

ABSTRAK

Ade Ainur Rohmah: Pengaruh Kredibilitas Mubaligh Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda Dalam Menonton Kajian Islam di Youtube Caknun.Com (Studi Kausalitas Pada Subscriber Youtube Caknun.Com).

Mubaligh diibaratkan motor penggerak yang menjadi ujung tombak suksesnya kegiatan *Tabligh*. Kepercayaan *muballagh* kepada *mubaligh* menjadi hal yang penting dalam tersampainya pesan *tabligh*. Saat ini Youtube merupakan media yang bisa digunakan sebagai media *Tabligh*, hal ini dikarenakan Youtube merupakan platform yang banyak digandrungi khususnya pemuda. Banyak diantara pemuda yang memilih untuk menghindari konten *Tabligh* dikarenakan *Mubaligh* yang tidak mengikuti perkembangan zaman, mudah menghakimi tanpa memberikan solusi, tidak *relate* dengan kehidupan dan dipandang kurang kredibel sehingga tidak adanya ketertarikan untuk menonton kajian Islam. Dengan begitu penting bagi seorang *Mubaligh* memiliki kredibilitas yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas *Mubaligh* Muhammad Ainun Nadjib dalam hal: keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma, terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam di Youtube Caknun.com. Paradigma penelitian yang digunakan adalah positivistik dengan metode kuantitatif dan teknik metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel penelitian ini adalah 30 orang responden yang ditentukan dengan rumus Maholtra. Teknik analisis hasil data yang digunakan adalah teknik analisis uji regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 24.

Berdasarkan dari hasil analisis terhadap 40 responden diperoleh hasil atau nilai untuk variabel kredibilitas *Mubaligh* (X) sebesar 84% yang dapat dikategorikan sangat tinggi atau sangat baik, dan nilai untuk variabel minat pemuda (Y) sebesar 81% yang dapat dikategorikan tinggi atau baik. Penelitian ini menghasilkan persamaan regresi $Y = -1.108 + 0.565 X$, dengan *output* tabel Anova dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian melalui uji regresi linier sederhana menjelaskan bahwa antara variabel X dan variabel Y terdapat pengaruh yang positif dengan besar nilai koefisien determinasi sebesar 0,565 atau sama dengan 56,5%, yang dapat diartikan bahwa kredibilitas *Mubaligh* memengaruhi minat pemuda dalam menonton kajian Islam 56,5% sedangkan 43,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian regresi dapat diambil kesimpulan bahwa kredibilitas *Mubaligh* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam. Pengaruh kredibilitas *Mubaligh* terhadap minat pemuda dalam mengikuti kajian Islam meliputi keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma dari seorang *Mubaligh*.

Kata Kunci: *Pengaruh, Kredibilitas, Mubaligh, Minat.*



uin
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG