

PENGARUH TAYANGAN TELEVISI PROGRAM ACARA ISLAM ITU INDAH TERHADAP PENINGKATAN PEMAHAMAN KEAGAMAAN MASYARAKAT KOTA BOGOR

M. Ziran Azizi, Dewi Angrayni

Universitas Ibn Khaldun

Jl. Sholeh Iskandar, Kedung Badak, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162

Email: ziranazizi@gmail.com

Abstract

Television is a form of mass media and also the result of technological developments that are quite popular in all circles at this time. With the sophistication of television, it can be reached by all people in every region, therefore whatever is broadcast on television programs can influence and fulfill the needs of the audience. One type of broadcast on television is a da'wah program whose content can influence the thoughts and understanding of the audience. This study aims to determine the effect of television broadcasts on the program Islam Itu Indah on increasing the religious understanding of the people of Bogor City (Kampung Wangun Atas, Sindangsari Village, East Bogor District). The method used in this study is quantitative and uses a field research approach. Based on the research that has been done, the researchers found that there was an influence between television broadcasts of the program Islam Itu Indah on increasing the religious understanding of the people of Bogor City (Kampung Wangun Atas, Sindangsari Village, East Bogor District). This is evidenced by the results of hypothesis testing using the Anova Test with a result value of $0.03 < 0.05$, which means that H_0 is rejected and H_a is accepted because the P-value value in the column is significant $<$ level of significance. This shows that the more often they watch the programs Islam Itu Indah, the higher the level of religious understanding. The study affirms that the television program "Islam Itu Indah" positively influences and elevates the religious understanding of viewers.

Keywords: *Television show; Religious understanding; Society; Mass Media; Broadcasts*

Abstrak

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa dan juga hasil perkembangan teknologi yang cukup digemari semua kalangan saat ini. Dengan kecanggihan televisi dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat disetiap daerah, oleh karena itu apapun yang ditayangkan dalam acara televisi dapat mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan khalayaknya. Salah satu jenis siaran di televisi adalah acara dakwah yang isinya dapat mempengaruhi pemikiran dan pemahaman pemirsanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan televisi program Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bogor (Kampung Wangun Atas, Desa Sindangsari, Kecamatan Bogor Timur). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan pendekatan penelitian lapangan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan adanya pengaruh antara tayangan televisi program Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bogor (Kampung Wangun Atas, Kelurahan Sindangsari, Kecamatan Bogor Timur). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis menggunakan Uji Anova dengan nilai hasil $0,03 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima karena nilai P-value pada kolom signifikan $<$ taraf signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering mereka menonton acara Islam Itu Indah maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman keagamaannya. Kajian tersebut menegaskan bahwa program televisi

©2023 The authors and Komunika. All rights reserved.

Article Information:

Received February 08, 2023, Revised December 25, 2023, Accepted December 27, 2023

“Islam Itu Indah” memberikan pengaruh positif dan meningkatkan pemahaman keagamaan pemirsanya.

Keywords: Acara televisi; Pemahaman agama; Masyarakat; Media massa; Siaran

1. Pendahuluan

Dalam masa kehidupan yang serba digital, masyarakat sangat tidak mungkin dan bahkan sangat tidak bijaksana apabila masyarakat mengatakan tidak setuju terhadap adanya teknologi. Perkembangan teknologi sekarang sudah mulai terbiasa dengan aktivitas keseharian masyarakat. Selain itu juga dampak adanya teknologi terhadap masyarakat pun bermacam-macam berdasarkan tingkat kecanggihannya (Rachman, 2018).

Apalagi teknologi informasi yang akhir-akhir ini sudah menunjukkan kemajuan yang sangat cepat, sehingga apapun yang terjadi akan cepat menyebar melalui media informasi yang ada saat ini tanpa batas. Terbukti teknologi saat ini sangat dibutuhkan untuk menopang kehidupan dan keseharian di masyarakat, dengan adanya teknologi membuat semua hal menjadi lebih mudah (Raharja, 2018). Setiap hal pasti memiliki sisi baik dan buruknya, sama halnya dengan teknologi yang memang harus dipertimbangkan baik dan buruknya yang akan diberikan dari kecanggihan teknologi serta cara penggunaannya pun harus memiliki tata cara yang baik ketika menggunakannya.

Teknologi seharusnya menjadi media yang bermanfaat dan menjadi alat yang dapat meringankan, membantu, dan mempermudah aktivitas manusia dalam berbagai hal dalam kehidupan seperti bekerja, belajar, hiburan dan aktivitas yang lainnya. Sejalan dengan itu, salah satu hasil dari perkembangan teknologi saat ini yaitu teknologi media massa, hal itu ditandai dengan hadirnya media-media seperti media elektronik, cetak, online atau media massa (Aziz, 2019). Adanya televisi membuat masyarakat mulai tertarik menonton televisi dan perlahan beralih dari radio itu karena di televisi menayangkan beberapa program yang sangat bermanfaat dan juga menarik bagi sebagian orang (Muda, 2003).

Bukan hanya programnya yang menarik tetapi orang-orang yang menjadi pengisi acara dalam acara tersebut juga tak kalah penting di dunia pertelevisian saat ini, karena orang-orang tersebut memiliki karakter yang unik yang membuat setiap acara semakin menarik dan pada akhirnya masyarakat menjadi senang terhadap tayangan televisi pilihannya. Adanya televisi berdampak pada jumlah waktu dan perhatian yang diterima oleh penonton. Apabila intensitas masyarakat semakin tinggi dalam menonton televisi maka pengaruhnya akan semakin besar. Itu berarti, dapat dipahami bahwa jika menggunakan televisi semakin sering maka hal itu dapat berpengaruh terhadap penontonnya yang diakibatkan dari tayangan televisi yang diterima oleh para penonton.

Oleh karena itu dimensi penggunaan media televisi sebagai media informasi bisa dilihat dari aspek-aspek berikut ini:

a. Frekuensi

Frekuensi merupakan ukuran seberapa seringnya penonton menonton tayangan acara televisi.

b. Durasi

Durasi merupakan ukuran berapa lamanya suatu acara yang ditonton oleh para penonton. Apakah acara tersebut ditonton sampai selesai atau hanya sebagian waktu saja.

c. Atensi

Atensi merupakan perhatian yang diberikan oleh para penonton pada saat menonton tayangan acara di televisi.

Salah satu program acara yang memiliki daya tarik bagi masyarakat yaitu program acara dakwah. Selain karena mayoritas masyarakat di Indonesia itu muslim, lalu sebagian orang pun mungkin hanya mengerti dasar-dasar ilmu dalam ajaran agama Islam tetapi tidak secara lebih mendalam, oleh karena itu masyarakat menjadi berinisiatif belajar agama Islam secara tidak langsung melalui program acara dakwah di televisi. Acara dakwah di televisi pun menggunakan media sebagai sarana untuk menyebarkan dakwahnya hal itu agar dakwah yang disampaikan dapat dilihat, dilihat dan dijangkau dengan baik oleh masyarakat (Fatkhurrohman, 2022).

Banyaknya minat terhadap dakwah dan juga masyarakat yang haus akan ilmu kajian Islam menjadikan beberapa televisi membuat acara yang bertema dakwah. Salah satu acara televisi yang bertema dakwah saat ini yaitu acara Islam Itu Indah di Trans TV. Acara ini cukup menarik perhatian para penonton karena menyuguhkan sesuatu yang berbeda mulai dari Ustad, pembawa acara dan juga bintang tamu yang bisa menyampaikan esensi dakwah dengan baik walaupun diselingi dengan humor dalam penyampaiannya. Selain itu juga apa yang disampaikan dalam dakwah tersebut berlandaskan Al-quran dan hadits. Dalam acara dakwah, para pendakwah selalu memberikan ceramah yang menyenangkan agar tujuan dakwah tersampaikan dan membuat pengetahuan masyarakat tentang agama Islam bertambah.

