

**PENGARUH FILM ANIMASI DI GLOBAL TV  
TERHADAP AKTIFITAS IBADAH SHALAT  
MAGHRIB DI LINGKUNGAN MADRASAH AL-  
IKHLAS TAQWA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**IMAM MAULANA**

**NPM : 1203110110**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

## PERNYATAAN



Dengan ini saya, Imam Maulana, NPM 1203110110, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan suatu imbalan, atau memplagiatkan untuk menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, September 2017

Yang Menyatakan,

Imam Maulana

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH FILM ANIMASI DI GLOBAL TV TERHADAP AKTIVITAS IBADAH SHALAT MAGHRIB DI LINGKUNGAN MADRASAH AL- IKHLAS TAQWA MEDAN**

**IMAM MAULANA**  
**1203110110**

Efek dari suatu media komunikasi merupakan perubahan-perubahan yang terjadi dalam diri audiens akibat terpaan pesan-pesan media. Efek atau perubahan tersebut terjadi pada dua hal yaitu perubahan pada sikap dan perilaku nyata. Perubahan sikap didahului dengan perubahan pengetahuan sedangkan perubahan perilaku nyata ditandai dengan adanya perubahan sikap. Akan tetapi, seringkali pengaruh media massa hanya dibatasi pada isi pesan media tersebut, sehingga akan mengesampingkan pengaruh lainnya. Dalam hal ini efek yang ditimbulkan ketika suka menonton film animasi adalah bentuk perilaku yang berhubungan dengan aktivitas keagamaan individu yaitu salat.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan efek dari rasa suka menonton suatu tayangan secara continue terhadap aktivitas salatnya. Penelitian ini juga ingin membuktikan apakah karena suka menonton film animasi bisa membuat aktivitas salatnya menjadi tertunda atau bahkan terlewatkan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner (Skala Likert) kemudian dilakukan analisis linier sederhana untuk mengetahui hubungan yang ada antara variabel dependen dengan variabel independen. Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu suka menonton film animasi ternyata memiliki efek terhadap aktivitas salat pada individu yang diteliti. Hal ini dikarenakan rasaketertarikannya yang cukup besar terhadap tayangan tersebut. Rasa ketertarikan ini bisa dilihat dari durasi menonton, perhatian dan rela meninggalkan aktivitas lainnya hanya untuk menonton film animasi. Semakin besar rasa ketertarikan tersebut maka semakin besar pula potensi individu untuk menunda salatnya.

Hasil uji korelasi Product Moment  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel. Ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh hubungan yang sangat rendah antara variabel terikat X (Pengaruh Film Animasi) terhadap variabel bebas Y (Aktivitas Shalat Maghrib). Dengan demikian dapat diketahui bahwa  $t$  hitung lebih besar dari pada  $t$  tabel, maka  $H_0$  di terima artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (X) pengaruh film animasi terhadap variabel terikat (Y) aktivitas shalat Maghrib. Selanjutnya besarnya presentase hasil hitungan koefisien determinasinya rendah namun pasti dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dan regresi linier dari distribusi jawaban terendah hingga tertinggi meningkat.

Kata kunci: Suka Menonton, Aktivitas Shalat

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya serta nikmat kuasanya sehingga penulis masih mampu menikmati ribuan nikmatiman hingga akhir hayat nanti.

Shalawat dan salam tak lupa pula diberikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang membawa umatnya untuk hijrah dari zaman kebodohan hingga zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan saat ini.

Serangkaian kata terimakasih juga saya berikan khusus kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan yang saya sayangi yaitu Ayahanda Iqbal Yusuf dan Ibunda Agustina serta adik saya Camelia Putri Iqbal yang selalu mendoakan, mendukung serta memberikan segala yang terbaik untuk penulis. Ribuan hingga jutaan terimakasih bahkan tak cukup untuk menggantikan segala yang telah di berikan oleh keduanya. Semoga Allah SWT selalu memberikan kekuatan, keselamatan, kesehatan, kebahagiaan, dan selalu dalam kasih sayang Allah SWT, Aamiin yaa Rabbal 'Alamin.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir bagi penulis untuk memenuhi persyaratan dalam rangka menyelesaikan program pendidikan jenjang Strata I sekaligus salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah cukup banyak memberikan semangat. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama, dari berbagai pihak dan Kasih sayang yang di berikan oleh Allah SWT sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati saya mengucapkan banyak terima kasih secara khusus kepada :

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Tasyrif Syam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Drs. Zulfahmi, M. I.Kom selaku Wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Nurhasanah Nasution., S.Sos.,M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Abrar Adhani S.Sos., M.IKom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Nurhasanah Nasution., S.Ikom.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I dalam penyelesaian skripsi saya.
7. Bapak Muhammad Thariq., S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II dalam penyelesaian skripsi saya
8. Bapak/Ibu Dosen yang telah banyak memberikan saya ilmu semenjak awal perkuliahan hingga akhir penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu Kepala Sekolah Madrasah Al-Ikhlash Taqwa beserta Guru-Guru yang telah membantu saya dalam melaksanakan penelitian di Sekolahnya.
10. Yang terspesial untuk seluruh keluarga besar saya Papa, Mama, adikku Camelia Putri Tante, Om dan seluruh Sepupu saya yang terus memotivasi dan memberi arahan kepada saya.
11. Spesial kesayangan saya Atikah Putri Lubis., S.Pd , yang telah membimbing saya, mensupport saya untuk menyelesaikan skripsi saya
12. Terkhusus untuk teman-teman SMA saya Andrian Junaidi, Agung Nugroho, Fiqie Ariestyo, Lia Afriani, Muhammad Fahmi, Yogi Nugraha Putra, Ismira Iman. Yang

telah membantu saya dengan masukan-masukan untuk menyelesaikan skripsi saya.

13. Sahabat –sahabat saya Lut Ashari Lubis, Ratih Insyirah, Syukron Al-Hamdani, Rahmad Sakti Tarigan, Febri Sulisty, Tanzilal Darti Siregar, Dey Setiawan, Ade Fauzyah, Yunita Ayu Nasution, Fadhil Pahlevi Hidayat, Gangga S Asmara. Yang telah membantu saya mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi saya.
14. Rekan – rekan seperjuangan jurusan ilmu komunikasi terkhusus kelas IKO B- pagi dan IKO A- malam yang juga bersama-sama sedang berjuang untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1
15. Adik-adik di lingkungan sekolah Madrasah Al-Ikhlas Taqwa yang telah ingin bekerja sama untuk menyelesaikan angket di dalam skripsi saya
16. Teman-teman saya di Pusat Pasar yang telah mendorong saya untuk cepat menyelesaikan skripsi saya
17. Bapak Tomi dan ibu Novi yang telah membantu memfasilitasi keperluan saya untuk menyelesaikan skripsi saya
18. Dan untuk seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati Penulis menyadari sepenuhnya sebagai penulis pemula tidak terlepas dari berbagai kesalahan. Untuk itu penulis menerima saran dan kritikan yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

*Billahi Fii Sabililhaq Fastabiqul Khairat*

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Medan, September 2017

**IMAM MAULANA**

**1203110110**



## DAFTAR ISI

### ABSTRAK

**KATA PENGANTAR ..... i**

**DAFTAR ISI .....v**

**DAFTAR TABEL ..... vii**

### BAB I PENDAHULUAN

**Latar Belakang Masalah ..... 1**

**Perumusan Masalah .....4**

**Tujuan Penelitian.....5**

**Manfaat Penelitian .....5**

**Sistematika Penulisan .....5**

### BAB II URAIAN TEORITIS

**Komunikasi Massa .....6**

**Unsur-Unsur Komunikasi Massa .....6**

**Fungsi Komunikasi Massa 9**

**Efek Komunikasi Massa .....10**

**Proses Komunikasi Massa .....11**

**Media Massa ..... 13**

**Kontak Sosial..... 14**

**Film .....16**

**Hipotesis .....18**

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>Jenis Penelitian .....</b>	<b>20</b>
<b>Definisi Konsep.....</b>	<b>20</b>
<b>Definisi Operasional.....</b>	<b>21</b>
<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>22</b>
<b>Populasi .....</b>	<b>21</b>
<b>Sampel .....</b>	<b>22</b>
<b>Angket .....</b>	<b>23</b>
<b>Kerangka Konsep.....</b>	<b>24</b>
<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>24</b>
<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>26</b>
<b>Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>28</b>

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>Penyajian Data .....</b>	<b>29</b>
<b>Analisis Data .....</b>	<b>31</b>
<b>Pembahasan .....</b>	<b>41</b>

### **BAB V PENUTUP**

<b>Kesimpulan .....</b>	<b>65</b>
<b>Saran .....</b>	<b>66</b>

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDU**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel III.1</b>	<b>:Definisi Operasional .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel III.2</b>	<b>: Jumlah Siswa .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel IV.1</b>	<b>: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel IV.2</b>	<b>: Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel IV.3</b>	<b>: Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel IV.4</b>	<b>: Distribusi Jawaban Responden Tentang Responden Merupakan Pernah dilarang Orang Tua Menonton Film Animasi di Saat Maghrib .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel IV.5</b>	<b>: Distribusi Jawaban Responden tentang Menyukai Film Animasi Karena menghibur .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel IV.6</b>	<b>: Distribusi Jawaban Responden tentang Memahami Film Animasi .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel IV.7</b>	<b>: Distribusi Jawaban tentang menceritakan Film Animasi ke Teman .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel IV.8</b>	<b>: Distribusi Jawaban RespondententangMeniru Film Animasi yang di Tonton .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel IV.9</b>	<b>: Distirbusi Jawaban Responden tentang Langsung Bergerak Melaksanakan Ibadah Shalat Maghrib .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel IV.10</b>	<b>:Distribusi Jawaban Responden tentang Sering Meninggalkan Shalat .....</b>	<b>37</b>

<b>Tabel IV.11</b>	<b>: Distribusi Jawaban Responden tentang Melaksanakan Shalat Maghrib Tepat Waktu .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel IV.12</b>	<b>: Distribusi Jawaban Responden tentang Ketika Sudah Shalat apa Merasa Tenang .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel IV.13</b>	<b>: Distribusi Jawaban Responden tentang Rutin Melaksanakan Shalat Maghrib .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel IV.14</b>	<b>: Tabulasi Hasil Data Variabel X Pengaruh Tayangan Film Animasi .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel IV.15</b>	<b>: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Bebas (X) Pengaruh Tayangan Film Animasi .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel IV.16</b>	<b>: Tabel Hasil Variabel Y Aktifitas Shala tMaghrib .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel IV.17</b>	<b>: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel (Y) Aktifitas Shalat Maghrib .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel IV.18</b>	<b>: Perhitungan Nilai Variabel (X) dan Variabel (Y) Untuk Analisis Korelasi Product Moment .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel IV.19</b>	<b>: Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....</b>	<b>60</b>

#### **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 3.1</b>	<b>: Diagram Konsep .....</b>	<b>24</b>
-------------------	-------------------------------	-----------

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Madrasah sebagai salah satu pilar dari Pendidikan Islam merupakan lembaga pendidikan yang sudah dikenal sejak tahun 1065-1067 di Baghdad yang didirikan oleh *nizam al-mulk* seorang perdana menteri pada masa kekhalifahan Bani Saljuk. Oleh karena itu madrasah ini dikenal dengan sebutan Madrasah Nizamiyah. Menurut al-jumbulati, sebelum abad ke -10 sudah ada Madrasah yang didirikan yaitu Madrasah al-Baihaqiyah di kota Naisabur.

