

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya waktu, terciptalah suatu teknologi yang semakin hari semakin canggih. Kecanggihan tersebut akibat dari adanya pembaharuan teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan dari remaja masa kini dan tantangan zaman. Hal itu, menuntut para remaja untuk tampil menjadi sosok yang canggih dalam meng-*update* teknologi. Salah satu teknologi yang tidak bisa lepas dari genggam tangan dan dijadikan sebagai gaya hidup dari masyarakat yaitu *handphone*. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan *handphone* maka terciptalah suatu teknologi baru yakni *smartphone*. Oleh karena itu, pada abad 21 ini muncullah suatu istilah yang sedang fenomenal dikalangan masyarakat yaitu “generasi milenial“. Generasi milenial adalah suatu keadaan dimana perkembangan dan pertumbuhan dalam kehidupannya dipengaruhi oleh keadaan lingkungan sehingga terjadi suatu perubahan yang sangat cepat.<sup>1</sup>

Para generasi milenial sangatlah peka dan dekat dengan teknologi. Terlebih lagi generasi ini banyak menghabiskan waktunya untuk menggali dan meng-*update* informasi yang sedang *booming* dikalangan masyarakat. Selain itu, generasi tersebut juga dekat dengan media sosial dan hampir semua generasi tersebut memiliki akun media sosial. Menurut hasil survei

---

<sup>1</sup> Adita Febriyanti et.al., *Arus Metamorfosa Milenial* ( Kendal : Ernest, 2018 ), 1.

dari *We Are Social* yang bekerjasama dengan Hootsuite, menyebutkan bahwa ada 130 juta penduduk Indonesia yang terbilang aktif dalam menggunakan media sosial.<sup>2</sup> Dari hasil survei tersebut dapat dilihat, bahwasanya kemunculan media sosial itu sangat penting apalagi untuk kalangan generasi milenial sekarang ini.

Media sosial adalah media online yang mendukung adanya hubungan yang intens antar individu menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif.<sup>3</sup> Selain itu, sekarang ini banyak media sosial yang diciptakan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat. Media sosial tidak hanya sekedar untuk media hiburan saja, akan tetapi media sosial juga bisa digunakan untuk bisnis, mencari informasi, bersosial, ataupun yang lain. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Hasanuddin Ali dan Lilik dalam jurnalnya Iffah Al Walidah, menyebutkan bahwa :

Masyarakat *Urban Middle-Class Millennial* memiliki tiga karakter utama, yaitu 3C; *connected, creative, dan confidence*. Pertama, *connected*. Generasi *millennial* adalah pribadi yang pandai bersosialisasi, terutama dalam komunitas yang mereka ikuti serta berkelana di media sosial. Kedua, *creative*. Mereka adalah orang yang biasa berpikir *out of the box*, kaya akan ide dan gagasan serta mampu mengomunikasikannya secara cemerlang yang dibuktikan dengan tumbuhnya industri yang dimotori oleh anak muda. Ketiga, *confidence*. Mereka merupakan orang yang percaya diri, berani mengungkapkan

---

<sup>2</sup> Nur Chandra Laksana, “ Ini Jumlah Total Media Sosial Di Indonesia “, *Okezone.com*, [www.techno.okezone.com](http://www.techno.okezone.com), 13 Maret 2018, diakses tanggal 19 Oktober 2018. Lihat juga : Simon Kemp, “ Digital In 2018 : World’s Internet Pass The 4 Billion Mark “, *We are social*, [www.digitalreport.wearesocial.com](http://www.digitalreport.wearesocial.com), 30 Januari 2018, diakses tanggal 19 Oktober 2018.