Program acara televisi yang bertemakan dakwah yang sering terlihat di televisi bertujuan agar bisa mengedukasi masyarakat dalam sisi agamanya, pengetahuan tentang agama bertambah, dakwah terus mengalir, dan ajaran Islam akan tetap ada hingga akhir zaman (Fatoni, 2019). Pada dasarnya dakwah adalah perilaku muslim dalam melaksanakan agama Islam sebagai agama dakwah yang harus selalu dijalankan dan mengingatkan diri sendiri atau orang lain agar selalu berada di jalan kebaikan atau jalan yang diridhai oleh Allah SWT. Perjalanan tersebut melibatkan beberapa hal seperti, pesan dakwah, unsur da'i, media dakwah, metode dakwah, dan sasaran dakwah yang bertujuan agar ajaran Islam tetap ada dan melekat di sepanjang zaman.

Maka dari itu tujuan utama dari dakwah yaitu agar bisa mewujudkan kebahagiaan yang diridhoi oleh Allah SWT. Dengan keberlangsungan dakwah, Islam dapat diketahui, diamalkan, dan dihayati oleh semua manusia dari satu generasi ke generasi selanjutnya (Nufus, 2020). Menurut (Profita, 2018) tayangan merupakan suatu hal yang ditampilkan di media tertentu. Lalu tayangan menurut (Trisiah, 2019) merupakan hal yang dipertontonkan dan dipersembahkan pada khalayak. Pendapat lain (Sari & Sriwidodo, 2020) menyatakan bahwa tayangan merupakan segala sesuatu yang dipertunjukkan. Televisi berasal dari kata tele yang memiliki arti jauh dan visi (vision) yang memiliki penglihatan (Nurliana, 2020). Menurut (Anggraini et al., 2020) televisi juga bisa diartikan dengan sebuah sistem pengambilan visual dengan dibarengi penyampaian pesan yang dibantu dengan energi listrik.

Menurut (Haqqu, 2020) televisi merupakan media yang mampu menangkap tayangan bergambar berupa siaran video dan audio visual yang disiarkan melalui cara broadcasting. Lalu pendapat lain (Ibnu, 2017) menyebutkan bahwa televisi adalah media pandang, selain itu juga media yang bisa didengar berupa audio-visual yang dibantu dengan energi listrik. Perkembangan zaman melahirkan banyak teknologi, mulai dari teknologi komunikasi dan juga teknologi infomasi. Televisi merupakan salah satu teknologi informasi yang akhir-akhir ini sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Televisi bukan hanya sekedar media informasi tapi juga sebagai media hiburan dan dakwah. Televisi selalu bertransformasi dari waktu ke waktu agar televisi lebih mudah digunakan dan bisa menyesuaikan dengan kebutuhan zaman.

Televisi adalah perkembangan media setelah adanya radio yang ditemukan dengan karakter yang dimilikinya yaitu audio visual (Pirol, 2018). Televisi tidak bisa jauh dari keseharian masyarakat, semakin berjalannya waktu menonton televisi sudah menjadi kebiasaan bagi masyarakat hingga saat ini, bisa dikatakan sudah mendominasi hampir semua waktu luang setiap hari. Bila dilihat dari segi sosial, jika semakin banyak masyarakat yang menonton program acara di televisi, maka para orang-orang yang bergerak di bidang pertelevisian harus bisa memberikan tayangan yang baik dan sudah terstandarisasi.

Bukan tanpa alasan, hal itu agar televisi bukan hanya menjadi media hiburan tapi juga menjadi media belajar dan menambah pengetahuan dari segi apapun. Program-programnya yang baik dan menarik bukan hanya berdampak pada penonton tapi juga berdampak pada rating dan share televisi tersebut (Trisiah, 2019). Semakin tinggi rating sebuah acara televisi maka semakin meningkat juga kemungkinan sponsor atau iklan dalam tayangan acara tersebut. Sponsor atau iklan sangat berdampak sekali pada perkembangan televisi tersebut dalam membangun acara-acara yang lebih berkualitas, hal itu menjadi simbiosis mutualisme antara media televisi dan penonton yang sama-sama mendapat keuntungan dengan apa yang ditonton dan ditayangkan.

