

Youtube Dan Televisi (Analisis Fungsi dan Pola Konsumsi Youtube dan Televisi Mahasiswa Prodi KPI STAIN Majene)

Youtube And Television (Analysis of the Function and Consumption Patterns of YouTube and Television among Students of KPI Program at STAIN Majene)

Nurdianty¹, Muhtar², Mila Jumarlis³

muhtar@stainmajene.ac.id², milajumarlis@stainmajene.ac.id³

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene

Abstract

This research aims to examine the patterns of television and YouTube consumption among students of the Islamic Broadcasting Communication Study Program (KPI) at STAIN Majene. This research utilizes a descriptive quantitative research method. Data collection techniques were carried out through a questionnaire with answer choices using the Likert scale, distributed to 123 samples out of a total population of 190 individuals. The research findings indicate that the intensity of television watching among KPI students based on frequency, duration, and attention all falls within the moderate category. The percentage of KPI students in the moderate frequency category for watching television reaches 73.2 percent. The duration of watching television and YouTube falls into the moderate category, at 51.6 percent and 73.2 percent, respectively. Meanwhile, the level of attention to watching television and YouTube among KPI students also falls within the moderate category, with percentages of 82.9 percent and 74.0 percent, respectively. Based on these findings, there appears to be an opportunity to increase awareness of producing educational content on both platforms. This would help students benefit from the time they spend in front of the screen, by accessing content that supports their academic development.

Keywords : Television, Youtube, STAIN Majene

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji pola konsumsi televisi dan youtube pada mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) di STAIN Majene. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dengan pilihan jawaban menggunakan skala Likert yang dibagikan kepada 123 sampel dari 190 orang total populasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas menonton televisi pada mahasiswa KPI berdasarkan frekuensi, durasi, dan atensi semuanya berada dalam kategori sedang. Persentase mahasiswa KPI yang berada dalam kategori frekuensi sedang untuk menonton televisi mencapai 73,2 persen. Kategori durasi menonton televisi dan YouTube berada pada kategori sedang, yaitu masing-masing 51,6 persen dan 73,2 persen. Sedangkan, tingkat atensi menonton televisi dan YouTube pada mahasiswa KPI juga berada dalam kategori sedang, dengan persentase masing-masing sebesar 82,9 persen dan 74,0 persen. Berdasarkan temuan tersebut, terlihat adanya peluang untuk meningkatkan kesadaran produksi konten edukatif pada kedua platform tersebut. Hal ini akan membantu mahasiswa mendapatkan manfaat dari waktu yang mereka habiskan di depan layar, dengan mengakses konten yang mendukung perkembangan akademik mereka.

Kata Kunci : Televisi, Youtube, STAIN Majene

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Televisi merupakan salah satu media penyiaran yang mengandalkan kualitas suara dan gambar untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Televisi menjadi sumber informasi, disamping karena kredibilitas yang baik, tidak berbayar, juga karena dianggap mampu memenuhi kebutuhan khalayak terhadap informasi yang aktual. Seperti pandangan teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa orang secara sadar memilih media dan mengkonsumsinya karena mereka mengharapkan mendapatkan kepuasan tertentu. *Nielsen Television Measurement* (2020) merangkum data saat pandemi covid 19, terjadi perubahan pola konsumsi mengonsumsi media. Sebelas kota yang disurvei menunjukkan rata –rata kepemirsaaan mulai meningkat dalam satu minggu pada bulan maret 2020, serta durasi dalam menonton juga bertambah yakni dari rata-rata 4 jam 48 menit di tanggal 11 Maret meningkat menjadi 5 jam 29 menit. Program sinetron menjadi tayangan televisi paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat yakni berjumlah 34, 60 persen.