Di Indonesia, permulaan munculnya Madrasah baru terjadi sekitar awal abad ke 20. Meski demikian, latar belakang berdirinya Madrasah tidak lepas dari 2 faktor, yaitu; semangat pembaharuan Islam yang berasal dari Islam pusat (Timur tengah ) dan merupakan respon pendidikan terhadap kebijakan pemerintah Hindia Belanda yang mendirikan serta mengembangkan sekolah umum tanpa memasukkan pelajaran agama.

Dari berbagai macam corak madrasah-madrasah yang ada di Indonesia sebenarnya kalau dilihat dari materi pelajaran yang diajarkan memperlihatkan tiga pola: yang pertama pola Madrasah sebagai sekolah yang bercirikan Islam, dengan komposisi mata pelajaran umum lebih dominan sedangkan mata pelajaran agama hanya sebagai materi tambahan.

Kedua, pola Madrasah sebagai pendidikan islam terpadu dengan mata pelajaran agama lebih dominan tetapi mata pelajaran umum tetap diberikan.

Ketiga, pola madrasah keagamaan dengan bidang-bidang ilmu yang hampir seluruhnya bersifat keagamaan. Pola ketiga ini dikenal dengan madrasah diniyah pada saat ini.

UU Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang ditindaklanjuti dengan PP Nomor 55 tahun 2007 tentang pendidikan agama dan keagamaan memang menjadi babak baru bagi dunia pendidikan agama dan keagamaan di Indonesia. Kedua payung hukum itu mempunyai implikasi bahwa madrasah Diniyah menjadi bagian dari sistem pendidikan nasional.

Anak adalah amanat Allah yang dititipkan kepada kedua orang tuanya. Ketika seorang anak lahir ke dunia dan melihat apa yang ada dalam rumah dan sekelilingnya, tergambar dalam benaknya sosok awal dari sebuah gambaran kehidupan. Jiwanya yang masih suci dan bersih akan menerima segala bentuk apa saja yang datang dan mempengaruhinya. Maka sang anak akan dibentuk oleh setiap pengaruh yang datang dalam dirinya. Imam Al-Ghazali berkata: Anak adalah amanat bagi orang tuanya, hatinya bersih, suci, dan polos. Kosong dari segala ukiran dan gambaran. Anak akan selalu menerima segala yang diukirnya, dan akan cenderung terhadap apa saja yang mempengaruhinya (Hafizh, 1997: 35). Hal ini sesuai dengan hadist nabi yang artinya : *" setiap anak dilahirkan dalam keadaan suci bersih. Dan sesungguhnya kedua orang tuanyalah yang menjadikannya sebagai seorang Yahudi, Majusi, atau Nasrani."* (H.R: Muslim) (Mustafa, 1993: 578).

Maka, apabila dia dibiasakan dan diajarkan untuk melakukan kebaikan niscaya akan seperti itulah anak terbentuk, akan tetapi apabila anak diajarkan atau

dibiasakan untuk melakukan hal yang tidak baik ataupun diajarkan untuk melakukan kejahatan maka anak akan terbentuk menjadi pribadi yang tidak baik dan akan menjadikan fitnah bagi orang tuanya. Anak yang suka menonton film yang ditayangkan pada jam Maghrib kemungkinan anak-anak yang melalikan shalat.

Televisi dengan berbagai programnya mampu memberikan informasi, pendidikan, hiburan dan hal lain kepada khalayak diberbagai belahan dunia. Maka apa saja yang ditayangkan oleh televisi dapat disaksikan oleh anak-anak, termasuk anak yang masih balita. Sungguh besar sekali pengaruh televisi dalam pembentukan kepribadian anak-anak. Anak dapat menyerap apa saja yang disaksikan lewat televisi yang ada dirumahnya. Matanya melihat dan menangkap apa yang ditayangkan, telinganya mendengar dari apa yang diucapkan oleh penyiar, penyanyi maupun film yang sedang ditayangkan.

Semua itu akan terserap oleh anak dan menjadi unsur-unsur di dalam pribadinya yang sedang dalam proses pertumbuhan. Apabila yang ditayangkan oleh televisi itu baik dan menunjang pembentukan pribadi dan identitas agama pada anak akan besar. Begitu pula sebaliknya, jika yang ditayangkan itu tidak mendukung atau merusak nilai-nilai agama, maka hal ini akan merusak iman dan penampilan diri anak akan jauh dari nilai agama.

Shalat adalah ibadah yang berisikan perkataan dan perbuatan tertentu yang dimulai dengan takbir dan di akhiri dengan salam. Salam dalam islam memiliki kedudukan yang tidak dapat ditandingi oleh kedudukan ibadah apapun. Salat merupakan tiang agama dan agama hanya bisa berdiri tegak dengannya.

Rasulullah bersabda SAW. Bersabda: *“proses segala sesuatu adalah islam, tiangnya adalah shalat, dan puncak tingginya adalah jihad di jalan Allah,”*. (HR. Tirmidzi). Shalat juga merupakan ibadah pertama yang diwajibkan Allah swt. (Sulaiman, 2013: 109).

Perintah shalat dalam Al-Qur’an diungkapkan dengan berbagai lafadz, bentuk dan cara. Berikut salah satu ayat yang menunjukkan perintah shalat pada surat Al Baqarah ayat 43 yang artinya : *“Dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan rukuklah (salatlah) bersama orang-orang yang rukuk .”* (Kementrian Agama RI, 2012:8).

Berdasarkan ayat tersebut jelas terlihat bahwa shalat itulah yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang islam Mualaf, yang berarti tidak ada peluang untuk berdalih dan mencari-cari alasan untuk melalaikan atau meninggalkannya. Pelaksanaan shalat tersebut telah ditentukan Allah secara pasti yaitu: Shubuh, Zuhur, Ashar, Maghrib, Isya. Waktunya juga telah ditentukan masing-masing, dan melaksanakannya harus sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (Nahd bin Abdurrahman bin Sulaiman Arruimi: 1994:17-18).

Film animasi merupakan suatu tontonan yang sangat digemari oleh anak-anak. Contoh Film Animasi yang digemari oleh anak-anak adalah Film Cars, *Naruto the movie*, *Film the Avengers* dll.

## **B. Perumusan Masalah**

Apakah ada pengaruh tayangan film animasi di Global TV terhadap aktivitas ibadah shalat maghrib di lingkungan Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan



### **C. Tujuan Penelitian**

Melihat apa anak di waktu shalat maghrib menunda shalat atau langsung melaksanakan shalat setelah mendengarkan adzan maghrib.

### **D. Pembatasan Masalah**

Guna memperkecil cakupan objek penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian menjadi sebagai berikut

1. Peneliti memilih seluruh kelas 1 di Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan
2. Usia yang dipilih peneliti adalah usia dari 5-7 tahun

### **E. MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini berguna dalam rangka mengembangkan studi dan memperluas wawasan mengenai aktivitas anak menonton film animasi di saat shalat Maghrib telah masuk.

### **F. SISTEMATIKA PENULISAN**

**BAB I** : Berisikan Pendahuluan yang menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**BAB II** : Berisikan Uraian teoritis yang menguraikan tentang Komunikasi Massa, Media Massa, Kontak Sosial, Film, serta Hipotesis

**BAB III** : Berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang Metode Penelitian, Spesifikasi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel serta Teknik Analisis Data.

BAB IV : Berisikan Analisis Data yang menguraikan Pengujian Data,  
Pembahasan atau Analisis Data

BAB V : Berisikan Penutup yang menguraikan Kesimpulan dan Saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **A. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa ( *mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar,majalah) atau elektronik (radio dan televisi),berbiaya relatif mahal,yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan,yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum,disampaikan secara cepat,serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Meskipun khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran<sup>9</sup> yang sering tertunda), proses komunikasi didominasi oleh lembaga,karena lembaga lah yang menentukan agendanya.

Namun komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gebner. Menurut Gebner dalam Ardianto (2014:3) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

#### 1. Unsur-unsur penting dalam komunikasi massa

##### a. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi massa adalah:

1. Pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi ini dengan cepat ditangkap oleh publik

2. Komunikator dalam penyebaran informasi mencoba berbagi informasi, pemahaman, wawasan, dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar di mana tanpa diketahui dengan jelas keberadaan mereka.
3. Komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili institusi formal yang sifatnya mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu.

b. Media Massa

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat di akses oleh masyarakat secara massal pula.

c. Informasi (pesan) massa

Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang boleh di konsumsi oleh pribadi .

d. Gatekeeper

Gatekeeper adalah penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.

e. Khalayak ( publik)

Khalayak adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa. Sehubungan dengan itu, konsep khalayak dapat dijelaskan lebih terperinci pada konsep massa.

f. Umpan balik

Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya bersifat tertunda sedangkan umpan balik pada komunikasi tatap muka bersifat langsung.

2. Fungsi komunikasi massa

Adapun fungsi Komunikasi massa menurut Charles R. Wright Wiryanto (2004: 11-12)

a. Pengawasan (*surveillance*)

Menunjuk pada fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan, baik di luar maupun di dalam masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan apa yang disebut *Handling of news*

b. Korelasi (*correlation*)

Meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah lakutertentu dalam mereaksi kejadian-kejadian. Untuk sebagian, fungsi ini diidentifikasi sebagai fungsi editorial atau propaganda.

Media massa ini tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

c. Penyebaran nilai-nilai (*transmission of values*)

Menunjuk pada fungsi mengkomunikasikan informasi, nilai-niali dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi ke genarasi yang lain atau dari anggota-anggota suatu masyarakat kepada pendatang baru. Fungsi ini diidentifikasikan sebagai fungsi pendidikan.

d. Hiburan (*entertainment*)

Banyak dijumpai pada media televisi dan radio. Surat kabar pula merupakan sebuah penyampaian yang strategis dalam pemberitaan serta pembangunan opini publik. Karena surat kabar merupakan sarana yang cukup efektif dalam usaha untuk mencerdaskan masyarakat.

### 3. Efek komunikasi Massa

Seperti dikutip dari Nuruddin (2004:206-207) efek media massa bisa dibagi menjadi beberapa bagian. Secara sederhana Keith R. Stamm dan John E. Bowes membagi kedua bagian dasar. Pertama, efek primer meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman. Kedua, efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).

#### a. Efek primer

Ketika sebuah pesan diterima oleh audience dan menyita perhatiannya, kadang masih sulit untuk dimengerti. Sebagaimana komunikator dalam komunikasi antarpersona, biasanya ia langsung mengetahui bahwa pesannya tidak bisa dimengerti. Akan tetapi, di dalam komunikasi massa sering kali komunikator tidak mengetahui apakah pesannya bisa dimengerti atau tidak. Hal ini disebabkan umpan balik dalam komunikasi massa itu sangat terbatas dan tidak ada cara praktis untuk mengecek apakah pesan yang disiarkan bisa dipahami, apalagi audiencenya menyebar atau tidak mengumpul atau heterogen. Sebenarnya, komunikator dalam komunikasi massa sudah berusaha semaksimal mungkin agar pesan-pesan yang disampaikan bisa dipahami. Untuk

mengurangi dampak ketidakpahaman mereka, komunikator dalam komunikasi massa kadang melakukan berbagai cara untuk memahami pesan-pesannya. Misalnya, mereka akan mencoba mengontruksi pesan sesuai batas maksimal yang bisa dipahami audiens. Jika komunikator tidak yakin, mereka dapat melakukan tes awal pesan pada sampel audience yang sudah ditargetkan, dengan kata lain efek primer memiliki arti yaitu efek yang pertama kali terjadi ketika proses komunikasisedang terjadi. Selain itu, perhatian dari audience sangat berpengaruh terhadap efek ini.

b. Efek sekunder

Secara tradisional ada beberapa jenis efek yang disebabkan oleh media massa. Salah satunya adalah *uses and gratification* (kegunaan dan kepuasan). Efek ini dapat menggambarkan realitas konkrit di masyarakat maka untuk itu efek ini dapat dikatakan sebagai bentuk efek sekunder dari komunikasi massa. Menurut John R. Bitter, fokus utama efek ini adalah tidak hanya bagaimana audience mereaksi pesan-pesan media yang sampai pada dirinya. Faktor interaksi yang terjadi antar individu akan ikut memengaruhi pesan yang diterima. Pada efek ini audiens dianggap juga sebagai audiens yang aktif dikarenakan mereka tidak dapat dipengaruhi oleh media massa

4. Proses Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa terlihat proses dalam bentuk

- a. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan

dalam skala yang besar, sekali siaran, pemberitaan yang disebarkan dalam jumlah yang luas dan diterima oleh massa yang besar pula.

- b. Proses komunikasi massa juga dilakukan satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Kalau terjadi interaktif diantara mereka, maka proses komunikasi (balik) yang disampaikan oleh komunikan ke komunikator sifatnya sangat terbatas, sehingga tetap saja didominasi oleh komunikator.
- c. Proses komunikasi massa asimetris di antara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Kalau terjadi emosional disebabkan karena pemberitaan yang sangat agitatif, maka sifatnya sementara dan tidak berlangsung lama dan tidak permanen.
- d. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non pribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin, bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah gerakan massa di jalan.
- e. Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (market) di masyarakat. Seperti, televisi dan radio melakukan penyiaran mereka karena adanya kebutuhan masyarakat tentang pemberitaan-pemberitan massa yang di tunggu-tunggu. Dengan demikian, maka agenda acara televisi dan juga radio sangat ditentukan oleh *rating*, yaitu bagaimana masyarakat menonton atau mendengar acara itu, apabila tidak ada pendengar atau pemirsanya, maka acara tersebut



akan di berhentikan karena dianggap merugi dan tidak di sponsori oleh pasar.

## **B. Media massa**

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai agent of change yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan:

- a. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat membidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju.
- b. Media massa menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat.
- c. Media massa sebagai media hiburan. Sebagai agent of change, media massa menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai agent of change yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya. (Subiakto,2006).

Angara (2002:131), media massa adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesqaan komunikator kepada

khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Nurudin (2004:8) mengemukakan bahwa media massa juga merupakan alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, tidak terbatas oleh ruang dan waktu dan dapat disebarkan kepada khalayak luas secara cepat.

### **C. Kontak Sosial**

Menurut Soeryono Soekanto (2002:65), kontak sosial berasal dari bahasa latin *con* atau *cum* (bersama-sama) dan *tango* (menyentuh), jadi, artinya secara harfiah adalah bersama-sama menyentuh. Secara fisik, kontak social baru terjadi apabila adanya hubungan fisikal, sebagai gejala social hal itu bukan semata-mata hubungan badaniah, karena hubungan social terjadi tidak saja secara menyentuh seseorang, namun orang dapat berhubungan dengan orang lain tanpa harus menyentuhnya. Misalnya kontak sosial sudah terjadi ketika seseorang berbicara dengan orang lain, bahkan kontak social juga dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi, seperti melalui telepon, telegraph, radio, surat, televisi, internet, dan sebagainya.

Kontak sosial dapat berlangsung dalam lima bentuk, yaitu :

- a. Dalam bentuk proses sosialisasi yang berlangsung antara pribadi dan perorang.
- b. Antara orang perorang dengan suatu kelompok masyarakat atau sebaliknya.

- c. Anantara kelompok masyarakat dengan kelompok dengan kelompok masyarakat lainnya dalam sebuah komunitas.
- d. Antara orang per orang dengan masyarakat global di dunia internasional.
- e. Antara orang per orang, kelompok, masyarakat dan dunia global, dimana kontak sosial terjadi secara simultan di antara mereka.

Secara konseptual kontak sosial dapat di bedakan antara kontak sosial primer dan sekunder. Kontak sosial primer, yaitu kontak sosial yang terjadi secara langsung antara seseorang dengan orang atau kelompok masyarakat lainnya secara tatap muka. Sedangkan kontak sosial sekunder terjadi melalui perantara yang sifatnya manusiawi maupun dengan teknologi.

1. Kontak sosial terdiri dari dua macam, yaitu :
  - a. Kontak sosial langsung atau hubungan timbale balik antar individu maupun antarkelompok terjadi secara fisik, seperti berbicara, tersenyum, bahasa tubuh, berbagai aksi lainnya seperti memukul dan sebagainya.
  - b. Kontak sosial tidak langsung, yaitu kontak yang terjadi dengan adanya mediator atau perantara seperti televisi, surat kabar, radio, email, dan alat ataupun perantara lainnya.
2. Macam- macam kontak sosial berdasarkan sifatnya ada tiga, yaitu :
  - a. Kontak sosial antara individu dengan individu
  - b. Kontak sosial antara individu dengan kelompok
  - c. Kontak sosial antara kelompok dengan kelompok

3. Macam- macam kontak sosial berdasarkan bentuknya terdiri atas dua, yaitu :
  - a. Kontak sosial positif adalah kontak sosial yang membentuk hubungan sosial yang berpola kerja sama
  - b. Kontak sosial negatif adalah kontak sosial yang membentuk hubungan sosial yang bertentangan dan bahkan berakibat hilangnya hubungan sosial seperti putusnya interaksi tersebut.
4. Macam-macam kontak sosial bila dilihat dari tingkat hubungannya terdiri atas dua, yaitu :
  - a. Kontak sosial primer adalah kontak sosial yang terjadi bila adanya hubungan langsung atau dengan kata lain tanpa adanya perantara sehingga pihak yang satu dan pihak lainnya dapat saling mengetahui perwujudan masing-masing.
  - b. Kontak sosial sekunder adalah kontak sosial yang tidak memungkinkan kedua pihak untuk mengetahui perwujudan masing-masing dikarenakan adanya mediator atau perantara. Sehingga, terjadi kontak sosial yang kurang sempurna seperti melalui telepon email, surat, acara televisi dan lainnya.

#### **D. Film**

Film adalah : Suatu media komunikasi massa yang sangat penting untuk mengkomunikasikan tentang suatu realita yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari. Film memiliki realitas kuat salah satunya menceritakan tentang realitas masyarakat.

Tumbuh dan berkembangnya film sangat bergantung pada teknologi dan paduan unsur seni sehingga menghasilkan film yang berkualitas. Berdasarkan sifatnya film dapat dibagi atas :

1. Film cerita (*Story film*)

Film yang mengandung suatu cerita, yang lazim dipertunjukkan di gedung – gedung bioskop yang dimainkan oleh para bintang sinetron yang tenar. Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukan untuk semua publik.

2. Film berita (*News film*)

Adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar – benar terjadi, karena sifatnya berita maka film yang disajikan pada publik harus mengandung nilai berita (*Newsvalue* ).

3. Film dokumenter

Film dokumenter pertama kali diciptakan oleh John Giers yang mendefinisikan bahwa film dokumenter adalah “Karya cipta mengarah kenyataan ( *Creative treatment of actuality*) yang merupakan kenyataan – kenyataan yang menginterpretasikan kenyataan. Titik fokus dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi, bedanya dengan film berita adalah film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita atau newsvalue.

4. Film cartoon

Walt Disney adalah perusahaan kartun yang banyak menghasilkan berbagai macam film kartun yang terkenal sampai saat ini. Timbulnya

gagasan membuat film kartun adalah dari seniman pelukis. Serta ditemukannya cinematografi telah menimbulkan gagasan untuk menghidupkan gambar – gambar yang mereka lukis dan lukisan itu menimbulkan hal – hal yang bersifat lucu.

### **Fungsi Film**

Khalayak menonton film terutama untuk hiburan. Akan tetapi dalam film terkandung fungsi informatif, maupun edukatif bahkan persuasif. Film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam *rangka nation and character building*. Fungsi edukasi dapat dicapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif atau film dokumenter atau film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang (<http://kuliahkommunikasi.com/?p=23>)

### **E. Hipotesis**

Salah satu tujuan penelitian adalah menguji hipotesis dan jika berdasarkan penelitian bersifat kuantitatif maka hipotesis merupakan jawaban atas sesuatu masalah yang secara rasional (ilmiah) harus berlandaskan teoritis tertentu.

Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara (Soeratno :2000:2.2) dan artinya sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu tesis belum diuji kebenarannya. Maka hipotesisnya sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh Film Animasi terhadap Ibadah Shalat  
Maghrib Siswa- Siswi Madrasah Al-Ikhlas Taqwa

Ha : Ada pengaruh Film Animasi terhadap Ibadah Shalat Maghrib  
Siswa- Siswi Madrasah Al-Ikhlas Taqwa

## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian korelasional, yaitu menganalisis data dan mencari tingkat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya dengan menggunakan pengujian hipotesis.

Metode korelasional adalah metode yang digunakan untuk meneliti hubungan antara dua variabel serta bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana hubungan variabel-variabel pada suatu faktor yang berdasarkan pada koefisien korelasi

#### **B. Definisi Konsep**

Definisi konsep adalah petunjuk pelaksana proses pengukuran suatu variabel.

- a. Film adalah suatu media komunikasi massa yang sangat penting untuk mengkomunikasikan tentang suatu realita yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Aktivitas adalah kegiatan atau keaktifan, jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non fisik.
- c. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan baik melalui lisan maupun tulisan sehingga terjadi umpan balik (*feedback*) antara komunikator dan komunikan.
- d. Intensitas adalah kemampuan, kekuatan, gigih atau kehebatan.



