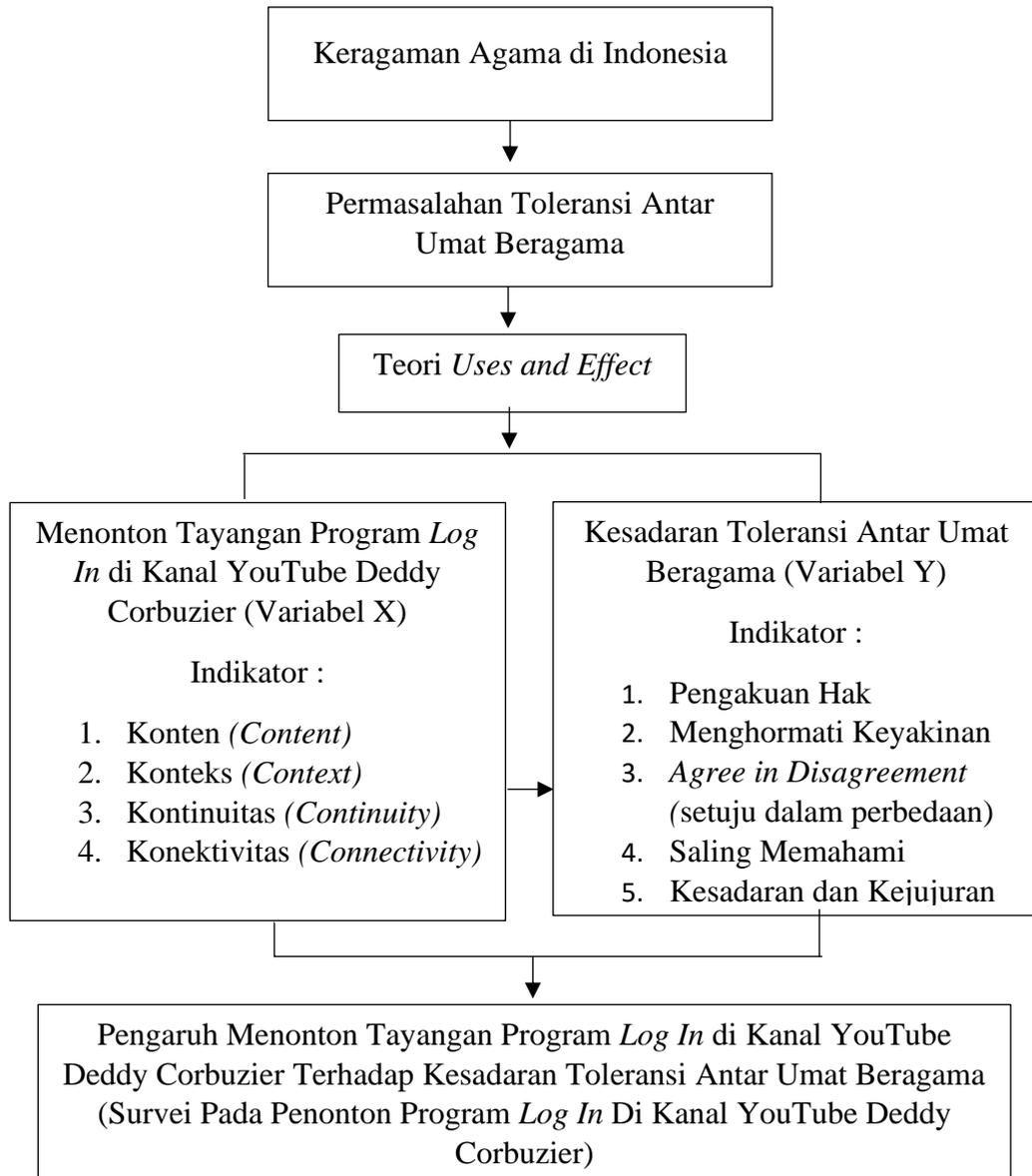
Kerangka pikir merupakan pola pikir peneliti dengan penalaran tertulis untuk menemukan jawaban terhadap masalah yang telah ditentukan dalam penelitian. Penalaran dalam penyusunan kerangka pikir penelitian menggunakan penalaran deduktif yaitu penalaran dari hal-hal yang bersifat umum kedalam hal-hal yang bersifat khusus. Husain dan Purnomo (dalam Muin, 2023) mendefinisikan kerangka pikir sebagai penjelasan sementara terhadap fenomena yang menjadi objek yang diselidiki peneliti.

Kerangka pikir disusun dari tinjauan pustaka dan hasil riset sebelumnya yang masih relevan. Rancangan kerangka pikir harus disusun secara logis dan sistematis agar dapat menarik kesimpulan yang akan menjadi rumusan hipotesis dalam penelitian. Kerangka pikir dapat membantu peneliti dalam menjelaskan konsep suatu bagan yang akan dibahas dalam penelitian karena kerangka pikir mampu menggambarkan pola hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Keragaman agama menjadi salah satu kekayaan sekaligus tantangan bagi bangsa Indonesia. Ragam agama yang dianut penduduknya dapat mempersatukan masyarakat, namun juga mampu menimbulkan perpecahan atau konflik karena banyaknya perbedaan. Sikap intoleransi antar umat agama masih menjadi isu sosial yang kerap terjadi di lingkungan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dapat merusak esensi dari “Bhineka Tunggal Ika” yang menjadi semboyan bangsa Indonesia.

Penelitian ini berkaitan dengan pengaruh media sosial, khususnya pada platform YouTube. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier yang diukur melalui dimensi penggunaan media sosial yang dikemukakan oleh Armano (dalam Vanesa, 2024), yaitu *content*, *context*, *continuity*, dan *connectivity*. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kesadaran toleransi antar umat beragama yang diukur melalui lima unsur toleransi, yaitu pengakuan hak, menghormati keyakinan, *agree in disagreement* (setuju dalam perbedaan), saling memahami, serta kesadaran dan kejujuran (Yalni, 2021).

Melihat dari topik yang tengah diteliti mengenai pengaruh menonton tayangan program *Log In* terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama, penelitian ini menggunakan teori *uses and effect* sebagai landasan teori penelitian. Teori *uses and effect* berasumsi bahwa penggunaan media mampu memberikan dampak atau efek terhadap individu. Mengacu pada teori tersebut, peneliti akan meneliti pengaruh menonton tayangan program *Log In* sebagai variabel X terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama pada penonton program *Log In* sebagai variabel Y.



Gambar 4. Bagan Kerangka Pikir
Sumber : Hasil Olah Peneliti, 2024

1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara sebelum penelitian dilakukan. Menurut Sarwono (dalam Muin, 2023) hipotesis berfungsi untuk menguji kebenaran suatu teori, memberikan gagasan baru untuk pengembangan teori, dan menambah pengetahuan peneliti mengenai suatu gejala yang sedang diselidiki. Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₀ : Tidak ada pengaruh menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama.
- H_a : Terdapat pengaruh menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan dalam penelitian sebagai bahan referensi bagi peneliti untuk memperluas atau memperkaya bahan kajian dalam penelitian. Masyhuri (dalam Vanesa, 2024) mengatakan bahwa peneliti perlu mempelajari dan mengenali penelitian lain untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian ataupun kesalahan dalam penelitian sebelumnya.

Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

| | | |
|----|-------------------------|--|
| 1. | Penulis | Karina Khoirun Nisa. Program Studi Aqidah Dan Filsafat Islam. Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. |
| | Judul Penelitian | Pengaruh Dakwah Gus Baha Di YouTube Tentang Toleransi Terhadap Non Muslim Di Kecamatan Mojoagung Dalam Perspektif Fenomenologi Alfred Schutz. |
| | Hasil Penelitian | Hasil dari penelitian ini adalah konten dakwah Gus Baha di YouTube memberikan banyak pengaruh terhadap kesadaran toleransi masyarakat non muslim yang berada di Desa Betek Kecamatan Mojoagung. Secara umum, masyarakat tersebut menerima bahkan menerapkan isi pesan dalam konten dakwah Gus Baha tentang toleransi |

| | | |
|----|--------------------------------|---|
| | | pada kehidupan sehari-hari, salah satunya dalam interaksi sosial. |
| | Persamaan dan Perbedaan | <p>A. Persamaan</p> <p>Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti pengaruh konten dakwah di media sosial YouTube terhadap individu atau audiens.</p> <p>B. Perbedaan</p> <p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metodologi penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode <i>field research</i> dengan wawancara dan observasi sebagai sumber data, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan kuesioner sebagai sumber data atau instrumen penelitian.</p> |
| 2. | Penulis | Chrisna Ariel Josefba. Program Studi Filsafat Keilahian. Fakultas Teologi. Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. |
| | Judul Penelitian | Antara Pluralitas Agama Dan Media Sosial : Melihat Dakwah Toleransi Habib Husein Ja'far Al Hadar Dalam Media Sosial. |
| | Hasil Penelitian | Hasil Penelitian ini adalah bahwa dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di media sosial menjadi sarana dialog antar agama yang berupaya untuk saling |

| | | |
|----|--------------------------------|--|
| | | mengenal, memahami, dan menghargai antar agama hingga dapat menciptakan keharmonisan di tengah pluralitas agama yang berada di Indonesia. |
| | Persamaan dan Perbedaan | <p>A. Persamaan</p> <p>Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian dakwah agama serta pengaruhnya terhadap individu atau audiens.</p> <p>B. Perbedaan</p> <p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada media sosial yang diteliti, penelitian terdahulu meneliti konten dakwah di beberapa media sosial yang digunakan oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar, sedangkan penelitian ini akan meneliti konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial YouTube.</p> |
| 3. | Penulis | Diah Saputri. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. |
| | Judul Penelitian | Toleransi Beragama Di Media Sosial : Studi Etnografi Virtual Pro Kontra Netizen Pada Akun Instagram @Felixsiauw. |

| | | |
|--|--------------------------------|---|
| | Hasil Penelitian | Hasil Penelitian ini adalah media sosial menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jaringan dakwah serta adanya komentar pro-kontra netizen terkait pesan-pesan toleransi yang disampaikan dalam akun instagram @Felixsiauw. |
| | Persamaan dan Perbedaan | <p>A. Persamaan</p> <p>Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada kajian pembahasan dalam penelitian yaitu mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan toleransi agama.</p> <p>B. Perbedaan</p> <p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah metode penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> |

Sumber : Diolah Dari Hasil Studi Pustaka Peneliti, 2024

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi pada hakikatnya merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang disampaikan melalui media massa. Meletzke (dalam Romli 2016:2) mendefinisikan komunikasi massa sebagai bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang

tersebar. Komunikasi massa ini menghasilkan pesan-pesan komunikasi yang tersebar kepada khalayak. Suatu kegiatan komunikasi dikatakan komunikasi massa jika memiliki beberapa ciri-ciri sebagai berikut :

a. Pesan Bersifat Umum

Artinya yaitu komunikasi bersifat terbuka dan bukan ditujukan kepada kelompok tertentu melainkan kepada semua orang. Pesan yang disampaikan dapat berupa opini, fakta, dan peristiwa.

b. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator dan komunikan tidak saling mengenal karena komunikasi dilakukan tanpa bertemu secara langsung dan melalui suatu media. Selain itu, komunikan bersifat heterogen yaitu terdiri dari berbagai kalangan masyarakat.

c. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa yaitu dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Effendi (dalam Romli 2016:5) mengatakan bahwa keserempakan media massa merupakan keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dari jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

d. Komunikasi Lebih Mengutamakan Isi

Komunikasi massa lebih mengutamakan dimensi isi yang menunjukkan apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan.

e. Bersifat Satu Arah

Komunikasi massa bersifat satu arah karena komunikasi menggunakan media massa dan dilakukan tanpa melakukan kontak secara langsung.

f. Stimulasi Alat Indra Yang Terbatas

Dalam hal ini, stimulasi alat indra yang terbatas merupakan kelemahan dari komunikasi massa dimana stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa yang digunakan, yang meliputi media audio, visual, dan audio visual.

g. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Umpan balik atau *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Dalam komunikasi massa, umpan balik sebagai bentuk

respons ini bersifat tidak langsung yang artinya tanggapan khalayak tidak dapat segera diketahui oleh komunikator serta tanggapan khalayak tersebut disampaikan melalui suatu media seperti kolom komentar, *direct message*, dan lain-lain.

2.2.1 Komponen Komunikasi Massa

Hiebert, Uguran, dan Bohn (Romli, 2016) mengemukakan komponen-komponen komunikasi massa diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Komunikator

Komunikator adalah pemberi pesan. Dalam komunikasi massa, komunikator merupakan sekelompok individu yang terlembaga, seperti pemilik media, produser, aktor, presenter, dan lain-lain.

b. *Codes & Content*

Pesan dalam komunikasi massa disebut juga *codes and content*. *Codes* yang dimaksud disini adalah perangkat simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi, contohnya seperti perkataan lisan ataupun kalimat tulisan. Sedangkan, *content* merupakan isi media yang menunjukkan makna dari pesan yang disampaikan.

c. *Gatekeeper*

Gatekeeper diibaratkan seperti penjaga gerbang dimana ia bertanggung jawab atas seluruh pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Elvinaro (dalam Romli 2016:12) berpendapat bahwa *gatekeeper* di media massa menentukan penilaian apakah suatu informasi penting atau tidak, ia menaikan berita yang penting dan menghapus informasi yang tidak memiliki nilai berita. Peran *gatekeeper* dijalankan oleh pihak internal media massa, contohnya seperti pimpinan redaksi.

d. Regulator

Regulator berperan seperti alat sensor di media massa. Berbeda dengan *gatekeeper*, regulator dijalankan oleh pihak eksternal media massa yang mampu membatalkan atau menghentikan suatu informasi.

e. Media

Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan, contohnya seperti televisi, radio, media sosial, dan lain sebagainya.

f. *Audiences*

Audiens atau bisa juga disebut komunikan merupakan penerima pesan. Komunikan dalam komunikasi massa biasanya berjumlah banyak dan bersifat heterogen dan anonim.

g. Filter

Filter dapat didefinisikan seperti penyaring informasi dalam komunikasi massa. Seperti yang telah diketahui, komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen yang artinya memiliki latar belakang agama, sosial, maupun budaya yang berbeda-beda sehingga cara mereka dalam menanggapi serta memaknai suatu pesan yang disampaikan juga akan berbeda-beda.

h. *Feedback*

Feedback atau umpan balik adalah tanggapan atau respon khalayak terhadap informasi yang disampaikan. Pada komunikasi massa *feedback* bersifat tidak langsung yang dapat disampaikan melalui suatu media tertentu.

2.2.2 Efek Komunikasi Massa

Steven M. Chaffle (dalam Iswani, 2019) menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa efek yang meliputi efek kognitif, afektif, dan konatif.

a. Efek Kognitif

Efek kognitif merupakan dampak komunikasi terhadap komunikan yang berhubungan dengan akal pikiran, contohnya seperti mendapatkan informasi, meningkatkan kesadaran, atau memperluas pengetahuan. Melalui media massa, khalayak bisa mendapatkan ataupun mempelajari segala sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya. Dalam hal ini, komunikasi massa berperan sebagai pemberi informasi yang berguna bagi keterampilan kognitif komunikan.

b. Efek Afektif

Efek afektif adalah dampak pesan komunikasi yang disampaikan mampu mengubah apa yang dirasakan oleh komunikan. Efek ini berhubungan dengan perasaan, emosional, serta penilaian seorang individu. Lebih dari efek kognitif, dampak afeksi akan membuat komunikan untuk turut merasakan atau berempati pada pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, selain mendapatkan pengetahuan, komunikan juga dapat merasakan perasaan sedih, senang, ataupun benci terhadap isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

c. Efek Konatif

Efek konatif merupakan dampak yang ditimbulkan memberikan perubahan sikap dalam diri komunikan. Efek konatif berkaitan dengan tindakan, perilaku, dan kegiatan. Dalam konteks ini, isi pesan komunikasi berusaha memengaruhi komunikan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang disampaikan.

2.3 New Media Sebagai Media Informasi

New media atau media baru merupakan perangkat teknologi digital yang terhubung secara langsung dengan jaringan internet. Kehadiran *new media* menjadi bentuk akibat dari perkembangan teknologi internet yang

memunculkan banyak media baru seperti media online, media sosial, hingga platform digital lainnya. McQuail (dalam Sania, 2022) mengatakan bahwa *new media* merupakan penggabungan atau konvergensi antara teknologi informasi dengan komunikasi. Selaras dengan hal tersebut, *new media* dapat dilihat melalui penggabungan tiga faktor, yaitu komputer (media digital dan teknologi informasi), komunikasi (relasi sosial, alat teknologi, dan praktik komunikasi), dan konten (media dan informasi) (Sania, 2022).

Media baru dinilai dapat memberikan hal baru yang diinginkan oleh khalayak. Perkembangan kemajuan teknologi ini perlahan mulai mengubah pola hidup masyarakat menjadi serba digital, termasuk untuk kebutuhan informasi. McQuail mengemukakan bahwa *new media* atau media baru merupakan seperangkat teknologi baru yang mampu memperluas penyebaran informasi bagi masyarakat (Habibah & Irwansyah, 2021).

New media kini menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Adanya *new media* sebagai media informasi memberikan kemudahan kepada para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Berbeda dengan media lama, media baru memungkinkan khalayak untuk dapat memilih informasi sesuai yang diinginkan sehingga tidak bergantung pada komunikator. Media baru juga mampu memberikan akses yang lebih mudah karena menggunakan kabel dan satelit sehingga dapat meminimalisir hambatan dalam proses komunikasi.

2.4 Media Sosial

Media sosial merupakan media online dimana para penggunanya dapat saling berbagi, berinteraksi, dan berpartisipasi dengan mudah. Boyd (dalam Sari, dkk., 2018) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial berperan sebagai fasilitator online yang dapat

mempererat hubungan antar penggunanya dan menunjukkan bahwa keberadaan media sosial mampu mendukung serta mempermudah interaksi sosial masyarakat.

Perkembangan media sosial menjadi kelebihan atau keuntungan dari kemajuan teknologi internet yang saat ini keberadaannya semakin populer dalam kehidupan masyarakat. Penggunaan media sosial seakan telah menjadi kebutuhan primer bagi manusia karena digunakan pada hampir seluruh aspek kehidupan, baik dalam kegiatan bisnis, pendidikan, maupun sosialisasi. Media sosial kini menjadi sarana yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan seperti berbagi serta memperoleh informasi, *personal branding*, mencari hiburan, hingga sarana pemasaran bisnis. Terlebih lagi, kemudahan akses yang ditawarkan membuat para pengguna media sosial dapat berinteraksi, memperoleh informasi, ataupun melakukan kegiatan lainnya kapanpun dan dimanapun tanpa batas ruang dan waktu. Beberapa media sosial yang cukup populer di era digital saat ini, yaitu instagram, tiktok, YouTube, facebook, threads, dan X.

2.4.1 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial merupakan cara atau kekhasan yang dapat membedakan media tersebut dengan media lain. (Sari, dkk., 2018) menyebutkan beberapa karakteristik media sosial yaitu sebagai berikut :

a. Jaringan (*network*)

Jaringan adalah fasilitas sistem yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lainnya yang diperlukan dalam pertukaran data.

b. Informasi

Informasi menjadi hal penting di media sosial yang dibagikan pengguna media sosial untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya serta merepresentasikan identitas dirinya.

c. Arsip

Arsip dalam media sosial membuat informasi yang telah tersimpan dapat diakses dengan mudah oleh para pengguna kapanpun serta melalui perangkat apapun.

d. Interaksi

Interaksi merupakan suatu hal yang dilakukan untuk saling berhubungan satu sama lain. Dalam hal ini, media sosial mampu memperluas hubungan interaksi antar pengguna media sosial.

e. Simulasi Sosial

Simulasi sosial yang dimaksud disini adalah bahwa media sosial menjadi sarana atau tempat terjadinya hubungan masyarakat sosial di dunia virtual. Media sosial memiliki berbagai ciri khas unik yang tidak ditemukan dalam kehidupan nyata masyarakat.

f. Konten Pengguna (*user generated content*)

Distribusi konten di media sosial merupakan kontribusi dari para pengguna. Hal ini memberikan kebebasan kepada para pengguna media sosial untuk dapat berpartisipasi.

2.4.2 Dimensi Penggunaan Media Sosial

Armano mengemukakan bahwa dimensi penggunaan media sosial terdiri dari 4C, yaitu *content*, *context*, *continuity*, dan *connectivity* (Vanesa, 2024).

a. *Content* (Konten)

Konten yaitu informasi yang disampaikan melalui media elektronik. Informasi ini dikemas dengan semenarik mungkin yang meliputi visual, audio, maupun bahasa yang digunakan agar memberikan hasil konten informatif sesuai dengan keinginan komunikator.

b. *Context* (Konteks)

Konteks adalah kajian isi pesan yang disampaikan dalam konten media sosial yang merujuk pada kemampuan pemahaman

kualitas khalayak serta penyampaian pesan yang dilakukan sesuai dengan aturan dan waktu yang tepat.

c. *Continuity* (Kontinuitas)

Kontinuitas merupakan konsistensi penggunaan serta penyediaan konten di media sosial.

d. *Connectivity* (Konektivitas)

Konektivitas ini mengacu pada hubungan sosial yang melibatkan interaksi antara komunikator dengan audiens melalui media sosial, contohnya seperti memberikan tanggapan melalui kolom komentar dan memberikan *likes* pada konten.

2.5 Platform YouTube

YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang cukup populer di kalangan masyarakat dan menjadi sarana untuk berbagi konten video di seluruh dunia. Platform ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen dan Chad Hurley. Kantor pusat YouTube terletak di San Bruno, California, Amerika Serikat. YouTube kemudian tumbuh menjadi salah satu platform media terpopuler di dunia. Aplikasi ini semakin berkembang pesat dengan tingginya pertambahan jumlah kunjungan dan penjualan iklan perhari pada setiap tahunnya.

Di era perkembangan digital yang terjadi saat ini, YouTube menjadi sarana komunikasi massa yang banyak digunakan untuk berbagai kebutuhan, salah satunya yaitu media penyampaian informasi. Platform YouTube menyajikan beragam jenis konten, baik bermanfaat atau tidak, seperti konten pendidikan, musik, tutorial, dakwah, dan video lainnya dari berbagai sumber (Tirabusky, dkk., 2024). Media sosial ini memberikan kesempatan kepada setiap penggunanya untuk dapat berpartisipasi dengan berbagi konten, memberikan *feedback* pada konten, serta berinteraksi dengan para pengguna lain. Selain itu, YouTube juga bermanfaat untuk berbagai kebutuhan dalam kehidupan seperti mencari informasi, mencari hiburan,

personal branding, hingga menjadi ladang pekerjaan dengan menjadi kreator YouTube atau yang sering disebut *YouTubers*.

2.5.1 Fitur YouTube

YouTube memiliki beberapa fitur guna memudahkan dan memberikan kepuasan kepada para pengguna dalam penggunaan platform tersebut. Melansir *YouTube.com*, berbagai fitur yang disediakan platform YouTube diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Penelusuran YouTube

Dengan banyaknya jumlah video yang diunggah di YouTube, fitur ini membantu pengguna untuk memilah atau menemukan hasil video yang relevan dengan keinginan pengguna dengan mengurutkan video berdasarkan sistem peringkat penelusuran YouTube. Peringkat tersebut diurutkan berdasarkan perkiraan beberapa faktor, yaitu relevansi, interaksi, dan kualitas video.

b. Rekomendasi Video

Fitur ini membantu pengguna untuk menemukan video menarik dengan memberikan rekomendasi video yang dapat memberikan inspirasi, informasi, dan hiburan yang unik.

c. Konten Video

YouTube berperan sebagai platform penyedia informasi yang menyajikan banyak video dengan berbagai topik, mulai dari politik, ilmiah, kedokteran, teknologi, pengetahuan, hiburan, hingga dakwah agama. Konten video dapat dinikmati dalam bentuk video durasi panjang maupun video durasi pendek atau *YouTube shorts*.

d. Monetisasi Untuk Kreator

Kreator merupakan individu atau kelompok yang membuat konten untuk YouTube. Fitur ini menjadi cara bagi para kreator untuk menghasilkan uang di YouTube. Hal ini dapat dilakukan

dengan berbagai cara seperti melalui penempatan iklan, penjualan merchandise, dan langganan video.

e. YouTube Live

YouTube live merupakan cara mudah bagi kreator untuk menjangkau khalayak yang lebih luas secara *real time*. Dengan fitur ini, kreator dapat menyiarkan streaming untuk menyelenggarakan suatu acara atau kegiatan. Fitur ini juga dapat membantu kreator untuk mengelola live stream sehingga mampu berinteraksi dengan penonton secara *real time*.

f. YouTube Analytics

Fitur ini terintegrasi dengan youtube studio untuk membantu kreator menganalisis performa akun channel yang dikelola. Melalui fitur ini, kreator dapat melihat grafik jumlah penayangan, demografis audiens, jumlah subscribers, dan data waktu tontonan audiens. Hal ini bersifat privasi sehingga aksesnya terbatas yang mana hanya kreator atau pemilik akun saja yang dapat mengakses youtube analytics. Para audiens hanya dapat mengakses pada batas tertentu seperti jumlah komentar, jumlah penonton, dan jumlah *like*.

2.5.2 Program *Log In* Di Kanal YouTube Deddy Corbuzier

Deddy Corbuzier merupakan salah satu kreator YouTube populer di Indonesia. Dilansir dari situs web *dataindonesia.id*, Deddy Corbuzier menempati tingkat ketujuh sebagai kreator YouTube dengan jumlah penonton terbanyak di Indonesia. Per tanggal 29 Agustus 2024, kanal YouTube Deddy Corbuzier memiliki 23,2 juta penonton.

Program atau konten yang dipublikasikan dalam kanal YouTube Deddy Corbuzier sangat bervariasi dan dikemas dalam konsep yang menarik. Selain itu, konten-konten juga bersifat informatif yang memberikan banyak wawasan atau pengetahuan dan bermanfaat

bagi para audiensnya. Konten-konten tersebut mencakup berbagai topik, mulai dari edukasi, hiburan, diskusi sosial dan politik, hingga dakwah agama. Dalam kanal YouTube Deddy Corbuzier sendiri terdapat berbagai program menarik diantaranya yaitu *Podcast Close The Door* yang membahas isu-isu terkini di Indonesia serta kisah-kisah inspiratif narasumber, *Podhub* yang berisi obrolan-obrolan menarik serta menghibur, *Somasi Community* yang berisi pesan kritik terkait isu sosial maupun politik, dan *Log In* yang membahas toleransi serta ajaran seputar berbagai agama.

Program *Log In* merupakan salah satu nama program dalam kanal YouTube Deddy Corbuzier yang ditayangkan setiap bulan ramadhan. Program ini diproduksi atau ditayangkan sejak tahun 2023 dengan dipandu oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar, seorang ulama di Indonesia dan juga Onadio Leonardo, musisi Indonesia. Pada rentang tahun 2023 hingga 2024, program ini telah menayangkan sebanyak 60 video konten dalam 2 season dengan topik yang beragam seperti pembahasan toleransi dalam perspektif setiap agama dan perbedaan ajaran dalam setiap agama.

Program *Log In* mengusung tema dakwah agama yang memiliki konsep berbeda dengan konten dakwah agama lainnya. Umumnya, konten dakwah agama akan fokus untuk mengkaji ajaran pada agama masing-masing seperti tata cara peribadatan, norma atau aturan dalam agama, dan lain sebagainya. Berbeda dengan hal tersebut, program ini seringkali menekankan kajian toleransi dalam pesan-pesan dakwah yang disampaikannya. Kajian yang dibahas difokuskan untuk membangun kesadaran toleransi antar umat beragama guna meningkatkan kesadaran serta pemahaman masyarakat untuk mengimplementasikan sikap toleransi dalam kehidupan sehari-hari.

Bintang tamu yang diundang juga memiliki latar belakang agama yang berbeda-beda sehingga dapat merepresentasikan keragaman

agama yang ada di Indonesia. Beberapa bintang tamu yang pernah dihadirkan diantaranya yaitu Boris Bokir yang beragama Protestan, Arie Kriting yang beragama Islam, Nita Vior yang beragama Katolik, dan masih banyak lagi bintang tamu lainnya. Pada salah satu segmennya, program ini bahkan pernah menghadirkan tokoh-tokoh pemuka agama yang ada di Indonesia yang mana hal ini belum pernah terlihat pada konten dakwah agama lainnya. Para pemuka agama yang dihadirkan ialah Bhante (pemuka agama Budha), Pandita (pemuka agama Hindu), Pendeta (pemuka agama Protestan), Romo (pemuka agama Katolik), dan Jiao Sheng (pemuka agama Konghucu). Hal tersebut semakin memperkuat pesan toleransi yang ingin disampaikan.

Program *Log In* ini diterima dengan baik oleh audiens yang tercermin dari banyaknya jumlah *viewers*, *likes*, serta pesan-pesan yang disampaikan melalui kolom komentar. Dengan pengemasan konsep program yang menarik, program ini memiliki potensi untuk memengaruhi audiens terkait kesadaran toleransi antar umat beragama.

2.6 Keragaman Agama di Indonesia

Indonesia adalah negara dengan masyarakat multikultural karena terdiri dari keragaman budaya, suku, bahasa, dan agama. Hal tersebut menjadi karakteristik unik bagi bangsa Indonesia yang perlu dikelola dengan baik karena menjadi bagian dari identitas bangsa negara Indonesia. Disamping itu, pluralitas masyarakat Indonesia juga dapat menjadi tantangan serta ancaman yang berpotensi menimbulkan perpecahan atau konflik dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Kebebasan beragama merupakan hak bagi setiap warga negara. Indonesia menjunjung tinggi hak kebebasan beragama pada seluruh masyarakatnya yang dibuktikan dalam UUD 1945 Pasal 28E Ayat 1 yaitu “Setiap orang

bebas memeluk agama dan beribadat menurut agamanya, memilih pendidikan dan pengajaran, memilih pekerjaan, memilih kewarganegaraan, memilih tempat tinggal di wilayah negara dan meninggalkannya, serta berhak kembali”. Kebebasan beragama juga diatur dalam Pasal 22 UU HAM yang menyebutkan bahwa :

1. Setiap orang bebas memeluk agamanya masing-masing dan beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu.
2. Negara menjamin kemerdekaan setiap orang memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu.

