

**PENGARUH MENONTON TIKTOK NU ONLINE TERHADAP
PENGETAHUAN FIKIH MUSLIMAH PADA SANTRIWATI
MAHAD ULIL ALBAB II NGALIYAN SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Konsentrasi Televisi Dakwah

Oleh:

Izzatul Maila

(1901026109)

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Izzatul Maila
NIM : 1901026109
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Radio Dakwah
Judul : Pengaruh Menonton TikTok NU Online Terhadap Pengetahuan Fikih Muslimah Pada Santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 Agustus 2023
Pembimbing,



Eri, M. Sos.

NIP. 198905072019032021

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana yang sama disuatu perguruan tinggi lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun belum atau tidak diterbitkan sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 14 Juni 2023
Yang menyatakan



Izzatul Maila
1901026109

PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185 Telepon (024) 7606405

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH MENONTON TIKTOK NU ONLINE TERHADAP PENGETAHUAN FIQH
MUSLIMAH PADA SANTRI WATI MAHAD ULIL ALBAB II NGALIYAN

Oleh :

IZZATUL MAHA
1901026109

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 September 2023 dan dinyatakan telah LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji

Ketua

H. M. Alfandi, M.Ag.
NIP. 197108301997031003

Sekretaris

Fitri, M. Sos.
NIP. 198905072019032021

Penguji I

Dra. Hj. Amelia Rahmi, M. Pd.
NIP. 196602091993032003

Penguji II

Adeni, M.A.
NIP. 199101202019031006

Mengetahui,
Pembimbing

Fitri, M. Sos.
NIP. 198905072019032021

Disahkan oleh:
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Prof. Dr. Hvas Supena, M.Ag.
NIP. 197204102001121003

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta tidak lupa penulis panjatkan shalawat kepada Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaat beliau kelak dihari akhir. Skripsi dengan judul “Pengaruh Menonton TikTok NU Online terhadap “Pengetahuan Fikih Muslimah pada Santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang” ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Skripsi ini selesai tidak terlepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Tufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag. Selaku Ketua Jurusan dan Ibu Nilnan Ni'mah, M.S.I. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Fitri, M.Sos. Selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Moh. Nur Khalim, Ayah, cinta pertama dan panutan penulis. Walaupun hanya lulusan SLTP namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan do'a, semangat, motivasi, nasihat tiada henti dan mencurahkan segalanya agar penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana
6. Ibu Siti Aisyah, ibu terhebat penulis yang tulus mencurahkan kasih sayangnya, merawat, menjaga, membesarkan, mendidik serta tak pernah putus memberikan do'a, motivasi dan nasihat terbaik dengan penuh cinta.

7. Segenap keluarga besar penulis yang turut serta memberikan doa dan dukungannya.
8. Keluarga besar ISMARO UIN Walisongo
9. Teman-teman KPI C 2019 yang selalu menjadi teman seperjuangan.
10. Teman teman KKN MIT DR 14 kelompok 77
11. Sahabat penulis Naelil Muna, Shofia Zulfa Ika yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Teman sekamar Asrama Savinna yang turut serta memberikat semangat dan membantu penulis.
13. Teman-teman santriwati Mahad Ulil Albab Ngaliyan Semarang yang sudah membantu penulis saat proses penelitian dan memberikan semangat selama penelitian berlangsung.
14. Kepada semua sahabat dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga hal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT serta menjadi amalan yang baik dihadapanNya.

Semarang, 14 Juni 2023

Izzatul Maila

1901026109

PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah, setelah melewati berbagai proses yang panjang, skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati, karya ini saya persembahkan kepada: kedua orang tua tersayang Ibu Siti Aisyah dan Bapak M.Nur Khalim yang telah mencurahkan segenap kasih sayang, kesabaran, ketulusan dalam mendidik dan membesarkan saya, yang selalu mendoakan dan selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial. Kepada keluarga besar saya dan kepada sahabat sekaligus teman-teman yang turut serta menemani dan memberikan dukungan kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

من يرد الله به خيرا يتفقه في الدين

“Barang siapa yang Allah kehendaki kebaikan kepadanya, niscaya Allah akan pahamkan dia tentang agama(nya)”

(Imam Al-Bukhori)

ABSTRAK

Izzatul Maila, 1901026109, Pengaruh Menonton TikTok NU Online terhadap Pengetahuan Fikih Muslimah Pada Santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Mahad Ulil Albab yang berisi santriwati namun belum terdapat pengajaran tentang fikih muslimah yang mana fikih muslimah merupakan salah satu ilmu yang penting untuk dipelajari terutama bagi kaum muslimah. Dan saat ini untuk menambah pengetahuan fikih muslimah dapat diperoleh melalui media sosial salah satunya yaitu TikTok NU Online. TikTok NU Online berisi berbagai konten dan salah satu kontennya yaitu suara muslimah yang membicarakan tema fikih muslimah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan menonton TikTok NU Online terhadap Pengetahuan Fikih Muslimah Pada Santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 35 santriwati dan sampel diambil menggunakan metode sampling jenuh, artinya seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *Pre-eksperimental*, desain penelitian ini yaitu *one group pretest and posttest design*. Analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana yang perhitungannya dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

Berdasarkan uji koefisiensi determinasi (R-Square) diperoleh nilai sebesar 0,350 kemudian hasil akhirnya sebesar 35%. Diperoleh nilai uji t, nilai t hitung sebesar 4,219 dan t tabel sebesar 2,035 yang artinya t hitung > t tabel (4,219 > 2,035). Berdasarkan uji *paired sampel T-Test* diperoleh nilai Sig sebesar 0,00 < 0,05. Dengan persamaan regresi $Y = 8,208 + 0,040 X$ artinya H_a diterima dan H_0 ditolak berarti terdapat pengaruh yang signifikan menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang.

Kata kunci : Pengetahuan, Fikih Muslimah, TikTok

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	4
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
Media Sosial, Menonton TikTok, Pengetahuan Fikih Muslimah.....	11
A. Media Sosial.....	11
1. Pengertian Media Sosial.....	11
2. Karakteristik Media Sosial.....	12
3. Jenis-jenis Media Sosial.....	13
4. Manfaat Media Sosial	15
B. Menonton TikTok	16
1. Pengertian Menonton	16
2. Pengertian TikTok	18
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan TikTok	19
C. Pengetahuan Fikih Muslimah.....	20

1.	Pengertian Pengetahuan	20
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan.....	21
3.	Pengukuran Pengetahuan	22
4.	Pengertian Fikih Muslimah	23
D.	Kerangka Berfikir.	24
E.	Hipotesis	25
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	25
B.	Definisi Konseptual	25
C.	Definisi Operasional	26
D.	Sumber dan Jenis Data.....	27
E.	Populasi dan Sampel	27
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
G.	Validitas dan Reliabilitas Data.....	29
H.	Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV	33
TIKTOK NU ONLINE DAN MAHAD ULIL ALBAB NGALIYAN SEMARANG	33
A.	Profil, Visi, Misi dan Nilai, Jenis Konten Tiktok NU Online.....	33
1.	Profil Tiktok NU Online.....	33
2.	Visi, Misi dan Nilai NU Online	33
3.	Jenis konten pada Tiktok NU Online.....	34
B.	Mahad Ulil Albab Ngaliyan Semarang	35
1.	Sejarah singkat berdirinya Mahad Ulil Albab.....	35
2.	Visi dan Misi Mahad Ulil Albab.....	36
3.	Landasan, Azaz dan prinsip Mahad Ulil Albab	37
4.	Struktur Organisasi Mahad Ulil Albab	37
5.	Jadwal Kegiatan di Mahad Ulil Albab	38
6.	Profil Data Responden	39
BAB V	41
HASIL ANALISIS DATA	41
A.	Deskripsi Data.....	41

B. Analisis Pendahuluan.....	44
C. Uji Prasyarat Analisis	50
D. Uji Hipotesis	51
E. Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB VI.....	61
PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain penelitian <i>One Group Pretest Posttest</i>	25
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Menonton TikTok NU Online.....	28
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Pengetahuan Fikih Muslimah.....	29
Tabel 4. 1 Jadwal kegiatan Mahad Ulil Albab.....	38
Tabel 4. 2 Profil responden penelitian	39
Tabel 5. 1 Hasil uji validitas variabel X.....	42
Tabel 5. 2 Hasil uji reliabilitas variabel X	43
Tabel 5. 3 Hasil uji validitas variabel Y.....	43
Tabel 5. 4 Hasil uji reliabilitas variabel Y	44
Tabel 5. 5 Hasil <i>Pretest</i> dan <i>Posttest</i>	45
Tabel 5. 6 Hasil nilai <i>mean</i> variabel X.....	46
Tabel 5. 7 Hasil nilai <i>mean</i> variabel Y.....	47
Tabel 5. 8 Hasil <i>N-Gain</i>	48
Tabel 5. 9 Pembagian <i>N- Gain score</i>	49
Tabel 5. 10 kategori tingkat pengetahuan	49
Tabel 5. 11 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 5. 12 Hasil Uji linieritas	51
Tabel 5. 13 Hasil <i>R-Square</i>	52
Tabel 5. 14 Hasil regresi linier sederhana.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam Islam kaum muslimah dipandang memiliki keistimewaan dan kemuliaan tersendiri oleh sebab itu maka terdapat satu cabang ilmu dalam islam yang secara khusus mempelajari tentang muslimah yaitu fikih muslimah. Fikih muslimah merupakan salah satu cabang ilmu fikih yang membahas persoalan tentang kehidupan seorang muslimah. Didalam fikih muslimah membahas berbagai tema yang berkaitan dengan muslimah seperti masalah aurat wanita, ibadah, pernikahan, *thaharah*, darah (Haid, Nifas, istihadhah) masalah fikih kontemporer dan masih banyak lagi. Oleh sebab itu sebagai seorang muslimah sangat dianjurkan mempelajari dan memiliki pengetahuan terkait dengan fikih muslimah untuk dijadikan pedoman dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari sesuai dengan syariat islam (Jufri, 2014:278).

Selain itu alasan lain seorang muslimah dianjurkan untuk mempelajari serta memiliki pengetahuan tentang fikih muslimah yaitu karena didalam Al Quran terdapat banyak pembahasan soal muslimah seperti banyak surat-surat dalam Al Quran yang membahas perkara penting didalamnya yang kaitannya dengan muslimah contoh dalam surat Maryam, An- Nisa' dan lain sebagainya. alasan lain yaitu hukum-hukum yang Allah turunkan untuk muslimah dan laki-laki itu berbeda seperti apa yang diperbolehkan untuk laki-laki belum tentu juga diperbolehkan bagi seorang muslimah dan apa yang wajib untuk muslimah belum tentu juga wajib bagi laki-laki. contohnya pada persoalan tentang aurat muslimah dan laki-laki, dimana aurat seorang muslimah ialah seluruh tubuhnya kecuali wajah dan kedua telapak tangan sedangkan aurat laki-laki hanya pada bagan antara pusat sampai lutut. Bagi muslimah saat memasuki usia remaja ia akan mengalami haid disetiap bulannya sedangkan laki-laki tidak mengalami itu, tentunya jika seorang muslimah tidak memiliki pengetahuan akan hal tersebut, ia tidak akan tau bagaimana cara bersuci dan apa saja yang boleh atau tidak

diperbolehkan saat haid. Dalam segi bentuk tubuh, antara muslimah dan laki-laki tentu sangat berbeda dan terdapat aturan menutup aurat yang berbeda pula. Oleh karena itu ilmu fikih muslimah sangat penting dan harus dipelajari agar memiliki pengetahuan dan dapat diterapkan dikehidupannya (Jufri, 2014:279).

Pengetahuan tentang fikih muslimah ini bisa diperoleh salah satunya melalui media karena media turut serta memberikan pengaruh terhadap pengetahuan seseorang termasuk pengetahuan terkait fikih muslimah. Selain media terdapat juga beberapa faktor lain yang turut mempengaruhi pengetahuan seseorang seperti lingkungan, pendidikan, sosial budaya, usia dan lain sebagainya (Putra Fadlil, 2011). Media mampu mempengaruhi pengetahuan seseorang karena di dalam media memuat berbagai informasi yang dibutuhkan oleh khalayak baik itu informasi tentang pendidikan atau tentang keagamaan.

Saat ini banyak media yang menyajikan informasi atau konten tentang keagamaan termasuk tentang fikih muslimah yaitu media sosial TikTok. TikTok yaitu aplikasi yang menyajikan video pendek serta menawarkan berbagai fitur yang menarik seperti teks berjalan, musik yang beragam, animasi, filter. TikTok juga memiliki beberapa keunggulan lain, diantaranya yaitu: tidak harus memiliki akun agar dapat melihat berbagai konten yang tersedia, durasi video pendek, terdapat filter yang jauh lebih beragam daripada aplikasi media sosial lainnya, dapat menggunakan *background* sesuai keinginan, dan tidak ada potongan iklan. Karena keunggulannya TikTok berhasil menarik perhatian masyarakat sehingga menjadikannya aplikasi paling disukai saat ini, hal ini dibuktikan dengan jumlah pengguna TikTok dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup pesat dibanding dengan jumlah pengguna pada aplikasi lain.

Banyaknya pengguna TikTok saat ini menjadi peluang bagi para dai untuk memanfaatkan TikTok sebagai media untuk berdakwah di era digital ini. penggunaan TikTok sebagai media dakwah pada saat ini cukup relevan untuk menarik mad'u dari kalangan milenial, tinggal bagaimana seorang dai dapat berkreasi membuat konten yang menarik agar pesan dakwah dapat menarik para

mad'u. Namun tidak hanya tertuju pada mad'u dari kalangan milenial saja tetapi dari berbagai kalangan karena pengguna tiktok berasal dari hampir seluruh lapisan masyarakat.