Arus perkembangan teknologi di sisi lain tidak dapat dihentikan, dan melahirkan persaingan yang cukup ketat antara televisi dengan media lain, khususnya media baru yang menawarkan platform tak terbatas, dapat dilihat kapan dan dimana saja. Fenomena ini menuntut industri penyiaran, khususnya televisi, harus terus berinovasi sebagai upaya mempertahankan dan meningkatkan target penontonnya. Salah satu media baru yang memiliki karakteristik serupa dengan televisi dan bisa dianggap sebagai tantangan utama media penyiaran yaitu *Youtube*. Media sosial yang mengandalkan audio dan visual dalam publikasi kontennya. Dilansir CNNIndonesia (2018), bahwa survey menunjukkan youtube ditonton oleh 53 persen pengguna internet di Indonesia dan 57 persen masih menonton youtube. Setahun berikutnya, pengguna youtube dari tahun 2019 terus mengalami peningkatan hingga tahun 2021 yang mencapai 93,8% dari jumlah populasi sebanyak 7,83 milyar, dan pada 2022 menurut data yang di rangkum *We Are Social* berdasarkan penilaian Semrush (2022) bahwa website yang sering dikunjungi pengguna internet kedua setelah *google* adalah *youtube*.

Penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti pada prodi KPI STAIN Majene bahkan menunjukkan bahwa mahasiswa lebih banyak menggunakan youtube, 32 responden semuanya mengaku menggunakan youtube, dan 31 dari mereka menonton televisi. Rata-rata durasi menonton youtube setiap harinya sebanyak 6 jam, sedangkan durasi menonton tv hanya 2 jam perhari. Temuan awal ini sejalan dengan penelitian berjudul “Konten Video Berbasis Televisi Konvensional dan Multiplatform Pada Generasi Milenial dan Pasca Milenial di Jakarta” yang menunjukkan bahwa penonton milenial dan pasca milenial masih menggunakan televisi namun mereka menemukan saluran tambahan yang mampu memenuhi kebutuhan mereka yang terkadang tidak didapatkan melalui media televisi.

Penelitian ini fokus pada fungsi dan pola konsumsi youtube dan televisi di kalangan mahasiswa prodi KPI STAIN Majene. Pola penggunaan media menurut Rosengren dalam Mustika dan Ilfandy (2017) adalah tingkat sering atau tidaknya khalayak mengakses media, jumlah waktu yang digunakan serta tingkat perhatian

yang diberikan ketika mengonsumsi isi media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui frekuensi, durasi dan atensi mahasiswa ketika menonton televisi dan youtube, sekaligus mengkaji kecenderungan jenis program yang mereka akses *platform* tersebut. Hasilnya diharapkan dapat menjadi gambaran dan pedoman bagi praktisi penyiaran sekaligus kreator konten youtube dalam mengembangkan stasiun televisi dan salurannya masing-masing dengan menyediakan informasi berkualitas yang dibutuhkan oleh masyarakat.

METODE (METHODS)

Penelitian ini dilakukan di STAIN Majene dan akan difokuskan pada mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan analisis data numerik dan metode statistika untuk memahami pola penggunaan YouTube dan televisi secara lebih mendalam. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa KPI di STAIN Majene, yang berjumlah 189 orang dari berbagai angkatan. Untuk pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan metode *purposive random sampling* dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan tabel sampel dari Isaac dan Michael (2018), sebanyak 123 mahasiswa diambil sebagai sampel dengan proporsi yang sesuai untuk masing-masing angkatan.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan pilihan jawaban menggunakan skala Likert. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengukur pola penggunaan YouTube dan televisi pada mahasiswa KPI. Instrumen penelitian berisi pertanyaan terkait intensitas menonton televisi dan YouTube, termasuk frekuensi, durasi, minat, dan keterikatan dalam menonton. Data yang dikumpulkan dari kuesioner dianalisis menggunakan program analisis statistika SPSS, untuk mengungkapkan perilaku dan preferensi mahasiswa KPI dalam menggunakan kedua media tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN (RESULT AND DISCUSSION)