Digitalisasi dan teknologi yang semakin canggih membuat interaksi masyarakat lebih sering mendiskusikan hal-hal yang disebarluaskan melalui informasi digital dan juga interaksinya lebih besar dari pengguna media ataupun konten media. Hal ini menjadikan masyarakat inisiatif mencari berbagai informasi, konten ataupun berita yang cakupannya lebih luas, lalu menyesuaikan produk dari media yang mengirim informasi yang sedang ramai diperbincangkan (Nurhasanah, 2013). Media informasi khususnya televisi memudahkan dalam menyebarkan informasi secara luas, menemukan konten-konten yang berbeda, dan membagikan konten tersebut di media sosial. Bukan hanya itu, konten-konten hiburan pun banyak dan sering dibagikan oleh pihak televisi dan media pendukungnya.

Adanya televisi berdampak pada jumlah waktu yang digunakan penonton dan atensi yang diterima pemirsa, apabila intensitas mereka dalam menonton televisi semakin tinggi maka pengaruh yang didapatkan pemirsa melalui televisi juga semakin besar (Rakhmawati, 2018). Itu berarti, bisa dipahami bahwa jika menggunakan televisi semakin sering maka hal itu dapat berpengaruh terhadap penontonnya yang diakibatkan dari tayangan televisi yang diterima oleh para penonton. Oleh karena itu dimensi penggunaan media televisi sebagai media informasi dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu frekuensi, durasi, atensi.

Tayangan televisi yang sering ditontonkan kepada masyarakat mendapat perhatian yang cukup besar, tujuannya bukan hanya sekedar hiburan tapi agar bisa mengembangkan pengetahuan melalui program acaranya dan juga bisa menjadi media untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam masyarakat (Arabi, 2017). Di televisi cukup banyak program yang disuguhkan kepada penonton. Dari beberapa jenis program acara televisi, program talk show memiliki peminat yang cukup tinggi (Soedarsono, 2018). Salah satu acara talk show yang diminati oleh masyarakat yaitu program acara dakwah. Acara dakwah yang selalu dikreasi dan diinovasikan dengan hal-hal yang baru dan unik dalam setiap episodenya membuat penonton menyukai acara dakwah itu.

Selalu ada inovasi dalam setiap episodenya bertujuan agar penonton tidak cepat bosan, selain itu juga terdapat interaksi antara narasumber dengan para penonton. Setiap program acara di televisi memiliki dampak kepada penonton, sama halnya dengan acara yang bertema dakwah, acara dakwah akan berdampak pada meningkatnya pemahaman tentang keagamaan para penontonnya. Menurut (Ritonga, 2019) pemahaman merupakan perasaan yang sudah diterjemahkan ke dalam bentuk suatu makna atau proses pemikiran dalam mengetahui beberapa hal yang lebih mendalam. Pendapat lain menyatakan Suhada dan Supriati (2018) bahwa pemahaman adalah memahami informasi yang terdiri dari mengklasifikasikan, mendiskusikan, menjelaskan, merangkum dengan kata-kata sendiri.

Menurut Putra dan Ghofur (2019) aspek individu atau sosial terhadap pemahaman ajaran agama meliputi beberapa aspek yang mampu mencerminkan kemampuan intelektual seperti kemampuan untuk menafsirkan yaitu meliputi

penyusunan, penataan suatu sebuah kesimpulan sehingga akan menjadi sebuah pandangan atau pendapat baru, baik itu dari ayat maupun hadits-hadits, lalu kemampuan yang dapat menyimpulkan beberapa hal yang mengenai ajaran agama Islam dan juga bisa mengetahui kegunaan, akibat maupun hasil-hasilnya, lalu bisa membedakan dan membandingkan apa yang sudah diketahui sebelumnya. Pemahaman itu tidak muncul begitu saja tetapi hal-hal lain juga mempengaruhi dalam proses pemahaman contohnya seperti lingkungan sosial yang memiliki pengaruh dalam perkembangan pemahaman dalam beragama, lalu dari pengalaman juga mempengaruhi karena sering kali memberikan banyak pengetahuan yang berbeda, dan juga melalui pemikiran dan pandangan orang lain yang bisa membawa ke dalam keyakinan yang mengarahkan dan menentukan tentang keyakinan yang dipahami (Ashlihah et al., 2020).