Terdapat enam agama yang diakui secara resmi di Indonesia, yaitu Islam, Katolik, Kristen Protestan, Hindu, Konghucu, dan Budha. Sebagai negara pluralistik, Indonesia memiliki dua modalitas penting yang membentuk karakternya yang multikultural, yaitu demokrasi dan kearifan lokal (*local wisdom*) sebagai nilai yang dipercaya dan dipahami dapat menjaga kerukunan umat beragama (Akhmadi, 2019).

Fakta keragaman agama ini merupakan entitas kekayaan budaya di Indonesia yang menjadi kelebihan sekaligus ancaman dan tantangan bagi bangsa. Seluruh elemen dalam masyarakat memiliki peran dalam mewujudkan kedamaian dan keharmonisan sebagai bentuk implementasi dari semboyan bangsa Indonesia yaitu “Bhinneka Tunggal Ika” yang memiliki makna berbeda-beda tetapi tetap satu jua.

2.7 Toleransi Antar Umat Beragama

Kemajemukan bangsa Indonesia yang mencakup keragaman agama menjadi tantangan tersendiri bagi seluruh masyarakat Indonesia. Perbedaan keyakinan tentu seringkali memicu perdebatan dalam kehidupan sosial yang jika tidak disikapi dengan bijak dan baik dapat menimbulkan perpecahan. Dengan banyaknya aspek perbedaan dalam kehidupan masyarakat, nilai dan sikap toleransi menjadi hal penting yang perlu diterapkan dalam kehidupan

sehari-hari demi mewujudkan keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat.

Toleransi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sifat atau sikap toleran. Kata toleran sendiri bermakna sifat atau sikap menenggang (menghargai, membiarkan, membolehkan) pendirian (pendapat, pandangan kepercayaan, kebiasaan, kelakuan, dan sebagainya) yang berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri. Konsep dari toleransi ini merujuk pada sikap terbuka serta menerima terhadap segala perbedaan, baik itu budaya, suku, maupun agama. Setiap individu perlu memiliki kesadaran dalam diri masing-masing untuk menghindari konflik antar manusia. Hal-hal yang dapat dilakukan untuk mewujudkan sikap toleransi ini diantaranya ialah bersikap saling menghormati atau menghargai, mendengar pendapat orang lain, tidak mendiskriminasi orang lain, serta mengakui dan menerima perbedaan. Toleransi dalam konteks agama tidak bermakna bebas menganut agama tertentu tanpa adanya peraturan yang mengikat. Toleransi antar umat beragama harus dipahami sebagai bentuk pengakuan dengan adanya agama-agama lain, tata cara peribadatannya, dan memberikan kebebasan untuk menjalankan keyakinan agama masing-masing (Saputri, 2021).

2.7.2 Unsur-Unsur Toleransi

(Yalni, 2021) menyebutkan unsur-unsur toleransi yaitu sebagai berikut : pengakuan hak, menghormati keyakinan, *agree in disagreement* (setuju dalam perbedaan), saling memahami, serta kesadaran dan kejujuran.

a. Pengakuan Hak

Pengakuan hak dapat dipahami sebagai sikap menerima dan mengakui hak orang lain serta tidak mendiskriminasi hak setiap orang dalam menjalankan agamanya masing-masing.

b. Menghormati Keyakinan

Menghormati keyakinan dilakukan dengan tidak memaksakan kehendak terhadap orang lain dan memberikannya kebebasan untuk menentukan pendapat, agama, ataupun kepercayaan.

c. *Agree in Disagreement*

Agree in disagreement (setuju dalam perbedaan) dapat dimaknai sebagai sikap bijak dalam menyikapi perbedaan. Terdapat banyak hal dalam agama yang tidak bisa disamaratakan. Untuk mewujudkan sikap toleransi, perlu adanya kesadaran untuk menyetujui perbedaan yang tidak bisa dipersamakan, yang artinya setiap orang berhak meyakini ajaran agamanya masing-masing.

d. Saling memahami

Sikap saling memahami menjadi unsur penting dalam menumbuhkan kesadaran toleransi antar umat beragama. Sikap ini akan mampu mewujudkan kerukunan dalam kehidupan masyarakat yang beragam.

e. Kesadaran dan Kejujuran

Kesadaran dan kejujuran yang dimaksud disini adalah adanya kesadaran toleransi dalam diri seseorang untuk menerima fakta keragaman agama akan mendorong sikap jujur untuk bersikap dan berperilaku terhadap orang lain.

2.8 Landasan Teori

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and effect*. Teori ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 1979 oleh Sven Windahl. Teori *uses and effect* merupakan sintesis atau paduan dari teori *uses and gratifications* yang berfokus pada dampak atau efek yang ditimbulkan dari penggunaan media. Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada kebutuhan individu yang mendorong penggunaan media, sedangkan dalam teori *uses and effect* kebutuhan individu hanyalah sebagai

salah satu faktor penyebab dari penggunaan media dan lebih menekankan pada efek yang timbul dalam diri individu dari media yang digunakan.

Teori ini menjelaskan keterikatan hubungan antara pengguna, media, khalayak, dan efek atau hasil. Hal yang ditunjukkan dalam teori *uses and effect* ini adalah *output* atau hasil dari proses komunikasi yang terjadi dengan memberikan pemahaman mengenai penggunaan, penyebab, dan dampak atau pengaruh dari suatu media. Bungin (dalam Mediana, dkk., 2022) menjelaskan bahwa dalam teori *uses and effect*, penggunaan media massa memberikan pengetahuan dalam mempersepsi suatu isi informasi dari media serta menimbulkan sikap dan perubahan perilaku seorang individu.

Teori *uses and effect* didefinisikan sebagai sebuah teori yang menjelaskan hubungan antara komunikasi massa dengan efek yang ditimbulkan terhadap para audiens atau pengguna media. Konsep yang dikemukakan oleh Sven Windahl adalah pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya menjadi bagian yang penting dalam teori ini karena merupakan perantara bagi pemahaman serta hasil dari proses komunikasi massa yang dihasilkan media.

Asumsi dasar dari teori *uses and effect* adalah bagaimana penggunaan media memberikan dampak atau efek terhadap individu. Asumsi tersebut menunjukkan bahwa seorang individu menggunakan media karena memiliki persepsi dan harapan terhadap media tersebut yang akan menuntunnya dalam menentukan apakah akan menggunakan atau tidak isi pesan dari media yang digunakan. Setiap individu memiliki hak untuk menentukan media apa saja yang mereka butuhkan dan mereka inginkan. Penggunaan media oleh khalayak menurut teori *uses and effect* dipengaruhi oleh karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media (Alfirahmi, 2019).

Hubungan antara penggunaan media dan hasilnya dapat dijelaskan dalam bentuk yang berbeda, yaitu sebagai berikut :

a. *Effect* (Efek)

Efek merupakan hasil yang ditimbulkan oleh isi atau pesan komunikasi dalam suatu media. Karakteristik isi media memiliki peran dalam menentukan dampak yang terjadi dari penggunaan media.

b. *Consequence* (Konsekuensi)

Konsekuensi adalah dampak yang ditimbulkan akibat dari penggunaan media. Artinya, dampak yang ditimbulkan ini tidak hanya karena isi media melainkan lebih cenderung karena penggunaan media yang didorong oleh karakteristik media tersebut.

c. *Conseffect* (Konsefek)

Konsefek merupakan perpaduan dari konsekuensi dan efek. Sendjaya (dalam Tirabusky, dkk., 2024) mendefinisikan konsefek sebagai hasil yang muncul akibat penggunaan media serta dampak dari isi media itu sendiri atau bisa dikatakan sebagai gabungan dari konsekuensi dan efek yang terjadi.

Khalayak memiliki karakteristik, tujuan, kepentingan, dan kebutuhan yang bervariasi yang perlu dipenuhi sehingga mereka menaruh persepsi dan harapan terhadap media yang akan digunakan. Dalam menggunakan media, terdapat hal-hal yang menjadi perhatian khalayak, yaitu isi atau pesan komunikasi, karakteristik media, dan tingkat penggunaan media. Setelah mengonsumsi media untuk memenuhi kebutuhan, khalayak akan merasakan pengaruh atau efek dari media tersebut karena penggunaan suatu media akan berdampak besar bagi para penggunanya.

Peneliti memilih teori *uses and effect* sebagai landasan teori dalam penelitian karena teori ini dapat digunakan untuk melihat efek yang dihasilkan dari penggunaan media. Dalam penelitian ini, kajian yang akan diteliti adalah khalayak atau pengguna media massa mendapat suatu efek setelah menggunakan media tertentu. Teori ini memiliki kaitan dengan penelitian ini yaitu pada penggunaan platform YouTube melalui program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier apakah dapat berpengaruh terhadap kesadaran toleransi para penonton. Dalam penelitian ini, pengaruh konten media sosial yaitu program *Log In* di kanal YouTube Deddy

Corbuzier diukur melalui dimensi penggunaan media sosial yang dikemukakan oleh Armano (dalam Vanesa, 2024) yaitu *content*, *context*, *continuity*, dan *connectivity*.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei. Menurut Creswell (dalam Kusumastuti, dkk., 2020:2), penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel yang diukur dengan menggunakan instrumen penelitian. Penelitian ini menekankan pada analisis data-data berupa angka yang diolah menggunakan metode statistika untuk interpretasi data. Data tersebut dianalisis untuk menjawab atau memecahkan suatu masalah dalam penelitian.

Metode penelitian survei merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data informasi tentang populasi yang besar (Abdullah, dkk., 2022:21). Metode ini biasanya digunakan untuk membantu peneliti dalam mengamati suatu fenomena sosial.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis, sehingga didapatkan informasi mengenai hal tersebut yang selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan (Muin, 2023:17). Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yakni variabel bebas (variabel X) dan variabel terikat (Variabel Y).

1. Variabel Bebas (Variabel X)

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab dari munculnya variabel lain atau dapat dikatakan juga sebagai variabel yang berhubungan dan dapat memengaruhi terjadinya perubahan pada variabel lain, yang mana dalam hal ini variabel lain

yang dimaksud adalah variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier.

2. Variabel Terikat (Variabel Y)

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang menjadi akibat dari variabel bebas. Dalam kata lain, variabel ini muncul sebagai faktor yang diamati untuk mengukur atau menentukan ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kesadaran toleransi antar umat beragama.

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konsep adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun dan Effendi, 2006:46). Definisi konsep ini menjadi batasan pengertian antara konsep satu dengan yang lainnya untuk menghindari penyimpangan atau kesalahpahaman. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier adalah suatu kegiatan atau aktivitas melihat tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier yang membahas kajian tentang toleransi beragama di Indonesia yang terdiri atas konteks, konten, kontinuitas, dan konektivitas.
2. Kesadaran toleransi antar umat beragama adalah pemahaman serta sikap individu atau kelompok dalam menghargai dan menerima segala perbedaan dalam keberagaman agama yang ada di lingkungan masyarakat yang terdiri atas pengakuan hak, menghormati keyakinan, *agree in disagreement* (setuju dalam perbedaan), saling memahami, serta kesadaran dan kejujuran.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah proses dalam membuat variabel penelitian menjadi bentuk yang terukur serta menjadi batasan yang membuat suatu variabel mempunyai kriteria yang pasti dan tetap (Muin, 2023:21). Penyusunan definisi operasional ini dibutuhkan untuk memudahkan peneliti dalam menentukan alat pengambilan data yang sesuai. Penelitian ini akan meneliti pengaruh menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier yang dapat diakses melalui fitur konten video pada platform YouTube. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Definisi Operasional Penelitian

| Variabel (X) | Dimensi | Indikator | Skala |
|--|--|--|--------|
| Program <i>Log In</i> di Kanal YouTube Deddy Corbuzier | Konteks (<i>Context</i>) adalah kajian isi pesan yang disampaikan dalam konten media sosial. | <ul style="list-style-type: none"> - Konteks dakwah mengenai toleransi beragama dalam program <i>Log In</i> merupakan isu penting bagi penonton. - Konteks yang ditekankan dalam program <i>Log In</i> yakni kesadaran masyarakat terhadap masalah toleransi di Indonesia. - Program <i>Log In</i> berhubungan erat dengan pluralitas agama dalam kehidupan sosial masyarakat. - Topik pembicaraan meliputi pembahasan | Likert |

| | | | |
|--|---|--|--------|
| | | seluruh agama yang menumbuhkan kesadaran toleransi. | |
| | Konten (<i>Content</i>) adalah informasi yang disampaikan melalui media elektronik. | <ul style="list-style-type: none"> - Desain visual <i>stage</i> dan <i>editing</i> konten dalam program <i>Log In</i> menjadi daya tarik penonton. - Program <i>Log In</i> di kanal YouTube Deddy Corbuzier di pandu oleh host yang kapabilitas di bidang agama. - Bintang tamu yang dihadirkan dalam program <i>Log In</i> cukup merepresentasikan keragaman agama di Indonesia. - Konten mengandung pesan agama dan pesan toleransi yang inspiratif dan informatif. - Penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens. - Tampilan <i>caption</i> atau keterangan dalam setiap konten program <i>Log In</i> membantu audiens menangkap intisari pembicaraan. | Likert |

| | | | |
|--|---|---|--------|
| | <p>Kontinuitas (<i>Continuity</i>) adalah konsistensi penggunaan serta penyediaan konten di media sosial.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Konsistensi penonton dalam menonton program <i>Log In</i> di kanal YouTube Deddy Corbuzier. (Frekuensi menonton). - Konsistensi durasi penonton setiap menonton program <i>Log In</i> di kanal YouTube Deddy Corbuzier. (Durasi menonton). - Program <i>Log In</i> secara konsisten ditayangkan setiap tahun pada bulan ramadhan di kanal YouTube Deddy Corbuzier. - Setiap episode konsisten ditayangkan setiap hari pada bulan ramadhan. - Pesan toleransi secara konsisten disampaikan dalam setiap konten program <i>Log In</i>. - Program <i>Log In</i> mengundang emosional positif penonton mengenai toleransi antar umat beragama. | Likert |
|--|---|---|--------|

| | | | |
|--|---|--|--------------|
| | Konektivitas (<i>Connectivity</i>) adalah hubungan sosial yang melibatkan interaksi antara komunikator dengan audiens melalui media sosial. | <ul style="list-style-type: none"> - Penonton dapat dengan mudah mengirim tanggapan atau pesan melalui kolom komentar. - Penonton dapat dengan mudah memberikan like pada setiap konten dalam program <i>Log In</i>. - Penonton dapat dengan mudah membagikan konten program <i>Log In</i>. - Penonton dapat dengan mudah menyimpan atau mendownload video konten program <i>Log In</i>. | Likert |
| Variabel (Y) | Dimensi | Indikator | Skala |
| Kesadaran Toleransi Antar Umat Beragama | Pengakuan Hak adalah sikap menerima dan mengakui hak orang lain. | <ul style="list-style-type: none"> - Penonton menerima adanya perbedaan agama dalam kehidupan sosial masyarakat. - Penonton mengakui hak kebebasan setiap orang dalam menjalankan agama masing-masing. - Penonton tidak melakukan tindakan diskriminasi terhadap hak orang lain. | Likert |
| | Menghormati Keyakinan adalah tidak memaksakan | <ul style="list-style-type: none"> - Penonton menghargai perbedaan keyakinan atau ajaran setiap agama. | Likert |