Channel TikTok NU Online juga memanfaatkan TikTok sebagai media untuk berdakwah. NU Online adalah channel dakwah milik Nahdhatul Ulama. Terdapat beberapa konten dakwah yang dimuat dalam channel NU Online ini, salah satunya yaitu konten suara muslimah, Konten ini membahas tentang masalah muslimah atau sering disebut dengan fikih muslimah seperti *thaharah*, aurat muslimah, darah (haid, nifas, istihadhah), pakaian dan perhiasan, puasa, dan lain-lain. Melalui konten suara muslimah milik chanel TikTok NU Online ini, para muslimah dapat memperoleh informasi terkait dengan fikih muslimah yang dapat menambah pengetahuannya.

Konten suara Muslimah ini diisi oleh beberapa ustazah dari berbagai pondok pesantren yang saat ini cukup digemari oleh para Muslimah termasuk santriwati Mahad Ulil Albab II karena penjelasannya yang jelas, mudah dipahami dan tema yang diangkat sesuai dengan isu yang sedang *trend* diluar. Pada Mahad Ulil Albab II belum diajarkan tentang fikih Muslimah, tentunya para santriwati membutuhkan pengetahuan tentang fikih Muslimah untuk menjawab berbagai persoalan yang mereka hadapi sehari-hari termasuk juga persoalan kontemporer dan untuk menambah pengetahuan mereka, para santriwati harus mencari materi terkait fikih muslimah sendiri diluar Ma'had salah satunya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengakses media TikTok NU Online karena di Mahad Ulil Albab II santriwati memiliki kebebasan untuk mengakses media melalui *smartphone* mereka diluar jam kegiatan belajar mengajar, dan berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa sebesar 68,8% santriwati Mahad Ulil Albab belum paham betul terkait dengan materi fikih muslimah. Oleh karena itu TikTok NU Online dianggap dapat membantu para santriwati untuk menambah pengetahuan tentang fikih muslimah.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih Muslimah. Maka judul yang diambil oleh peneliti adalah **“Pengaruh Menonton TikTok NU Online Terhadap Pengetahuan Fikih Muslimah Pada Santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas rumusan masalah yang ditetapkan peneliti adalah apakah ada pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang pengaruh yang ditimbulkan dari media sosial terfokus pada TikTok terhadap khalayak dan dapat dijadikan rujukan keilmuan dakwah khususnya penelitian yang berkaitan dengan media dakwah.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk semua kalangan serta dapat diambil nilai positif dari channel TikTok NU Online yang memuat nilai-nilai religiusitas sehingga dapat menambah pengetahuan keagamaan.

D. Tinjauan Pustaka

Sebagai bentuk upaya menghindari asumsi plagiasi, maka peneliti akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang terkait atau memiliki kemiripan dengan penelitian ini, yaitu:

Pertama, penelitian oleh Syifa'ur Rizky Fauziyah (2018) dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang berjudul "*Pengaruh Menonton Program Iqro (Batik TV) Episode 40-45 Terhadap Perilaku Keagamaan Anak Usia 7-11 Tahun Di Kelurahan Kuripan Kidul Pekalongan*". penelitian ini bertujuan untuk melihat adakah pengaruh menonton program Iqro (Batik TV) episode 40-45 terhadap perilaku keagamaan anak usia 7-11 tahun di kelurahan Kuripan Kidul Pekalongan. penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *survei*. Berdasarkan angket yang dikumpulkan dan dianalisis penulis, menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan menonton program Iqro (Batik TV) episode 40-45 terhadap perilaku keagamaan anak usia 7-11 tahun di kelurahan Kuripan Kidul Pekalongan.

Dari hasil analisis diperoleh R square sebesar 0,6% yang berarti pengaruhnya sangat kecil sekali, sedangkan sisanya 99,4% dijelaskan oleh faktor lain. Kemudian koefisien korelasi (r_{hitung}) sebesar -0,077 yang membuktikan korelasi antara variabel X terhadap variabel Y sangat rendah. uji Signifikaansi (Sig) menunjukkan nilai 0,622 yang artinya tidak signifikan dan hipotesis ditolak. Ketentuannya yaitu apabila nilai Sig <0,05 artinya signifikan namun jika nilai Sig >0,05 artinya tidak signifikan.

Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu jenis penelitiannya sama, dan tujuan penelitian sama-sama ingin mengetahui tentang pengaruh menonton dari media, namun yang berbeda yaitu jika penelitian media yang akan diteliti yaitu media televisi sedangkan pada penelitian ini media TikTok. Perbedaan lainnya terletak pada lokus penelitian, pada penelitian diatas lokusnya berada di Kelurahan Kuripan

Kidul Pekalongan sedangkan penelitian ini lokus berada di Mahad Ulil Albab Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang, dan pada pendekatan yang digunakan, pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu eksperimen.

Kedua, penelitian Oleh Riski Angga Septiawan (2021) dari Universitas Negeri Walisongo Semarang, yang berjudul “ *Pengaruh Menonton Film Bajrangi Bhaijaan Terhadap Sikap Toleransi Beragama Remaja Karang Taruna Kelurahan Ngadirgo*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sebelum dan sesudah menonton film Bajrangi Bhajaan terhadap toleransi beragama remaja di Karang Taruna Desa Ngadirgo . Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksperimen. Berdasarkan angket yang telah di kumpulkan kemudian di analisis, menyatakan hasil bahwa ada pengaruh yang positif.

Dari hasil analisis didapatkan nilai R square sebesar 0,181 yang menunjukkan besarnya pengaruh antara variabel X dengan Variabel Y sebesar 18,1%, dan sisanya 81,9% dijelaskan oleh faktor lain.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu jenis dan pendekatan penelitiannya sama, dan sama-sama meneliti tentang pengaruh dari menonton media, hanya saja jika dipenelitian diatas fokus pada media televisi sedangkan pada penelitian ini fokus pada media sosial yang berfokus pada TikTok, perbedaan yang lain terletak pada lokus penelitian dan subyek yang diteliti. Pada penelitian diatas lokus penelitian berada di desa Ngadirgo sedangkan pada penelitian ini lokus penelitian berada di Mahad Ulil Albab Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.

Ketiga, penelitian oleh Titis Arumingtyas (2020) dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang berjudul “ *Hubungan Intensitas Menonton Film Kartun Nusa Dan Rara Dengan Pengetahuan Agama Islam Anak-Anak RW X Perumahan Kaliwungu Indah Kabupaten Kendal*”. Penelitian ini bertujuan mengetahui adakah hubungan intensitas menonton film kartun Nusa dan Rara terhadap pengetahuan agama Islam

anak-anak di RW X Perumahan Kaliwungu Indah Kabupaten Kendal. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Berdasarkan angket yang telah dikumpulkan dan dianalisis, menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara intensitas menonton film kartun Nusa dan Rara dengan pengetahuan agama Islam anak-anak RW X Perumahan Kaliwungu Indah Kabupaten Kendal.

Dari hasil analisis diperoleh nilai R square sebesar $0,010 \times 100 = 1\%$ yang artinya tingkat keeratan hubungan antara variabel X dengan Y hanya sebesar 1% sedangkan sisanya 99% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian nilai hitung F diketahui sebesar 0,500, hasil perbandingan F hitung dengan F tabel didapatkan $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$. Berdasarkan hasil korelasi dihasilkan nilai sig sebesar 0,483, jika dibandingkan dengan probabilitas α yaitu 0,05 maka didapatkan $\text{Sig} > 0,05$, artinya bahwa variabel X (intensitas menonton film kartun Nusa dan Rara) berpengaruh terhadap variabel Y (pengetahuan agama anak-anak RW X) dan untuk uji hipotesis memperoleh kesimpulan bahwa H_a ditolak.

Persamaan pada penelitian ini yaitu pada jenis penelitiannya dan indikator yang akan diteliti yaitu pengetahuan agama Islam, namun pada penelitian yang akan dilakukan lebih spesifik yaitu pengetahuan seputar fikih muslimah. penelitian yang akan dilakukan memilih santriwati Mahad Ulil Albab sebagai subjek dan lokus berada di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang, sedangkan penelitian di atas subjek nya anak-anak RW X dan lokus berada di Perumahan Kaliwungu Indah Kabupaten Kendal, perbedaan lainnya yaitu pada pendekatan yang digunakan, pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan eksperimen.

Keempat, penelitian oleh Vira Aulia dkk (2022) dari Universitas Singaperbangsa Karawang, yang berjudul “*Pengaruh Konten Video TikTok @aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa*” . tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh menonton konten video TikTok @aulion terhadap perilaku kreatif mahasiswa dalam

membuat konten video. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Berdasarkan angket yang telah dikumpulkan dan dianalisis menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan.

Dari hasil analisis diperoleh nilai koefisiensi regresi X sebesar 1,086 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% nilai penggunaan media sosial TikTok, maka nilai perilaku kreatif bertambah sebesar 1,086, koefisiensi regresi tersebut bernilai positif. Dari uji signifikan didapatkan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Kemudian diketahui nilai t hitung sebesar $4,652 > t$ tabel 1,986. Berdasarkan Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel X (penggunaan media sosial TikTok) terhadap variabel Y (perilaku kreatif mahasiswa). Maka H_0 di terima dan H_a ditolak karena nilai t hitung $< t$ tabel atau jika Sig menunjukkan $< 0,05$. Jadi hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku kreatif mahasiswa.

Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitan yang sama dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh menonton konten TikTok. Sedangkan untuk perbedaannya yaitu pada konten TikTok yang akan diteliti, pada penelitian diatas konten TikTok yang akan diteliti pada chanel @aulion, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu konten TikTok NU Online, perbedaan yang lain terletak pada subjek yang akan diteliti, pada penelitian diatas subjek nya yaitu Mahasiswa sedangkan pada penelitian ini subjek nya adalah santriwati Mahad Ulil Albab, juga pada varabel Y yang akan diteliti, pada penelitian diatas variabel Y nya perilaku kreatif, sedangkan pada penelitian ini variabel Y nya pengetahuan seputar fikih muslimah.

Kelima, penelitian oleh Akhmad Asyari dan Mirannisa (2022) Universitas Islam Negeri Makasar, yang berjudul "*Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Minat Belajar Siswa MA Miftahul Ishlah Tembelok*". Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh media sosial tiktok terhadap minat belajar peserta didik di MA Miftahul Ishlah

Tembelok. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan angket yang telah dikumpulkan dan dianalisis menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif.

Dari hasil analisis didapatkan nilai koefisiensi determinasi (R^2) sebesar 0,340 atau sebesar 34,0%. Untuk nilai F hitung 20,606 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa jika nilai $Sig < 0,005$ berarti ada pengaruh antara variabel X (media sosial TikTok) terhadap variabel Y (minat belajar peserta didik). Kemudian diketahui nilai korelasi sebesar 0,583 yang artinya tingkat korelasi antara variabel X dengan variabel Y dikategorikan memiliki korelasi tingkat sedang.

Persamaan dengan penelitian di atas yaitu pada metode yang digunakan dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan media TikTok. Sedangkan perbedaannya pada variabel Y , yang mana variabel Y yang akan diteliti adalah Pengetahuan seputar fikih muslimah, sedangkan pada penelitian diatas yaitu minat belajar peserta didik, kemudian pada subjek dan lokus penelitian, subjek yang akan diteliti adalah santriwati Mahad Ulil Albab dan lokus berada di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang, sedangkan subjek penelitian diatas yaitu peserta didik MA Miftahul Ishlah dan untuk lokus berada di Tembelok.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berfungsi untuk memberikan gambaran secara singkat mengenai penelitian ini dengan memberikan poin-poin yang akan dibahas dan disajikan dari masing-masing bab yang saling berkaitan. Berikut sistematik penulisan dalam penelitian ini

BAB I : pendahuluan, dalam bab ini akan dipaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II : Kerangka teori, pada bab ini akan dipaparkan terkait teori-teori yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini, diantaranya

yaitu memaparkan teori tentang media sosial, menonton TikTok, Pengetahuan fikih muslimah, hipotesis penelitian.

BAB III : Metode penelitian, pada bab ini akan dipaparkan jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Gambaran umum, pada bab ini dipaparkan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu profil TikTok NU Online dan santriwati Mahad Ulil Albab Ngaliyan Semarang.

BAB V : Hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini akan dipaparkan terkait inti atau hasil dari penelitian melalui analisis uji validitas dan reliabilitas, analisis pendahuluan, uji normalitas, uji linieritas, dan uji hipotesis.

BAB VI : Penutup, bab ini berisi kesimpulan dari penelitian atau jawaban dari rumusan masalah yang diajukan, serta saran peneliti.

BAB II

Media Sosial, Menonton TikTok, Pengetahuan Fikih Muslimah

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *social media* terdiri dari dua kata yaitu sosial yang artinya kemasyarakatan atau sebuah interaksi sedangkan media diartikan sebagai wadah atau tempat sosial itu sendiri (Khadzi, 2013:24). Media sosial adalah media atau saluran berbasis online yang menggunakan teknologi web yang mendukung interaksi sosial dan mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Saputra, 2021:164). Media sosial merupakan tempat dimana setiap orang dapat membagikan dan menerima informasi dan dapat terhubung atau berkomunikasi dengan orang lain, media sosial juga mengajak siapa saja yang memiliki ketertarikan untuk ikut serta dan memberikan kontribusi secara terbuka (Rahmad, 2009:37).

Media sosial memiliki berbagai keunggulan dibandingkan dengan media komunikasi lainnya yaitu biayanya tidak mahal, bisa digunakan kapan saja dan dimana saja, khalayak dapat memilih dan mengakses sesuai dengan kebutuhan mereka dan khalayak bebas untuk membuat konten sesuai dengan keinginannya (Khadza, 2013: 33). Oleh karena itu media sosial menjadi media yang cukup populer untuk saat ini dan banyak menarik perhatian masyarakat.