Berdasarkan uraian diatas, pemahaman individu terhadap ajaran agama dipengaruhi oleh tanggapan individu terhadap ajaran tersebut, lalu mengukur seberapa dalam individu tersebut melihat pentingnya ajaran agama dalam kehidupannya. Pemahaman individu dipengaruhi oleh pengalaman keagamaan yang pernah dialaminya dan membentuk pola pikir individu tersebut. Kini hadirnya televisi menjadi salah satu media yang dimanfaatkan oleh masyarakat khususnya masyarakat muslim untuk belajar agama melalui program acara dakwahnya. Dengan seringnya menonton dan memiliki tayangan yang berkualitas maka akan mempengaruhi pengetahuan para penontonnya, karena itu hadirnya televisi bukan sekedar sebagai media hiburan tapi juga sebagai media untuk belajar khususnya mengenai ajaran agama Islam melalui program acara dakwahnya.

2. Metodologi

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut (Susanti et al., 2021) metode kuantitatif merupakan metode yang menjelaskan atau menggambarkan sebuah masalah yang hasilnya bisa digeneralisasikan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan studi lapangan (field research). Penelitian ini dilakukan di Kampung Wangun Atas Kelurahan Sindangsari Kecamatan Bogor Timur. Waktu yang digunakan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini yaitu sejak bulan September 2022 sampai bulan Februari 2023.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 83 orang yaitu dari masyarakat Kampung Wangun Atas Kelurahan Sindangsari Kecamatan Bogor Timur. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan angket yang berjumlah masing-masing 30 butir pernyataan. Seluruh pernyataan dari angket tersebut sudah divalidasi oleh (Y) yang ahli di bidang agama dan (YS) yang ahli di bidang pertelevisian. Angket tersebut mempunyai reliabilitas (Alpha Croanbach) 0.818 untuk variabel sebagai karakter jujur. Analisis satu jalan pada Uji Anova digunakan untuk menganalisa data yang didapatkan dari

penelitian ini dan diuji pada taraf signifikansi 0.05 dengan bantuan SPSS versi 25 untuk windows.

3. Hasil dan Pembahasan

Tayangan Televisi

Variabel tayangan televisi terdiri dari 15 pernyataan yang sudah diberikan kepada responden dan semua butir pernyataan dari variabel tayangan televisi itu valid. Instrumen tayangan televisi terdiri dari durasi, intensitas, dan atensi (Tabel 1).

Tabel 1. Deskripsi Tayangan Televisi

		Statistik	Std. Error	
Tayangan Televisi	Mean	41.86	.578	
	95% Confidence Interval for Lower Bound		40.71	
	Mean	Upper Bound	43.01	
	5% Trimmed Mean		42.06	
	Median		43.00	
	Variance		27.735	
	Std. Deviation		5.266	
	Minimum		24	
	Maximum		52	
	Range		28	
	Interquartile Range		7	
	Skewness		-.733	.264
	Kurtosis		1.049	.523

Berdasarkan hasil Tabel 1 di atas didapatkan rata-rata skor total data tayangan televisi 41.86 dengan rentan nilai 28 dari nilai terendah 24 dan nilai tertinggi 52. Nilai tengah data tayangan televisi adalah 43.00. Pemahaman agama variabel pemahaman agama terdiri dari 15 pernyataan yang sudah diberikan kepada responden dan semua butir pernyataan dari variabel tayangan televisi dinyatakan valid. Instrumen pemahaman agama terdiri dari mengerti, melaksanakan, dan membandingkan (Tabel 2).

Berdasarkan hasil Tabel 2 di bawah didapatkan rata-rata skor total data pemahaman agama 48.84 dengan rentan nilai 17 dari nilai terendah 41 dan nilai tertinggi 58. Nilai tengah dari data pemahaman agama adalah 48.00. Dalam penelitian ini angket yang dijadikan alat ukur pada sampel telah dilakukan uji validitas dengan hasil 30 valid karena memiliki nilai diatas 0.05 dan tidak ada yang tidak valid karena tidak memiliki nilai dibawah 0.05.