### **C. Definisi Operasional**

Menurut Nawawi (2005:37), mengemukakan bahwa setelah jumlah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan definisi operasional sebagai hasil pemikiran rasional yang kritis dalam mempekirakan kemungkinan hasil yang akan dicapai.

- a. Variabel bebas (x), yaitu variabel yang diduga sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, yang menjadi variabel bebas yaitu tayangan film animasi di global tv.
- b. Variabel terikat (y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas yang menjadi variabel terikat aktivitas shalat maghrib.

Definisi operasional ditentukan untuk mempermudah penjelasan dari konsep penelitian. Definisi operasional dari penelitian ini sebagai berikut:

**Table 3.1**

**Defenisi Operasional**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indicator Variabel</b>
Variabel bebas (X) Pengaruh Tayangan Film Animasi di Global TV	1. Alat memotivasi 2. Isi pesan 3. Komunikasi 4. Perkembangan fisik dan mental
Variabel Terikat (Y) Aktivitas Ibadah Shalat Maghrib Lingkungan Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan	1. Kesehatan fisik 2. Minat 3. Intensitas

**D. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di teliti kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiono, 20013:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa/i Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan yang berjumlah 98 orang

**Tabel 3.2**

**Jumlah Siswa**

<b>KELAS</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>1.1</b>	<b>40</b>
<b>1.2</b>	<b>36</b>
<b>1.3</b>	<b>22</b>

Sumber : Tata Usaha Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan

2. Sampel

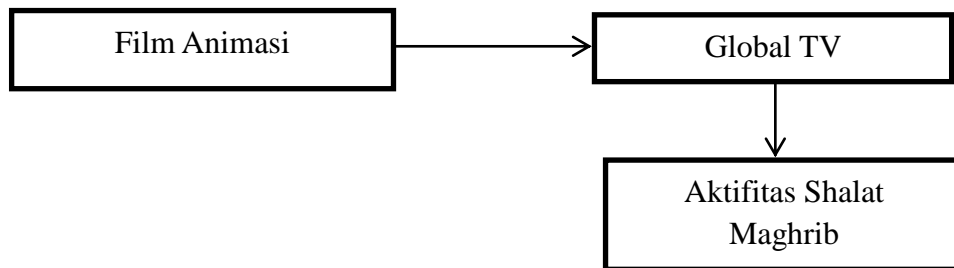
Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiono, 2013:81). Pengambilan sampel dilakukan apabila jumlah populasi besar dan peneliti memiliki keterbatasan – keterbatasan tersendiri dalam proses penelitiannya. Oleh sebab itu sampel harus benar-benar representative (mewakili). Jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika jumlah sampelnya lebih dari 100 orang maka bisa diambil 10%-15% dari jumlah populasinya.

Maka karena jumlah siswa/I di Madrasah Al-Ikhlas Taqwa tidak sampai 100 orang, maka semuanya di jadikan sumber data dalam penelitian ini yaitu sebanyak 98 orang yang dijadikan responden. Jadi penelitian ini termasuk penelitian populasi.

## E. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah Suatu hubungan atau kaitan antara konsep – konsep atau variable – variable yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan. Konsep – konsep atau variable – variable yang akan diamati berdasarkan contoh tersebut adalah : Pendidikan, Perilaku, Status Ekonomi, Status Sosial, Kualitas Fisik Sarana Air Bersih, Kualitas Air Bersih (VARIABEL BEBAS) dan Kejadian Diare (VARIABEL TERIKAT).

**Gambar 3.1 Diagram Konsep**



## F. Teknik pengumpulan data

Teknik atau metode pengumpulan data ialah cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Ibid.97.). Adapun teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh penulis dalam penelitian ini antara lain :

1. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk menggali data sesuai dengan permasalahan peneliti. Menurut Masri Singaribum, pada penelitian survey, penggunaan angket merupakan hal paling pokok untuk pengumpulan data lapangan. Tujuan pokok pembuatan angket adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian, untuk memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi. Hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti dalam menyusun angket, pertanyaan-pertanyaan yang disusun harus sesuai dengan hipotesa dan tujuan penelitian. Dan untuk itu digunakan skala Likert mengukur sikap, pendapat dan persepsi atau kelompok orang tentang fenomena sosial, juga variabel – variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator penelitian Skala Likert.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang berupa pertanyaan. Dimana responden memilih salah satu pertanyaan. Jawaban setiap instrumen menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, yaitu :

1. Jika menjawab “SS” (Sangat Setuju) maka diberi nilai 5
2. Jika menjawab “S” (Setuju) maka diberi nilai 4
3. Jika menjawab “KS” (Kurang Setuju) maka diberi nilai 3
4. Jika menjawab “TS” (Tidak Setuju) maka diberi nilai 2
5. Jika menjawab “STS” (Sangat Tidak Setuju) maka diberi nilai 1

## 2. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Yaitu pengumpulan data yang di peroleh dari buku – buku tulisan yang mempunyai relevansi langsung dari masalah yang di teliti.

## G. Teknik analisis data

### 1. Koefisien Korelasi Product Moment

Untuk menghitung besarnya korelasi peneliti menggunakan metode Korelasi *Product-Moment* dengan menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara x dan y adalah bilangan yang menunjukkan besar kecilnya hubungan variable x dan y

n = jumlah responden

x = variable bebas

y = variable terikat

### 2. Uji Signifikasi

Dalam korelasi product moment ini perlu di lakukan uji secara signifikan dengan menggunakan rumus

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

Dimana :

t = hubungan antar variabel

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

Harga  $t$  hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan  $t$  tabel. Untuk kesalahan 5% dan  $dk$  (derajat kebebasan) =  $n-2$ . Apabila  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Tetapi sebaliknya bila  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

### 3. Uji Determinasi

Untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel  $x$  dan variabel  $y$  dengan menggunakan rumus determinasi, yaitu:

$$D = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$D$  = Determinan

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi

### 4. Uji Regresi Linier

Untuk memprediksikan seberapa jauh koefisien variabel bebas ( $x$ ) dengan variabel bebas ( $x$ ) dengan variabel terikat ( $y$ ) maka digambarkan dengan uji tegresi linier dengan rumus :

$Y = \alpha + b(x)$ , dimana

$$\alpha = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(xy)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(n \sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

## H. Lokasi dan Waktu penelitian

### 1. Deskripsi lokasi

Penelitian ini mengambil lokasi di Madrasah Al-Ikhlas Taqwa yang beralamat Jalan Medan Area Selatan Gg. Pisang No 129, Sukaramai 1, Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20216. Telpon : (061) 7365605



## BAB IV

### ANALISIS HASIL PENELITIAN

#### A. Penyajian Data

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh Siswa/I Madrasah Al-Ikhlas Taqwa. Semua responden di beri angket, dimana terdapat 10 pertanyaan dari 5 pertanyaan variabel bebas (X) dan 5 pertanyaan untuk variabel terikat 5 (Y). Setelah dilakukan penelitian dilapangan meelalui penyebaran kuisioner, maka diperoleh data tentang keadaan menurut jenis kelamin, umur, dan berdasarkan kelas yang di sajikan dalam bentuk table. Data-data tersebutdisajikan dalam bentuk analisis data dengan jumlah responden sebanyak 98 orang.

**Tabel IV. 1**

#### **Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekwensi</b>	<b>Persentase</b>
1.	Laki-Laki	45	45,91
2.	Perempuan	53	54,09
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber : Angket tahun 2017

Sesuai dengan tabel di atas diperoleh persentase tertinggi adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 45 orang atau 45,91%, sementara responden perempuan sebanyak 53 orang atau 54,09%.

Dapat dilihat bahwa siswa yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Hal ini berarti perempuan lebih mempunyai pengaruh lebih tinggi dalam proses interaksi tersebut.

**Tabel IV.2**

**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekwensi	Presentasi
1.	5 tahun	5	5,10
2.	6 tahun	85	86,73
3.	7 tahun	8	8,16
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100</b>

Sumber : Angket 2017

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa dari 98 responden yang berusia 5 tahun berjumlah 5 orang (5,10) , yang berusia 6 tahun berjumlah 85 orang (86,73) , yang berusia 7 tahun berjumlah 8 orang (8,16). Dengan demikian bahwa responden di dominasi usia 6 tahun.

**Tabel IV.3**

**Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Kelas	Frekwensi	Presentasi
1.	1.1	40	40,81
2.	1.2	36	36,73
3.	1.3	22	22,44
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100</b>

Sumber : Angket 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 98 responden yang berasal dari kelas 1.1 yaitu berjumlah 40 orang (40,81%), kelas 1.2 berjumlah 36 orang (36,73%), kelas 1.3 berjumlah 22 orang (22,24%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden di dominasi dari kelas 1.1

## **B. Analisis Data**

1. Analisis data untuk Variabel X Pengaruh Tayangan Film Animasi Di Global TV dengan Indikator:

**Tabel IV. 4**

**Distribusi Jawaban Responden tentang, responden merupakan pernah dilarang orang tua menonton film animasi di saat Maghrib**

<b>No</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	71	72,44
<b>2.</b>	Setuju	12	12,24
<b>3.</b>	Kurang Setuju	7	7,14
<b>4.</b>	Tidak Setuju	8	8,2
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 1

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 71 orang (72,44%), yang menjawab setuju 12 orang (12,24%), yang menjawab kurang setuju 7 orang (7,14%), yang menjawab tidak setuju 8 orang (8%) dan yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada (0%) Dapat disimpulkan bahwa responden dilarang orang tua untuk menonton film animasi di saat Maghrib.

**Tabel IV. 5**

**Distribusi jawaban responden tentang, menyukai film animasi karena menghibur**

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1.	Sangat Setuju	33	33,67
2.	Setuju	41	41,83
3.	Kurang Setuju	9	9,18
4.	Tidak Setuju	7	7,15
5.	Sangat Tidak Setuju	8	8,17
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pwetanyaan No.2

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 33 orang (33,67%), yang menjawab setuju 41 orang (41,83%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 9 orang (9,18%),

yang menjawab tidak setuju 7 orang (7,15%), dan yang menjawab sangat tidak setuju 8 orang (8,17%). Sehingga dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa suka film animasi karena menghibur.

**Tabel IV. 6**

**Distribusi Jawaban responden tentang, memahami film animasi yang ditonton**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	39	39,79
<b>2.</b>	Setuju	39	39,79
<b>3.</b>	Kurang Setuju	9	9,18
<b>4.</b>	Tidak Setuju	9	9,18
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	2	2,06
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 3

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju dan setuju sama yaitu sebanyak 39 orang (39,79%), yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju juga sama yaitu sebanyak 9 orang (9,18%), serta yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,06%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pernyataan bahwa memahami film animasi yang ditonton responden terbesar dimulai dari setuju hingga tidak setuju.