Berikut dipaparkan beberapa pengertian media sosial menurut para ahli :

- a. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengartikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi teknologi web 2.0 dan

memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generation content* (Eriyanto,2021).

- b. Menurut Carr dan Hayes, media sosial adalah saluran atau wadah yang berbasis internet yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk berinteraksi dengan khalayak luas ataupun sempit, dan sebagai sarana untuk berkreasi lewat konten yang dibuat oleh para pengguna (Eriyanto, 2021).
- c. Chris Brogan menyatakan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang memiliki berbagai kemungkinan untuk menciptakan berbagai gaya interaksi yang baru.
- d. B.K Lewis berpendapat bahwa media sosial adalah teknologi digital yang memiliki potensi untuk membuat orang-orang saling terhubung melakukan interaksi antara satu dengan yang lain (Lewis, BK, 2010).
- e. Van Dijk mendefinisikan media sosial sebagai sarana yang fokus terhadap eksistensi penggunanya dan memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk dalam berinteraksi dan berkolaborasi (Nasrullah, 2015:274).
- f. Boyd menyatakan bahwa media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan seseorang atau komunitas untuk berkumpul,berbagi,berinteraksi,kerjasama atau hanya sekedar bermain (Nasrullah, 2015:274).

2. Karakteristik Media Sosial

Terdapat beberapa karakteristik dari media sosial, yaitu (Clara Sari, 2018:22-23):

- a. Jejaring (*network*) adalah prasarana yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lainnya, koneksi ini dibutuhkan karena komunikasi bisa terjalin jika antar komputer saling terhubung, termasuk dalam pemindahan data.

- b. Informasi, informasi menjadi suatu yang hal dasar yang penting di media sosial, karena pengguna media sosial memproduksi konten, saling berinteraksi serta merepresenasikan identitasnya.
- c. Arsip (*achive*) bagi pengguna media sosial arsip menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun ketika dibutuhkan melalui berbagai perangkat.
- d. Interaksi (*interactive*) media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak hanya untuk memperluas hubungan pertemanan saja, namun harus dibangun interaksi antar pengguna dengan pengguna lainnya.
- e. Simulasi sosial (*simulation of service*) media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Media sosial memiliki pola yang unik yang tidak ditemukan pada aktivitas masyarakat di dunia nyata.
- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*) pada media sosial konten sepenuhnya milik pengguna atau pemilik akun. Media sosial memiliki keunggulan yaitu memberikan kesempatan dan kebebasan bagi pengguna untuk berpartisipasi dan berkolaborasi dalam membuat konten, hal ini menjadi pembeda dengan media tradisional yang mana khalayak media hanya menjadi objek yang bersifat pasif dalam distribusi pesan.

3. Jenis-jenis Media Sosial

Seiring berjalannya waktu, banyak media sosial baru yang bermunculan dan bersaing untuk menarik minat dan perhatian khalayak dengan membawa berbagai keunggulannya, tidak sedikit platform media sosial yang dulunya sangat diminati oleh khalayak tergeser oleh media sosial baru yang muncul.

Berikut dipaparkan jenis-jenis media sosial (Ginting,2021: 23-24):

- a. Media jejaring sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial ini merupakan jenis media sosial yang paling populer digunakan saat ini, media ini diartikan sebagai sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi sosial seperti sesama pengguna dapat saling mengirim pesan, informasi, foto, video dan lainnya. Contoh dari media sosial jejaring ini yaitu facebook, whatsapp, instagram, telegram.

b. Jurnal online (*blog*)

Jenis media sosial selanjutnya yaitu jurnal online atau sering disebut dengan *blog.blog* digunakan untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi tautan web lain. *Blog* dapat dibedakan menjadi dua yaitu personal *homepage* yaitu pemilik blog menggunakan nama domain sendiri seperti .com, .net. yang kedua yaitu dengan memanfaatkan fasilitas penyedia halaman *webblog* gratis seperti *wordpress* atau *blospot*.

c. Jurnal online sederhana (*micro-blogging*)

micro-blogging memiliki pengertian yang hampir sama dengan *blog* yang membedakan yaitu halaman *micro-blogging* menyediakan halaman yang lebih singkat, hal ini juga yang menjadikan kecepatan *micro-blogging* lebih unggul dibandingkan *blog*. Contoh salah satu layanan *micro-blogging* yaitu Twitter.

d. Media berbagi (media *sharing*)

Media berbagi adalah salah satu jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi dokumen, gambar, video, audio, karena pada dasarnya media berbagi ini memiliki fokus untuk membuat penggunaannya dapat saling berbagi konten media. Contoh dari media berbagi ini yaitu Youtube, TikTok.

e. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial adalah jenis media sosial yang dibuat untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola serta mencari informasi secara online. Contoh dari penanda sosial yaitu *delicious.com*, *stumbleUpon.com* dan untuk di Indonesia sendiri ada LintasMe.

f. Layanan kolaborasi

Jenis media sosial yang terakhir yaitu layanan kolaborasi. Layanan kolaborasi bertujuan untuk membuat pengguna saling mengajak satu sama lain untuk menciptakan konten, selain itu pengguna juga dapat mengoreksi isi konten dari anggota situs tersebut. Salah satu contoh layanan kolaborasi yang cukup banyak diminati yaitu wikipedia. Wikipedia merupakan sebuah proyek ensiklopedia multibahasa dalam jaringan yang dioperasikan secara bebas dan terbuka.

4. Manfaat Media Sosial

Tentunya media sosial memiliki banyak manfaat yang dapat dirasakan diberbagai bidang seperti pekerjaan, pendidikan, keamanan dan lainnya. Berikut dijelaskan beberapa manfaat media sosial diberapa bidang (Fadhillah, 2021):

a. Pendidikan

Hadirnya media sosial ditengah-tengah orang-orang yang sedang menjalani pendidikan sangatlah membantu dan memiliki dampak positif pada dunia pendidikan. Dengan adanya media sosial dapat menambah wawasan serta pengetahuan dan informasi terkait hal-hal yang ditugaskan ssat sekolah ataupun kuliah, tentunya dengan memanfaatkan media sosial dapat menghemat waktu, tenaga dan juga biaya artinya para pelajar tidak harus selalu mengunjungi perpustakaan mencari setumpuk buku dan menghabiskan banyak waktu didalam perpustakaan untuk menyelesaikan tugas yang diberikan, dengan menggunakan media sosial para pelajar dapat mengakses buku online (Fadhillah, 2021).

Selain itu para pelajar juga dapat memanfaatkan fitur grup chat untuk saling bertukar, berbagi informasi dan berdiskusi, sehingga dapat meminimalisit kesalahpahaman dalam mengerjakan

tugas. Fitur lain yang dapat dimanfaatkan oleh para pelajar yaitu google formulir, para pelajar dapat melakukan riset atau penelitian tanpa harus mendatangi target nya satu-persatu yang tentunya akan memakan banyak waktu, dengan menggunakan google formulir hanya tinggal menyebarkannya melalui group chat. (Fadhillah,2021).

b. Pekerjaan

Meningkatnya jumlah penduduk per-tahun dan minimnya lapangan pekerjaan menjadikan angka pengangguran semakin bertambah. Hadirnya media sosial turut membantu membuka lowongan pekerjaan yaitu dengan cara jual bel online di berbagai *marketplace* , *endorsment*, *conten creator*, ojek online dan masih banyak lagi, tentunya hal ini dapat mengurangi angka pengangguran terutama di Indonesia ini (Fadhillah, 2021).

c. Kegamaan

Munculnya media sosial dapat dimanfaatkan bagi para pendakwah sebagai media untuk menyebarkan dakwahnya, sisi positifnya yaitu dengan membuat konten-konten dakwah, pesan yang disampaikan dapat tersebar luas ke seluruh dunia serta dapat mengikuti arus zaman agar tidak tertinggal dan tetap eksis. Selain itu masyarakat juga dapat dengan mudah mnegakses ajaran-ajaran agama kapan saja dan dimana saja. Banyaknya konten shalawat dan tilawah yang dilantunkan dengan indah dapat menarik perhatian dan menyentuh hati para khalayak sehingga mereka ingin melakukan hal yang sama. Tak sedikit juga khalayak yang mengganti musik meraka dengan senandung shalawat dan tilawah.

B. Menonton TikTok

1. Pengertian Menonton

Menurut Kris Budiman menonton adalah suatu tindakan tertentu akibat adanya media atau alat komunikasi, dengan menonton dapat memperoleh berbagai pengalaman seperti bersantai, belajar, bermain dan lain sebagainya (Kris Budiman, 2002:130) Departemen pendidikan dan kebudayaan (1994: 592) menyatakan bahwa menonton adalah suatu kegiatan menyaksikan atau memperhatikan dengan menggunakan mata (Ali, 1994:592). Menonton adalah suatu tindakan yang mendasari masing-masing individu untuk menikmati tayangan yang disajikan dari berbagai media. Hal-hal yang mendasari individu untuk menonton yaitu mendapatkan informasi untuk memenuhi kebutuhan yang kemudian berpola yang akhirnya menjadi keseharian masyarakat. Tidak hanya menikmati tayangan namun menonton juga dapat memberikan dampak bagi yang menonton.

Dalam kegiatan menonton, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan (Lismiyah,2019:12-13) yaitu :

a) Motivasi

Motivasi yaitu sebagai sesuatu yang mendorong seseorang melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu. Motivasi itu bersifat siklis (melingkar), artinya ketika motivasi muncul, dapat mendorong seseorang untuk berperilaku menuju tujuan yang ingin dicapai dan setelah tujuan itu tercapai, maka motivasi berhenti (Walgito, 2010:240-242).

b) Intensitas

Intensitas ialah kecenderungan yang dikerjakan secara berulang-ulang. Pada umumnya intensitas adalah semangat atau kesungguhan seseorang dalam melakukan suatu hal. Terdapat indikator dalam intensitas ini yaitu frekuensi dan durasi dalam menonton.

c) Keaktifan

Keaktifan dapat diartikan sebagai peran aktif seseorang saat mengikuti suatu kegiatan.

2. Pengertian TikTok

TikTok merupakan aplikasi berbasis audio visual yang sangat populer dikalangan masyarakat saat ini. Aplikasi TikTok ini diluncurkan pada tahun 2016 yang berasal dari perusahaan Cina yaitu ByteDance, di negara asalnya TikTok disebut dengan nama *Douyin* yang artinya video pendek. Aplikasi *Douyin* ini sudah memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video pada setiap harinya dalam waktu satu tahun, karena kepopulerannya aplikasi ini di perluas hingga ke luar China dan dikenal dengan sebutan TikTok. Berdasarkan laporan dari Sensor Tower pada tahun 2019 aplikasi ini diunduh sebanyak 700 kali sehingga menjadikan TikTok sebagai aplikasi yang menduduki peringkat kedua setelah Whatsapp (Vira Aulia, dkk 2022: 7825).

TikTok menjadi aplikasi yang digemari masyarakat dikarenakan fitur-fitur yang ditawarkan tiktok sangat menarik, seperti durasi video yang disajikan sangat singkat yaitu 15 detik, 30 detik dan 3 menit, berbagai filter yang disajikan dan dapat digunakan oleh pengguna, pengguna tidak harus memiliki akun agar dapat menonton video pada TikTok, dapat mengisi suara sendiri, dan menyediakan berbagai musik yang dapat digunakan. Dengan berbagai fitur menarik yang disajikan sehingga dapat mendorong pengguna untuk menuangkan kreatifitas membuat konten untuk menjadi konten kreator di TikTok (Malimbe dkk, 2021).

Aplikasi TikTok juga dapat menjadi sumber informasi seperti menambah ilmu dari menonton konten pada TikTok, karena banyak konten yang disajikan oleh TikTok dan dapat dipilih mana yang ingin ditonton sesuai dengan keinginan masing-masing individu, TikTok juga dapat memberikan hiburan bagi penggunanya. Selain sebagai wadah informasi TikTok juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah dengan membuat konten video yang kreatif agar

dapat menarik para pengguna yang akhirnya dapat menguntungkan (Dwi Putri, 2020:126-137).

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan TikTok

Pada proses penyampaian pesan, media dapat mempengaruhi dan memberikan efek kepada khalayak. Dalam penelitian ini akan digunakan teori jarum hipodermik. Teori ini sering disebut sebagai teori peluru, teori ini menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh media dapat mempengaruhi khalayak dengan cara menyuntikkan pesan secara langsung pada otak khalayak, teori ini mengartikan bahwa para pengelola media dianggap lebih cerdas dan pintar dibandingkan dengan khalayak karena mereka dapat mengontrol perlakuan khalayak sesuai dengan keinginannya (Erwan Efendi, 2023).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang mengakses TikTok yaitu (Mulyana,2000):

a. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti motivasi, minat, keinginan, harapan, perasaan.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar atau lingkungannya. Seperti pengetahuan dan kebutuhan sekitar, informasi yang diperoleh. Seseorang dapat memperoleh berbagai informasi dari aplikasi TikTok, informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial membuat konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi menjadi salah satu pengaruh seseorang untuk menggunakan TikTok, dengan informasi yang didapat juga dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang.

C. Pengetahuan Fikih Muslimah

1. Pengertian Pengetahuan

Secara etimologi pengetahuan berasal dari bahasa Inggris *knowledge* yang artinya pengetahuan. Menurut Notoatmodjo pengetahuan diartikan sebagai hasil dari tahu, yang mana hal ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan pada suatu objek tertentu. Penginderaan dilakukan dengan panca indera manusia namun sebagian besar pengetahuan manusia didapat melalui penglihatan dan pendengaran.