Selain validitas juga dilakukan uji normalitas, dari uji normalitas itu data dapat dilihat dan diketahui bentuk dari distribusi data-data tersebut apakah berdistribusi normal atau tidak normal. Jenis uji normalitas data yang digunakan yaitu Shapiro-Wilk dengan bantuan program SPSS versi 25. Pemilihan jenis uji

normalitas menggunakan Shapiro-Wilk dikarenakan jumlah sampel dalam penelitian ini lebih dari 20. Berikut Tabel 3 hasil uji normalitas.

Tabel 2. Deskripsi Pemahaman Agama

		Statistik	Std. Error
Pemahaman Agama	Mean	48.84	.398
	95% Confidence Interval for Lower Bound		48.05
	Mean	Upper Bound	49.64
	5% Trimmed Mean	48.81	
	Median	48.00	
	Variance	13.158	
	Std. Deviation	3.627	
	Minimum	41	
	Maximum	58	
	Range	17	
	Interquartile Range	4	
	Skewness	.192	.264
	Kurtosis	.022	.523

Tabel 3. Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Tayangan Televisi	.116	83	.008	.961	83	.012
Pemahaman Agama	.109	83	.016	.981	83	.241

a. Lilliefors Significance Correction

Dalam uji normalitas dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila probabilitas (Sig.) > 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal atau diterima sedangkan apabila probabilitas (Sig.) < 0.05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal atau ditolak (Purwanto, 2019). Berdasarkan hasil uji normalitas menyatakan bahwa data dari variabel X dan Y adalah berdistribusi normal atau nilai tersebut lebih dari 0.05. Hal itu dapat dilihat dari hasil perhitungan normalitas yaitu Tayangan Televisi = 0.012 dan Pemahaman Agama = 0.241. Selain uji validitas dan normalitas, dilakukan juga uji homogenitas. Uji homogenitas dilakukan untuk melihat dan mengetahui varian populasi dalam penelitian ini sama atau tidak (Profita, 2018). Dalam penelitian ini jenis uji homogenitas yang digunakan yaitu menggunakan Levene test yang dihitung menggunakan program SPSS versi 25 yang dimana hasil hitung dari uji homogenitas diketahui pada Tabel 4 *Test of Homogeneity of Variances*. Berikut Tabel 4 hasil uji homogenitas.

Sebagai kriteria pengujian pada uji homogenitas yang dirumuskan yaitu apabila nilai Sig. > 0.05 maka data tersebut homogen atau dapat diterima sedangkan apabila nilai Sig. < 0.05 maka data tersebut tidak homogen atau tidak dapat diterima. Berdasarkan hasil dari uji homogenitas maka data dapat diterima atau homogen, hal itu dapat dilihat dari tabel diatas bahwa nilai tersebut lebih dari 0.05.

Tabel 4. Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
VAR00001	Based on Mean	1.175	15	65	.313
	Based on Median	.899	15	65	.569
	Based on Median and with adjusted df	.899	15	50.209	.570
	Based on trimmed mean	1.153	15	65	.330

Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang digunakan menggunakan yaitu Cronbanh's Alpha dengan bantuan SPSS versi 25. Kriteria pengujian validitas menggunakan Cronbanh's Alpha yaitu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbanh's Alpha > 0.8 sedangkan instrumen dapat dikatakan tidak reliabel jika nilai Cronbanh's Alpha < 0.8. Adapun hasil yang diperoleh dari uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut (Tabel 5).

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	30

Dari Tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa nilai Cronbanh's Alpha sebesar 0.818. Berdasarkan kriteria pengujian yaitu apabila Cronbanh's Alpha > 0.8 maka hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena hasil dari penghitungan pada penelitian ini yaitu dengan nilai 0.818.

Untuk bisa mengetahui pengaruh dari kedua variabel tersebut, yaitu tayangan televisi program acara Islam Itu Indah (X) terhadap peningkatan pemahaman keagamaan (Y) maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan Uji Anova (Tabel 6).