**Tabel IV. 7**

**Distribusi Jawaban responden tentang, menceritakan film animasio ke teman**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	40	40,81
<b>2.</b>	Setuju	31	31,63
<b>3.</b>	Kurang Setuju	20	20,40
<b>4.</b>	Tidak Setuju	5	5,10
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	2	2,06
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 4

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang (40,81%), yang menjawab setuju 31 orang (31,63%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 20 orang (20,40%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang (5,10%), serta yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2.06%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju manceritakan film animasi ke temannya.

**Tabel IV. 8**

**Distribusi Jawaban responden tentang, meniru film animasi yang ditonton**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	42	42,85
<b>2.</b>	Setuju	36	36,73
<b>3.</b>	Kurang Setuju	11	11,22
<b>4.</b>	Tidak Setuju	7	7,14
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	2	2,06
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 5

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju berjumlah 42 orang (42,85%), yang menjawab setuju sejumlah 36 orang (36,73%), yang menjawab kurang setuju 11 orang (11,22%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang (7,14%), serta yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,06%). Sehingga dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa akan meniru film animasi.

2. Analisis data untuk variabel Y

**Tabel IV. 9**  
**Distribusi Jawaban responden tentang, langsung bergerak**  
**melaksanakan Ibadah Shalat Maghrib**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	47	47,95
<b>2.</b>	Setuju	30	30,62
<b>3.</b>	Kurang Setuju	8	8,16
<b>4.</b>	Tidak Setuju	6	6,13
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	7	7,14
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 6

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju 47 orang (47,95%), yang setuju sebanyak 30 orang (30,62%), yang kurang setuju 8 orang (8,16%), yang tidak setuju sebanyak 6 orang (6,13%), dan yang sangat tidak setuju sebanyak 7 orang (7,14%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa siswa/I langsung melaksanakan Shalat Maghrib tanpa menunda Shalat Maghrib.



**Tabel IV. 10**

**Distribusi Jawaban responden tentang, sering meninggal Shalat Maghrib**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	2	2,06
<b>2.</b>	Setuju	4	4,08
<b>3.</b>	Kurang Setuju	7	7,14
<b>4.</b>	Tidak Setuju	41	41,83
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	44	44,89
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 7

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju 2 orang (2,06%), yang setuju sebanyak 4 orang (4,08%), yang kurang setuju 7 orang (7,14%), yang tidak setuju sebanyak 41 orang (41,83%), dan yang sangat tidak setuju sebanyak 44 orang (44,89%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden sangat tidak setuju jika meninggalkan Shalat Maghrib.

**Tabel IV. 11**

**Distribusi Jawaban responden tentang, melaksanakan Shalat Maghrib tepat waktu**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	30	30,62
<b>2.</b>	Setuju	38	38,77
<b>3.</b>	Kurang Setuju	22	22,44
<b>4.</b>	Tidak Setuju	7	7,14
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	1	1,03
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 8

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju 30 orang (30,62%), yang setuju sebanyak 38 orang (38,77%), yang kurang setuju 22 orang (22,44%), yang tidak setuju sebanyak 7 orang (7,14%), dan yang sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,03%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa melakukan Shalat selalu tepat waktu.

**Tabel IV. 12**

**Distribusi Jawaban responden tentang, ketika sudah Shalat apa merasa tenang**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	31	31,63
<b>2.</b>	Setuju	44	44,89
<b>3.</b>	Kurang Setuju	12	12,24
<b>4.</b>	Tidak Setuju	6	6,13
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	5	5,11
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 9

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju 31 orang (31,63%), yang setuju sebanyak 44 orang (44,89%), yang kurang setuju 12 orang (12,24%), yang tidak setuju sebanyak 6 orang (6,13%), dan yang sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5,11%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden setuju ketika sudah melaksanakan Shalat merasa tenang.

**Tabel IV. 13**

**Distribusi Jawaban responden tentang, rutin melaksanakan Shalat Maghrib**

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>1.</b>	Sangat Setuju	43	43,87
<b>2.</b>	Setuju	43	43,87
<b>3.</b>	Kurang Setuju	7	7,14
<b>4.</b>	Tidak Setuju	3	3,06
<b>5.</b>	Sangat Tidak Setuju	2	2,06
<b>Jumlah</b>		98	100

Sumber: Angket Pertanyaan No. 10

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 98 responden, yang menjawab sangat setuju dan setuju berjumlah sama yaitu masing-masing sebanyak 43 orang (43,87%), yang kurang setuju 7 orang (7,14%), yang tidak setuju sebanyak 3 orang (3,06%), dan yang sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,06%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa siswa/I rutin melaksanakan Shalat Maghrib dimulai dari setuju hingga sangat setuju.

### C. Pembahasan

**Tabel IV. 14**

**Tabulasi Hasil data Variabel X**  
**Pengaruh Media Sosial Facebook**

<b>No Resp</b>	<b>No. Item Instrumen/Angket</b>					<b>Total</b>
	1	2	3	4	5	
1	5	4	5	4	5	23
2	5	4	4	5	5	23
3	4	1	4	5	5	19
4	5	4	2	5	1	17
5	4	3	4	4	4	19
6	3	4	4	5	5	21
7	3	4	4	5	5	21
8	5	4	4	4	4	21
9	5	1	5	5	5	21
10	5	2	3	5	5	20
11	2	5	5	4	2	18
12	3	4	4	3	4	18
13	2	2	4	4	5	17
14	2	4	3	5	4	18
15	2	5	1	4	5	17
16	4	1	2	3	5	15

17	5	1	2	5	2	15
18	2	2	5	3	2	14
19	5	1	4	5	4	19
20	5	4	5	4	4	22
21	4	4	5	5	4	22
22	5	4	5	4	5	23
23	5	5	5	4	5	24
24	4	5	5	4	5	23
25	4	5	5	4	5	23
26	5	4	5	5	5	24
27	5	4	4	4	4	21
28	5	4	5	5	3	22
29	4	5	5	5	5	24
30	4	3	4	3	4	18
31	4	3	4	3	4	18
32	5	2	4	3	4	18
33	5	1	4	5	4	19
34	5	4	3	5	5	22
35	5	5	2	5	5	22
36	5	1	4	5	5	20
37	5	5	3	5	5	23
38	5	1	3	5	4	18

39	5	5	3	5	4	22
40	5	5	4	4	3	21
41	5	5	5	1	5	21
42	4	4	5	5	4	22
43	5	4	5	5	4	23
44	5	4	4	4	4	21
45	5	5	4	4	5	23
46	5	5	5	2	4	21
47	5	4	3	3	3	18
48	5	2	2	2	5	16
49	5	4	4	4	4	21
50	5	4	5	5	4	23
51	5	5	5	4	4	23
52	5	4	4	5	5	23
53	5	5	3	5	4	22
54	5	4	4	4	3	20
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	4	4	5	23
57	5	5	5	4	4	23
58	5	5	5	4	5	24
59	5	5	5	5	3	23
60	5	5	5	5	4	24

61	5	5	5	5	4	24
62	5	4	5	5	5	24
63	5	4	4	5	5	23
64	5	5	5	4	5	24
65	5	5	5	5	4	24
66	5	5	4	5	5	24
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	4	5	5	24
69	5	4	3	4	3	19
70	5	5	4	2	4	20
71	5	5	5	3	4	22
72	5	4	4	4	5	22
73	5	2	1	1	2	11
74	5	5	5	4	4	23
75	5	5	4	4	3	21
76	2	5	4	4	1	16
77	5	4	4	4	4	21
78	2	2	2	3	2	11
79	4	4	4	3	5	20
80	5	4	5	3	5	22
81	5	3	5	4	4	21
82	5	4	4	3	4	20



83	5	3	5	4	3	20
84	5	4	2	2	3	16
85	3	3	2	2	2	12
86	5	5	4	3	4	21
87	3	4	5	4	3	19
88	2	4	4	3	4	17
89	5	4	2	3	5	19
90	5	3	4	3	5	20
91	3	3	5	3	5	19
92	5	3	4	3	2	17
93	5	4	5	5	5	24
94	5	4	4	3	5	21
95	4	4	4	3	4	20
96	5	4	5	5	5	24
97	5	4	4	5	3	21
98	3	4	5	5	4	21
Jumlah						2016

Sumber : Hasil data angket variabel (X)

Berdasarkan tabel diatas, dapat di ketahui bahwa nilai tertinggi responden adalah 25 dan nilai jawaban terendah adalah 11. Nilai-nilai tersebut dipergunakan untuk mengklarifikasi data dengan mencari jarak pengukuran (R) terlebih dahulu.

Adapun nilai R adalah sebagai berikut:

R = Nilai tertinggi – Nilai terendah

$$R = 25 - 10 = 15$$

Setelah jarak pengukuran R diketahui, maka dapat dicari interval (i) dengan rumus sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{\text{Jarak Interval}}$$

$$i = \frac{25}{5}$$

$$i = 5$$

**Tabel IV. 15**

**Distribusi Frekuensi Jawaban Responden**

**Variabel Bebas (X) Pengaruh Film Animasi**

No.	Kategori	Frekuensi	Jumlah	Presentase
1.	Tinggi	21- $\geq$	59	60,2
2.	Sedang	16-20	33	33,67
3.	Rendah	10-15	6	6,12
Jumlah			98	100

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan dari seluruh responden yang menyatakan Pengaruh Film Animasi di Global TV dalam kategori tertinggi yaitu sebanyak 59 orang (60,2), yang menjawab Pengaruh Film Animasi Globalo TV dalam kategori sedang sebanyak 33 orang (33,67) dan rendah sebanyak 6 orang (6,12).

Ini berarti pengaruh media sosial termasuk dalam kategori tertinggi. Hal ini terbukti dari 98 orang responden orang () menjawab pengaruh media sosial Facebook dalam kategori tertinggi di Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan.

**Tabel IV. 16**

**Tabel Hasil dan Variabel Y**

**Aktivitas Shalat Maghrib**

No Resp	No. Item Instrumen/Angket					Total
	1	2	3	4	5	
1.	3	1	2	1	5	12
2.	5	1	2	4	4	16
3.	4	1	4	5	4	18
4.	5	4	5	3	5	22
5.	5	1	3	4	5	18
6.	4	1	3	5	4	17
7.	1	1	3	5	4	13
8.	4	2	3	4	4	17
9.	5	1	5	5	5	21
10.	5	1	2	4	5	17
11.	4	1	2	4	4	15
12.	5	1	2	4	4	16
13.	4	1	1	1	5	12
14.	4	2	5	5	4	20

15.	4	1	2	2	5	14
16.	5	2	5	2	4	18
17.	1	2	4	5	3	15
18.	5	4	5	2	4	20
19.	5	2	5	1	5	18
20.	5	2	4	5	5	21
21.	4	1	4	4	5	18
22.	5	2	4	5	4	20
23.	4	2	3	4	3	16
24.	5	1	3	4	4	17
25.	5	1	3	4	4	17
26.	5	1	4	5	4	19
27.	5	2	3	5	5	20
28.	5	2	3	4	5	19
29.	5	1	3	4	3	16
30.	5	1	3	3	3	15
31.	5	1	3	3	4	16
32.	5	2	4	3	5	19
33.	5	2	4	4	4	19
34.	1	1	5	5	5	17
35.	5	2	3	5	1	16
36.	5	2	3	5	2	17

37.	1	1	5	5	3	15
38.	4	1	2	5	3	15
39.	5	2	5	4	4	20
40.	4	2	4	4	4	18
41.	5	1	2	5	5	18
42.	4	1	4	5	5	19
43.	4	1	4	5	5	19
44.	5	2	4	4	4	19
45.	4	2	4	4	4	18
46.	4	1	5	2	5	17
47.	4	2	3	3	4	16
48.	5	1	5	5	5	21
49.	3	3	4	4	4	18
50.	5	1	5	5	5	21
51.	3	2	4	3	4	16
52.	4	2	5	4	4	19
53.	4	1	3	4	5	17
54.	4	1	4	5	4	18
55.	5	2	4	5	5	21
56.	5	2	4	4	4	19
57.	4	1	3	3	4	15
58.	4	1	3	4	4	16

59.	5	2	3	1	2	13
60.	5	2	5	4	5	21
61.	2	3	5	5	5	20
62.	5	1	5	4	5	20
63.	5	2	5	5	5	22
64.	4	2	4	5	4	19
65.	5	1	5	4	5	20
66.	5	2	5	4	5	21
67.	5	1	4	4	5	19
68.	5	1	5	4	5	20
69.	3	3	4	4	4	18
70.	3	1	5	4	5	18
71.	4	1	5	5	5	20
72.	4	1	5	5	5	20
73.	5	1	5	5	5	21
74.	5	2	4	3	5	19
75.	4	1	5	3	4	18
76.	5	4	5	2	4	20
77.	2	2	4	4	5	17
78.	5	4	3	2	2	16
79.	1	2	5	4	4	16
80.	4	2	4	4	4	18

<b>81.</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>82.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>83.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>15</b>
<b>84.</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>85.</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>16</b>
<b>86.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>87.</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>21</b>
<b>88.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>89.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>16</b>
<b>90.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>91.</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>19</b>
<b>92.</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>19</b>
<b>93.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
<b>94.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>95.</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>20</b>
<b>96.</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>21</b>
<b>97.</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>98.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>17</b>

Sumber : Hasil data angket variabel (X)

Berdasarkan tabel diatas, dapat di ketahui bahwa nilai tertinggi responden adalah 22 dan nilai jawaban terendah adalah 12. Nilai-nilai tersebut dipergunakan untuk mengklarifikasi data dengan mencari jarak pengukuran (R) terlebih dahulu.

Adapun nilai R adalah sebagai berikut:

R = Nilai tertinggi – Nilai terendah

$$R = 22 - 12 = 10$$

Setelah jarak pengukuran R diketahui, maka dapat dicari interval (i) dengan rumus sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{\text{Jarak Interval}}$$

$$i = \frac{10}{5}$$

$$i = 2$$

Sesudah lebar interval diketahui maka jarak tersebut dapat digunakan untuk membatasi kategori jawaban responden seperti tinggi, sedang, rendah

**Tabel IV. 17**

**Distribusi Frekuensi jawaban Responden terhadap Variabel (Y) Aktifitas  
Shalat Maghrib**

No.	Kategori	Frekuensi	Jumlah	Presentase
1.	Tinggi	18- ≥	60	61,22
2.	Sedang	15-17	32	32,65
3.	Rendah	12-14	6	6,12
Jumlah			98	100



Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan dari seluruh responden yang menyatakan Aktifitas Shalat Maghrib dalam kategori tertinggi yaitu sebanyak orang 60(61,22%), yang menjawab Aktifitas Shalat Maghrib dalam kategori sedang 32 orang (32,65%) dan rendah jumlahnya sebanyak 6 orang (6,12%).

Ini berarti Aktifitas Shalat Maghrib termasuk dalam kategori tertinggi. Hal ini terbukti dari 98 orang responden 60 orang (61,22%) menjawab Aktifitas Shalat Maghrib dalam kategori tertinggi di Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan.

**Tabel IV. 18**

**Perhitungan nilai Variabel (X) dan Variabel (Y) untuk analisis korelasi**

**Product Moment**

No.	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1.	23	12	529	144	276
2.	23	16	529	256	368
3.	19	18	361	324	342
4.	17	22	289	484	374
5.	19	18	361	324	342
6.	21	17	441	289	357
7.	21	13	441	169	273
8.	21	17	441	289	357
9.	20	21	400	441	420
10.	20	17	400	289	340
11.	18	15	324	225	270

<b>12.</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>324</b>	<b>256</b>	<b>288</b>
<b>13.</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>289</b>	<b>144</b>	<b>204</b>
<b>14.</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>324</b>	<b>400</b>	<b>360</b>
<b>15.</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>289</b>	<b>196</b>	<b>238</b>
<b>16.</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>225</b>	<b>324</b>	<b>270</b>
<b>17.</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>225</b>
<b>18.</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>196</b>	<b>400</b>	<b>280</b>
<b>19.</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>361</b>	<b>324</b>	<b>342</b>
<b>20.</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>484</b>	<b>441</b>	<b>462</b>
<b>21.</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>484</b>	<b>324</b>	<b>396</b>
<b>22.</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>529</b>	<b>400</b>	<b>460</b>
<b>23.</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>576</b>	<b>256</b>	<b>384</b>
<b>24.</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>529</b>	<b>289</b>	<b>391</b>
<b>25.</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>529</b>	<b>289</b>	<b>391</b>
<b>26.</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>576</b>	<b>361</b>	<b>456</b>
<b>27.</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>441</b>	<b>400</b>	<b>420</b>
<b>28.</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>484</b>	<b>361</b>	<b>418</b>
<b>29.</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>576</b>	<b>256</b>	<b>384</b>
<b>30.</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>324</b>	<b>225</b>	<b>270</b>
<b>31.</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>324</b>	<b>256</b>	<b>288</b>
<b>32.</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>324</b>	<b>361</b>	<b>342</b>
<b>33.</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>361</b>	<b>361</b>	<b>361</b>

<b>34.</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>484</b>	<b>289</b>	<b>374</b>
<b>35.</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>484</b>	<b>256</b>	<b>352</b>
<b>36.</b>	<b>20</b>	<b>17</b>	<b>400</b>	<b>289</b>	<b>340</b>
<b>37.</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>529</b>	<b>225</b>	<b>345</b>
<b>38.</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>324</b>	<b>225</b>	<b>270</b>
<b>39.</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>484</b>	<b>400</b>	<b>440</b>
<b>40.</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>441</b>	<b>324</b>	<b>378</b>
<b>41.</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>441</b>	<b>324</b>	<b>378</b>
<b>42.</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>484</b>	<b>361</b>	<b>418</b>
<b>43.</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>523</b>	<b>361</b>	<b>437</b>
<b>44.</b>	<b>21</b>	<b>19</b>	<b>441</b>	<b>361</b>	<b>399</b>
<b>45.</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>529</b>	<b>324</b>	<b>414</b>
<b>46.</b>	<b>21</b>	<b>17</b>	<b>441</b>	<b>289</b>	<b>357</b>
<b>47.</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>324</b>	<b>256</b>	<b>288</b>
<b>48.</b>	<b>16</b>	<b>21</b>	<b>256</b>	<b>441</b>	<b>336</b>
<b>49.</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>441</b>	<b>324</b>	<b>378</b>
<b>50.</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>529</b>	<b>441</b>	<b>483</b>
<b>51.</b>	<b>23</b>	<b>16</b>	<b>529</b>	<b>256</b>	<b>368</b>
<b>52.</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>529</b>	<b>361</b>	<b>437</b>
<b>53.</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>484</b>	<b>289</b>	<b>374</b>
<b>54.</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>400</b>	<b>324</b>	<b>360</b>
<b>55.</b>	<b>25</b>	<b>21</b>	<b>625</b>	<b>441</b>	<b>525</b>

<b>56.</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>529</b>	<b>361</b>	<b>437</b>
<b>57.</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>529</b>	<b>225</b>	<b>345</b>
<b>58.</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>576</b>	<b>256</b>	<b>384</b>
<b>59.</b>	<b>23</b>	<b>13</b>	<b>529</b>	<b>169</b>	<b>299</b>
<b>60.</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>576</b>	<b>441</b>	<b>504</b>
<b>61.</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>576</b>	<b>400</b>	<b>480</b>
<b>62.</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>576</b>	<b>400</b>	<b>480</b>
<b>63.</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>529</b>	<b>484</b>	<b>506</b>
<b>64.</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>576</b>	<b>361</b>	<b>456</b>
<b>65.</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>576</b>	<b>400</b>	<b>480</b>
<b>66.</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>576</b>	<b>441</b>	<b>504</b>
<b>67.</b>	<b>25</b>	<b>19</b>	<b>625</b>	<b>361</b>	<b>475</b>
<b>68.</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>576</b>	<b>400</b>	<b>480</b>
<b>69.</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>361</b>	<b>324</b>	<b>342</b>
<b>70.</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>400</b>	<b>324</b>	<b>360</b>
<b>71.</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>484</b>	<b>400</b>	<b>440</b>
<b>72.</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>484</b>	<b>400</b>	<b>440</b>
<b>73.</b>	<b>11</b>	<b>21</b>	<b>121</b>	<b>441</b>	<b>231</b>
<b>74.</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>529</b>	<b>361</b>	<b>437</b>
<b>75.</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>441</b>	<b>324</b>	<b>378</b>
<b>76.</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>256</b>	<b>400</b>	<b>320</b>
<b>77.</b>	<b>21</b>	<b>17</b>	<b>441</b>	<b>289</b>	<b>357</b>

78.	11	16	121	256	176
79.	20	16	400	256	320
80.	22	18	484	324	396
81.	21	18	441	324	378
82.	20	18	400	324	360
83.	20	15	400	225	300
84.	16	17	256	289	272
85.	12	16	144	256	192
86.	21	18	441	324	378
87.	19	21	361	441	399
88.	17	18	289	324	306
89.	19	16	361	256	304
90.	20	18	400	324	360
91.	19	19	361	361	361
92.	17	19	289	361	323
93.	24	14	576	196	336
94.	21	18	441	324	378
95.	20	20	400	400	400
96.	24	21	576	441	504
97.	21	18	441	324	378
98.	21	17	441	289	357
	<b>ΣX 2015</b>	<b>ΣY 1753</b>	<b>ΣX<sup>2</sup> 42301</b>	<b>ΣY<sup>2</sup> 31825</b>	<b>ΣXY 36113</b>

Dari perolehan tabel diatas, maka data – data yang ada dimasukkan dalam rumus korelasi product moment.