Pengetahuan atau *knowledge* yaitu hasil dari keingintahuan manusia akan sesuatu serta kemauan untuk meningkatkan hidup kearah yang lebih baik dan berkembang sebagai upaya memenuhi kebutuhan manusia dimasa sekarang dan masa yang akan datang (Ariani,2016).

Menurut (Notoadmodjo, 2003) terdapat enam tingkatan pengetahuan dalam domain kognitif, yaitu:

- a) Tahu (*know*), artinya mengingat kembali materi yang sudah diterima. Tingkatan ini bisa dilihat dengan menggunakan kata kerja menguraikan, mengidentifikasi, menyebutkan dan menyatakan.
- b) Memahami (*comprehension*), artinya seseorang dapat menjelaskan sesuatu mengenai objek yang telah di ketahui secara benar serta dapat menginterpretasikan materi tersebut. Tingkatan ini bisa dilihat apabila seseorang dapat menjelaskan, menarik kesimpulan, memberikan contoh serta memperkirakan materi yang dipelajari.
- c) Penerapan (*aplication*), artinya seseorang mampu untuk menerapkan materi yang telah dipelajari sebelumnya secara nyata. Tingkatan ini dapat dilihat jika seseorang dapat mengimplementasikan rumus,metode,rencana pada suatu kondisi yang sedang terjadi.

- d) Analisis (*analysisi*), artinya mampu untuk menguraikan atau menjabarkan materi ke dalam komponen-komponen yang lebih sempit, namun masih berkaitan satu sama lain. Tingkatan ini dapat dilihat apabila seseorang dapat menggambarkan, membedakan, memisahkan, dan mengelompokkan.
- e) Sintesis (*synthesis*) artinya bisa menyusun kembali materi yang telah diterima menjadi materi baru. Tingkatan ini dapat dilihat apabila seseorang dapat menyusun, meringkas, menyesuaikan di rumusan yang telah ada.
- f) Evaluasi (*evaluation*) artinya bisa menilai suatu objek. Kriteria evaluasi dapat disusun secara mandiri menyesuaikan yang telah ada.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Hal-hal yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang yaitu terbagi menjadi 2 faktor: (Putra Fadlil, 2011)

a) Faktor internal

1. Usia, semakin bertambah usia, tingkat kematangan dan kemampuan seseorang dalam berfikir dan menerima informasi akan bertambah baik guna memperbanyak pengetahuannya akan suatu hal.
2. Pengalaman, Ketika menghadapi masalah Seseorang dapat memecahkan masalah tersebut melalui pengalaman yang telah di lalunya.
3. Intelegensia, adalah suatu kemampuan untuk belajar dan berfikir guna menyesuaikan diri dengan kondisi baru.

b) Faktor eksternal

1. Pendidikan, adalah suatu kegiatan pembelajaran untuk mendapatkan serta menambah pengetahuan. Tingkat pendidikan juga turut serta mempengaruhi pemahaman

- seseorang terhadap pengetahuan yang diperoleh, semakin tinggi tingkat pendidikan akan semakin baik pengetahuannya.
2. Sosial budaya, seseorang mendapatkan suatu kebudayaan atas interaksinya dengan orang lain dan akibat interaksi tersebut seseorang mengalami proses belajar yang akhirnya memperoleh suatu pengetahuan.
 3. Lingkungan, hal yang menjadi pengaruh pertama seseorang akan pengetahuannya yaitu lingkungan. Dalam lingkungannya seseorang akan mendapatkan pengalaman yang akan mempengaruhi pengetahuan.
 4. Informasi, informasi dapat diperoleh melalui beberapa sumber seperti melalui media massa (TV, radio, koran) ataupun media sosial (youtube, instagram, twitter, TikTok dan lain-lain).

3. Pengukuran Pengetahuan

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan melalui wawancara atau menyebarkan angket pada subjek penelitian yang menanyakan terkait isi materi yang ingin diukur dari subjek atau responden penelitian. Sejauh mana pengetahuan subjek atau responden penelitian dapat diukur dapat disesuaikan dengan tingkatan mengetahui (Notoadmodjo, 2003). Adapun beberapa tingkat kedalaman pengetahuan yaitu:

- a. Pengetahuan dinyatakan baik, jika responden berpengetahuan 76%-100%
- b. Pengetahuan dinyatakan cukup, jika responden berpengetahuan 60%-75%
- c. Pengetahuan dinyatakan kurang, jika responden berpengetahuan < 60% (Notoadmdjo, 2003).

4. Pengertian Fikih Muslimah

Fikih berasal dari bahasa arab فقه yang artinya paham, pengertian atau pemahaman, secara istilah *fiqh* menurut Abu Zahrah didefinisikan sebagai ilmu tentang hukum-hukum syariat yang bersifat amaliyah, yang diambil dari dalil-dalil yang bersumber dari Al Quran dan Hadis. (Muhammad Jufri,2014:280). Objek fikih terbagi menjadi dua yaitu hukum-hukum amaliyah (perbuatan jasmani) dan dalil-dalil tentang hukum perbuatan itu.

Fikih muslimah ialah hukum-hukum amaliyah bagi seorang muslimah untuk melaksanakan syariat, seperti persoalan wali nikah bagi perempuan. Fikih muslimah juga didefinisikan sebagai pemahaman terhadap hukum dan dalil yang berkaitan dengan muslimah dalam melaksanakan aktivitasnya (Muhammad Jufri,2014:281).

Dalam Islam perempuan dipandang memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan laki-laki, perempuan telah dianugerahi kelebihan dan keunikan tersendiri oleh Allah SWT yang membedakannya dengan laki-laki seperti kasih sayang, ketabahan, kesabarannya dalam mendidik anak-anak nya, perempuan yang hamil dan melahirkan. Karena keistimewaannya persoalan-persoalan yang berkaitan dengan muslimah telah di atur dalam satu ilmu yang khusus membahas tentang muslimah yaitu fikih muslimah , didalamnya dijelaskan segala hal yang berkaitan dengan muslimah secara detail agar dalam menjalankan kehidupannya bisa sesuai dengan syariat Islam, persoalan yang dibahas didalamnya seperti masalah ibadah (puasa, thaharah, salat), masalah darah (haid, istihadhah, nifas), aurat muslimah , masa iddah yang mana hanya dijalani oleh muslimah, kebiasaan seputar fashion dan kecantikan serta tak tertinggal juga masalah kesetaraan gender dan lain-lain. Maka sebab itu bagi seorang muslimah sangat dianjurkan untuk mempelajari dan memahami

tentang fikih muslimah ini. mempelajari ilmu ini bertujuan agar muslimah dapat mengetahui hak dan kewajibannya sebagai muslimah, yang mana jika ia mengetahui hal tersebut maka ia akan tahu dimana harus menempatkan dirinya, tahu akan kewajibannya, serta tahu bahwa aturan syariat hadir untuk menyelamatkan kehormatan muslimah itu sendiri (Muhammad Jufri, 2014:282-283).

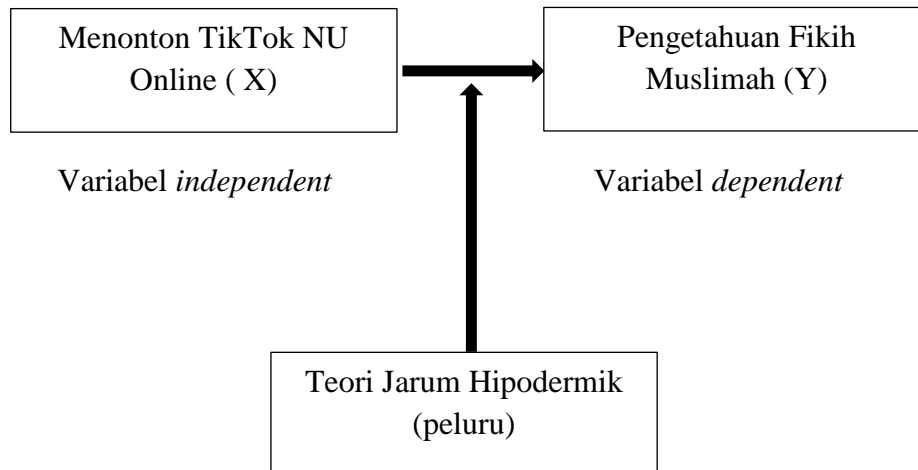
D. Kerangka Berfikir

Pengaruh adalah energi yang muncul dari benda atau orang yang dapat mempengaruhi apa yang ada disekitarnya (Surakhmad: 2012). pengaruh adalah kekuatan yang dapat membentuk watak dan perilaku seseorang yang timbul dari benda atau orang (Purwanto,2002).

Media juga turut serta dapat mempengaruhi seseorang, baik dari segi perilaku ataupun pengetahuan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yaitu teori jarum hipodermik (peluru). Teori ini berasumsi bahwa Media dapat secara cepat dan langsung mempunyai pengaruh yang kuat atas khalayak karena khalayak dianggap pasif menerima apa yang disampaikan oleh media, media memiliki daya yang mampu mempengaruhi secara mendalam ide-ide ke dalam pikiran orang yang tidak berdaya, jika khalayk memiliki pendapat yang sama, maka itu disebabkan oleh pesan-pesan yang diterima dari suatu media (Effendy: 1993).

Pada penelitian ini, peneliti akan mencari pengaruh menonton suatu media yaitu TikTok terhadap pengetahuan fikih muslimah dengan menggunakan teori jarum hipodermik (peluru). Teori ini disebut sebagai teori jarum suntik karena pada model ini seakan-akan pesan komunikasi disuntikkan langsung pada diri khalayak dan khalayak secara pasif menerima pesan tersebut, layaknya seorang Dokter yang menyuntikkan obat kepada pasiennya (Rahmad, 2014:62). Jika diterapkan pada penelitian ini teori menganggap bahwa pesan dari TikTok NU Online disuntikkan

langsung kepada responden untuk memberikan pengaruh, sehingga dapat memberikan perubahan terhadap pengetahuan fikih muslimah.



E. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atas rumusan masalah dalam penelitian. Hipotesis juga bisa dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap suatu rumusan masalah dalam penelitian yang belum ada jawaban empiriknya (Sugiyono, 2011).

Hipotesis dibagi menjadi dua yaitu hipotesis kerja atau yang disebut dengan hipotesis alternatif (H_a) digunakan untuk menyatakan adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, sedangkan hipotesis statistika atau disebut dengan hipotesis nol (H_0) digunakan untuk menyatakan tidak adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah H_a : adanya pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan seputar fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang datanya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2016). Pendekatan yang digunakan yaitu *pre-eksperimental*, pendekatan ini digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap suatu kondisi yang telah dikendalikan dengan menggunakan angket atau kuesioner yang akan diberikan kepada responden penelitian (Bungin, 2015:52). Desain penelitian ini yaitu *one group pretest and posttest design* yaitu penelitian dengan suatu kelompok subjek yang diberikan perlakuan yang kemudian dilakukan pengukuran sebelum dan sesudah diberikan perlakuan.

Tabel 3. 1 Desain penelitian *One Group Pretest Posttest*

Pretest	Treatment	Posttest
T1	X	T2

Keterangan :

T1 : tes awal (*pretest*) sebelum diberikan perlakuan

X : perlakuan terhadap kelompok eksperimen

T2 : tes akhir (*posttest*) setelah diberikan perlakuan

B. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah batasan tentang pengertian dari variabel atau konsep yang akan diteliti, diukur dan digali datanya (Hamidi, 2010).

Definisi konseptual pada penelitian ini yaitu:

a) Menonton TikTok NU Online (Variabel Independen)

Pada variabel ini akan diketahui mengenai efek yang ditimbulkan setelah menonton TikTok NU Online. Penelitian ini berfokus pada konten suara Muslimah.

b) Pengetahuan Fikih Muslimah (Variabel dependen)

Setelah kegiatan menonton TikTok NU Online khususnya pada konten “suara muslimah” apakah dapat menambah pengetahuan santriwati Mahad Ulil Albab II tentang fikih muslimah. Karena pada dasarnya media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi penggunaanya.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk pelaksanaan tentang cara mengukur suatu variabel (Singarimbun, 1989). Definisi operasional pada penelitian ini yaitu:

a) Menonton TikTok NU Online (variabel bebas)

Menonton TikTok NU Online adalah suatu aktivitas melihat, mengamati konten NU Online melalui TikTok dengan tujuan tertentu. Untuk mempermudah pengukuran menonton TikTok NU Online digunakan beberapa indikator-indikator, maka definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Motivasi menonton TikTok NU online
2. Intensitas, durasi dan waktu untuk menonton konten NU Online
3. Keaktifan ketika menonton konten TikTok NU Online

b) Pengetahuan Fikih Muslimah

Pengetahuan fikih muslimah dapat diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki tentang materi fikih muslimah yang didapatkan melalui media TikTok yaitu. Definisi operasional dari pengetahuan fikih muslimah pada penelitian ini yaitu:

1. Tahu, responden dapat mengingat materi yang telah ditonton
2. Memahami, responden dapat menjelaskan dengan benar materi yang telah ditonton

3. Penerapan, responden menerapkan materi yang telah ditonton secara nyata.
4. Analisis, responden mampu untuk meringkas materi yang telah ditonton
5. Sintesis, responden mampu menyusun kembali materi yang telah ditonton menjadi materi baru
6. Evaluasi, responden mampu menilai suatu objek berdasarkan materi yang telah ditonton

D. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah subjek dari mana data tersebut didapatkan (Arikunto, 2002:114). Penelitian ini memperoleh sumber utama dari santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Semarang melalui angket yang disebar.

Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dengan menggunakan skala likert dan skala guttman, skala ini digunakan untuk mengukur variabel yang akan dijadikan indikator penelitian, kemudian indikator tersebut akan dijadikan tolak ukur untuk membuat instrumen pertanyaan yang akan diujikan (Sugiyono,2011). Adapun untuk mendapatkan jawaban dari variabel yang akan diteliti, maka digunakan angka untuk meneukan poinnya. Untuk variabel X pertanyaan favorable, 1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= setuju, 4= sangat setuju sedangkan untuk pertanyaan unfavorable 4= sangat tidak setuju, 3= tidak setuju, 2= setuju, 4= sangat setuju. sedangkan untuk variabel Y, 1= benar, 0= salah.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek yang menjadi sasaran untuk penelitian (Masrukhin, 2015:80). Populasi dalam penelitian ini yaitu santriwati Mahad Ulil Albab II yang berjumlah 35 santriwati.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk penelitian (Sugiyono, 2011: 81). Pada penelitian ini seluruh jumlah populasi akan dijadikan sampel karena jumlah populasi tidak lebih dari 100, sesuai dengan ketentuan jika kurang dari 100 maka diambil semua dan jika lebih dari 100 dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 1989:107). Sampel pada penelitian ini berjumlah 35 santriwati.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan dalam penelitian untuk menghasilkan data atau sumber. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner/ angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan tertulis maupun tidak kepada responden penelitian untuk dijawab. (Sugiyono, 2011:142). Pada penelitian ini, peneliti akan menyebarkan angket kepada santriwati Mahad Ulil Albab Ngaliyan Semarang. Peneliti telah menyiapkan angket yang akan disebarkan kepada responden penelitian dengan kisi-kisi sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Menonton TikTok NU Online

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Motif	1,2,3	4,5,6	6
2	Intensitas	7,8	9,10,11	5
3	Keaktifan	12,13,14	15,16,17	6
Jumlah				17

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Pengetahuan Fikih Muslimah

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Tahu	1,3	2	3
2	Memahami	4,5,6		3
3	Penerapan	7,8	9	3
4	Analisis	12	10,11	3
5	Sintesis	13,14,15		3
6	Evaluasi	18	16,17	3
Total				18

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai pendukung informasi, sehingga informasi yang didapat dapat lebih lengkap. Dokumentasi ini bisa didapatkan melalui gambar yang dapat memperkuat informasi dari hasil observasi.

G. Validitas dan Reliabilitas Data

Suatu instrumen penelitian sebelum digunakan untuk mengumpulkan data harus memenuhi dua syarat, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji validitas

validitas adalah ketepatan hasil, instrumen ditetapkan valid jika validitasnya tinggi begitupun sebaliknya. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui layak atau tidaknya butir-butir pertanyaan yang akan digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan rumus *product Moment pearson* untuk uji validitas dengan bantuan program SPSS versi 23 (Sujarweni, dkk, 2012:176). Rumus ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antar variabel yang data nya berdistribusi normal (Priyanto, 2009:109). Kaidah yang digunakan yaitu dengan melihat hasil r_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Instrumen ditetapkan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sebaliknya instrumen ditetapkan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas artinya dapat dipercaya dan hasilnya tetap sama walaupun digunakan berulang kali untuk mengukur obyek data (Sugiyono, 2011:121). Angket dinyatakan reliabel apabila jawaban responden atas pertanyaan selalu konsisten. dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS. Uji reliabilitas mengacu pada nilai Alpha yang dihasilkan, dengan ketentuan jika nilai Alpha $> 0,60$ maka angket dikatakan reliabel atau konsisten, namun jika nilai Alpha $< 0,60$ maka angket dikatakan tidak reliabel atau tidak konsisten (Sujarweni, 2012: 186).

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu cara yang digunakan untuk menganalisis suatu data atau informasi yang didapatkan ketika penelitian. Data yang didapatkan masih berupa data mentah yang akan di olah hingga mendapatkan hasil dan kesimpulan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis pendahuluan

Pada tahap ini akan dilakukan beberapa analisis dari masing-masing variabel yaitu pensekoran, menentukan distribusi frekuensi, menentukan kelas interval dan mencari mean.

2. Uji prasyarat analisis data

a) Uji normalitas data

Uji normalitas data adalah pengujian data observasi untuk menentukan apakah data yang disebar yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2011:171). Analisis ini bertujuan untuk menguji data variabel menonton TikTok NU Online dan pengetahuan seputar fikih muslimah santriwati berdistribusi normal atau tidak. Untuk menentukan pengujian data ini dapat menggunakan teknik *one sampel kolmogrov-smirnov* (1-

sampel K-S) menggunakan *software* SPSS versi 23. Adapun pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ artinya variabel berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ artinya variabel berdistribusi tidak normal (Arikunto, 2011).

b) Uji Linieritas

Uji linieritas adalah cara untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linier pada variabel bebas dan variabel terikat. Uji linieritas biasanya digunakan sebagai prasyarat pada analisis korelasi atau regresi linier dengan ketentuan apabila nilai signifikan $> 0,05$ hubungan antar variabel dinyatakan linier, namun jika nilai signifikan $< 0,05$ hubungan antar variabel tidak linier (Azwar, 2009). Pada uji linieritas ini peneliti menggunakan *software* SPSS versi 23.

c) Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji kebenaran atas hipotesis yang disajikan. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi Linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sujarweni, dkk, 2012:83).

Untuk mengetahui kesesuaian model regresi linier sederhana, dilakukan uji t dan koefisiensi determinasi, sebagai berikut:

a) Uji t

Uji t atau disebut uji persial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara sendiri berpengaruh atau tidak kepada variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat

kolom signifikansi pada masing-masing, dengan kriteria jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ H_0 diterima dan H_a ditolak, namun jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Koefisiensi determinasi

Koefisiensi determinasi atau R square digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh antar dua variabel secara bersama-sama.

BAB IV

TIKTOK NU ONLINE DAN MAHAD ULIL ALBAB NGALIYAN SEMARANG

A. Profil, Visi, Misi dan Nilai, Jenis Konten Tiktok NU Online

1. Profil TikTok NU Online

NU Online adalah media resmi milik Nahdhatul Ulama yang menyampaikan informasi sosial masyarakat dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat, yang didirikan pada tahun 2003 dan telah terverifikasi secara administratif dan faktual oleh Dewan Pers dengan sertifikat Nomor 1079/DP-Verifikasi/K/III/2023 (Hasan Aziz, 2021). TikTok NU Online sendiri merupakan pengembangan dari website www.nu.or.id yang bergerak di sosial media, didalam chanel ini berisi beragam konten seperti konten tutorial beribadah, kajian Islam, quotes Islam, doa dan amalam, suara muslimah, sholawat dan masih banyak lagi. TikTok NU Online sendiri memiliki pengikut sejumlah 438,5k dan sampai saat ini telah disukai oleh hampir 6 juta pengguna tiktok (www.nu.or.id. diakses pada 10 Juni 2023).

2. Visi, Misi dan Nilai NU Online

a. Visi

Menjadi media penyedia informasi ke-NU-an dan keIslaman yang menyejukkan dan terpercaya

b. Misi

1. Menjadi pilihan pertama untuk memperoleh informasi ke-NU-an dan keIslaman yang terpercaya
2. Menghasilkan informasi yang menyejukkan dan mendorong sikap keagamaan yang berkeadilan, moderat, dan menghargai keberagaman

3. Menghasilkan produk informasi yang berkualitas
 4. Menjadi ruang untuk mengembangkan sikap profesionalitas yang tinggi disertai semangat berkhidmah untuk umat dan bangsa
- c. Nilai
1. Profesionalitas
Menghasilkan informasi yang memiliki standar kualitas tinggi yang menjadi rujukan terpercaya bagi publik
 2. Kerelawanan
Membuka ruang seluas-luasnya bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam mengisi dan mengembangkan informasi
 3. Kebersamaan
Menjaga nilai-nilai komunalitas dalam mencapai tujuan bersama dalam memproduksi dan menyebarkan informasi dengan tetap menjaga standar kualitas informasi yang tinggi
 4. Pembelajaran
Mendorong dan memfasilitasi karyawan untuk terus belajar dan mengembangkan diri sebagai bagian dari peningkatan kualitas pribadi dan produk informasi yang dihasilkan.

3. Jenis konten pada TikTok NU Online

Didalam TikTok NU online berisi berbagai macam konten keagamaan yang diisi oleh berbagai narasumber dari kalangan Kiyai, ustadz dan ustadzah dari berbagai pondok pesantren. Konten yang ada diTikTok NU online diantaranya: berbagai macam quotes kebaikan motivasi dan keagamaan, berbagai doa dan amalan dalam sehari-hari, tutorial ibadah, berbagai shalawat, 1 menit NU dan konten suara muslimah. Pada penelitian ini berfokus pada konten suara muslimah yaitu konten yang berisi tentang segala masalah yang dihadapi oleh muslimah yang dijelaskan oleh para ustadzah. Adapaun konten suara muslimah berisi materi sebagai berikut :

1. Dilema keputihan pada wanita
2. Mandi wiladah setelah melahirkan
3. Perempuan karir dalam Islam
4. Qadha salat diwaktu yang diharamkan salat dan bagi perempuan haid
5. Cara mendidik anak secara Islami
6. Ingin mulai menghafal Al Quran?
7. Suci haid di siang hari bulan puasa apakah wajib berpuasa?
8. Wanita mandiri dalam Islam
9. Hukum wanita keramas saat haid
10. Jarak haid dan nifas
11. Dandan saat menikah, bagaimana hukum wudhunya?
12. Tata cara berpakaian bagi perempuan dalam Islam
13. Tata cara memakai *make up* dan *skincare* bagi perempuan dalam Islam
14. Menyebabkan istihadhah dan cara mengatasinya
15. Masalah kecantikan bagi perempuan dalam Islam
16. Menghilangkan insecure dalam diri
17. Peran perempuan

B. Mahad Ulil Albab Ngaliyan Semarang

1. Sejarah singkat berdirinya Mahad Ulil Albab

Mahad Ulil Albab adalah salah satu pondok pesantren mahasiswa dibawah naungan Dr. KH. Abdul Muhayya, MA. yang berada di Jl. Tanjungsari Utara II Tambak Aji RT/RW 07/05 Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Mahad Ulil Albab dirikan pada tahun 2005, pada awal berdirinya Mahad Ulil Albab dikenal dengan asrama FUPK yang dikhususkan untuk mahasiswa Fakultas Ushuludin dan Humaniora yang mendapatkan beasiswa program khusus atau FUPK (Fakultas Ushuludin dan Humaniora Program Khusus). Pada tahun pertama

jumlah santri di asrama FUPK berjumlah 21 santri dengan santri laki-laki sebanyak 21 dan santri perempuan sebanyak 4 kemudian pada tahun 2006 jumlah santri bertambah menjadi 50 santri dengan lebih banyak jumlah laki-laki daripada jumlah santri perempuan, kemudian pada tahun-tahun berikutnya jumlah santri semakin banyak dan pada akhirnya asrama FUPK yang berada di tanjungsari ini di khususkan untuk santriwati saja.

Pada tahun 2011 asrama FUPK putri ini berubah menjadi Mahad Ulil Albab dan dibuka untuk seluruh mahasiswi UIN Walisongo tidak hanya untuk mahasiswi FUPK saja, karena banyak sekali mahasiswi yang ingin memperdalam ilmu agama. Dan pada tahun selanjutnya berikutnya santriwati Mahad Ulil Albab semakin bertambah hingga saat ini mencapai 79 santriwati. Mahad Ulil Albab memiliki 2 gedung khusus untuk putri yaitu Mahad Ulil Albab I dan Mahad Ulil Albab II. Mahad Ulil Albab II digunakan untuk mahasiswa baru sedangkan untuk Mahad Ulil Albab I digunakan untuk mahasiswa semester 3 sampai 5.

2. Visi dan Misi Mahad Ulil Albab

a. Visi

Pesantren merupakan syiar *tholab al ilmi* dan sumber pengetahuan Islam untuk mencapai ridho Allah SWT serta mencetak generasi mukmin yang cerdas, berakhlakul karimah, terampil dan ikhlas.

b. Misi

1. Mempersiapkan pribadi umat yang berilmu pengetahuan, barakhlak mulia, dan berkhidmat kepada agama, masyarakat dan negara
2. Menyelenggarakan kegiaran pendidikan formal untuk menambah ilmu dan wawasan santri serta masyarakat sekitar
3. Menyelenggarakan kegiatan keagamaan sebagai sarana pendidikan spiritual santri dalam kehidupan sehari-hari

4. Memberikan bimbingan keterampilan sebagai keahlian individu
5. Menyuburkan jiwa pahlawan dengan semangat juang tanpa pamrih

3. Landasan, Azaz dan prinsip Mahad Ulil Albab

a. Landasan

Mahad ini berlandaskan kepada Al Quran dan Hadis, Ijma, Qiyas serta undang-undang yang berlaku

b. Azaz

Taat pada agama dan hukum

c. Prinsip

Keikhlasan, kekeluargaan, kebersamaan, kemandirian, keterbukaan, dan kejujuran.

4. Struktur Organisasi Mahad Ulil Albab

Pengasuh : Dr. KH. Abdul Muhayya, MA.