<sup>3</sup> Poppy Panjaitan dan Arik Prasetya, “ Pengaruh Social Media Terhadap Produktivitas Kerja Generasi *Millennial* “, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.48, No. 1, ( Juli, 2017 ), 174.

pendapat, serta tidak sungkan berdebat di depan publik, seperti yang terjadi di media sosial.<sup>4</sup>

Selanjutnya dari kemunculan media sosial ditengah era milenial ini, dapat berimbas dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat, salah satunya pada bidang dakwah. Dakwah merupakan suatu kegiatan ceramah dengan sejumlah orang maupun kelompok untuk menyampaikan syi'ar ajaran Islam. Sedangkan menurut A. Hasjmy, dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariah Islam yang terlebih dahulu diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.<sup>5</sup> Penjelasan berkaitan tentang dakwah juga dipaparkan dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ<sup>6</sup>

Artinya : “ Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung. “ ( QS. Ali Imran ( 3 ) : 104 ).<sup>7</sup>

Dalam ayat diatas menjelaskan bahwa adanya segolongan orang yang bertugas untuk perintah melaksanakan dakwah dengan melakukan amar ma'ruf dan menjauhi kemungkaran. Hal yang sedemikian inilah yang

<sup>4</sup> Iffah Al Walidah ,” Tabayyun Di Era Generasi Millenial “, *Jurnal Living Hadis*, Vol 2 No 1, ( Oktober, 2017 ), 321.

<sup>5</sup> Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* ( Jakarta : Amzah, 2008 ), 6.

<sup>6</sup> QS. Ali Imran ( 3 ) : 104.

<sup>7</sup> Departemen Agama Islam, *Al-Qur'an Dan terjemahnya* ( Jakarta : Al-Qur'an Raja Fahad, 1971 ), 93.

diwajibkan atas setiap umat Islam.<sup>8</sup> Selanjutnya, seiring bergulirnya waktu kegiatan dakwah telah terjadi banyak perubahan baik dalam hal strategi, metode, maupun media yang digunakan. Hal ini sesuai dengan pernyataan John Naisbitt dalam bukunya Samsul Munir Amin, menyatakan bahwa “ *We are moving toward the capability to communicate anything to anyone, anywhere, anyform-voice, data, text or image at the speed of light.*”<sup>9</sup> Jadi dalam menyampaikan dakwah tidak hanya berada di panggung ataupun di mimbar. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, maka dakwah juga bisa disampaikan melalui media sosial.

Dengan kemunculan dari adanya media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, *youtube* maupun aplikasi yang lain dapat memudahkan untuk mengakses segala sesuatu yang dibutuhkan, khususnya dalam bidang dakwah. Penyajian dakwah sekarang ini lebih mengandalkan media sosial. Hal ini dibuktikan dengan adanya akun dakwah yang banyak *follow* oleh para remaja terutama usia mahasiswa pada program studi PAI di IAIN Kediri untuk melihat maupun mengikuti kajian dakwah, seperti halnya Berani Berhijrah, Teladan Rasul, Padhangmbulan, CakNun, Ala NU, dan lain sebagainya. Pada mahasiswa program studi PAI di IAIN Kediri yang notabennya menuntut ilmu di kampus yang berbasis Islami tidak menutup kemungkinan bahwa mereka memiliki keinginan untuk belajar agama di luar jam kuliah. Hal ini dibuktikan dengan adanya cara

---

<sup>8</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah* (Ciputat: Lentera Hati, 2000), 162-164.

<sup>9</sup> Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran.*, 170.

belajar agama mereka yang berbeda-beda, ada yang sebagian dari mereka lebih tertarik untuk mengikuti dakwah secara langsung dengan selalu menghadiri majlis yang mereka sukai meskipun tempatnya sangat jauh, tetapi mereka bisa hadir untuk mengikuti dakwahnya. Selain itu, sebagian yang lain dari mereka lebih tertarik untuk mengikuti dakwah di media sosial karena lebih menarik tampilannya. Meskipun berbeda cara belajar agamanya, tetapi mereka tetap bisa menuntut ilmu agama sesuai cara belajar mereka.

Selanjutnya, dalam bukunya Muhammad Al-Mighwar menjelaskan bahwa para mahasiswa termasuk pada golongan remaja akhir yang rentang usianya untuk pria antara 18-22 tahun dan wanita antara 17-21 tahun. Untuk usia mahasiswa sudah mulai stabil dalam berbagai hal, salah satunya adalah emosi. Selain itu, mereka juga sudah stabil dalam menentukan apa yang mereka senangi (minat).<sup>10</sup> Dalam jurnalnya M. Yusuf Ahmad, et.al. menjelaskan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.<sup>11</sup> Pada diri seorang remaja terdapat banyak minat, salah satunya minat untuk belajar agama. Belajar agama khususnya untuk para remaja dianggap sangat dibutuhkan. Hal ini sesuai yang dijelaskan oleh Muhammad Al-Mighwar bahwa remaja menaruh minat pada agama dan agama dianggap memiliki peranan yang penting dalam kehidupannya.

---

<sup>10</sup> Muhammad Al-Mighwar, *Psikologi Remaja* ( Bandung : Pustaka Setia, 2006 ), 71-74.

<sup>11</sup> M. Yusuf Ahmad, et.al., “ Hubungan Metode Tanya Jawab Dengan Minat Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam “, *Jurnal Al-Thariqah*, Vol. 2, No. 1, ISSN 2527-9610, ( Juni, 2017 ), 90.

Karena dapat dilihat dari adanya keikutsertaan mereka untuk mengikuti pelajaran agama di Sekolah dan berbagai kegiatan keagamaan lainnya.<sup>12</sup> Dari keikutsertaan dalam kegiatan keagamaan maka akan nampak intensitas mereka dalam mengikuti kegiatan keagamaan, seperti halnya dakwah melalui media sosial. Intensitas diartikan seberapa seringnya seseorang tersebut mengerjakan sesuatu sehingga mendapatkan hasil yang optimal.<sup>13</sup>

Sehingga untuk mengetahui seberapa besar intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial, maka akan berhubungan pada minat belajar agama dari mahasiswa tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Slameto menyebutkan bahwa “ minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minatnya.”<sup>14</sup> Selain itu, para *creator* akun media sosial terus berusaha untuk menyampaikan dakwahnya melalui media sosial dengan semenarik mungkin. Agar nantinya para mahasiswa tersebut tetap bisa mempelajari ilmu agama melalui media apapun khususnya media sosial. Meskipun penyampaian dakwah saat ini melalui media sosial, tetapi para mahasiswa harus ingat bahwasanya mereka juga harus bisa menyaring informasi dakwah yang baik untuk dirinya maupun lingkungannya. Agar nantinya dakwah tersebut tetap bisa bermanfaat untuk dirinya di dunia maupun di akhirat. Terlebih lagi agama

---

<sup>12</sup> Muhammad Al-Mighwar, *Psikologi Remaja.*, 107.

<sup>13</sup> Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ( Jakarta : Balai Pustaka, 1997 ),383.

<sup>14</sup> Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* ( Jakarta : Rineka Cipta, 2003 ), 180.

juga dapat menjadi benteng dalam berkehidupan umat manusia. Jadi jika seorang remaja ingin melakukan suatu kesalahan yang menyimpang dari agamanya, maka seorang remaja tersebut senantiasa mengingat norma yang sudah dijelaskan dalam agamanya.

Jadi, didalam beberapa majlis taklim saat ini seperti majlis IKADI ( Ikatan Da'i Indonesia ), Jamassan ( Jama'ah Masjid dan Santri ), Rutinan Ahad Pon, dll dapat dikatakan para jama'ahnya terutama mahasiswa sangat minim sekali. Karena akhir-akhir ini melihat dari kondisi mahasiswa yang sangat disibukkan dengan *smartphone*, hal-hal yang bersifat instan, informasi yang bersifat *trending topic* masa kini, dan media sosialnya. Maka saat ini telah banyak bermunculan akun media sosial yang memiliki banyak *posting*-an tentang dakwah. Sehingga dapat menarik minat para mahasiswa, karena isi dari *posting*-an dakwah tersebut sesuai dengan kondisi dan permasalahan dari remaja saat ini.

Atas dasar inilah, untuk mengetahui seberapa besar hubungan intensitas mengikuti dakwah media sosial dengan minat belajar agama, maka peneliti merasa perlu mengangkat judul “ **Hubungan Intensitas Dalam Mengikuti Dakwah Melalui Media Sosial Dengan Minat Belajar Agama Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam ( PAI ) Di IAIN Kediri** “.

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana intensitas mahasiswa dalam mengikuti dakwah melalui media sosial pada Program Studi PAI di IAIN Kediri ?
2. Bagaimana minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri ?
3. Adakah hubungan antara intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri ?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui intensitas mahasiswa dalam mengikuti dakwah melalui media sosial pada Program Studi PAI di IAIN Kediri.
2. Untuk mengetahui minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri.
3. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri.

**D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan secara teoritis  
Untuk menambah pengetahuan pada bidang keagamaan khususnya dalam bidang berdakwah.



## 2. Kegunaan secara praktis

### a. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat menjadi masukan dalam mengikuti dakwah melalui media sosial.

### b. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kemampuan dalam penelitian ilmiah.

### c. Bagi Publik

Untuk menambah wawasan keilmuan dalam bidang dakwah.

### d. Bagi IAIN Kediri

Dapat memberi masukan dalam mengembangkan ilmu di bidang syi'ar agama / dakwah media sosial.

## **E. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka disusun penelitian sebagai berikut :

1.  $H_a$  : Adanya hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial ( X ) terhadap minat belajar agama ( Y ) pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam ( PAI ) di IAIN Kediri .
2.  $H_o$  : Tidak adanya hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial ( X ) dengan minat belajar agama ( Y ) pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam ( PAI ) di IAIN Kediri .

## **F. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa program studi PAI di IAIN Kediri. Sedangkan untuk menghindari agar persoalan yang diteliti tidak meluas dan agar fokus penelitian menjadi lebih jelas, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada masalah hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama. Selanjutnya mahasiswa yang diteliti dibatasi yaitu mahasiswa program studi PAI angkatan 2015-2018.

## **G. Penegasan Istilah**

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka peneliti memaparkan penegasan istilah yang terkait dengan penelitian, sebagai berikut :

### **1. Intensitas Dalam Mengikuti Dakwah**

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, intensitas berarti keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Sedangkan intens artinya hebat atau sangat kuat, tinggi, bergelora, penuh semangat, berapi-api, berkobar-kobar, dan sangat emosional.<sup>15</sup>

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, dalam memiliki arti jauh ke bawah, paham benar-benar, sampai ke lubuk hati, mengandung

---

<sup>15</sup> Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 383.

makna (maksud), mengandung arti (maksud tertentu), bagian yang di dalam, lingkungan daerah, jeluk, batin, tidak tampak dari luar.<sup>16</sup>

Mengikuti menurut kamus besar Bahasa Indonesia, artinya menyertakan, membiarkan ikut, memasukkan supaya ikut.<sup>17</sup>

Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>18</sup>

Intensitas dalam mengikuti dakwah maksudnya adalah seberapa seringnya seorang remaja telah melihat maupun mengikuti suatu kajian tentang keagamaan dengan maksud untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya untuk kebahagiaan dunia dan akhiratnya. Selain itu, terdapat indikator dari intensitas mengikuti dakwah antara lain : frekuensi mengikuti dakwah media sosial, kesungguhan mengikuti dakwah media sosial, durasi mengikuti dakwah media sosial, dan motivasi dalam mengikuti dakwah media sosial.

## 2. Melalui media sosial

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, melalui artinya menempuh, melewati, melampaui, melangkahi.<sup>19</sup>

Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan untuk belajar.<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> Ibid., 205.

<sup>17</sup> Ibid., 370.

<sup>18</sup> M. Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah* ( Jakarta : AMP Press, 2016 ), 67.

<sup>19</sup> Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar.*, 556.

Sosial adalah suatu yang dihubungkan atau dikaitkan dengan teman, pertemanan, atau masyarakat.<sup>21</sup>

Melalui media sosial artinya suatu hal yang digunakan untuk menghubungkan pertemanan dengan tujuan menyalurkan suatu pesan.

### 3. Minat Belajar Agama

Minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang.<sup>22</sup>

Belajar adalah suatu proses perubahan didalam kepribadian manusia, dan perubahan tersebut ditampakkan dalam bentuk peningkatan kualitas dan kuantitas tingkah laku seperti peningkatan kecakapan, pengetahuan, sikap, kebiasaan, pemahaman, ketrampilan, daya pikir, dan lain-lainnya.<sup>23</sup>

Agama berasal dari kata *Din*, yang diartikan sebagai sekumpulan keyakinan, hukum dan norma yang akan mengantarkan manusia kepada kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.<sup>24</sup>

Minat belajar agama adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu perubahan tingkah laku yang sesuai dengan keyakinan yang dianutnya untuk mengantarkan kebahagiaannya dunia dan akhirat. Selain itu, terdapat indikator dari minat belajar agama, antara lain : perasaan senang, perhatian dalam belajar agama, materi

---

<sup>20</sup> Rudi Susilana dan Cepi Riyana, *Media Pembelajaran* ( Bandung : Wacana Prima, 2009 ), 6.

<sup>21</sup> Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Perdesaan* ( Jakarta : Kencana, 2016 ), 91.

<sup>22</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* ( Jakarta : Kencana, 2011 ), 63.

<sup>23</sup> Thursan Hakim, *Belajar Secara Efektif* ( Jakarta : Puspa Swara, 2008 ), 1.

<sup>24</sup> Wahyuddin. dkk, *Pendidikan Agama Islam* ( Semarang : Grasindo, 2009 ), 12.

dakwah dan sikap da'i yang menarik, manfaat dan fungsi belajar agama.

#### **H. Telaah Pustaka**

Penelitian tentang intensitas dengan minat belajar sudah banyak dilakukan. Telaah pustaka ini bertujuan agar dapat diketahui bahwa apa yang akan penulis teliti sekarang tidak sama dengan penelitian dari skripsi-skripsi terdahulu. Pada penelitian ini lebih difokuskan pada “ hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa program studi PAI di IAIN Kediri “. Jadi judul skripsi yang menjadi telaah pustaka untuk peneliti meliputi :

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	
				Terdahulu	Sekarang
1	Uswatun Khasanah	Hubungan intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi ( Desainer Muslim ) dengan minat <i>fashion</i> mahasiswa S1 teknik busana UNY angkatan 2014	<p>- penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif</p> <p>- penelitian ini sama-sama bertujuan untuk menguji variabel X ( intensitas ) dengan variabel Y ( minat )</p> <p>- penelitian ini sama-sama menggunakan angket sebagai sumber data primernya</p> <p>- Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i></p>	<p>- Penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara variabel X ( intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi ) dengan variabel Y (minat <i>fashion</i> mahasiswa )</p> <p>- Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif</p>	<p>- Penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel X (intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial) dengan variabel Y( minat belajar agama)</p> <p>- Penelitian ini menggunakan pendekatan korelatif</p>

2	Ibnu Adam Khanafi	Pengaruh intensitas menonton tayangan <i>my trip my adventure</i> terhadap minat <i>traveling</i> mahasiswa ( Studi eksplanatoris pengaruh intensitas menonton tayangan <i>my trip my adventure</i> terhadap minat <i>traveling</i> pada mahasiswa S1 FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta angkatan 2015 )	- penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif - penelitian ini sama-sama menggunakan angket sebagai sumber data primernya	- Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel X ( intensitas menonton <i>my trip my adventure</i> ) terhadap variabel Y (minat <i>traveling</i> mahasiswa) - Penelitian ini menggunakan pendekatan eksplanatoris - penelitian menggunakan analisis data regresi linier sederhana dan regresi moderasi	- Penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel X (intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial) dengan variabel Y( minat belajar agama) - Penelitian ini menggunakan pendekatan korelatif - Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i>
3	Yuzi Akbari Vindita	Hubungan intensitas mengakses	- penelitian ini sama-sama menggunakan	- penelitian ini bertujuan untuk	- Penelitian ini untuk mengetahui

	Riyanti	<p>sosial media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa Kelas xi jasa boga di smk n 3 klaten</p>	<p>penelitian kuantitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- penelitian ini sama-sama menggunakan angket sebagai sumber data primernya</li> <li>- Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i></li> </ul>	<p>menguji variabel X (intensitas mengakses sosial media) dengan variabel Y (perilaku belajar mata pelajaran produktif)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- penelitian ini menggunakan pendekatan survey deskriptif</li> <li>- penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi</li> </ul>	<p>hubungan variabel X (intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial) dengan variabel Y (minat belajar agama)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini menggunakan pendekatan korelatif</li> <li>- Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i></li> </ul>
--	---------	--	--	---	---