Tabel 6. Uji Anova

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	920.672	17	54.157	2.601	.003
Within Groups	1353.593	65	20.825		
Total	2274.265	82			

Pengujian ini menggunakan metode angka probabilitas signifikansi apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, lalu apabila angka probabilitas signifikansi > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima. Dalam uji hipotesis ini menjelaskan bahwa pengaruh dari variabel tayangan televisi program acara Islam Itu Indah (X) terhadap peningkatan pemahaman keagamaan (Y) dilakukan pengujian dengan cara membandingkan besarnya P-Value yang terletak pada kolom significant dengan level of significant sebesar 0,05 dengan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis yang berdasarkan apabila nilai P-

Value pada kolom significant < level of significant, itu berarti terdapat adanya pengaruh dari kedua variabel tersebut, lalu apabila nilai P-Value pada kolom significant > level of significant, itu berarti tidak terdapat adanya pengaruh dari kedua variabel tersebut. Berdasarkan tabel Anova diatas, hasilnya yaitu P-Value yang terdapat pada kolom significant sebesar 0,03.

Angka tersebut bisa dibandingkan dengan kriteria dalam uji hipotesis penelitian ini yaitu $0,03 < 0,05$ level of significant. Hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dikarenakan hasil P-Value lebih kecil daripada nilai level of significant. Itu artinya tayangan televisi program acara Islam Itu Indah berpengaruh terhadap peningkatan pemahaman keagamaan, dalam hal ini yaitu masyarakat Kelurahan Sindangsari Kecamatan Bogor Timur. Pada dasarnya ketika dakwah menggunakan berbagai media dalam penyampaiannya seperti halnya menggunakan media televisi maka hal itu dapat menimbulkan perhatian yang lebih dari masyarakat karena menggunakan metode yang berbeda dan dikemas dengan semenarik mungkin. Dengan adanya program acara Islam Itu Indah maka acara ini bisa membantu masyarakat dalam membangun spiritualitas mereka.

Secara tidak langsung pesan yang disampaikan pendakwah melalui acara Islam Itu Indah berpengaruh kepada pemahaman keagamaan masyarakat karena membantu masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan agamanya, para Da'I dalam acara tersebut juga mendorong masyarakat untuk selalu melakukan kebaikan, materi-materi dakwah yang disampaikan juga bisa menumbuhkan kesadaran untuk taat beragama. Acara ini juga memberikan kesempatan kepada para penonton untuk bertanya baik sesuai konteks atau diluar konteks yang sedang dibicarakan sehingga perasaan bertanya-tanya dapat dijawab oleh para dai.

Selain itu juga masyarakat yang jarang pergi ke majelis ta'lim karena mungkin memiliki kegiatan lain masih bisa mendapatkan ilmu agama karena menonton acara ini. Penelitian dengan judul Pengaruh Tayangan Televisi Program Acara Islam Itu Indah Terhadap Peningkatan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Kota Bogor, mengambil sampling sebanyak 83 responden warga Kampung Wangun Atas Kelurahan Sindangsari Kecamatan Bogor Timur. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah valid dan reliabel dengan nilai 0,818 dari 30 pernyataan, dinyatakan reliabel karena berdasarkan kriteria pengujian apabila Cronbanh's Alpha > 0.8 maka nilai tersebut dinyatakan reliabel karena hasil nilainya lebih besar dari 0,8.

Dari terkumpulnya data-data dan melalui proses pengujian data dapat diketahui bahwa ada pengaruh tayangan televisi program acara Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bogor. Hasil ini diperoleh dengan menggunakan rumus Uji Anova. Untuk mendapatkan hasil nilai dari Uji Anova yaitu dengan cara melakukan pengujian dengan membandingkan besarnya

nilai P-Value yang diperoleh dari hasil pengujian dengan level of significant yaitu sebesar 0,05.

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai P-Value sebesar 0,03. Dalam kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis yang apabila nilai P-Value pada kolom significant < level of significant, maka hasil tersebut menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal itu sesuai dengan hasilnya $0,03 < 0,05$ level of significant. Berdasarkan data-data tersebut dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara tayangan televisi program acara Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bogor.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian di Kampung Wangun Atas Kelurahan Sindangsari Kecamatan Bogor Timur, yaitu terdapat pengaruh antara tayangan televisi program acara Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kampung Wangun Atas Kelurahan Sindangsari Kecamatan Bogor Timur dengan hasil uji hipotesis menggunakan Uji Anova dengan nilai sebesar $0,03 < 0,05$ yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal itu menunjukkan bahwa dengan semakin sering menonton tayangan program acara Islam Itu Indah maka semakin tinggi tingkat pemahaman keagamaannya.

