

**SKRIPSI**  
**DINAMIKA KONVERSI RELIGIUSITAS PENGIKUT AKUN**  
**INSTAGRAM BERANI BERHIJRAH**



**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Humaniora**  
**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**  
**Sebagai Syarat Memperoleh Gelar**  
**Sarjana Strata Satu Psikologi**

Disusun Oleh:

Putri Pamungkas Cahyaneng Tyas

15710029

Dosen Pembimbing:

Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A.

19840703 201503 2 002

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

**2019**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Putri Pamungkas Cahyaneng Tyas

NIM : 15710029

Jurusan : Psikologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Dinamika Konversi Religiusitas Pengikut Akun *Instagram* Berani Berhijrah” adalah hasil karya peneliti sendiri yang telah dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, bukan plagiasi atau penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari dalam skripsi saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 06 Mei 2019

Yang Menyatakan,



Putri Pamungkas Cahyaneng Tyas

15710029

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi  
Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Putri Pamungkas C.T.  
NIM : 15710029  
Prodi : Psikologi  
Judul Skripsi : *Dinamika Konversi Religiusitas Pengikut Akun Instagram Berani Berhijrah*

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Psikologi.

Dengan ini saya harap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

*Walaikumussalam Wr. Wb.*

Yogyakarta, 6 Mei 2019

Pembimbing,



Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A.

NIP. 19840703 201503 2 002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-316/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : DINAMIKA KONVERSI RELIGIUSITAS PENGIKUT AKUN INSTAGRAM BERANI  
BERHURAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUTRI PAMUNGKAS CAHYANENG TYAS  
Nomor Induk Mahasiswa : 15710029  
Telah diujikan pada : Senin, 29 Juli 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A.  
NIP. 19840703 201503 2 002

Penguji I

Satih Saidiyah, Dipl Psy. M.Si.  
NIP. 19760805 200501 2 003

Penguji II

Muhammad Johan Nasrul Huda, S.Psi., M.Si  
NIP. 19791228 200901 1 012

Yogyakarta, 29 Juli 2019  
UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Dekan



Dr. Muhammad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

**MOTTO:**

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

*(QS, Alam Nasroh 5)*

*“Dan jika kamu menghitung nikmat Allah (yang dilimpahkan-Nya kepada kamu), tidaklah kamu akan dapat menghitungnya satu per satu. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Mengasihi”*

*(QS, An-Nahl 18)*

*“Fabiayyi ‘aalaa’ i Robbikumaa Tukadzdzibaan”*

*(QS, Ar Rahman 13)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

**Ibuk**, wanita yang akan selalu menjadi wanita terhebat untuk saya dan anak-anaknya. Terima kasih untuk segala yang kau beri, untuk kasih sayangmu, cintamu, ketulusanmu, waktumu, tenagamu, semangatmu, dukunganmu, motivasimu, inspirasimu, dan doa-doa yang selalu mengiringi langkahku meski kau tak lagi di sampingku. Semoga kau bahagia berada disisi-Nya. Aamiin.

**Appak**, seorang laki-laki yang selalu berjuang dalam hidupnya untuku dan anak-anaknya. Terimakasih untuk segala peluhmu, lelahmu, waktumu, dukunganmu, motivasimu, inspirasimu, dan doa-doa yang tak lelah kau panjatkan pada-Nya untukku. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan perlindungan-Nya. Aamiin. Terima kasih kau tak pernah menuntutku untuk menjadi apa yang kau mau, namun kau selalu membuatku menjadi manusia yang lebih hidup disetiap waktu. *Thanks Appak!*

**Mommy**, wanita hebat yang baru datang dalam hidupku setelah merasakan jatuhnya kehilangan. Terima kasih telah mau merawatku, menghabiskan sisa waktu dan tenagamu untukku, ketulusanmu, keikhlasanmu, dukunganmu, motivasimu, dan doa-doa mu pada-Nya untukku. Aku tau menjalani ini semua tak mudah untumu, namun kau tetap menjalankannya dengan sempurna menurut versiku. Terima kasih dan *I love you*, tanpamu mungkin ku takkan jadi sehebat seperti sekarang.

Serta terima kasih untuk semua keluarga besar, keluarga yang selalu menguatkan!



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suru tauladan dan guru terbaik untuk semua umat yang membuat kita mampu menikmati indahnya menjadi seorang Muslim.

Tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan syukur serta terima kasih kepada bebrapa pihak yang terlibat yaitu:

1. Dr Mochamad Sodik, S. Sos., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Ibu Lisnawati, S.Psi, M.Psi selaku Kaprodi Psikologi.
3. Ibu Lisnawati, S.Psi, M.Psi selaku Biro Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak bantuan sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.
4. Ibuk Ismatul Izzah, S.Th.I., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersabar dan ikhlas serta selalu meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan nasehat serta motivasi yang tiada henti kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibuk Satih Saidiyah, Dipl Psy. M.Si. selaku dosen penasehat akademik yang telah memberikan pengarahan selama proses perkuliahan.
6. Ibuk Satih Saidiyah, Dipl Psy. M.Si. dan M. Johan Nasrul Huda, S.Psi, M.Si selaku dosen penguji I dan penguji II dalam sidang tugas akhir. Terima kasih untuk semua masukan dan kritik sehingga tugas akhir ini menjadi lebih baik.
7. Segenap dosen Psikologi yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai harganya, terima kasih untuk semua bimbingan dan arahan yang diberikan.

8. Staf tata usaha fakultas, Bapak Kamto dan yang lainnya yang telah membantu dalam segala hal.
9. Seluruh informan yang telah menyediakan waktu luang penulis dan rela berbagi dan bercerita tentang kehidupan pribadinya.
10. Orangtua tersayang, apak Syaiful Hadi, S.Ag., dan mommy Arda Mualifah, S.Pd. SD orang tua yang akan selalu menjadi orang tua terbaik. Terima kasih untuk semua kasih sayang, kesabaran, perjuangan, dukungan, motivasi, dan nasehat-nasehat yang diberikan kepada penulis. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.
11. Kakakku Putri Wahyu Diana beserta suami Hattan Surruri dan Putri Esti Paramarta beserta suami Fikri Ferdiansyah yang tak lelah mengingatkan dan memberi dukungan saat penulis hampir menyerah dalam menjalani proses perkuliahan.
12. Ponakanku Galuh Sekar Kinanti, Fatina Areta Khayira, dan Binar Dhaniswara yang selalu menjadi penghibur di tengah-tengah perjalanan.
13. Sahabat-sahabatku yang luar biasa M. Syifa Jauhar Fauqo Nuri Sodri, Santi Ria Lailatul Muktamaroh, Nur Rahmat Laba, Adhetya Cahyani, Pinkan Regina Suva, Nur Wakhidah, Jabbarinur Syafaqah, Gea Riski Permata Batubara, Kurnia Panca Dwi M, Andi Kurniawan, Rizky Maulida Sarahati Utama, dan Karina Detik Puspa Ayu. Terima kasih untuk semua dukungan, semangat, motivasi dan bantuannya dengan kesibukan kalian masing-masing dan ke GJ-an cara kalian selama ini untuk terus menguatkan.
14. Teman-teman satu DPS mas Roni, Alfi, Rio, Lala, Afnan, Sayenti, dan Ludfi, terimakasih untuk segala dukungan yang telah diberikan.
15. Teman-teman psikologi angkatan 2015, khususnya Psikologi A. Terima kasih untuk semuanya yang telah kalian berikan selama kita bersama 4 tahun ini dan terima kasih sudah terus saling menguatkan dan menjadi tempat nyaman.
16. Sahabat-sahabat KKN, Najamuddin Siroj Harahap, Deni Apriyanto, Laras Setia Ranti, Harisma Mujibah Abdillah, Dewi Aisiyah Indrawati,

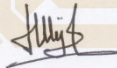


Nadya Alin Sani, Syahdati Nur Maghfiroh, Andhira Farizki Santoso, dan Erwin Rizki. Terima kasih untuk semua kenangan dan pembelajaran yang telah kalian berikan selama kita bersama.

17. Teman-teman MAN 2 Kota Kediri khususnya Ikapamandiga Joglosemar. Terima kasih untuk kekompokannya dari awal di Jogja sampai saat ini.
18. Teman-teman kos Pak Lagiyo, terimakasih untuk selalu ada disetiap saat.
19. Semua pihak yang telah berjasa selama kuliah dan penyusunan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak tersebut, penulis mengucapkan terima kasih. Semoga Allah membalas semua kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Yogyakarta, 6 Mei 2019



Putri Pamungkas Cahyaneng Tyas

15710029

## INTISARI

### **DINAMIKA KONVERSI RELIGIUSITAS PENGIKUT AKUN INSTAGRAM BERANI BERHIJRAH**

**Putri Pamungkas C.T.**

**15710029**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses dan dinamika konversi religiusitas pada pengikut akun *Instagram* Berani Berhijrah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek penelitian terdiri dari dua orang pengikut akun *Instagram* Berani Berhijrah yang sudah memasuki rentan usia dewasa. Data dikumpulkan menggunakan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan dinamika religiusitas sebelum dan sesudah mengikuti akun *Instagram* Berani Berhijrah yang meliputi keyakinan, praktik agama, menanggapi suatu kejadian, dan pengetahuan agama. Faktor yang mempengaruhi dinamika konversi religiusitas pada mengikuti akun *Instagram* Berani Berhijrah adalah pengertian hubungan dengan tradisi agama, faktor ajakan/seruan dan sugesti, dan faktor emosional.

Kata kunci: *akun Instagram Berani Berhijrah, dinamika religiusitas, konversi, religiusitas*

## **ABSTRAK**

### ***THE DYNAMICS OF RELIGIUSITY CONVERSION FOLLOWERS OF NSTAGRAM ACCOUNT BERANI BERHIJRAH***

**Putri Pamungkas C.T.**

**15710029**

*This study supports the discussion of the process and dynamics of religiosity conversion followers of Instagram accounts Berani Berhijrah. This type of research is qualitative research with a case study method. The research subjects consisted of two followers of the Instagram account Berani Berhijrah who had been vulnerable since adulthood. Data collected using interviews and observations. The results showed that there were differences in the dynamics before and after following of Instagram accounts Berani Berhijrah that contained beliefs, religious practices, discussed all events, and religious knowledge. The factors that influence the dynamics of religiosity conversion in following Instagram account Berani Berhijrah are understanding the relationship with religious traditions, invitations/suggestions, and emotional factor.*

*Keywords: conversion, dynamics of religiosity, Instagram account Berani Berhijrah, religiosity*

## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                            | <b>i</b>     |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....                | <b>ii</b>    |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....                    | <b>iii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                       | <b>iv</b>    |
| <b>MOTTO</b> .....                                    | <b>v</b>     |
| <b>HALAM PERSEMBAHAN</b> .....                        | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                           | <b>vii</b>   |
| <b>INTISARI</b> .....                                 | <b>x</b>     |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                  | <b>xi</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | <b>xii</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                            | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                          | <b>xviii</b> |
| <br>  |              |
| <b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....                       | <b>01</b>    |
| A. Latar Belakang .....                               | 01           |
| B. Rumusan Masalah .....                              | 10           |
| C. Tujuan Penelitian .....                            | 10           |
| D. Manfaat Penelitian .....                           | 10           |
| E. Keaslian Penelitian .....                          | 11           |
| <br>  |              |
| <b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b> .....                   | <b>19</b>    |
| A. Religiusitas.....                                  | 19           |
| 1. Pengertian Religiusitas.....                       | 19           |
| 2. Dimensi Religiusitas .....                         | 22           |
| 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas ..... | 25           |

|  |           |
|--|-----------|
| 4. Motivasi Beragama .....                         | 26        |
| 5. Konversi agama .....                            | 28        |
| a. Pengertian Konversi Agama .....                 | 28        |
| b. Unsur Pembentuk Agama .....                     | 29        |
| c. Faktor Penyebab Terjadinya Konversi Agama ..... | 30        |
| d. Ciri-ciri Konversi Agama .....                  | 32        |
| e. Proses Terjadinya Konversi Agama.....           | 32        |
| B. Usia Dewasa Awal.....                           | 34        |
| C. Media Sosial.....                               | 38        |
| 1. Definisi Media Sosial.....                      | 38        |
| 2. Karakteristik Media Sosial.....                 | 39        |
| 3. Tujuan Media Sosial .....                       | 40        |
| 4. Disrupsi Media.....                             | 41        |
| 5. <i>The Hypodermic Needle Model</i> .....        | 42        |
| D. Instagram.....                                  | 43        |
| E. Kerangka Berfikir .....                         | 45        |
| F. Pertanyaan Penelitian .....                     | 51        |
| <b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>             | <b>52</b> |
| A. Pendekatan Penelitian .....                     | 52        |
| B. Fokus Penelitian .....                          | 53        |
| C. Subjek dan Setting Penelitian .....             | 53        |
| D. Metode dan Teknik Pengumpulan data .....        | 54        |
| E. Metode Analisis Data .....                      | 58        |
| F. Keabsahan Data Penelitian .....                 | 60        |
| <b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>           | <b>64</b> |
| A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian .....  | 64        |
| 1. Orientasi Kacah.....                            | 64        |



|    |  |    |
|----|--|----|
| 2. | Persiapan Penelitian .....   | 65 |
| a. | Subjek .....   | 65 |
| b. | <i>Sighnificant Others</i> .....   | 66 |
| B. | Pelaksanaan Penelitian.....  | 67 |
| 1. | Pelaksanaan Pengambilan Data .....   | 67 |
| 2. | Faktor Penghambat dan Pendukung.....   | 68 |
| a. | Faktor Pendukung .....   | 68 |
| b. | Faktor Penghambat .....  | 69 |
| C. | Temuan Penelitian .....  | 69 |
| 1. | Subjek Satu (Dea) .....  | 69 |
| a. | Latar Belakang Subjek Satu.....  | 69 |
| b. | Kehidupan Religiusitas Sebelum Mengikuti Akun<br><i>Instagram</i> Berani Berhijrah ..... | 72 |
| c. | Kehidupan Religiusitas Mulai Mengikuti Akun<br><i>Instagram</i> Berani Berhijrah .....   | 77 |
| 1) | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas .....                                       | 77 |
| a) | Faktor Pengertian Hubungan dengan<br>Tradisi Agama.....                                  | 77 |
| b) | Faktor Emosional .....   | 78 |
| c) | Faktor sugesti .....   | 79 |
| d. | Kehidupan Religiusitas Saat Ini.....   | 84 |
| 2. | Subjek Dua (Fafa).....   | 92 |
| a. | Latar Belakang Subjek Dua .....  | 92 |
| b. | Kehidupan Religiusitas Sebelum Mengikuti Akun<br><i>Instagram</i> Berani Berhijrah ..... | 94 |
| c. | Kehidupan Religiusitas Mulai Mengikuti Akun<br><i>Instagram</i> Berani Berhijrah .....   | 99 |

|   |            |
|---|------------|
| 1) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas .....       | 99         |
| a) Faktor pengertian hubungan dengan tradisi<br>agama ..... | 99         |
| b) Faktor Emosional .....                                   | 100        |
| c) Faktor Sugesti .....                                     | 101        |
| d. Kehidupan Religiusitas Saat Ini.....                     | 106        |
| D. Pembahasan.....  | 115        |
| <b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                    | <b>136</b> |
| A. Kesimpulan .....   | 136        |
| B. Saran .....  | 137        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                 | <b>140</b> |



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Panduan Pengumpulan Data

Tabel 2. Data Diri Subjek Penelitian

Tabel 3. Data Diri *Significant Others*

Tabel 4. Pelaksanaan Pengumpulan Data



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir

Gambar 2. Dinamika Konversi Religiusitas Subjek 1 (Dea)

Gambar 3. Dinamika Konversi Religiusitas Subjek 2 (Fafa)

Gambar 4. Dinamika Konversi Religiusitas Secara Umum



## DAFTAR LAMPIRAN

1. *Guide* wawancara subjek
2. *Guide* wawancara *significant others*
3. Verbatim wawancara
4. Hasil observasi
5. *Inform consent* subjek penelitian





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju di segala lini kehidupan, saat ini membuat kecanggihan teknologi juga semakin berkembang. Hal ini terlihat pada kemudahan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi yang diperlukannya melalui internet. Internet saat ini telah banyak digandrungi oleh berbagai usia, baik anak-anak hingga dewasa. Semua ini merupakan hasil perkembangan teknologi informasi yaitu internet. William (2014) berpendapat bahwa internet bukan lagi hal asing dikalangan masyarakat, karena saat ini internet sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi manusia.

Internet atau sering disebut dengan dunia maya merupakan wilayah yang lebih luas dari dunia nyata. Dalam dunia maya kita dapat berkomunikasi dengan siapa saja tanpa terhalang ruang, jarak, dan waktu. Berbagai fasilitas pun ditawarkan pada penggunaannya, salah satunya adalah adanya sosial media, seperti: *Facebook*, *twitter*, *instagram*, *WA*, dan *Line*. Media sosial saat ini yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial *instagram*. Dengan *instagram* pengguna dapat berbagi aktivitas dalam bentuk foto, video, serta keterangan atau *caption* sebagai pelengkapannya. Fakta dilapangan menunjukkan pada tahun 2016 data statistika penggunaan *instagram* didunia dan di Indonesia yaitu dimulai pada tahun 2012 pengguna *instagram* mulai meningkat yang awalnya 30 juta pengguna aktif, dalam waktu lima bulan pertama setelah dibeli oleh *Facebook* menjadi 80 juta pengguna aktif. *Instagram* terus berkembang pada akhir 2014 tercatat 300 juta pengguna, pada September 2015 terdapat

400 pengguna, dan pada tahun 2016 instagram telah diikuti oleh 600 juta pengguna. Masih ditahun 2016 terdapat 22 juta pengguna aktif dari Indonesia tentunya data ini akan terus meningkat disetiap tahunnya (dalam CNN Indonesia *online*, 2016; diunduh pada tanggal 10 Maret 2018).

*Instagram* dapat digunakan oleh siapa saja, dan juga bisa digunakan sesuai kebutuhan masing-masing penggunanya. Melalui *instagram*, berbagai konten atau informasi bisa diunggah oleh pengguna sesuai dengan kebutuhannya. Salah satu jenis akun yang banyak dibuat oleh pengguna *instagram* adalah akun dakwah, saat ini pendakwah bisa lebih mudah membagikan informasi terkait ilmu agama. Salah satu akun *instagram* yang saat ini banyak menjadi sorotan adalah akun dakwah. Akun-akun tersebut memuat konten dakwah dalam berbagai hal. Selain itu dapat juga saling melakukan tanya jawab mengenai permasalahan-permasalahan yang ada dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalamnya. Berdasarkan penelusuran peneliti, akun pemegang *pengikut* terbesar dengan konten dakwah adalah akun Berani Berhijrah atau @beraniberhijrah dengan jumlah *pengikut* 3 juta terhitung pada tanggal 26 September 2018. Adapun akun-akun berkonten dakwah lainnya dengan *pengikut* dibawah akun Berani Berhijrah adalah Teladan Rasul dengan 2,9 juta *pengikut*, Kartun Muslimah dengan 2,4 juta *pengikut*, Melodi Dalam Puisi dengan 2,2 juta *pengikut*, Tausiyahku dengan 2 juta *pengikut*, Negeri Akhirat dengan 1,9 juta *pengikut*, Tausiyah Cinta dengan 1,7 juta *pengikut*, Dunia Jilbab dengan 1,3 juta *pengikut*, dan masih banyak lagi.

Meskipun banyak akun *instagram* berkonten dakwah, namun setiap akun dakwah tetap memiliki ciri khas atau kecenderungan yang berbeda-beda. Pada akun Berani Berhijrah lebih mengusung dakwah yang bertujuan ajakan untuk berhijrah, seperti pada nama yang mereka gunakan

“berani berhijrah”. Pemberian dakwah akun @beraniberhijrah dapat dilakukan dengan memberikan unggahan seputar ajakan untuk menjadi seorang muslim yang lebih baik dari sebelumnya. Terlihat pada konten-konten yang diberikan, pertanyaan tertutup lewat DM, hingga saling berbagi informasi seputar agama lewat kolom komentar, dan juga live di *instagram*.

Wawancara awal yang dilakukan dengan salah satu subjek dari pengikut akun Berani Berhijrah berinisial Dea. Ia mengungkapkan:

*“Misi besar dari akun ini adalah dapat mengajak orang menjadi lebih baik dari yang sebelumnya, bukan langsung menjadi sempurna, melainkan berani dulu untuk berubah menjadi yang lebih baik, baik dari sisi dengan Allah maupun dengan sesama. Tujuan dari akun ini dibuat tidak lain adalah mengajak semua orang untuk berani berhijrah, berani melakukan perubahan untuk menjadi lebih baik”.* (Wawancara, Preliminary tanggal 13 Maret 2018).

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa tujuan dari akun Berani Berhijrah adalah mengajak siapa saja yang melihat postingannya untuk berubah menjadi lebih baik, baik dari sisi dengan Allah maupun dengan sesama. Anjuran untuk berdakwah dalam pandangan agama Islam sudah dibahas dalam Al-Quran, yaitu Al-Quran Surat An-Nahl ayat 125, yang berbunyi:

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berbantahlah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.*

Ayat diatas ditafsirkan oleh Ismatullah (2015), yang menjelaskan bahwa dakwah merupakan satu bagian yang pasti ada dalam kehidupan umat beragama. Dalam ajaran agama Islam, ia merupakan suatu kewajiban

yang dibebankan oleh agama kepada pemeluknya, baik yang sudah menganutnya maupun yang belum. Sehingga, dengan demikian, dakwah bukanlah semata-mata timbul dari pribadi atau golongan, walaupun setidak-tidaknya harus ada segolongan yang melakukannya.

Maraknya akun dakwah di media sosial *Instagram*, membuat banyak kalangan dapat menjangkau, karena lebih fleksibel serta terjangkau. Konten sederhana dengan isi materi yang mudah dipahami pembaca, serta dapat dilihat dimana saja dan kapan saja membuat akun-akun dakwah lebih dinikmati saat ini. Konten dakwah yang disampaikan harus mengandung dorongan motivasi yang ditujukan pada sasaran, artinya dorongan tersebut diberikan pada sasaran dakwah cukup dengan persuasi yang bisa menggerakkan motivasi, namun tidak memberi paksaan atau tekanan psikologis pada sasaran dakwah (Musthofa, 2016).

Adanya akun dakwah di *instagram* membuat para pengikutnya merasa diberikan kemudahan untuk mendapatkan ilmu agama. Ajakan-ajakan untuk berhijrah yang dilakukan oleh akun @beraniberhijrah mampu menjadi sorotan positif bagi pengikut ataupun pengunjung akun *instagramnya*. Sehingga membuat banyak orang tertarik untuk mengikuti akun dakwah tersebut. Unggahan yang diberikan cukup menarik perhatian banyak orang, dan ilmu agamanya dikemas dengan sederhana, sehingga mudah dipahami oleh pengguna *instagram* lainnya. Bahasa yang digunakan untuk menyampaikan ajakan berhijrah juga dikemas dengan baik, dan tidak menyudutkan individu manapun. Data ini selaras dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Dea. Berikut ungkapan Dea:

*“Trus dari BB aku bisa berubah jadi lebih baik, kan Berani Berhijrah fokusnya kayak ke hati pengikut nya dan saat itu aku lagi down banget nah disitu ada Berani Berhijrah, aku lihat kontennya, trus aku termotivasi jadi oh iyaya berarti yang hilang tuh pasti akan kembali ohh iyaya oh iyaya, akhirnya memunculkan oh iyaya yang*

*lain-lainnya, oh ternyata kalo kita ikutin jalannya Allah kita bakalan enak loh. Trus sekarang yo wis lah, maksudnya ada yang ngatur, akhirnya muncul sifat yang pasrah, bukan pasrah pasrah, melainkan pasrah tapi tidak menyerah” (Preliminary Research, Wawancara 25 November 2018).*

Adanya pergeseran metode belajar dari cara tradisional atau *offline* menjadi *online* seperti yang yang dilakukan modern ini banyak menyita perhatian publik karena dapat mempengaruhi proses perubahan. Ciri-cirinya tidak secara langsung dirasakan namun efeknya sangat mengejutkan. Fenomena itu disebut dengan inovasi disrupsi, dimana inovasi ini muncul secara perlahan dan tiba-tiba dapat mengganggu serta menggantikan sistem lama karena sifatnya yang lebih mudah dijalankan dan praktis. Selain itu inovasi disrupsi memainkan peranan penting dalam penggunaan teknologi, dimana hampir seluruh inovasi disrupsi ini menggunakan kecanggihan teknologi dalam pengaplikasiannya (Putra, 2018).

Seperti halnya yang dilakukan oleh akun @beraniberhijrah dalam memberikan ajakan untuk berhijrah, ajakan-ajakan berhijrah dan juga ilmu agama diberikan secara *online*. Namun, tentunya berbagai macam metode belajar mempunyai kelemahan masing-masing. Melalui media elektronik dosenit.com mengungkapkan bahwa kelemahan metode belajar secara online ialah adanya wawasan yang tidak seharusnya dilihat karena informasi yang didapatkan tidak semuanya positif, kemudian interaksi sosial menjadi terganggu sehingga membuat individu merasa superior ataupun minder, selanjutnya interaksi dengan guru/pengajar menjadi berkurang sehingga untuk mendapatkan informasi berdasarkan dari rujukan sumber aslinya menjadi berkurang, hal ini memunculkan kebiasaan baru, dan membuat kebiasaan lama ditinggalkan, seperti halnya



kebiasaan untuk membaca buku/sumber aslinya menjadi berkurang dan hanya mengandalkan penggalan kalimat yang sebenarnya masih memerlukan penjelasan.

Akun @beraniberhijrah berupaya untuk mengajak pengikutnya menjadi individu yang lebih baik, lebih memahami ajaran ilmu agama, dan lebih dekat dengan Sang Pencipta. Hal ini bisa dikatakan dengan adanya dinamika religiusitas individu. Dinamika religiusitas bisa diartikan sebagai suatu siklus keadaan individu terhadap keagamaannya, hal ini dikaitkan dengan keadaan individu dalam menghayati dan meyakini ajaran agamanya. Dinamika religiusitas akan mengalami perubahan naik turun maupun kestabilan. Menurut Buchory, 1982 (dalam Jalaluddin, 2012) pada usia dewasa, jiwa keagamaan individu berada pada keadaan yang stabil/tetap. Hal ini dapat dilihat pada cara bertindak dan bertingkah laku yang bersifat agak tetap (tidak mudah berubah) dan selalu berulang pada tanggung jawab terhadap sistem nilai yang dipilihnya, baik sistem nilai ajaran agama maupun yang bersumber dari norma dalam kehidupan. Pemilihan nilai yang diambil berdasarkan atas pemikiran yang matang, maka sikap keberagamaan seseorang di usia dewasa sulit untuk dirubah. Sehingga apabila terjadi perubahan sikap keberagamaan di usia dewasa sudah melalui proses dengan pertimbangan yang matang.

Pengguna media sosial aktif pada saat ini tidak jauh dengan sebutan generasi millennial. Generasi millennial pada saat ini telah memasuki usia dewasa, dimana usia generasi milinial memiliki tahun lahir 1981 an sampai tahun 2000. Generasi ini memiliki keunikan tersendiri, yaitu sebagai generasi muda yang menguasai teknologi karena mereka tumbuh besar disaat perkembangan teknologi sedang maju pesat, sehingga sangat sulit memisahkan mereka dengan teknologi, salah satunya *smartphone*.

Generasi millennial merupakan generasi yang memiliki kepekaan yang begitu kuat terhadap sesuatu yang baru, yang berakibat pada generasi millennial sangat begitu mudah untuk beradaptasi terhadap sesuatu yang baru. Media sosial yang menawarkan banyak fitur-fitur yang mengasyikkan membuat generasi millennial tergiur tanpa mpedulikan makna sebenarnya dari konten-konten yang ada didalamnya. Sehingga mereka dapat berubah-ubah beradaptasi menyesuaikan dengan *trend* atau *lifestyle* yang ada, namun tidak menutup kemungkinan perubahan yang mereka lakukan merupakan perubahan yang benar-benar dari dalam diri mereka (Ainiyah, 2018).

Jalaluddin (2015) mengemukakan bahwa religiusitas yang ada dalam diri manusia akan mendorongnya untuk bertingkah laku dalam kehidupan sehari-hari sesuai kadar ketaatannya kepada agama. Sehingga religiusitas pada diri individu dapat berperan penting bagi keseimbangan kelangsungan hidupnya. Sedangkan apabila keseimbangan tersebut tidak dapat terlaksana yang terjadi adalah ketidak harmonisan fungsi-fungsi pembentuk manusia, yang akan berakibat pada ketidaksehatan mental individu. Menurut Glock dan Stark (dalam Ancok dan Suroso, 2008) religiusitas atau keberagamaan memiliki lima macam dimensi, diantaranya: dimensi keyakinan, praktek agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan pengamalan atau konsekuensi.

Perubahan untuk dapat semakin dekat dengan Tuhan pada diri manusia atau konversi agama tidak harus melakukan perpindahan dari satu agama keagama yang lain, melainkan ketika seseorang melakukan tindakan untuk berperilaku menjadi lebih baik juga telah dikatakan sebagai konversi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Max Heirich dalam Jalaluddin (2015) yang mengatakan, konversi agama merupakan suatu

tindakan dimana seseorang atau kelompok masuk atau berpindah ke suatu sistem kepercayaan atau perilaku yang berlawanan dengan kepercayaan sebelumnya.

Penido dalam Jalaluddin (2005) berpendapat bahwa unsur pembentuk konversi agama ada dua, yaitu unsur dari dalam diri seseorang yang perubahannya karena keputusan pribadi dan unsur dari luar diri seseorang yang bersifat menguasai kesadaran dalam diri seseorang atau kelompok tersebut. Dari 2 unsur pembentuk konversi agama tersebut, memunculkan 2 tipe konversi agama menurut Starbuck (dalam Jalaluddin, 2015), yaitu: *tipe volitional* terjadinya secara bertahap, berproses sedikit demi sedikit, sehingga menjadi aspek dan kebiasaan rohaniah yang baru; dan *tipe self-surrender* terjadinya secara mendadak, perubahan yang terjadi dapat dari kondisi yang tidak taat menjadi lebih taat, dari tidak percaya kepada suatu agama kemudian menjadi percaya, dan sebagainya. Sehingga perubahan yang terjadi pada seseorang untuk menjadi lebih baik atau merubah kepercayaannya dapat di kategorikan kedalam 2 tipe tersebut.