Hasil

Frekuensi menonton youtube dan televisi

Dimensi frekuensi menonton youtube dan televisi diukur berdasarkan tingkat akses setiap harinya, setiap saat, hanya menonton di waktu senggang, adanya perasaan gelisah ketika tidak menonton, serta tingkat akses program pendidikan dan hiburan. Hasil pengumpulan dan pengolahan data pada SPSS menunjukkan tingkat frekuensi menonton televisi dan youtube mahasiswa prodi KPI STAIN Majene, ditunjukkan pada kedua tabel berikut :

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	12	9.8	9.8	9.8
	SEDANG	90	73.2	73.2	82.9
	TINGGI	21	17.1	17.1	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel 1. Tingkat frekuensi menonton televisi

Tabel di atas menunjukkan bahwa frekuensi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73, 2 persen dari mahasiswa yang menjawab sering dalam menonton televisi dimana populasi dari variabel di atas sebanyak 123 mahasiswa dan 90 mahasiswa yang sering menonton televisi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	8	6.5	6.5	6.5
	SEDANG	90	73.2	73.2	79.7
	TINGGI	25	20.3	20.3	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel 2. Tingkat frekuensi menonton youtube

Kategorisasi frekuensi menonton YouTube hampir sama dengan televisi, menunjukkan bahwa frekuensi menonton YouTube pada mahasiswa KPI berada pada kategori sedang, yaitu mencapai 73,2 persen, yang sebanding dengan mahasiswa yang menjawab sering dalam menonton YouTube. Namun, kategori tinggi terdapat 25 mahasiswa atau 20,3 persen yang sering menonton, sementara frekuensi menonton televisi yang tertinggi hanya 21 orang, atau 17,1 persen saja.

Durasi menonton youtube dan televisi

Dimensi durasi diukur berdasarkan waktu yang digunakan untuk mengakses kedua media tersebut setiap harinya dibagi menjadi beberapa kategori yaitu 1-2 jam, 3-4 jam, dan lebih dari 4 jam, serta jenis program apa yang diakses selama waktu nonton tersebut. Hasil analisis data menunjukkan tingkat durasi menonton televisi dan youtube mahasiswa prodi KPI STAIN Majene, ditunjukkan pada kedua tabel di bawah ini:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	35	28.5	28.5	28.5
	SEDANG	69	56.1	56.1	84.6
	TINGGI	19	15.4	15.4	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel 3. Tingkat durasi menonton televisi

Tabel di atas menunjukkan bahwa durasi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 56, 1 persen dari mahasiswa yang menjawab sering dalam menonton televisi dimana populasi dari variabel di atas

sebanyak 123 mahasiswa dan 69 mahasiswa yang menghabiskan waktu lama menonton televisi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	10	8.1	8.1	8.1
	SEDANG	90	73.2	73.2	81.3
	TINGGI	23	18.7	18.7	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel 4. Tingkat durasi menonton youtube

Durasi menonton youtube hampir sama dengan televisi yang juga menunjukkan bahwa frekuensi menonton youtube pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73,2 persen atau sebanyak 90 mahasiswa. Angka ini 17 persen lebih tinggi dibanding durasi menonton televisi mahasiswa.

Atensi menonton youtube dan televisi

Atensi menonton youtube dan televisi diukur berdasarkan tingkat kesenangan mengakses program pendidikan dan hiburan pada televisi dan youtube, manfaat dan wawasan yang didapatkan, respon aktif yang diberikan serta perhatian pada lingkungan sekitar ketika menonton. Hasil pengumpulan data dan analisis menunjukkan tingkat atensi menonton televisi dan youtube mahasiswa prodi KPI STAIN Majene, ditunjukkan pada kedua tabel di bawah ini:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	15	12.2	12.2	12.2
	SEDANG	102	82.9	82.9	95.1
	TINGGI	6	4.9	4.9	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel 5. Tingkat atensi menonton televisi

Tabel di atas menunjukkan bahwa atensi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 82,9 persen atau 102 mahasiswa yang menjawab tidak sering menonton televisi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	14	11.4	11.4	11.4
	SEDANG	91	74.0	74.0	85.4
	TINGGI	18	14.6	14.6	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel 6. Tingkat atensi menonton youtube

Atensi menonton youtube juga hampir sama dengan televisi yang menunjukkan bahwa atensi menonton youtube pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 74,0 persen atau sejumlah 91 orang.