Supervisor : Dewi Novita Ningrum, Siti Sofwatun nisa, Siti Khumairotussholikha, Ulil Azmi Ma'rifatun Nafsi, Rohma Nurmaeni, Anisa Ulinajwa

Badan Pengurus Harian

Ketua : Lutfi Arifatin

Wakil Ketua : Nurus Sholihah

Sekretaris I : Fatikhatun Faizatur R

Sekretaris II : Ikfi Mahfudhoh

Bendahara I : Siti Nur Afifah

Bendahara II : Nabila Nida Musyafa'

Devisi-Devisi

Peribadatan	: Elsa Gita Maharani (Koor), Ayu Rahmawati, Ulfa Munika Putri, Halimatus Sa'diyah
Bahasa	: Leni Nur Azizah (Koor), Dini Kumala, Nadia Rahma, Fitri Arifah
PPSDM	: Nabila Dwi M (Koor), Azkiyatul Fakhriyah, Siti Magfiroh, Riski Meila
Pendidikan	: Firdausiana Rosa (Koor), In Nayatur Robaniyah, Zumrotul Ulya, Alfi Azzatun Nasyida
Kebersihan	: Novita Fatmawati (Koor), Aslama Chanif, Ira Ardiana, Yuni Zulfiana
Keamanan	: Mahmudah Ihsan Saputri (Koor), Niswaton Khasanah, Safina Peni, Nur Lailatul Arifah
INKOM	: Faza Nuzuliah Furqoni (Koor), Nurul Aulia, Lailatul Qodriah, Lailatul Fitriyah
Kesejahteraan	: Fadhilatul Muna (Koor), Asna Khoirina, Fihris Sifa, Muslimah

5. Jadwal Kegiatan di Mahad Ulil Albab

Tabel 4. 1 Jadwal kegiatan Mahad Ulil Albab

Hari	Magrib	Isya	Subuh
Malam senin	Dzibaan	Kelas bahasa Inggris	Mengaji Al-Quran
Malam selasa	Diskusi	Mengaji tafsir	Mengaji Al-Quran
Malam rabu	Mengaji Al-Quran	Mengaji kitab ihya Ulumuddin	Mengaji Al-Quran
Malam Kamis	Mengaji Al-	Mengaji kitab	Mengaji Al-

	Quran	ihya Ulumuddin	Quran
Malam Jumat	Tahlil dan yasin	Kelas bahasa arab	Semaan juz 30
Sabtu	-	-	Setoran bil ghoib
Minggu	-	-	Tadarrus di Masjid

6. Profil Data Responden

Tabel 4. 2 Profil responden penelitian

NO	Nama	NIM	Jurusan
1	Elis Nur Oktavia	2208075001	Pendidikan Kimia
2	Zumrotul Ulya	2105026041	Ekonomi Islam
3	Siti Fatma Husniyati	2205046005	Akuntansi Syariah
4	Dini Kumala Andriyani	2003046002	Pendidikan Bahasa Inggris
5	Nurus Sholihah	2003046003	Pendidikan Bahasa Inggris
6	Nazalaton Najwa	2205026018	Ekonomi Islam
7	Ajeng Irmadiyah	2208026011	Fisika
8	Fatimah Az Zahra	2203046081	Pendidikan Bahasa Inggris
9	Dinda Putri Utami	2208056076	Pendidikan Matematika
10	Novi Safitri amalia	2205026067	Ekonomi Islam
11	Siti Shofwatun Nisa	1908056069	Pendidikan Matematika
12	Ulfa	2102046006	Ilmu Falak
13	Firda Nailis S	2203026058	Pendidikan Bahasa Arab
14	Salwa	2202026014	Hukum Pidana Islam
15	Aulia Nur Aida Varika	2205056015	Manajemen
16	Farida Rihaadatul Aisy	2208056104	Pendidikan Matematika
17	Nurul Khotimah	2208076005	Pendidikan Kimia
18	Rahma Azkiyah Febriyanti	2201026088	Komunikasi dan Penyiaran Islam
19	Wulan Apriliyanah	2208026010	Fisika

20	Dania Nurussyahriatus S	2101036022	Manajemen Dakwah
21	Shofia Zulfa Ika	2002056034	Ilmu Hukum
22	Asna Koiriana	2003096085	PGMI
23	Ikfi Mahfudhoh	2102016018	Hukum Keluarga Islam
24	Nur Afifatul Azizah	2003016004	Pendidikan Agama Islam
25	Fadhilatul Muna		Sosiologi
26	Ni'matul Maimanah	1901036121	Manajemen Dakwah
27	Alfiatul Farikhah	2101016001	Bimbingan Penyuluhan Islam
28	Zulfia Arifatun Nisa	2103036104	Manajemen Pendidikan Islam
29	Roifatur Risma	2101026142	Komunikasi Penyiaran Islam
30	Rohmah Nurmeinani	1903096079	PGMI
31	Khusnul Khotimah	2201036058	Manajemen Dakwah
32	Vita Mierza Pramnesti	2206026005	Sosiologi
33	Alfi Azzatun Nasyida	2101036002	Komunikasi dan Penyiaran Islam
34	Anisa Ulinajwa		
35	Ani Safitri	2101036003	Manajemen Dakwah

BAB V

HASIL ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu metode eksperimen dengan menggunakan *pre-test* dan *post-test group design* dengan sampel penelitian sejumlah 35 santriwati Mahad Ulil Albab Ngaliyan Semarang. Pada awalnya akan responden akan diberikan angket sebelum (*pre-test*) menonton TikTok NU Online kemudian responden akan diberikan perlakuan yaitu berupa menonton TikTok NU Online dan setelah itu responden akan kembali diberikan angket setelah (*post-test*) menonton TikTok NU Online kemudian akan dilihat apakah ada pengaruh atau tidak. Penelitian ini dilakukan selama 10 kali pertemuan dalam waktu 1 bulan. Sebelum angket disebar kepada responden akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan layak untuk disebar atau tidak sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah butir pertanyaan tersebut bisa digunakan lebih dari satu kali dengan menghasilkan data yang konsisten. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria yaitu nilai r hitung $>$ r tabel dengan r tabel = 0,325 dan nilai r positif maka instrumen penelitian dinyatakan valid (Masrukin,2015:10).

Uji reliabilitas bertujuan untuk menetapkan apakah instrumen yang digunakan bersifat konsisten atau dapat diandalkan jika digunakan lebih dari satu kali. Uji reliabilitas juga dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23, butir pertanyaan dinyatakan reliabel apabila memenuhi kriteria yaitu dilihat pada nilai

Cronbach Alpha, apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka butir soal dinyatakan reliabel dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$

maka butir soal dinyatakan tidak reliabel (tidak konsisten) (Masrukhin, 2015:97).

a. Uji validitas variabel X (Menonton TikTok NU Online)

Untuk uji validitas pada variabel X ini dibagikan kepada 37 partisipan kemudian diuji menggunakan bantuan program SPSS versi 23, berikut hasil uji validitas variabel X:

Tabel 5. 1 Hasil uji validitas variabel X

No Soal	R hitung	Rtabel= 0,325 5%	Keterangan
1	0,412	0,325	Valid
2	0,492	0,325	Valid
3	0,453	0,325	Valid
4	0,406	0,325	Valid
5	0,463	0,325	Valid
6	0,537	0,325	Valid
7	0,434	0,325	Valid
8	0,497	0,325	Valid
9	0,492	0,325	Valid
10	0,646	0,325	Valid
11	0,361	0,325	Valid
12	0,490	0,325	Valid
13	0,439	0,325	Valid
14	0,412	0,325	Valid
15	0,622	0,325	Valid
16	0,582	0,325	Valid
17	0,479	0,325	Valid

Dari hasil uji validitas disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dinyatakan valid dengan ketentuan r hitung lebih besar dari r tabel. Maka sejumlah 17 butir pertanyaan akan digunakan.

b. Uji Reliabilitas Variabel X

Berikut hasil uji reliabilitas dengan bantuan program SPSS versi 23:

Tabel 5. 2 Hasil uji reliabilitas variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
0,726	18

Berdasarkan hasil tabel diatas, butir pertanyaan dikatakan reliabel karena nilai alpha cronbach menunjukkan nilai 0,726 yang berarti $> 0,60$. Ketentuannya apabila nilai alpha cronbach lebih dari 0,60 dan dinyatakan tidak reliabel apabila nilai alpha cronbach kurang dari 0,60.

c. Uji Validitas variabel Y (Pengetahuan fikih muslimah)

Uji validitas ini dibagikan kepada 40 partisipan kemudian diuji menggunakan bantuan SPSS, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. 3 Hasil uji validitas variabel Y

No Soal	R hitung	R tabel= 0,312 5%	Keterangan
1	0,340	0,312	Valid
2	0,351	0,312	Valid
3	0,321	0,312	Valid
4	0,259	0,312	Tidak Valid
5	0,115	0,312	Tidak Valid
6	0,362	0,312	Valid
7	0,368	0,312	Valid
8	0,346	0,312	Valid
9	0,558	0,312	Valid
10	0,503	0,312	Valid
11	0,330	0,312	Valid
12	0,055	0,312	Tidak Valid
13	0,362	0,312	Valid
14	0,285	0,312	Tidak Valid
15	0,030	0,312	Tidak Valid
16	0,323	0,312	Valid
17	0,185	0,312	Tidak Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas terdapat beberapa item soal yang tidak valid yaitu pada soal nomer 4,5,112,14,15,dan 17 karena nilai r_{hitung} kurang dari nilai r_{tabel} . dan terdapat 11 item pertanyaan yang dinyatakan valid dan pertanyaan inilah yang akan digunakan sedangkan untuk pertanyaan yang tidak valid tidak akan digunakan.

d. Uji Reliabilitas Variabel Y (Pengetahuan fikih muslimah)

Berikut hasil uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23:

Tabel 5. 4 Hasil uji reliabilitas variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	19

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan bersifat reliabel karena nilai alpha cronbach menunjukkan angka 0,618 yaitu lebih dari 0,60.

B. Analisis Pendahuluan

Setelah data penelitian diuji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilakukan analisis pendahuluan untuk menganalisis data mentah seperti penskoran, menentukan *mean*, menentukan nilai N-gain.

1. Penskoran

Data hasil penelitian yang diperoleh dari 35 responden penelitian akan diberikan skor pada masing-masing pertanyaan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

a) Menonton TikTok NU Online (Variabel X)

Setelah data hasil penelitian diperoleh, selanjutnya akan dilakukan penskoran pada masing-masing pertanyaan. Pada variabel X ini digunakan skala Likert untuk melakukan penskoran. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat (Sugiyono, 2015). Nilai penskoran dimulai dari 1-4 untuk pertanyaan *unfavorable*, sedangkan untuk pertanyaan *favorable* diberikan nilai mulai 4-1. Pada pertanyaan *favorable* jawaban “sangat setuju” (SS) diberikan skor 4, jawaban “setuju” (S) diberikan skor 3, jawaban “tidak setuju” (TS) diberikan skor 3, dan jawaban “sangat tidak setuju” (STS) diberikan skor 1. Sedangkan untuk pertanyaan *unfavorable* jawaban “sangat setuju” (SS) diberikan skor 1, jawaban “setuju” (S) diberikan skor 2, jawaban “tidak setuju”(TS) diberikan skor 3, dan jawaban “sangat tidak setuju” (STS) diberikan skor 4. Berikut dijelaskan pada tabel dibawah ini.

b) Pengetahuan Fikih Muslimah (Variabel Y)

Pada variabel Y ini digunakan skala Guttman untuk melakukan penskoran, skala Guttman ini digunakan untuk mendapatkan jawaban yang tegas dari responden penelitian (Sugiyono,2015). Untuk pertanyaan *favorable* diberikan angka 1 jika jawaban “benar” dan diberikan angka 0 jika jawaban “salah”, sedangkan untuk pertanyaan *unfavorable* diberikan angka 0 untuk jawaban “benar” dan diberikan angka 1 untuk jawaban “salah”. Berikut dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. 5 Hasil *Pretest* dan *Posttest*

Responden	Total Nilai			
	Pretest		Posttest	
	Menonton TikTok	Pengetahuan Fikih Muslimah	Menonton TikTok	Pengetahuan Fikih Muslimah
R1	41	6	54	9
R2	46	10	54	11

R3	39	10	51	11
R4	46	9	51	10
R5	46	7	44	10
R6	50	6	51	11
R7	36	4	64	11
R8	42	4	51	8
R9	44	7	58	10
R10	46	5	58	10
R11	48	11	55	11
R12	43	10	56	11
R13	50	8	58	11
R14	48	8	59	9
R15	50	9	57	11
R16	42	7	46	10
R17	50	6	49	9
R18	44	9	52	11
R19	47	11	51	11
R20	45	7	58	11
R21	45	9	62	11
R22	52	6	61	10
R23	46	7	52	8
R24	46	9	56	11
R25	48	7	59	11
R26	48	8	62	11
R27	42	7	53	11
R28	40	7	60	11
R29	40	7	60	11
R30	45	10	52	11
R31	46	9	58	11
R32	38	8	51	11
R33	49	9	61	10
R34	45	9	49	11
R35	42	6	60	10

Berdasarkan tabel diatas, kemudian digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata (*mean*) pada *pretest* dan *posttest*. Berikut hasilnya disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. 6 Hasil nilai *mean* variabel X

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pretest menonton tiktok	35	16	36	52	45.00	3.781
posttest menonton tiktok	35	20	44	64	55.23	4.881
Valid N (listwise)	35					

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *pretest* menonton TikTok NU Online sebesar 45,00 dan setelah berikan perlakuan kemudian dilakukan *posttest* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 55,23.

Tabel 5. 7 Hasil nilai *mean* variabel Y

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pretest pengetahuan fikih muslimah	35	7	4	11	7.77	1.800
posttest pengetahuan fikih muslimah	35	3	8	11	10.43	.884
Valid N (listwise)	35					

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *pretest* pengetahuan fikih muslimah sebesar 7,77 dan setelah berikan perlakuan kemudian dilakukan *posttest* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 10,43.

2. Menentukan Nilai N-Gain

Perhitungan N-Gain digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan fikih muslimah berdasarkan hasil *pretest* dan *posttest* responden penelitian. Menurut Hake yang dikutip oleh Trise Nurul Ain, nilai N-Gain dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut (Ain, 2013:99) :

$$N - gain = \frac{(\text{Nilai } posttest - \text{nilai } pretest)}{(\text{Nilai Maksimum} - \text{nilai } pretest)}$$

Nilai maksimum yang didapatkan dari hasil *pretest* dan *posttest* adalah 11, dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5. 8 Hasil N-Gain

pretest	Posttest	post-pre	skor ideal(11-pre)	N-gain skore	N-gain (%)
6	9	3	5	0,6	60
10	11	1	1	1	100
10	11	1	1	1	100
9	10	1	2	0,5	50
7	10	3	4	0,75	75
6	11	5	5	1	100
4	11	7	7	1	100
4	8	4	7	0,6	60
7	10	3	4	0,75	75
5	10	5	6	0,8	80
11	11	0	0	0	0
10	11	1	1	1	100
8	11	3	3	1	100
8	9	1	3	0,3	30
9	11	2	2	1	100
7	10	3	4	0,75	75
6	9	3	5	0,6	60
9	11	2	2	1	100
11	11	0	0	0	0
7	11	4	4	1	100
9	11	2	2	1	100
6	10	4	5	0,8	80

7	8	1	4	0,25	25
9	11	2	2	1	100
7	11	4	4	1	100
8	11	3	3	1	100
7	11	4	4	1	100
7	11	4	4	1	100
7	11	4	4	1	100
10	11	1	1	1	100
9	11	2	2	1	100
8	11	3	3	1	100
9	10	1	2	0,5	50
9	11	2	2	1	100
6	10	4	5	0,8	80

Tabel 5. 9 Pembagian N- Gain score

Pembagian N-Gain Score		
Nilai N-Gain	Kategori	Jumlah
$g > 0,7$	TINGGI	26
$0,3 < g < 0,7$	SEDANG	6
$g < 0,3$	RENDAH	3

Dari hasil perhitungan N-Gain, kemudian dilakukan penentuan kriteria skor gain sebagaimana tertera pada tabel diatas

Tabel 5. 10 kategori tingkat pengetahuan

Kategori Tingkat Pengetahuan		
Presentase (%)	Kategori	Jumlah
76 – 100	BAIK	23
60 – 75	CUKUP	6
< 60	KURANG	6

Setelah didapatkan score gain, selanjutnya dilakukan penentuan kriteria tingkat pengetahuan fikih muslimah seperti pada tabel diatas, pada tabel diatas dinyatakan terdapat 23 santriwati berkategori baik, 6 santriwati berkategori cukup, dan 6 santriwati berkategori kurang.

C. Uji Prasyarat Analisis

Sebelum dilakukan uji hipotesis, terdapat beberapa uji yang harus dilakukan untuk memenuhi syarat uji hipotesis. Adapaun uji yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji linieritas data.

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data bersifat normal atau tidak (Sugiyono, 2011). Untuk analisis ini digunakan teknik *one sampel kolmogrov-smirnov* menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Berikut hasil uji normalitas data:

Tabel 5. 11 Hasil Uji Normalitas

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Menonton TikTok NU Online*	.129	35	.154	.971	35	.474
Pengetahuan Fikih Musmilah	.143	35	.066	.963	35	.286

Untuk mengetahui data diatas berdistribusi dengan normal atau tidak, dapat dilihat pada nilai signifikansi. Dengan ketentuan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal, namun jina nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal. dilihat dari tabel test *Kolmogorov-Smirnov* nilai *pretest* $0,154 > 0,05$ dan nilai *posttest* $0,066 > 0,05$ maka data diatas dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linier pada variabel X (menonton TikTok NU Online) terhadap variabel Y (pengetahuan fikih muslimah). Uji linieritas pada data ini akan dilihat pada tabel ANOVA. Data dikatakan linier apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan data dikatakan tidak linier apabila nilai signifikasni $> 0,05$. Berikut hasil uji linieritas variabel X terhadap variabel Y:

Tabel 5. 12 Hasil Uji linieritas

ANOVA Table			Sig.
pengetahuan fikih muslimah * menonton tiktok	Between Groups	(Combined)	.985
		Linearity	.292
		Deviation from Linearity	.993
Within Groups			
Total			

Dari data tersebut diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,993, artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sesuai dengan kriteria diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier variabel menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah.

D. Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Setelah dilakukan uji prasyarat analisis, kemudian data penelitian akan dianalisis menggunakan uji regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan atau pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Sujarweni, 2012). Uji regresi linier sederhana ini menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

Analisis dapat dilakukan dengan uji-t dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

Ho : koefisiensi regresi tidak signifikan

Ha : koefisiensi regresi signifikan

t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima

t hitung < t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak

Untuk membandingkan besarnya t hitung dengan t tabel pada taraf signifikan 5%, jika t hitung > t tabel maka hasilnya akan signifikan yang berarti hipotesis alternatif (Ha) diterima.

a. Mencari koefisiensi determinasi (R-Square)

Koefisiensi determinasi menunjukkan besarnya sumbangan variabel X dalam mempengaruhi variabel Y. berikut tabel hasil perolehan R-square:

Tabel 5. 13 Hasil R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.350	.331	.271

a. Predictors: (Constant), menonton tiktok

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai R sebesar 0,592 dan nilai koefisiensi determinasi (R-Square) sebesar 0,350 hasil R-Square kemudian dikalikan 100% untuk menunjukkan besaran pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah dan hasil akhir yang diperoleh yaitu sebesar 35%. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel menonton TikTok NU Online terhadap Pengetahuan Fikih Muslimah sebesar 35%, sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

- b. Mencari model persamaan regresi

Tabel 5. 14 Hasil regresi linier sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.208	.528		15.538	.000
menonton tiktok	.040	.010	.592	4.219	.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel diatas merupakan hasil analisis menggunakan uji t (uji persial) dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05). Jika t hitung > t tabel, maka koefisiensi regresi dinyatakan signifikan namun jika nilai t hitung < t tabel maka koefisiensi regresi dinyatakan tidak signifikan.

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai t hitung sebesar 4,219. Untuk mencari t tabel digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= (a/2 : n-k-1) \\
 &= (0,05/2 : 35-1-1) \\
 &= (0,025 : 33)
 \end{aligned}$$

= 2,035 (hasil ini dilihat pada distribusi t tabel dengan taraf signifikansi 0,05)

Jadi hasilnya yaitu t hitung $>$ t tabel ($4,219 > 2,035$). Kesimpulannya yaitu t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II ngaliyan Kota Semarang.

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi nilai constan (a) sebesar 8,208 dan nilai b sebesar 0,040. Sehingga persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

$$Y = 8,208 + 0,040 X$$

Diketahui :

- a) Nilai konstanta sebesar 8,208 artinya nilai konsistensi variabel partisipan sebesar 8,208
- b) Nilai koefisiensi regresi sebesar 0,040 artinya setiap penambahan 1% nilai menonton TikTok maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,040. Koefisiensi regresi tersebut bernilai positif sehingga dikatakan terdapat pengaruh variabel menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab Ngaliyan Kota Semarang. Untuk mendapatkan data penelitian yang akan dianalisis, sebelumnya responden penelitian mendapatkan tes pertama (*pretest*) kemudian diberikan perlakuan (*treatment*) dan tes akhir (*posttest*). Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan

pada pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II sebelum dan sesudah diberikan perlakuan yaitu berupa menonton TikTok NU Online.

Berdasarkan data yang telah dianalisis, dilakukan uji N-Gain untuk mengetahui peningkatan pengetahuan fikih muslimah, kemudian didapatkan sebanyak 26 santriwati berkategori baik, 6 santriwati berkategori cukup dan 3 santriwati berkategori kurang. Kemudian dilakukan uji t, diketahui nilai t hitung 4,219 dan diperoleh hasil t tabel sebesar 2,035 dengan taraf signifikansi 5% (0,05) yang menunjukkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,219 > 2,035$). Artinya terdapat pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah. Kemudian diperoleh nilai R square sebesar 0,350 dan hasil R square yaitu 35%, artinya terdapat pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah sebesar 35%, sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Kemudian diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 8,208 + 0,040 X$, nilai koefisien regresi sebesar 0,040 artinya setiap penambahan 1% nilai menonton TikTok maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,040. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dikatakan terdapat pengaruh variabel menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah.

Hasil penelitian ini yaitu dinyatakan H_a diterima yaitu terdapat pengaruh menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Kota Semarang. Besarnya pengaruh dilihat dari hasil R-square sebesar 35% sedangkan 65% nya dipengaruhi oleh faktor lain artinya pengetahuan fikih muslimah santriwati tidak hanya dipengaruhi oleh menonton TikTok NU Online saja namun dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Namun menonton TikTok NU Online memberikan sumbangsih bagi santriwati mahad Ulil Albab untuk meningkatkan pengetahuan fikih muslimah mereka.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh dilapangan, kemudian diuji dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah pada santriwati Mahad Ulil Albab II Ngaliyan Kota Semarang.

Hasil ini diperoleh dari nilai t hitung $>$ t tabel ($4,219 > 2,035$) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata hasil menonton TikTok NU Online terhadap pengetahuan fikih muslimah sebelum dan setelah diberikan perlakuan yang artinya jika terdapat perbedaan rata-rata maka dinyatakan terdapat pengaruh, dan besaran pengaruhnya yaitu 35% Kesimpulannya bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima.

B. Saran

1. Saran untuk Mahad Ulil Albab II Ngaliyan kota Semarang, semua jenis kegiatan dan pembelajaran di Mahad Ulil Albab sudah sangat bagus namun alangkah lebih baiknya jika ditambah dengan pelajaran seputar fikih muslimah karena Mahad Ulil Albab terdiri dari seluruhnya santriwati dan pelajaran terkait fikih muslimah sangat penting bagi santriwati.
2. Peneliti hanya meneliti satu faktor saja yang turut mempengaruhi pengetahuan fikih muslimah, masih terdapat faktor-faktor lain yang turut serta mempengaruhi pengetahuan fikih muslimah, pada penelitian selanjutnya dapat dikaji lebih lanjut terkait faktor-faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ain, Trise Nurul, 2013. *Pemanfaatan Visualisasi Video Percobaan Gravity Current Untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Fisika Pada Materi Tekanan Hidrostatik*, Jurnal Inovasi Pendidikan Fisika, 2 (2) 99.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Asyari, Akhmad, Mirannisa. 2022. "Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Minat Belajar Siswa MA Miftahul Ishlah Tembelok" *Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*. 4 (3), 422-423.
- Atika Sari, Ade Nur. 2018. "Pengaruh Menonton Sinetron Anak Jalanan Di RCTI". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1 (2), 10-12.
- Aulia, Vira, Yanti, Tayo, Luluatu Nayiroh. 2002. "Pengaruh Konten Video TikTok @aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa". *Open Journal System*. 16 (11), 7823-7825
- Aziz, M.A. (2009). Ilmu Dakwah. *Buku*.
- BuginBurhan. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Bulele, Yohana Noni, Tony, Wibowo. 2020. "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus TikTok". *Conference on Business, Social Science and Inovation Technology*. 1 (1), 565-566.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmu sosial & Ilmu Politik*, 9(1), 140-157.
- Eddy Saputra, 2016. Dampak Sosial Media Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja dan Solusinya Melalui Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Sosiso-E-Kons*. 8 (2), 164-165.
- Farida, Luluk, Sholihatul Atik Hikmawati. 2021. "Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang". *Jurnal Komunikadi dan Penyiaran Islam*. 2(1), 2-10.
- Fi Lesya Khadza.2013. *Cara Mudah Mengenal dan Membaca Karakter dan Kepribadian Orang Lewat Internet*, Jojga: Mantra Book.
- Giswandhani, Mariesa, Akbar Abu Thalib. 2021. "Intensitas Menonton Konten Kecantikan Terhadap Impulse Buying Pengguna Aplikasi TikTok". *Jurnal Syntax Transformation*. 2 (1), 1680-1681.

- Ginting, Rahmanita, Agus Yulianto dkk. 2021. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring sebelum Sharing*. Cirebon : Penerbit Insania.
- Jufri, Muhamaad. 2014. “Fikih Perempuan (Analisis Gender dalam Fikih Islam Konteks Keindonesiaan)”. *Jurnal Al Maiyyah* . 7 (1).
- Kris Budiman, 2002. *Di Depan Kotak Ajaib: Menonton Televisi Sebagai Praktek Konsumsi*. Yogyakarta
- Malimbe, Armylia, Fonny, Wann, Evie A.A. Suwu. 2021. “Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok (*Douyin*) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado” *Jurnal Ilmiah Society* . 1 (1).
- Masrukhin. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: 2015.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. (Yogyakarta: ANDI OFFSET. 1993).
- Purwanto, M Ngalim. 2002. *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Priyanto, Duwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahmad, 2009. *Meraih Berkah dan Pahala Melalui Internet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Robiatul Adawiyah, Dwi Putri. 2020. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Smapang” *Jurnal Komunikasi*. 14 (2), 136-137.
- Rohmah, Nurliya Ni'matul. 2020. “Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)”. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 4 (1), 6-9.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Singarimbun Masri&Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei* : Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, dkk. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sunaryo. 2004. *Sejarah dan Konsep Perilaku Manusia*. Jakarta: EGC.
- Suprpto, Tommy, M.S. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* . Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wahyudi, M Agus. 2021. “Academia”. *Jurnal of Multidisiplinary*. 5 (1), 90-95.
www.nu.or.id diakses pada tanggal 25 Juli 2023
- kompas.com, 2022. “Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada Tahun 2022”. Diakses pada 12 Juni 2023
- Nandy, 2021. “ Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya”. Diakses pada 14 Juni 2023
- PPMI UIN Walisongo, 2018. “Ma’had Ulil Albab Lil Banat Buka Pendaftaran Bagi Santri Baru, Begini Alurnya”. Diakses pada 14 Juni 2023
- wawancara pada supervisor Mahad Ulil Albab Ngaliyan Semarang Mis Kholif.