### 1. Korelasi Product Moment

Mengetahui ada tidaknya Pengaruh Tayangan Film Animasi di Global TV Terhadap Aktivitas Shalat Maghrib di Lingkungan Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan, yang sekaligus menguji kebenaran Hipotesis yang di ajukan oleh peneliti, maka digunakan rumus korelasi product moment, yaitu:

$$n : 98$$

$$\sum X : 2015$$

$$\sum Y : 1753$$

$$\sum X^2 : 42301$$

$$\sum Y^2 : 31825$$

$$\sum XY : 36113$$

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{98 \times 36113 - (2015)(1753)}{\sqrt{(98 \times 42301 - (2015)^2)(98 \times 31825 - (1753)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{3539074 - 3532295}{\sqrt{(4145498 - 4060225)(3118850 - 3073009)}}$$

$$r_{xy} = \frac{6779}{\sqrt{(85273)(45841)}}$$

$$r_{xy} = \frac{6779}{\sqrt{3908999593}}$$

$$r_{xy} = \frac{6779}{62521,9928}$$

$$r_{xy} = 0,1084$$

Berdasarkan hitungan diatas, diperoleh r hitung sebesar 0,495, ini menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel X dan variabel Y, maka digunakan dengan pedoman koefisien korelasi. Dengan membandingkan nilai  $r_{xy}$  hitung lebih besar dari r tabel dengan  $n=98$  yaitu  $r_{xy}$  hitung hitung  $0,1084 < r_{xy}$  0,198. Ini menunjukkan adanya pengaruh hubungan antara variabel X (pengaruh media sosial facebook) terhadap variabel Y (Interaksi Sosial). Disamping itu untuk mengukur dan mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y maka digunakan tabel interpretasi koefisien product moment sebagai berikut:

**Tabel IV. 19**

**Pedoman untuk memberikan interpretasi Koefisien Korelasi**

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,800 – 1,00	Tinggi
2	0,600 – 0,800	Cukup
3	0,400 – 0,600	Agak Rendah
4	0,200 – 0,400	Rendah
5	0,000 – 0,200	Sangat Rendah (Tidak Berkorelasi)

Sumber: Arikunto (2013: 319)

Berdasarkan hubungan diatas dapat dilihat korelasi antara variabel bebas (X) pengaruh tayangan film animasi di Global TV dan variabel terikatnya (Y) aktifitas shalat Maghrib berada pada tingkat interpretasi sangat rendah, yaitu 0,000-0-200. Jadi terdapat hubungan yang sangat rendah antara variabel X (pengaruh film animasi di Global TV) terhadap variabel Y (aktifitas shalat Maghrib). Dengan demikian Media Sosial Facebook berpengaruh pada Interaksi Sosial.

Jadi Hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya dimana  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**2. Uji Signifikan**

Selanjutnya untuk menguji tingkat signifikan hubungan antara kedua variabel tersebut dilakukan dengan “uji t” yaitu:



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

$$t = \frac{0,1084 \times 9,797}{0,989}$$

$$t = \frac{0,1084\sqrt{98-2}}{\sqrt{1-0,1084^2}}$$

$$t = \frac{10,619}{0,994}$$

$$t = \frac{0,1084\sqrt{96}}{\sqrt{1-0,011}}$$

$$t = 10,683$$

Pada taraf signifikan 5% dan derajat kebebasan  $dk = n-2$  maka dapat di uji hipotesis penelitian dan signifikasi hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Dalam daftar distribusi t (terlampirkan) pada taraf 5% (0,05) dan  $dk = 98$  diketahui  $r$  tabel = dengan ketentuan.

Dalam daftar tabel distribusi t (terlampirkan) pada taraf 5% (0,05) dengan  $dk = 98$  di ketahui  $r$  tabel = 0,198 sedangkan dalam perhitungan t hitung yang di peroleh 10,683 dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung lebih besar dari r tabel ( $10,683 > 0,198$ ), maka  $H_a$  di terima artinya ada pengaruh film animasi di Global TV terhadap aktifitas ibadah shalat Maghrib di lingkungan Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan.

### 3. Uji Determinasi

Kegunaan dari uji determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase (%) pengaruh variabel bebas (X) pengaruh media sosial Facebook terhadap variabel terikat (Y) interaksi sosial. Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya  $r_{xy} = 0,495$ . Adapun rumus yang di gunakan adalah:

$$D = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

$$D = (0,1084)^2 \times 100\%$$

$$D = 0,011 \times 100\%$$

#### 4. Uji Regresi Linier

Kegunaan dari uji regresi linier adalah untuk menentukan pengaruh perubahan variabel bebas (X) media sosial facebook terhadap variabel terikat (Y) interaksi sosial yang secara teoritis terdapat hubungan fungsional. Oleh karena itu digunakan rumus regresi linier sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$\alpha = \frac{(1753)(42301) - (2015)(36113)}{98 \times 42301 - (2015)^2}$$

$$\alpha = \frac{74153653 - 72767695}{4145498 - 4060225}$$

$$\alpha = \frac{1385958}{85273}$$

$$\alpha = 16,25$$

Dan selanjutnya adalah mencari nilai b dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{(n \sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(98 \times 36113) - (2015)(1753)}{98 \times 42301 - (2015)^2}$$

$$b = \frac{(3539074) - (3532295)}{4145498 - 4060225}$$

$$b = \frac{6779}{85273}$$

$$b = 0,079$$

Dari nilai a dan b di ketahui yaitu 16,25 dan 0,079 maka persamaan matematis regresi linier variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 16,5 + 0,079(x)$$

Berdasarkan distribusi nilai jawaban responden di ketahui nilai tertinggi variabel bebas (X) adalah 25 dan terendah adalah 10 dengan demikian kecenderungan variabel y dapat diketahui dengan cara sebagai berikut :

Variabel (X) nilai tertinggi:

$$Y = 16,5 + 0,079(x)$$

$$Y = 16,5 + 0,079(25)$$

$$Y = 18,475$$

Variabel (X) nilai terendah

$$Y = 16,5 + 0,079(x)$$

$$Y = 16,5 + 0,079(10)$$

$$Y = 17,29$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh hasil regresi linier nilai variabel bebas tingkat maksimum (25) adalah 18,475 nilai minimumnya (10) adalah 17,29 ini berarti mengalami kenaikan sebesar 1,185

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya serta analisis data, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “Peengaruh Tayangan Film Animasi di Gllobal TV terhadap Aktivitas Shalat Maghrib di Lingkungan Madrasah Al Ikhlas Taqwa “ adalah sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis yang diperoleh menunjukkan bahwa yang diajukan di terima kebenarannya. Hal ini dikarenakan setelah melakukan perhitungan statistic dengan menggunakan rumus korelasi product moment menunjukkan nilai  $r_{xy}$  lebih besar dari r tabel terdapat pengaruh hubungan antara variabel X (Media Sosial Facebook) terhadap variabel Y (Interaksi Sosial) tetapi dengan hubungan yang sedang. Dari hasil perhitungan analisis determinasi dimana  $D=1,1\%$  sisanya  $98,9\%$  yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas dan variabel terikat berada di tingkat rendah. Dan hasil regresi X dan Y mengalami kenaikan. Sehingga dari percobaan hasil uji hipotesis diatas diperoleh pengaruh variabel X (Media Sosial Facebook) terhadap Variabel Y (Interaksi Sosial) berada pada hubungan yang rendah.

2. Dapat diketahui bahwa Pengaruh Tayangan Film Animasi di Madrasah Al-Ikhlas Taqwa Medan tidak berpengaruh kepada Siswa/I Aktivitas Shalat Maghrib di Madrasah Al-Ikhlas Taqwa.
3. Pengaruh yang terdapat cukup signifikan antara tayangan film animasi dan ibadah shalat Maghrib, dimana dari hasil analisis data terlihat bahwa pengaruh tayangan film animasi terhadap aktivitas shalat Maghrib berada pada hubungan rendah

#### **B. Saran-Saran**

Dengan hasil penelitian yang telah disimpulkan maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi siswa/I diharapkan jangan sampai menunda shalat Maghrib walaupun sedang asyik menonton film animasi .
2. Untuk para orang tua selalu mengingatkan kepada anak-anaknya untuk melakukan shalat, dan kepada orang tua ajaklah anaknya untuk shalat berjama'ah di Masjid agar anak tidak menunda shalatnya
3. Untuk orang tua agar menasehati kepada anaknya untuk tidak menunda-nunda shalatnya kalau bisa di matikan TV agar shalat.
4. Diharapkan adanya penelitian selanjutnya dengan membahas permasalahan yang lebih luas mengenai penelitian ini.

## Daftar Pustaka

Ali al-Junbulati, *Perbandingan Pendidikan Islam*, terj. M.Arifin, (Jakarta:Rineka Cipta,1994).

Ardianto, Elvinaro. 2014. *Komunikasi Massa (Edisi Revisi)*.Bandung: SimbiosisRekatama Media

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi komunikasi*. Jakarta :Kencana Prenada Media Grup.

Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Maksum,Madrasah; *Sejarah dan Perkembangannya* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu,1999).

Mulyana.Deddy. 2007. *Suatu pengantar ilmu komunikasi* Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Nawawi. Hadari. 2005 *Metode Penelitian Bidang Sosial*.Yogyakarta :GadjahMada. University Press.

Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers

Philip. K.Hitti, *History of The Arabs*, terj. Cecep Lukman Hakim &Dedi Slamet Riyadi( Jakarta:Serambi Ilmu Semesta,2008).

Soekonto, Soeryono, 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Press

Soeratno, 2010. *Metode penelitian public relation dan komunikasi*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

Subiakto, Henry & Ida, Rachmah. 2012. *Komunikasi Politik, Media, & Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Wiryanto. 2004. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo

Internet :

(<http://kuliahkomunikasi.com/?p=23>) di akses 20-3-2017

(<http://soddis.blogspot.com/2013/08/pengertian-aktivitas-menurutparaahli/?p=23>)  
di akses 25-3-2017

(<http://abudaud2010.blogspot.com/2010/07/intensitas-menonton-televisi-1>) di  
akses 28-3-2017





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mulyadi Barot No. 3 Medan 20228 Telp. (061) 86224507 - (061) 8610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 8625474  
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id  
 Bank : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
 JUDUL SKRIPSI**

Medan, .....20.....

Kepada Yth.  
 Bapak Ketua Jurusan .....  
 FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : IMAM MAULANA  
 NPM : 1203110110  
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
 Tabungan sks : 174 sks, IP Kumulatif ... 2,96

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	PENGARUH TAYANGAN FILM ANIMASI di Global TV Terhadap AKTIVITAS Ibadah Shalat Maghrib orang di lingkungan Sekolah menengah Al-ikhlas Taawa Medan.	<i>ACE 10/5-16</i> <i>[Signature]</i>
2	ANALISIS ISI Pesan Persahabatan Dalam Film (Studi pada film Zumi).	<i>[Signature]</i>
3	PERSEPSI Mahasiswa Tentang Format Tayangan Reality Show "ini Talkshow" di NET TV (Studi pada mahasiswa Asosiasi Komunikasi Angkatan 2012 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)	<i>[Signature]</i>

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang disahkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti lunas uang SPP tahap berjalan;\*)

Demikianlah permohonan saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak, saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan:  
 Diteruskan kepada Dekan untuk  
 Penetapan judul dan pembimbing.

Medan, tgl. 10-5-2016

Pemohon,

*[Signature]*

Imam Maulana

Ketua  
*[Signature]*

(.....)

49

PB I : Nurhasanah

PB II : M. Thoriq

\*) dilampirkan setelah judul ditandatangani oleh Ketua Jurusan.



UIN  
UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
SUMATERA UTARA  
Dinamika, Cerdas, Berprestasi  
Dinamika, Cerdas, Berprestasi  
Dinamika, Cerdas, Berprestasi

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 49 /SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2016**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **18 Mei 2016** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **IMAM MAULANA**  
N P M : 1203110110  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII ( Delapan ) Tahun Akademik 2015 / 2016  
Judul Skripsi : **PENGARUH TAYANGAN FILM ANIMASI DI  
GLOBALTV TERHADAP AKTIVITAS IBADAH  
SHOLAT MAGHRIB ANAK DI LINGKUNGAN  
SEKOLAH MADRASAH AL IKHLAS TAQWA  
MEDAN.**

Pembimbing I : Nurhasanah Nasution., S.Sos.,M.I.Kom.

Pembimbing II : Mhd Tharig., S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 tanggal 5 Shafar 1424 H / 7 April 2003 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa kadaluarsa tanggal 18 Mei 2017 .**

Ditetapkan di Medan

Pada Tanggal, 14 Sya'ban 1437 H

21 Mei 2016M

Dekan



**RUDIANTO, S.Sos.,M.Si.**

Tembusan :



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Baer No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 98224567 - (061) 6010450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6025474  
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
 Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut.

*Enggak Cerdas & Sayang*  
 Kita menghormati Allah, Kita hormati Orang-orang,  
 Kita hormati Diri Kita Sendiri

Sk-3

**PERMOHONAN**  
**SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth. Medan, .....20....  
**Bapak Dekan FISIP UMSU**  
 di  
 Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Imam MAULANA  
 N P M : 1203110110  
 Jurusan : IKO (HUMAS)


mengajukan permohonan mengikuti seminar proposal skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. .... /SK/IL3-AU/UMSU-03/F/20..... tanggal .....

dengan judul sebagai berikut :  
Pengaruh Tayangan Film Animasi Di GLOBAL TV Terhadap  
AKTIVITAS IBADAH Sholat maghrib Anak Di lingkungan Sekolah  
MADRASAH AL- IZHAR TAGUA MEDAN.

Bersama permohonan ini turut saya lampirkan foto copy :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK-1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda bukti lunas biaya seminar proposal skripsi;
7. Proposal skripsi yang telah disahkan oleh kedua pembimbing (rangkap 5).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Mengetujui :  
 Pembimbing I  
  
NURHASANAH NASUTION S.Sos. M.Ikom

Pemohon,  
  
Imam Maulana

Pembimbing II  


**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 166 /UNDDII.3-AU/UMSU-03/F/2017

Program studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Rabu, 19 Juli 2017  
 Waktu : 10.00 s/d selesai  
 Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU  
 Pembina Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.Likom

Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggap	Pembimbing I & II	Judul Proposal Skripsi
MAM MAULANA	1203110110	1 ELVITA YENNI, SS, M.Hum 2 MUHAMMAD THARIQ, M.Likom	1 NURHASANAH NASUTION, M.Likom 2 MUHAMMAD THARIQ, M.Likom	PENGARUH TAYANGAN FILM ANIMASI DI GLOBAL TV TERHADAP AKTIVITAS BADAH SHALAT MAHRAB DI LINGKUNGAN MADRASAH AL-IRHLAS TAQWA MEDAN
JATIA	1303110132	1 MUHAMMAD THARIQ, M.Likom	1 RIBUT PRADI, S.Sos, M.Likom 2 MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.Likom	PENERAPAN KEBEBASAN PERS OLEH WARTAWAN DI KOTA MEDAN
IAMBANG IRAWAN	1303110199	1 MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.Likom	1 YAN HENDRA, M.Si, Dr. 2 ELVITA YENNI, SS, M.Hum	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI VERBAL GURU KOMPUTER DALAM PROSES PEMBELAJARAN DI SMA KESATRIA MEDAN

Medan, 24 Syawal 1438 H  
 18 Juli 2017 M  
 Dekan,  
  
 Drs. Tasrif Syam, M.Si





UIN  
 Cerdas dan Tangguh  
 Kita menajam nalar di luar batas-batas  
 ilmu dan tanggapnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 9624567 - (061) 9610450 Ext. 209-201 Fax. (061) 9625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Imam Maulana  
 NPM : 1203110110  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : Pengaruh Film Animasi Di Global TV Terhadap Attitudes  
 Terhadap Chat maghrib Di lingkungan Madrasah Al-Ikhlas  
 Tabua Medan

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	1-4-2017	Bimbingan Bab I, B, D	
2.	3-6-2017	Periksaan /ACC BAB I, II, III	
3.	11-6-2017	Bimbingan Pembacaan dasar ANGKET	
4.	13-4-2017	Periksaan dan ACC daftar ANGKET	
5.	16-4-2017	Bimbingan BAB IV, V, ABSTRAK	
6.	18-7-2017	Revisi Bab IV, V	
7.	2-10-2017	Periksaan Bab IV dan V	
8.	7-10-2017	ACC SKRIPSI	

Medan, .....20.....

Dekan,  
  
 (Drs. TASRIFF SYAM, M.Si)

Ketua Program Studi,  
  
 Nurhannah ANWAR, S.Sos, M.Kom

Pembimbing ke :  
  
 Muhammad THARIS, S.Sos, M.Kom





Original Center of Excellence  
 Bisa menjawab surat in apa disertai foto nomor dan lampiran

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 2 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektro@umsu.ac.id](mailto:rektro@umsu.ac.id)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : IMAM MAULANA  
 N P M : 1203110110  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi (HUMAS)  
 Judul Skripsi : PENYARAFAN FILM ANIMASI DI GLOBAL TV TERHADAP  
 AKTIVITAS ISYAH SHALAT MAGHRIB DI LINGKUNGAN MADRASAH  
 AL-IBRAHIMIA TAOLA MEDAN

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	5-3-2017	Bimbingan BAB I, II, III	[Signature]
2.	7-3-2017	Pemeriksaan /ACC Bab I II III	
3.	6-4-2017	Bimbingan Pembacaan daftar Angket	
4.	2-4-2018	Pemeriksaan dan ACC daftar Angket	
5.	10-4-2017	Bimbingan Bab IV, V, Abstrak	
6.	15-6-2017	Revisi bab IV, V	
7.	29-9-2017	Pemeriksaan bab VI, dan VII	
8			

Medan, .....20.....

Dekan,  
  
 (Dr. TASRIEF SYAM, M.Si)

Ketua Program Studi,  
  
 Nur Hasanah, M.Si, S.Pd, M.Pd

Pembimbing ke : 1  
  
 Nurhasanah, M.Si, S.Pd, M.Pd



UIN  
Sumatera Utara  
Bila menawat surah in agar melakukan  
honor dan langgananya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : 49 / KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2017 Medan, 30 Syawal 1438 H  
Lampiran : -,- 24 Juli 2017 M  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Kepada : Yth, Ibu Kepala Sekolah  
Madrasah AL- Ikhlas Taqwa  
Medan  
di -  
Tempat

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu ( S1 ), kami mohon kiranya Bapak / Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : IMAM MAULANA  
N P M : 1203110110  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : X (Sepuluh) Tahun Akademik 2016 / 2017  
Judul Skripsi : PENGARUH TAYANGAN FILM ANIMASI DI  
GLOBAL TV TERHADAP AKTIVITAS IBADAH  
SHOLAT MAGRIB ANAK DI LINGKUNGAN  
SEKOLAH MADRASAH AL IKHLAS TAQWA  
MEDAN.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dekan  
Drs. TASRIF SYAM, M.Si



# MADRASAH AL-IKHLAS TAQWA

## MADRASAH DINIYAH TAKMILIYAH AWALIYAH

JL. MEDAN AREA SELATAN GG. PISANG NO. 2

TEL. (061) 7365605 - MEDAN 20216

Nomor : 01 / L.2.a / S. Ket - VIII / 2017  
Lamp : -  
Hal : balasan

Medan, 19 Dzul Qaidah 1438 H  
12 Agustus 2017 M

Kepada Yth :  
Bapak Dekan  
Fakultas ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Di  
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Allah Swt senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktifitas sehari-hari, Aamin.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HERLINA SITEPU  
Jabatan : Kepala MDTA Al - Ikhlash Taqwa  
Alamat : Jln. Medan Area Selatan Gg. Pisang No. 2

Mencantumkan bahwa :

Nama : IMAM MAULANA  
NPM : 1703110110

Telah kami setuju untuk melaksanakan Penelitian di Madrasah Al-Ikhlash Taqwa sebagai syarat Penyusunan Skripsi yang berjudul : PENGARUH TAYANGAN FILM ANIMASI DI GLOBAL TV TERHADAP AKTIVITAS IBADAH SHOLAT MAGRIB ANAK DILINGKUNGAN SEKOLAH MADRASAH AL-IKHLASH TAQWA MEDAN.

Demikianlah hal ini disampaikan untuk dapat di pgunakan seperlunya .

Kepala MDTA Al - Ikhlash Taqwa  
  
HERLINA SITEPU





# MADRASAH AL-IKHLAS TAQWA

## MADRASAH DINIYAH TAKMILIAH AWALIAH

JL. MEDAN AREA SELATAN GG. PISANG NO. 2

TEL. (061) 7365605 - MEDAN 20216

Nomor : 01 / I.2.a / S. Ket. -VIII / 2017  
Lamp : -  
Hal : balasan

Medan, 19 Dzul Qaidah 1438 H  
12 Agustus 2017 M

Kepada Yth :  
Bapak Dekan  
Fakultas ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Di  
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Allah Swt senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktifitas sehari-hari, Aamiin.

Yang berkaitan dengan surat ini :

Nama : HERLINA SITEPU  
Jabatan : Kepala MTsTA Al - Ikhlash Taqwa  
Alamat : Jln. Medan Area Selatan Gg. Pisang No. 2

Mengucapkan bahwa :

Nama : IMAM MAULANA  
NPM : 1703110110

Telah kami setuju untuk melaksanakan Penelitian di Madrasah Al-Ikhlash Taqwa sebagai syarat Penyusunan Skripsi yang berjudul : PENGARUH TAYANGAN FILM ANIMASI DI GLOBAL TV TERHADAP AKTIVITAS IBADAH SHOLAT MAGRIB ANAK DILINGKUNGAN SEKOLAH MADRASAH AL-IKHLASH TAQWA MEDAN.

Demikianlah hal ini disampaikan untuk dapat di gunakan seperlunya .

MADRASAH AL - Ikhlash Taqwa  
  
HERLINA SITEPU