Berdasarkan keadaan saat ini, dinamika religiusitas pada usia dewasa cenderung mengalami naik-turun yang nyata. Hal ini terlihat pada fenomena individu dalam mewujudkan bentuk keberagamaannya dengan menunjukkan penampilan yang begitu menutup diri dengan menggunakan pakaian (gamis) yang berukuran besar. Namun, memakai pakaian (gamis) dengan berukuran besar tidak dapat bertahan lama, sehingga hal ini membuat keadaan dinamika religiusitas individu mengalami naik turun, data ini selaras dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Dea. Berikut ungkapan Dea:

*“Waktu itu aku dilema banget, awal aku mengikuti Berani Berhijrah dan akun dakwah lainnya, pertama kali aku merubah penampilan waktu itu. Yang aku dulu pakek jilbab paris sampek gak mau pakek jilbab paris pakeknya yang panjang-panjang, karena aku mengikuti banyak akun itu jadi tau ohh ternyata jilbab yang sar’i kayak seperti ini ohh ternyata pakean muslimah seperti ini, oh ternyata gak boleh ini ini dan ini, dan itu tak lakuin, aku juga pakek baju panjang, kalo keluar pakek kaos kaki jilbab harus menutupi dada, awal mau berhijrah trus ketemu akun yang mewadahi semangat banget aku. Tapi saat itu lebih pada merubah penampilan, yang tak perbaiki bener-bener luarnya, kan kalo kita berhijrah yang bisa kita lihat itu fisiknya, kan orang itu melihat apa yang bisa dilihat dengan mata, kalo kita ngomongin hati gak ada yang tau, trus kenapa aku merubah penampilan menjadi sar’i kembali ke yang gak sar’i karena aku ngrasa gak enak, aku emang sempet ngalami fase yang naik turun banget bahkan aku juga pakek celana jins lagi jilbab paris lagi. Baru-baru ini aku mau pakek jilbab yang panjang lagi baru banget, belum ada setahun, alasannya karena yang dulu salah kalo sekarang ngrasa gak ribet aja, ohh ternyata syariat agama diatur tidak untuk memberatkan pelakunya. Jadi sekarang ngrasa gak berat aja” (Preliminary Research, Wawancara 25 November 2018).*

Mengingat bahwa tidak mudah melakukan perubahan diusia dewasa dan perlu melakukan pertimbangan yang sangat matang dan merupakan keputusan yang diambil secara pribadi bukan dengan meniru orang lain, namun pada kenyataannya dinamika religiusitas individu saat ini mengalami naik turun dengan banyaknya permasalahan dan inovasi baru pada teknologi, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti secara lebih mendalam bagaimana dinamika (baik keterkaitan, proses, maupun perubahan) religiusitas pengikut akun *instagram* Berani Berhijrah, yaitu melihat faktor apa saja yang menyebabkan mereka mengikuti akun *instagram* Berani Berhijrah, serta perubahan apa saja yang dialami dalam kehidupan religiusitasnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana dinamika konversi religiusitas pengikut akun *instagram* Berani Berhijrah?”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dinamika konversi religiusitas pengikut akun *instagram* Berani Berhijrah, serta faktor apa saja yang menyebabkan dinamika konversi religiusitas pengikut akun *instagram* Berani Berhijrah.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Menjadi tambahan referensi bagi para peneliti, mahasiswa, pekerja sosial dan agama dalam memahami dan mengkaji atau melakukan penelitian berkaitan dengan kajian Islam, terutama yang dilakukan secara *online*.
- b. Menambah kajian dibidang Psikologi terutama Psikologi agama tentang dinamika religiusitas pada pengikut akun *instagram* Berani Berhijrah.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai gambaran dan bahan untuk evaluasi bagi pengguna akun media sosial untuk dapat memilih akun-akun yang dapat membawa pada kebaikan dan menghindari keburukan.

- b. Bagi masyarakat perlunya memperhatikan dalam menggunakan media sosial yang baik, seperti mengikuti akun-akun instagram yang dapat memberikan dampak positif bagi kehidupan dan beragama.

### **E. Keaslian Penelitian**

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai variabel yang sama yaitu “Religiusitas” yang dianggap relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wahidin, dkk (2014) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam Bandung”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring internet berdampak pada kehidupan religiusitas mahasiswa. Dampak positif yang dirasakan adalah mudahnya komunikasi dan mendapatkan informasi. Sedangkan untuk dampak negatifnya adalah munculnya rasa candu, yang mengakibatkan lalai terhadap pelaksanaan salat dan konten-konten negatif yang sering muncul mengakibatkan pelaksanaan salat menjadi tidak khusuk.
2. Penelitian dilakukan oleh Aziz (2018) yang berjudul “Religiusitas Masyarakat Urban di Era Digital”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode meneliti dokumen berupa, yaitu berupa pemikiran dan pendapat tokoh. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pemikiran dan pendapat tokoh yang ditulis atau diberikan di media tentang masyarakat urban dan fenomena keagamaan masyarakat urban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

- bentuk peningkatan religiusitas masyarakat urban peningkatan *religious attachment* kian kuat kepada agama dalam ritual, gaya hidup lebih religius, pendidikan lebih agamis pada anak-anak, sampai pada pengelolaan keuangan. Akan tetapi, peningkatan *religious attachment* tidak jarang pula menjadi objek manipulasi politik oleh para politisi dan partai politik, dan juga kepemimpinan agama yang memainkan karti agama untuk kepentingan politik.
3. Penelitian dilakukan oleh Toybah (2016) yang berjudul “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Hadisku”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif dengan teknik analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun *instagram @haditksu* memposting gambar berkaitan dengan pesan akidah, syariah, dan akhlak. Adapun interpretasi dakwahnya diketahui berdasar dengan objek dan teksnya dan adapula yang berdasar dari teksnya saja, diikuti dengan unsur komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi dilihat dengan dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (*Balance*) dan kesatuan (*Unity*).
  4. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Al Hafizh, Sutopo, dan Yulius Slamet (2019) yang berjudul “Fenomena (*Co-Owner*) Informasi Dakwah di *Instagram*”. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana *co-owner* informasi menyikapi pemaknaan pesan dakwah yang mereka dapatkan dari sumber informasi dakwah, dan kemudian *co-owner* informasi tersebut membagikan kembali informasi dakwah melalui sosial media pribadi mereka terutama pada sosial media Instagram. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang kemudian