Pembahasan

Frekuensi atau tingkat keseringan adalah jumlah perilaku yang ditargetkan, menonton televisi frekuensinya berbeda-beda bagi setiap individu. bisa seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali tinggi rendahnya frekuensi dalam menonton dapat disebabkan oleh beberapa faktor menurut M Eko Isdianto (2019) intensitas berarti kedalaman, yang meliputi kemampuan, konsentrasi, keseringan serta kedalaman atau sikap seseorang pada objek tertentu. Berdasarkan yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa frekuensi menonton televisi dan youtube mahasiswa KPI tergolong sedang. Distribusi frekuensi menonton televisi setiap hari lebih dominan menjawab jarang menonton, di sisi yang lain mahasiswa lebih banyak menonton televisi di waktu senggang.

Temuan di atas berbeda dengan hasil penelitian Rizca Haqu (2020) yang menunjukkan frekuensi responden menonton program televisi berada pada kategori rendah, yaitu 57,1 persen. Perbedaan ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi media, termasuk menonton YouTube dan televisi, dapat mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Perubahan tren media, konten yang lebih menarik, atau platform media baru mungkin mempengaruhi preferensi dan kebiasaan menonton mahasiswa.

Hasil penelitian ini konsisten dengan *Teori Uses and Gratifications* dalam Morissan (2013) yang menyatakan bahwa individu secara sadar memilih dan mengonsumsi media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Dalam konteks ini, frekuensi menonton TV dan YouTube mahasiswa yang terbilang sedang mungkin mencerminkan pemenuhan kebutuhan hiburan, informasi, atau interaksi sosial dalam batas yang wajar sesuai dengan kesibukan dan tanggung jawab akademik mereka.

Temuan di atas juga dapat menjadi acuan bagi penyedia konten media untuk mengembangkan konten yang menarik dan relevan. Konten yang menarik akan lebih cenderung menarik perhatian mahasiswa dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk terus mengkonsumsinya dengan frekuensi yang moderat. Di samping itu, fenomena di atas bisa digunakan oleh para pengajar sebagai kesempatan untuk mengintegrasikan konten pendidikan atau informasi penting melalui media yang diminati oleh mahasiswa. Penggunaan media sebagai sarana pendidikan dapat memaksimalkan potensi pembelajaran dan membuat proses belajar lebih menarik dan menyenangkan bagi mahasiswa.

Temuan berikutnya yang menunjukkan bahwa tingkat durasi dan atensi mahasiswa prodi KPI STAIN Majene dalam memberikan perhatian terhadap konten media yang masih termasuk kategori sedang. Temuan ini konsisten dengan hasil

penelitian Muhammad yusuf AR dan Syarmila syam (2022) dengan judul konten Video Youtube: Pengaruh dan Peminatannya pada mahasiswa ilmu komunikasi di kota Makassar, yang menunjukkan bahwa durasi menonton youtube mahasiswa paling tinggi berada pada kisaran 3-4 jam sehari. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa termasuk penonton aktif yang memiliki kemampuan untuk membatasi diri dalam hal penggunaan waktu dan konten media informasi, baik penyiaran maupun media baru seperti youtube sehingga mereka tidak mengalami ketergantungan dalam konsumsi media dan melupakan lingkungan sekitarnya. Kemampuan untuk membatasi diri terhadap akses informasi media ini konsisten dengan teori *Selective Exposure* yang menyatakan bahwa individu cenderung bisa memilih dan fokus pada konten yang sesuai dengan minat dan pandangan mereka.

