DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN PENULIS ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN TESIS ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **xiv**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xix**
DAFTAR TABEL ..... **xx**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Perumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 10
D. Kegunaan Penelitian 10
E. Batasan Masalah dan Definisi Operasional 11
F. Kerangka Pemikiran 13
G. Hipotesis 15
BAB II KAJIAN PUSTAKA **17**
A. Konsep Penelitian 17
1. Literasi Media Terhadap Sikap Kritis 17
2. Konten Dakwah di Instagram 32
B. Teori-teori yang Digunakan 38
1. *Media Literacy Theory* 38
2. Critical Thinking Theory 42
3. Digital Religious Theory 45
C. Hasil Penelitian Terdahulu 47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **57**
A. Paradigma Penelitian 57
B. Pendekatan Penelitian 60

C. Metode Penelitian 60
D. Jenis Penelitian 61
E. Sumber Data Penelitian 62
F. Populasi dan Sampel Penelitian 64
G. Teknik Pengumpilan Data 66
H. Uji Coba Instrumen Penelitian 77
I. Analisis Data 83
J. Lokasi dan Waktu Penelitian 92
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 94
A. Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian 94
B. Deskripsi Data 131
C. Hasil 157
1. Tingkat Literasi Media Santri dalam Kenyikapi Konten Dakwah di Instagrm 157
2. Tingkat Sikap Kritis Santri dalam Menyikapi Konten Dakwah di Instagram 164
3. Pengaruh Literasi Media Terhadap Sikap Kritis Santri Pondok Pesantren Mahasiswa dalam Menyikapi Konten Dakwah di Instagram 170
D. Pembahasan Hasil Penelitian 176
1. Tingkat Literasi Media Santri Pondok Pesantren Mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung dalam Menyikapi Konten Dakwah di Instagram 176
2. Tingkat Sikap Kritis Santri Pondok Pesantren Mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung dalam Menyikapi Konten Dakwah di Instagram 195
3. Pengaruh Literasi Media Terhadap Sikap Kritis Santri dalam Menyikapi Konten Dakwah di Instagram 213
BAB V PENUTUP 219
A. Kesimpulan 219
B. Saran 219

DAFTAR PUSTAKA 222
LAMPIRAN 228

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur kerangka berpikir (Sumber: Dokumen Pribadi)..... 15
Gambar 2. Rumus Product Moment Correlation 78
Gambar 3. Nilai-Nilai r Product Moment 79
Gambar 4. Cronbach Alpha..... 82
Gambar 5. Rumus Rata-rata (Mean) 84
Gambar 6. Rumus Persentase Nilai Rata-rata (Mean) 84
Gambar 7. Rumus Standar Deviasi 85
Gambar 8. Pondok Pesantrn Mahasiswa Al-Musyahadah 96
Gambar 9. Pondok Pesantren Mahasiswa Universal..... 97
Gambar 10. Diagram Persentase Jenis Kelamin Responden 124
Gambar 11. Diagram Persentase Usia Responden..... 125
Gambar 12. Diagram Persentase Asal Pesantren 125
Gambar 13. Diagram Asal Perguruan Tinggi 126
Gambar 14. Diagram Persentase Tingkat Semester..... 127
Gambar 15. Diagram Persentase Frekuensi Lama Menjadi Santri 128
Gambar 16. Diagram Persentase Kepemilikan Instagram 129
Gambar 17. Diagram Persentase Durasi Penggunaan Instagram..... 129
Gambar 18. Diagram Persentase Frekuensi Penggunaan Instagram..... 130
Gambar 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot 173

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Transliterasi Konsonan vi
Tabel 2 Transliteasi Vokal Tunggal..... viii
Tabel 3 Transliterasi Vokal Rangkap viii
Tabel 4 Transliterasi Maddah ix
Tabel 5 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Penulis..... 51
Tabel 6. Jumlah Keseluruhan Tiap Pesantren Mahasiswa..... 64
Tabel 7 Operasional Variabel (Sumber: Data Pribadi)..... 70
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Item Instrumen X..... 80
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Item Instrumen Y..... 81
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X..... 82
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y..... 83
Tabel 12. Tingkat Kategorisasi Sikap Kritis mahasiswa dalam menyikapi Konten Dakwah di Instagram..... 85
Tabel 13. Tingkat Hubungan Antar Variabel 91
Tabel 14. Rencana Jadwal Penelitian..... 93
Tabel 11. Karakteristik Responden..... 116
Tabel 16. Aspek Kuesioner Pengaruh Literasi Media 132
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel X..... 133
Tabel 18. Kriteria Kategori Kuesioner Pengaruh Literasi Media..... 140
Tabel 19. Nilai Rata-rata Variabel X..... 141
Tabel 20. Aspek Kuesioner Sikap Kritis Santri dalam Menyikapi Konten Dakwah di Instagram..... 142
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Y..... 142
Tabel 22. Kriteria Kategori Kuesioner Sikap Kritis Santri dalam Menyikapi Konten Dakwah di Instagram..... 155
Tabel 23. Rata-rata Variabel Y 156
Tabel 24. Nilai Rata-rata Variabel X..... 158
Tabel 25. Tingkat Literasi Media Santri Pondok Pesantren Mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung..... 159
Tabel 26. Rata-rata Variabel Y 165
Tabel 27. Tingkat Sikap Kritis Santri Pondok Pesantren Mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung..... 166

Tabel 28. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov 171
Tabel 29. Hasil Uji Linearitas 172
Tabel 30. Hasil Uji t Pengaruh X terhadap Y 174
Tabel 31. Hasil Uji R^2 Pengaruh X terhadap Y 176