5. Referensi

- Anggraini, Y., Oktaviani, R. C., & Adrian, A. (2020). Persepsi masyarakat kota Bogor terhadap tayangan talk show Pagi Pagi Pasti Happy di Trans TV. *III(Ii)*, 144–156.
- Arabi, K. S. M. (2017). *Dakwah dengan cerdas* (Kamalulfik (ed.); 1st ed.). Laksana.
- Ashlihah, A., Mufidah, R. L. (2020). Peningkatan pemahaman agama terhadap santri TPQ melalui media belajar. *Pengabdian Masyarakat*, *1(1)*, 2–4. [Ahttp://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_agama/article/download/1073/520](http://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_agama/article/download/1073/520)
- Aziz, A. (2019). *Public speaking gaya dan teknik pidato dakwah* (1st ed.). Prenamedia Group.
- Fatkhurrokhman. (2022). Peran majelis taklim fathul huda dalam meningkatkan pemahaman agama Islam. *12*, 35–50.
- Fatoni, A. (2019). *Juru dakwah yang cerdas mencerdaskan* (1st ed.). Prenamedia Group.
- Haquq, R. (2020). Era baru televisi dalam pandangan konvergensi media. *Rekam*, *16(1)*, 15–20. <https://doi.org/10.24821/rekam.v16i1.3721>
- Ibnu, A. (2017). *Komunikasi dan perilaku manusia* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Muda, D. I. (2003). *Jurnalistik televisi, menjadi reporter profesional* (1st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nufus, H. (2020). Hadist-hadist tentang tujuan dakwah. 1–19.
- Nurhasanah, B. (2013). *Pendidikan agama Islam di perguruan tinggi umum* (1st ed.). Aswaja Pressindo.
- Nurliana, N. (2020). Televisi sebagai media dakwah Islam dalam kehidupan masyarakat Indonesia. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, *3(1)*, 120–135.
- Pirol, A. (2018). *Komunikasi dan dakwah Islam* (Sulaeman Jajuli (ed.); 1st ed.). Deepublish.
- Profita, R. P. (2018). Identifikasi motif menonton tayangan program televisi “Laptop si Unyil” Trans 7 pada Siswa SDN 010 Kec. Samarinda Utara Kel. Sungai Pinang dalam Samarinda. *EJurnal Ilmu Komunikasi*, *3(4)*, 29–43.
- Putra, M. A., & Ghofur, M. A. (2019). Pola komunikasi organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, *7(2)*, 61.
- Rachman, A. (2018). Etika penyiaran dalam perspektif Islam. *Jurnal Dakwah Risalah*, *24(2)*, 2836. <http://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/risalah/article/view/23>

- Raharja. (2018). Kemajuan teknologi informasi berdampak pada generalisasi unsur sosial budaya bagi generasi milenial. *Jurnal Mozaik*, X, 61–71.
- Rakhmawati, I. (2018). Perkembangan media sebagai sarana. *4*(1), 49–70.
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi dakwah zaman milenial. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, 3(1), 60–77.
- Sari, I. P., & Sriwidodo, S. (2020). Perkembangan teknologi terkini dalam mempercepat produksi vaksin Covid-19. *Majalah Farmasetika*, 5(5), 204. <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v5i5.28082>
- Soedarsono, D. K. (2018). Pesan komunikasi pendidikan di media televisi. *2*(2), 49–57.
- Suhada, & Supriati, R. (2018). *Pendidikan agama Islam* (1st ed.). Deepublish.
- Susanti, S. S., Kuswarno, E., Muttaqien, K., & Sauri, R. S. (2021). Manajemen pembelajaran majelis taklim dalam meningkatkan pemahaman agama Islam di Provinsi Jawa Barat. *1*(2), 236–254.
- Trisiah, A. (2019). Dampak tayangan televisi pada pola komunikasi anak. *Jurnal Inovasi*, 13(1), 34–45. <https://doi.org/10.33557/jurnalinovasi.v13i1.609>.