Temuan ini dapat menjadi acuan bagi penyedia konten dan institusi pendidikan untuk memberikan edukasi tentang penggunaan media yang bertanggung jawab. Mahasiswa dapat diberikan informasi tentang dampak negatif dari menonton media secara berlebihan dan bagaimana menjaga keseimbangan antara waktu menonton dan kegiatan lainnya, termasuk kegiatan akademik. Disamping itu, temuan ini dapat menjadi landasan bagi penyedia konten media baik televisi maupun youtube untuk menyediakan konten yang berkualitas dan relevan. Konten media yang mendukung pembelajaran, pengembangan diri, dan pengetahuan akan lebih diminati oleh mahasiswa, sehingga durasi menonton yang ada dapat diarahkan untuk hal-hal yang bermanfaat.

SIMPULAN (CONCLUSION)

Pada penelitian ini dihasilkan variabel dari intensitas menonton youtube dan televisi pada mahasiswa KPI memiliki tiga indikator yakni Frekuensi, Durasi, dan Atensi dimana frekuensi menonton youtube dan televisi, frekuensi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73,2 persen, kategori durasi menonton televisi dan youtube berada pada kategori sedang yakni durasi menonton televisi sebanyak 51,6 persen sedangkan youtube 73,2 persen, dan indikator atensi menonton televisi dan youtube pada mahasiswa KPI yakni berada pada kategori sedang yakni dengan kategori televisi sebanyak 82,9 persen dan kategorisasi menonton youtube 74,0 persen.

Hal demikian menunjukkan bahwa mahasiswa KPI sering menonton televisi youtube di waktu senggang, waktu yang dihabiskan menonton tv dan youtube selama 1-2 jam sehari, dan mereka suka atau tertarik dalam menonton tayangan pendidikan, hiburan di televisi serta banyak manfaat yang mereka dapatkan saat menonton tayangan televisi dan youtube. Hal demikian menjadi tanda bahwa media youtube dan televisi masih dikonsumsi oleh mahasiswa KPI karena apa yang mereka inginkan masih terpenuhi di media televisi dan youtube, seperti kebutuhan akan informasi, edukasi, hiburan dan hal-hal lain yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa KPI.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