Lampiran 1

ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

Petunjuk pengisian

- 1) Bacalah setiap soal dengan seksama sebelum anda menjawab
- 2) Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan jujur
- 3) Berilah tanda centang pada jawaban yang dianggap benar
- 4) Isilah biodata di bawah ini dengan lengkap

Nama :

NIM :

Prodi :

A. Menonton TikTok NU Online

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya ingin menonton konten NU Online karena penasaran				
2	Saya menonton konten NU Online karena temanya menarik				
3	Saya menonton konten TikTok NU Online karena ingin menambah ilmu tentang fikih muslimah				
4	Saya menonton konten TikTok NU Online untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan saya				
5	Saya menonton konten TikTok NU Online karena tokohnya terpercaya				
6	Saya menonton konten TikTok NU Online saat ada teman yang menonton saja				
7	Saya menonton konten TikTok NU Online lebih dari 5 menit				
8	Saya sering menonton konten TikTok NU Online				

9	Saya menonton konten TikTok NU Online sesuka hati				
10	Saya jarang menonton konten TikTok NU Online				
11	Saya menonton konten TikTok NU Online saat muncul di FYP saja				
12	Saya menonton konten TikTok NU Online dengan sungguh sungguh				
13	Saya menonton konten TikTok NU Online sampai selesai tanpa skip				
14	Saya menonton konten TikTok NU Online lebih dari satu tema				
15	Saya bosan menonton konten TikTok NU Online karena tidak menarik				
16	Saya tidak sungguh-sungguh saat menonton konten TikTok NU Online				
17	Saya menonton TikTok NU Online tidak sampai selesai				

B. Pengetahuan Fikih Muslimah

No	Pertanyaan	Benar	Salah
1	Ketika haid terdapat ketentuan wajib mengqadha/mengganti shalat		
2	Bagi Muslimah tidak diperbolehkan menggunakan celana panjang		
3	Bagi Muslimah diperbolehkan menggunakan maskara		
4	Bagi Muslimah diperbolehkan memakai maskara asal tidak waterproof		
5	Ketika saya haid saat masuk waktu dhuhur dan belum melaksanakan shalat dhuhur, maka saya harus mengqadha/mengganti shalat tersebut		
6	Praktek jual beli barang bajakan/ KW itu hukumnya haram		

7	Saya tetap memakai maskara waterproof		
8	Jika darah haid berhenti saat masuk waktu asar, maka wajib mengqadha shalat asar dan dhuhur		
9	Bagi Muslimah Tidak diperbolehkan memakai behel gigi		
10	Jika darah haid berhenti Ketika masuk waktu asar maka mengganti shalat asar sekaligus dhuhur, namun jika selesai diwaktu dhuhur hanya melaksanakan shalat dhuhur		
11	Apakah memaki cepol termasuk dalam kategori jilbab punuk unta?		

X 4	Pearson	.06	-	-	1	-	.4	-	-	.1	.5	.2	.3	-	-	.5	.4	.5	.40
	n	5	.1	.2		.0	05	.2	.0	24	58	69	72	.2	.0	65	51	10	6*
	Correlation		.79	.61		.97	*	.73	.17		**		*	.91	.79	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.70	.2	.1		.5	.0	.1	.9	.4	.0	.1	.0	.0	.6	.0	.0	.0	.01
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X 5	Pearson	.31	.6	.5	-	1	-	.3	-	.2	.2	.2	.2	.3	.1	.0	.0	-	.46
	n	3	.01	.44	.0		.0	.25	.0	.61	.23	.23	.49	.35	.69	.18	.44	.0	3**
	Correlation		**	**	.97		.73	*	.36					*				.23	
	Sig. (2-tailed)	.05	.0	.0	.5		.6	.0	.8	.1	.1	.1	.1	.0	.3	.9	.7	.8	.00
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X 6	Pearson	.08	-	-	.4	-	1	-	.2	.1	.3	.2	.1	-	-	.7	.6	.6	.53
	n	3	.1	.1	.05	.0		.1	.72	.12	.59	.88	.40	.0	.0	.42	.11	.89	7**
	Correlation		.22	.33	*	.73		.11			*			.20	.71	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.62	.4	.4	.0	.6		.5	.1	.5	.0	.0	.4	.9	.6	.0	.0	.0	.00
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X 7	Pearson	.06	.5	.5	-	.3	-	1	.5	.2	.1	-	.1	.6	.4	-	.0	-	.43
	n	8	.42	.87	.2	.25	.1		.24	.25	.75	.2	.86	.26	.76	.1	.03	.3	4**
	Correlation		**	**	.73	*	.11		**			.00		**	**	.19	.07		
	Sig. (2-tailed)	.69	.0	.0	.1	.0	.5		.0	.1	.3	.2	.2	.0	.0	.4	.9	.0	.00
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X 8	Pearson	.04	.2	.2	-	-	.2	.5	1	.0	.1	-	.3	.3	.1	.2	.2	.1	.49
	n	6	.00	.49	.0	.0	.72	.24		.42	.80	.0	.67	.42	.53	.27	.66	.63	7**
	Correlation				.17	.36		**				.21	*	*					

	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X13	Pearson Correlation	.368*	.500**	.511**	-.291*	.335*	-.020	.626**	.342*	.217	.166	-.040	.362*	1.451**	-.202	-.203	-.287	.439**	
	Sig. (2-tailed)	.025	.002	.001	.081	.043	.908	.000	.038	.197	.327	.813	.028	.005	.232	.228	.085	.007	
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X14	Pearson Correlation	.285	.338*	.420**	-.179	.169	-.071	.476**	.153	.559**	.332*	-.222	.286	1.451**	-.062	-.081	-.262	.412*	
	Sig. (2-tailed)	.088	.041	.010	.642	.317	.675	.003	.366	.000	.045	.187	.086	.005	.715	.633	.117	.011	
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X15	Pearson Correlation	.135	.021	-.046	.565**	.018	.742**	-.119	.227	.321	.490**	.263	.069	-.002	-.062	1.68**	.726**	.622**	
	Sig. (2-tailed)	.425	.902	.786	.000	.914	.000	.484	.176	.052	.002	.115	.686	.232	.715	.000	.000	.000	
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X16	Pearson Correlation	.029	-.004	-.025	.451**	.044	.611**	.003	.266	.196	.408*	.268	.143	-.003	-.081	.768**	1.06**	.758**	
	Sig. (2-tailed)	.866	.983	.884	.005	.795	.000	.987	.111	.245	.012	.109	.399	.228	.633	.000	.000	.000	

N		37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
X17	Pearson	-	-	-	.5	-	.6	-	.1	-	.3	.5	.0	-	-	.7	.7	1	.47
	Correlation	.01	.1	.1	.10	.0	.89	.3	.63	.0	.71	.46	.65	.2	.2	.26	.06		.9**
	Sig. (2-tailed)	.94	.3	.4	.0	.8	.0	.0	.3	.9	.0	.0	.7	.0	.1	.0	.0		.00
N		37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
TOTAL	Pearson	.41	.4	.4	.4	.4	.5	.4	.4	.4	.6	.3	.4	.4	.4	.6	.5	.4	1
	Correlation	.2*	.92	.53	.06	.63	.37	.34	.97	.92	.46	.61	.90	.39	.12	.22	.82	.79	
	Sig. (2-tailed)	.01	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0
N		37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Pengetahuan Fikih Muslimah

Correlations

		Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	TOTAL
Y01	Pearson Correlation	.047	.196	.240	-.102	-.272	.340*

	Sig. (2-tailed)	.774	.225	.136	.531	.089	.032
	N	40	40	40	40	40	40
Y02	Pearson Correlation	.132	-.092	.031	-.115	.000	.351 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.415	.570	.850	.478	1.000	.026
	N	40	40	40	40	40	40
Y03	Pearson Correlation	-.124	-.086	-.010	-.060	.220	.321 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.447	.597	.953	.714	.174	.043
	N	40	40	40	40	40	40
Y04	Pearson Correlation	-.106	-.074	-.242	-.066	.066	.259
	Sig. (2-tailed)	.516	.651	.132	.687	.687	.106
	N	40	40	40	40	40	40
Y05	Pearson Correlation	-.096	-.067	-.007	.000	-.140	.115
	Sig. (2-tailed)	.554	.680	.963	1.000	.389	.481
	N	40	40	40	40	40	40
Y06	Pearson Correlation	-.076	-.053	.053	.000	.167	.326 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.639	.744	.744	1.000	.304	.040
	N	40	40	40	40	40	40
Y07	Pearson Correlation	-.037	-.026	.111	.160	-.053	.368 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.822	.875	.495	.324	.744	.019
	N	40	40	40	40	40	40
Y08	Pearson Correlation	.474 ^{**}	-.037	.159	.000	-.076	.346 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.002	.822	.327	1.000	.639	.029
	N	40	40	40	40	40	40

Y09	Pearson Correlation	.116	-.099	.069	.056	.168	.558**
	Sig. (2-tailed)	.477	.545	.673	.731	.300	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y10	Pearson Correlation	.498**	-.074	-.102	.197	.285	.503**
	Sig. (2-tailed)	.001	.651	.532	.222	.075	.001
	N	40	40	40	40	40	40
Y11	Pearson Correlation	.072	-.118	.173	-.314*	.280	.330*
	Sig. (2-tailed)	.658	.470	.284	.048	.081	.038
	N	40	40	40	40	40	40
Y12	Pearson Correlation	-.037	-.026	-.231	-.160	-.053	-.055
	Sig. (2-tailed)	.822	.875	.152	.324	.744	.736
	N	40	40	40	40	40	40
Y13	Pearson Correlation	-.076	-.053	.053	.167	-.111	.326*
	Sig. (2-tailed)	.639	.744	.744	.304	.495	.040
	N	40	40	40	40	40	40
Y14	Pearson Correlation	1	-.037	-.086	.000	.306	.285
	Sig. (2-tailed)		.822	.599	1.000	.055	.075
	N	40	40	40	40	40	40
Y15	Pearson Correlation	-.037	1	.111	.160	-.053	.030
	Sig. (2-tailed)	.822		.495	.324	.744	.856
	N	40	40	40	40	40	40
Y16	Pearson Correlation	-.086	.111	1	.053	-.125	.323*
	Sig. (2-tailed)	.599	.495		.744	.444	.042

	N	40	40	40	40	40	40
Y17	Pearson Correlation	.000	.160	.053	1	-.167	.185
	Sig. (2-tailed)	1.000	.324	.744		.304	.253
	N	40	40	40	40	40	40
Y18	Pearson Correlation	.306	-.053	-.125	-.167	1	.238
	Sig. (2-tailed)	.055	.744	.444	.304		.139
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.285	.030	.323*	.185	.238	1
	Sig. (2-tailed)	.075	.856	.042	.253	.139	
	N	40	40	40	40	40	40

Hasil penskoran

Respon den	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7
1	3	3	2	4	2	3	2	1	2	1	4	2	1	1	3	4	3
2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	1	3	2	2	3	4	3
3	3	2	3	4	3	3	1	1	3	1	2	3	2	1	3	3	1
4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	3	3	2	4	3	3
5	2	3	3	4	3	3	1	2	3	2	2	3	2	2	4	4	3
6	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	2	2	4	3	2	1	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2
8	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	1	3	2	3	4	3	2
9	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
10	3	3	4	4	3	2	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3
11	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	3	2	2	3	3	2
13	3	3	4	3	3	3	2	2	4	2	2	3	4	2	4	3	3
14	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
15	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3
16	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	3	2
17	2	3	3	3	2	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	4
18	4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	1	3	2	2	3	2	2
19	2	3	3	4	4	3	2	2	4	1	2	3	3	2	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2
21	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
22	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	1	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	2	3	4	2	2	2	4	2	3	2	3	4	3	3
27	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2
28	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2
29	2	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	3	2	3	2	3	2
30	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3
31	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3
32	2	2	3	2	3	3	1	1	3	4	1	2	2	1	3	3	2
33	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2
34	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3
35	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2

Hasil penskoran posttest

Respon den	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7
1	3	3	4	3	4	3	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	3
2	3	3	4	3	4	3	2	1	2	3	3	4	4	4	4	4	3
3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2
4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3
5	2	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2
6	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	3	4	3	3	2	3	1	3	2	1	4	4	3	4	4	4
9	4	4	4	1	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3
10	4	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3
11	4	4	4	2	4	3	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3
12	4	4	4	2	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3
13	4	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3
14	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
15	4	4	4	2	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4
16	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2
17	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
19	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2
20	4	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3
21	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4
22	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	3	4
23	3	4	4	2	3	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	3	3
24	4	4	4	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3
25	4	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3
26	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4
27	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3
28	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
29	4	4	4	2	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4
30	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	2	4	4	3	3	3	3
31	4	4	4	2	4	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3
32	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3
33	3	4	4	1	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
34	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	2	4	4	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4

Hasil pretest variabel Y

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0
2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
4	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
5	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1
6	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
7	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0
8	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0
9	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0
10	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
13	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
14	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
16	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0
17	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
18	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0
21	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0
22	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0
23	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
24	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
25	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0
26	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
27	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
28	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
29	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
31	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
32	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1
33	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
34	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
35	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0

Hasil posttest variabel Y

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
5	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1
9	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
17	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
23	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Izzatul Maila

Tempat, Tanggal Lahir : Tuban, 27 Mei 2002

Alamat : Desa Jatisari Kecamatan Senori Kabupaten Tuban

Agama : Islam

Email : izzatulmaila27@gmail.com

Jenjang pendidikan : MI Islamiyah Banat Sunnatunnur

MTS Islamiyah Banat Sunnatunnur 2013 – 2016

MA Islamiyah Sunnatunnur 2016 – 2019

UIN Walisongo Semarang 2019 – 2023

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar-benarnya

Semarang, 14 Juni 2023

Izzatul Maila