| | | | |
|--|---|--|--------|
| | kehendak terhadap orang lain. | <ul style="list-style-type: none"> - Penonton membiarkan setiap umat agama menjalankan ajaran agama masing-masing. - Penonton tidak memaksa kehendak terhadap orang lain yang berbeda agama. | |
| | <p><i>Agree In Disagreement</i> (setuju dalam perbedaan) adalah sikap bijak dalam menyikapi perbedaan.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Penonton memberikan kebebasan berpendapat kepada setiap umat agama. - Penonton menerima dan menghargai perbedaan pendapat setiap umat agama. - Penonton tidak mendiskriminasi perbedaan pendapat setiap umat agama. | Likert |
| | <p>Saling Memahami adalah sikap yang menjadi unsur penting dalam menumbuhkan kesadaran toleransi antar umat beragama.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Penonton saling memahami dan menghargai antar umat agama. - Penonton dapat bersikap empati kepada setiap umat agama. - Penonton dapat berinteraksi dengan baik dan hidup rukun di tengah keragaman agama dalam kehidupan masyarakat. | Likert |

| | | | |
|--|---|---|--------|
| | Kesadaran dan Kejujuran adalah adanya kesadaran toleransi dalam diri seseorang. | <ul style="list-style-type: none"> - Penonton mengetahui serta menyadari realitas keragaman agama di Indonesia. - Penonton menyadari pentingnya sikap toleransi dalam kehidupan sosial. - Penonton jujur dalam mengakui identitas agama kepada orang lain yang berbeda agama. - Penonton bersikap jujur dalam bersikap dan berperilaku kepada orang lain yang berbeda agama. - Penonton mengimplemantasikan sikap toleransi dalam kehidupan sehari-hari. | Likert |
|--|---|---|--------|

Sumber : Hasil Olah Peneliti, 2024

3.5 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert dalam pengukuran skor atau data. Skala likert dapat digunakan untuk mengukur persepsi, pendapat, dan sikap individu maupun kelompok mengenai suatu fenomena yang terjadi dalam kehidupan sosial masyarakat. Kriteria pengukuran ini dikategorikan kedalam lima tingkatan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. Kategori Penilaian Skala Likert

| Jawaban | Skor |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber : Abdullah, 2022:69

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Sugiyono (dalam Abdullah, dkk., 2022:79) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi ini dapat berupa objek, orang, gejala, ataupun peristiwa yang dapat dipelajari untuk dijadikan objek penelitian. Populasi juga perlu memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti. Peneliti akan meneliti pengaruh menonton tayangan program *Log In* terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penonton program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier.

3.6.2 Sampel

Sandu dan Ali (dalam Muin, 2023:44) mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi. Sampel ini dipilih berdasarkan klasifikasi yang dapat merepresentasikan populasi penelitian. Penggunaan sampel

dari populasi ini dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitian karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu.

Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik sampling yaitu *simple random sampling*. *Probability sampling* merupakan metode penarikan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi anggota sampel. *Simple random sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang dilaksanakan secara acak, tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Teknik ini bisa digunakan jika anggota populasi dianggap homogen (Muin, 2023:44). Sampel dalam penelitian ini adalah penonton program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier dengan klasifikasi yaitu sebagai berikut :

- a. Berusia 19 tahun ke atas.
- b. Telah menonton tayangan program *Log In* setidaknya 5-10 video.

Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian. Rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung sampel jika jumlah populasi penelitian tidak diketahui secara pasti (Setiawan, dkk., 2022). Rumus Lemeshow yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Nilai Standart = 1,96

p = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

d = *sampling error* atau tingkat kesalahan = 10% = 0,1

Toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel menggunakan persentase 10% karena populasi penelitian merupakan jumlah yang besar. Berdasarkan rumus Lemeshow, jumlah sampel yang didapatkan yaitu :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Hasil perhitungan rumus Lemeshow adalah sebesar 96,04 yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 96 responden untuk memudahkan penelitian. Maka, ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Instrumen penelitian akan diberikan kepada responden melalui DM atau *direct message* TikTok serta Instagram, Personal chat WhatsApp, dan kolom komentar YouTube.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Data dapat didefinisikan sebagai fakta dari objek yang diteliti. Data ini berisi informasi, baik berupa angka maupun kata yang menunjukkan nilai suatu objek dalam penelitian. Berdasarkan sumbernya, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dengan metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan alat riset atau survei yang

berisi serangkaian pertanyaan untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban yang ditujukan kepada para responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber lain yang telah tersedia. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, yaitu buku, jurnal, dan skripsi.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Setelah melakukan pengumpulan data, tahapan selanjutnya adalah pengolahan data. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Editing

Editing merupakan proses pemeriksaan kembali dari data-data yang telah dikumpulkan untuk menilai dan mengetahui relevansi serta kesesuaian data penelitian. Proses ini bertujuan untuk memastikan kelengkapan data kuesioner, kejelasan makna, serta relevansi dan kesesuaian data kuesioner untuk menghindari kesalahan dalam penelitian.

2. Koding

Koding adalah proses pemberian kode atau skor berdasarkan kategori jawaban responden. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk memudahkan peneliti dalam mengolah data penelitian.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan proses penyajian data dalam bentuk tabel atau daftar. Tujuan dari proses tabulasi ini adalah untuk memudahkan peneliti saat menganalisis data agar sesuai dengan tujuan penelitian.

3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan atau kesahihan instrumen penelitian. Validitas menjadi kunci penting dalam penyusunan penelitian yang efektif. Suharsimi (dalam Muin, 2023:46) mengatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid apabila dia mampu mengukur apa yang dikehendaki. Pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor yaitu mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total (Muin, 2023:67). Menurut sugiyono (dalam Primaratanti, 2023), pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden agar hasil pengujian mendekati kurva normal. Uji validitas penelitian ini akan dilakukan pada *followers* instagram Habib Husein Ja'far Al Hadar dengan mengambil sebanyak 30 responden. Uji validitas dilakukan pada responden tersebut karena konten pada instagram @husein_hadar juga kerap berkaitan dengan toleransi beragama sehingga responden mempunyai kemiripan dengan sampel penelitian karena memiliki ketertarikan dalam menonton konten yang membahas toleransi.

Dalam pengujian validitas, penelitian ini akan menggunakan rumus *pearson product moment* (Abdullah, dkk., 2022) yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2) - (n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r = Korelasi r *pearson*

n = Jumlah sampel

X = Skor item kuesioner

$Y = \text{Skor total}$

Kriteria dalam pengujian validitas ini adalah sebagai berikut :

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan valid.
- b. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Sinembela (dalam Muin, 2023:65) mengemukakan bahwa reliabilitas dalam penelitian kuantitatif secara esensial bisa disamakan dengan kata diandalkan, konsistensi, dan replikabilitas dari waktu ke waktu, atas suatu instrumen dan kelompok responden. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian apakah dapat menghasilkan hasil yang sama ketika dilakukan pengulangan. Data penelitian yang dapat dipercaya dihasilkan dari instrumen penelitian yang reliabel. Dalam pengujian reliabilitas, penelitian ini akan menggunakan rumus *cronbach's Alpha* (Arikunto, 2006) yaitu sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Jumlah butir pertanyaan atau jumlah soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

σt^2 = Varian total

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan penelitian yang dilakukan jika seluruh data dalam penelitian telah terkumpul. Tahapan ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif, yang meliputi uji regresi linear sederhana, uji koefisien relasi, dan uji koefisien determinasi.

3.10.1 Uji Koefisien Korelasi

Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi merupakan suatu alat statistik yang digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara dua variabel ini (Arikunto, 2006:270). Rumus koefisien korelasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar X dan Y

n = Jumlah responden

X = Skor item kuesioner

Y = Total skor item kuesioner

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat seluruh skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat seluruh skor Y

Nilai koefisien korelasi r dapat diukur menggunakan tabel interpretasi nilai r yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. Interpretasi Nilai r

| Besarnya Nilai r | Interpretasi |
|----------------------------------|---------------------------------|
| Antara 0,800 sampai dengan 1,000 | Tinggi |
| Antara 0,600 sampai dengan 0,800 | Cukup |
| Antara 0,400 sampai dengan 0,600 | Agak rendah |
| Antara 0,200 sampai dengan 0,400 | Rendah |
| Antara 0,000 sampai dengan 0,200 | Sangat rendah (tak berkorelasi) |

Sumber : Arikunto, 2006:276

3.10.2 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Data penelitian dianalisis menggunakan rumus regresi linear sederhana (Arikunto, 2006) yaitu sebagai berikut :

$$y = a + bx$$

Keterangan :

y = Nilai variabel terikat

a = konstanta

b = Koefisien regresi dari X

x = Nilai variabel bebas

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), penelitian ini akan menggunakan uji koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2) yang juga disebut sebagai koefisien penentu (Muin, 2023:97). Sugiyono (dalam Hartamto, 2019) menjelaskan bahwa semakin besar nilai r^2 menunjukkan semakin baik

kontribusi variabel X dalam memengaruhi variabel Y. Sebaliknya, semakin kecil nilai r^2 , maka semakin kecil pula kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Nilai Korelasi

3.11 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis statistik parametrik dengan rumus uji T (uji test). Uji T digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata satu sama lain untuk menentukan adanya signifikansi statistik. Uji T berfungsi untuk menguji bagaimana pengaruh hubungan variabel X yaitu program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap variabel Y yaitu kesadaran toleransi antar umat beragama. Uji hipotesis dilakukan dengan level signifikansi 5% (0,05). Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_0 : Tidak ada pengaruh program *Log In* terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama.

H_a : Terdapat pengaruh program *Log In* terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama.

Rumus uji T yang digunakan yaitu sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Probabilitas

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Merujuk pada pemaparan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil persamaan uji regresi linear sederhana yang didapatkan dalam penelitian ini adalah $y = 53,466 + 0,293X$ yang menandakan bahwa setiap peningkatan satuan nilai variabel X akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar 0,293 dan hasil nilai uji hipotesis T menunjukkan bahwa H_a dalam penelitian ini dapat diterima karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $5,971 > 1,661$.
2. Nilai korelasi antara variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini termasuk dalam kategori rendah dengan nilai kontribusi variabel X terhadap variabel Y sebesar 13,9% yang menandakan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kesadaran toleransi antar umat beragama selain dari faktor menonton tayangan program *Log In* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari menonton tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier terhadap kesadaran toleransi antar umat beragama yang mana hal tersebut sesuai dengan asumsi teori *uses and effect* yang menyatakan bahwa penggunaan media dapat memberikan dampak atau pengaruh terhadap individu.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut terkait faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kesadaran toleransi antar umat beragama yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Saran peneliti untuk tayangan program *Log In* di kanal YouTube Deddy Corbuzier adalah diharapkan dapat mempertahankan kualitas karakteristik program dengan terus menghadirkan narasumber kredibel dari keenam agama yang ada di Indonesia serta terus eksis untuk menyebarkan pengetahuan mengenai pentingnya kesadaran toleransi di tengah keragaman agama di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah K, dkk. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Devi, A. D. 2009. *Toleransi Beragama*. Semarang : Alprin.
- Kenski, K., & Jamieson, K. H. (Eds.). (2017). *The Oxford handbook of political communication*.
- Kusumastuti A, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Deepublish.Sugar
- Laksono, P. 2019. *Spektrum Komunikasi Massa*. Malang : Literasi Nusantara.
- Morissan. 2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Kencana.
- Muin, A. 2023. *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang : Literasi Nusantara.
- Rahardjo & Daryanto. 2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Penerbit Gava Media.
- Romli, K. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Grasindo.
- Sugarda, B. Y.2022. *Multikulturalisme Dan Toleransi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, M. 2017. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.

Jurnal

- Akhmadi, A. 2019. Moderasi beragama dalam keragaman Indonesia. *Inovasi-Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 45-55.

- Alfirahmi, A. 2019. Fenomena kopi kekinian di era 4.0 ditinjau dari marketing 4.0 dan teori uses and effect. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(1), 24-32.
- Diah, S. 2021. *Toleransi Beragama Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Pro Kontra Netizen Pada Akun Instagram@ Felixsiauw* (Doctoral dissertation, Universtas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Habibah, A. F. 2021. Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350-363.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134-142.
- Mediana E, dkk. 2022. Pengaruh Konten TikTok @Jeromepolin98 Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Generasi Z. *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*.
- Mukhibat, M., Istiqomah, A. N., & Hidayah, N. (2023). Pendidikan moderasi beragama di Indonesia (wacana dan kebijakan). *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 73-88.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. 2018. Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 139-147.
- Tirabusky, V. D., Sazali, H., & Abidin, S. 2024. Efek Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar Di# Logindiclosethedoor Dalam Kanal YouTube Deddy Corbuzier. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(2), 67-74.

Yalni, F., & Faisal, F. 2021. Pesan-Pesan Toleransi Beragama Dalam Konten YouTube Gita Savitri Devi. *Al-Adyan: Journal of Religious Studies*, 2(2), 141-152.

Skripsi

Diah, S. 2021. *Toleransi Beragama Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Pro Kontra Netizen Pada Akun Instagram@ Felixsiauw*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Fikri, M. H. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Instagram 'Jokowi: The King of Lip Service' oleh@ BEMUI_OFFICIAL terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Atas Kredibilitas Presiden Joko Widodo* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).

Hartanto, B.A. 2019. *Pengaruh Pemberitaan Kasus Politik Uang Dimedia Pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Lampung Tahun 2018 Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa Kepada Bawaslu Provinsi Lampung*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.

Iswani, Y. 2019. *Pengaruh Menonton Program "I Look "Di Net Tv Terhadap Pengetahuan Fashion Siswa Jurusan Tata Busana Smkn 04 Pekanbaru*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Josefba, C. A. 2023. *Antara Pluralitas Agama Dan Media Sosial: Melihat Dakwah Toleransi Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Media Sosial*. Program Studi Filsafat Keilahian. Fakultas Teologi. Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Nisa, K. K. 2021. *Pengaruh Dakwah Gus Baha Di YouTube Rentang Toleransi Terhadap Non Muslim Di Kecamatan Mojoagung Dalam Perspektif Fenomenologi Alfred Schutz*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.

- Primaratanti, A. 2023. *Pengaruh Konten Beauty Vlogger Kiara Leswara Terhadap Pengetahuan Tata Rias Wajah Pada Subscribers*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.
- Sania Dyasdanta, E. 2022. *Pengaruh Akun Instagram@ gedeanandaputra Terhadap Minat Belajar Editing Video (Survei Explanatif Pada Followers Akun Instagram@ gedeanandaputra)*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Vanesa Tabita, P. 2024. *Pengaruh Undangan Volunteering Terhadap Afeksi Followers (Survei Pada Followers Akun Tiktok@ Pandawaragroup Tentang Gerakan Sukarela Pembersihan Pantai Teluk Bandar Lampung)*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.

Internet

- Trias Palupi Kurnianingrum. 2024. Mewujudkan Toleransi Kerukunan Umat Beragama Di Indonesia.
https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan---II-PUSLIT-Mei-2024-214.pdf (diakses 31 Agustus 2024).
- Indonesia.go.id. 2023. Profil Agama di Indonesia.
<https://indonesia.go.id/profil/agama> (diakses 31 Agustus 2024).
- Brian Dean. *YouTube Stats : How Many People Use YouTube?*.
<https://backlinko.com/YouTube-users> (diakses 31 Agustus 2024).
- Apjii.or.id. 2024. Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (diakses 31 Agustus 2024).