- Agam, A. R., Winoto, Y., & ... (2022). Pemanfaatan Wisata Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Penyebaran Informasi Di Museum Konferensi Asia Afrika Pada Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan* <https://Journal.Ummat.Ac.Id/Index.Php/Jiper/Article/View/8714>
- Anwar, A., & Abbas, A. (2023). Media Siber Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Pelaksanaan Kehumasan Perguruan Tinggi Keagamaan: Eksistensinya Di Iain Parepare. In *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas* Researchgate.Net. https://Www.Researchgate.Net/Profile/Ahmad-Abbas-6/Publication/371966027_Media_Siber_Sebagai_Sarana_Komunikasi_Dalam_Pelaksanaan_Kehumasan_Perguruan_Tinggi_Keagamaan_Eksistensinya_Di_Iain_Parepare/Links/649F62A395BBE0C6E04F71B/Media-Siber-Sebagai-Sarana-Komunikasi-Dalam-Pelaksanaan-Kehumasan-Perguruan-Tinggi-Keagamaan-Eksistensinya-Di-Iain-Parepare.Pdf?Origin=Journaldetail&_Tp=Eywywdlijoiam9lcm5hberldgfpbcj9
- Asyari, M. F. F. A. L., & Dan, P. (N.D.). Budaya Flexing Perspektif Al-Qur'an (Studi Analisis Ma'na Cum Maghza). In *Digilib.Uinkhas.Ac.Id*. http://Digilib.Uinkhas.Ac.Id/37710/1/MohammadFarhanFirdausAlAsyari_204104010068.Pdf
- Azis, A. R. (2023). Penanaman Pendidikan Karakter Anak Sekolah Dasar Melalui Metode Mendongeng. *Cokroaminoto Journal Of Primary Education*. <https://E-Journal.My.Id/Cjpe/Article/View/2483>
- Diki, K. (2022). *Analisis Kegagalan Fungsi Kaderisasi Dan Rekrutmen Partai Politik Pada Fenomena Calon Tunggal Di Pilkada Pasaman Tahun 2020*. Scholar.Unand.Ac.Id. <http://Scholar.Unand.Ac.Id/120150/>
- Fahmi, F. (2022). *Analisis Pesan Dakwah Multikultural Channel Youtube Kisah Tanah Jawa Pada Episode Napak Tilas Walisongo. Skripsi, Jurusan Komunikasi Komunikasi Dan* Etheses.Uingusdur.Ac.Id. <http://Etheses.Uingusdur.Ac.Id/Id/Eprint/11909>
- Hawira, H. (2020). *Implementasi Hukum Islam Di Bidang Peribadatan, Ruang Publik, Ruang Privat, Dan Etika*. Ejurnal.Iainpare.Ac.Id. <http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/1561>
- Islam, N., & Aswad, M. (2023). *Filsafat Etika Komunikasi Dan Islam*. Repository.Penerbitwidina.Com. <https://Repository.Penerbitwidina.Com/Id/Publications/558938/Filsafat-Etika-Komunikasi-Dan-Islam>
- Jumarlis, M. (2023). *Youtube Dan Televisi*. Ejurnal.Iainpare.Ac.Id. <http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Jourmics/Article/View/6385>
- Mamis, S., Judijanto, L., Jamil, F., Hajar, A., & Tadius, T. (2025). *Seni Berkomunikasi*. Books.Google.Com. <https://Books.Google.Com/Books?Hl=En&Lr=&Id=H29neqaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pa3&Dq=Televise+Youtube+Stain+Majene&Ots=V9mnsknh7t&Sig=Tasef3pacn3q2fdjwzbxp12vd-Q>
- Muliadi, M. I. H. (2023). *Tradisi "Metawe" Dalam Budaya Mandar*. Ejurnal.Iainpare.Ac.Id. <http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/3018>

- Mutmainnah, N. (2020). *Telaah Terhadap Efektivitas Perda Bernuansa Syariah Era Reformasi*. Ejurnal.Iainpare.Ac.Id. [Http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/1562](http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/1562)
- Rusdi, A. R. A. (2020). *Konsep Kewirausahaan Modern Perspektif Islam Dan Praktiknya Di Indonesia*. Ejurnal.Iainpare.Ac.Id. [Http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/1563](http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/1563)
- Sewang, A. (2022). Resepsi Makna Hijrah Di Kalangan Milenial Pada Perguruan Tinggi Di Sulawesi Barat. *Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadith*. [Https://Jurnalfuf.Uinsa.Ac.Id/Index.Php/Mutawatir/Article/View/2202](https://Jurnalfuf.Uinsa.Ac.Id/Index.Php/Mutawatir/Article/View/2202)
- Tammamma, S. (2023). *Dampak Relevansi Penggunaan Smartphone Dalam Pembelajaran Ips Terhadap Hasil Belajar Siswa*. Ejurnal.Iainpare.Ac.Id. [Http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/1708](http://Ejurnal.Iainpare.Ac.Id/Index.Php/Latihan/Article/View/1708)
- Wahyudi, W. (2019). *Strategi Penyuluh Agama Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Remaja Di Dusun Lombo'na Kabupaten Majene*. Repository.Iainpare.Ac.Id. [Http://Repository.Iainpare.Ac.Id/Id/Eprint/903/](http://Repository.Iainpare.Ac.Id/Id/Eprint/903/)