- untuk mengali studi kasus dengan cara observasi dan wawancara, lalu hasil dari itu akan dipaparkan oleh peneliti secara deskriptif. Temuan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika co-owner informasi membagikan informasi dakwah yang biasanya mereka dapatkan dari berbagai sumber seperti youtube, Instagram, dan bahkan dari grup whatsapp pengajian, para co-owner informasi tersebut melupakan hak dan tanggung jawab mereka, dan terkadang juga ketika mereka melakukan reproduksi ulang informasi dakwah, mereka juga memahami informasi dakwah tersebut dengan berdasarkan pemahaman pribadi mereka sehingga co-owner ini kerap menambahkan “caption” pada foto atau video yang mereka unggah berdasarkan pemahaman pribadi tersebut.
5. Penelitian dilakukan oleh Zakiyah Romadlany dan Farhan (2019) yang berjudul “Penggunaan *Instagram* sebagai *Trend* Media Dakwah Masa Kini Studi Akun *Instagram* Pondok Pesantren Nurul Jadid”. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus tentang respon mahasiswa terhadap pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid (PPNJ). Deskriptif kualitatif membantu peneliti untuk menganalisa data yang terkumpul. Berdasarkan data yang terkumpul menunjukkan respon baik dan pesan yang di posting banyak dijadikannya sebagai acuan atau motivasi untuk menjadi lebih baik.
  6. Penelitian dilakukan oleh Muhammad Habibi (2018) yang berjudul “Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Diera Millenial”. Penelitian ini mengulas mengenai media sosial yang pada saat ini menjadi tren di kalangan generasi milenial. Melihat dari situasi yang ada dakwah harus memanfaatkan semaksimal mungkin. Jika tidak,

arus dakwah kian melambat dan tertinggal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan studi literatur dengan melakukan kajian pustaka dan menghimpun data dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dokumentasi, literatur, dan internet, serta dilanjutkan dengan mencari referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Pada saat ini dakwah tidak dapat hanya menggunakan cara-cara konvensional, dengan adanya perkembangan teknologi yang kian cepat menuntut pendakwah melakukan penyesuaian. Dakwah harus lebih optimal disampaikan lewat media sosial, karena generasi milenial lebih cenderung menggunakan aplikasi-aplikasi yang sifatnya interaktif, seperti whatsapp dll. Karena itu, da'wi disarankan untuk memanfaatkan media sosial semaksimal mungkin dalam rangka menjangkau *mad'u* yang lebih luas sehingga pesan dakwah terserap lebih banyak.

7. Penelitian dilakukan oleh Nur Ainayah (2018) yang berjudul "Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial". Penelitian ini membahas mengenai media sosial sebagai sarana komunikasi yang tidak dapat dibendung, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam berbagi informasi melalui media sosial. Remaja milenial adalah manusia dengan segala keingintahuan akan hal-hal baru. Kebutuhan akan eksistensi diri, peningkatan wawasan pengetahuan, tujuan lain untuk menjadikan media sosial sebagai media pilihan dalam berkomunikasi, berbagi informasi termasuk untuk mencari berbagai informasi yang dibutuhkan mereka sehari-hari. Sehingga dari penjelasan diatas terdapat 2 fungsi media sosial bagi generasi millennial, yaitu: pertama sebagai media untuk membangun jejaring sosial melalui akun yang

- disediakan, dan ponsel android terhubung ke internet dan yang kedua adalah sebagai media informasi pendidikan sehingga mereka selalu dapat mengakses informasi pendidikan melalui akun yang menjadi remaja favorit.
8. Penelitian dilakukan oleh Meutia Puspita Sari (2017) yang berjudul “Fenomena Pengguna Media Sosial *Instagram* Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau”. Penelitian ini membahas mengenai fungsi media sosial sebagai media komunikasi dan berbagi, media sosial digunakan sebagai pembelajaran komunikasi oleh mahasiswa FISIP Universitas Riau dalam memenuhi kebutuhan akan informasi dan pengetahuan agama Islam. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif, pengalaman komunikasi, dan perubahan perilaku hasil belajar yang dilakukan oleh mahasiswa FISIP Universitas Riau sebagai pengguna media sosial instagram. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Subjek dipilih menggunakan teknik purposive berupa 4 mahasiswa FISIP Universitas Riau dan 4 lainnya signifikan other. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan instagram sebagai pembelajaran komunikasi oleh mahasiswa FISIP, Universitas Riau dipengaruhi oleh 2 motif, motif pertama masa lalu (karena motif) milik motif sosiogenetis, dalam bentuk motif penasaran, motif dari kebutuhan akan nilai, motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas dan motif masa depan (untuk motif) yang termasuk dalam motif theogenetik sebagai media informasi propagasi, sebagai media yang memotivasi (orang lain) dan sebagai sumber informasi. Akhirnya, penggunaan instagram sebagai komunikasi pembelajaran Islam

- menghasilkan perubahan dalam sikap dan perilaku yang ada dalam kognisi, kasih sayang, dan konasi atau pengguna instagram psikomotor di masyarakat.
9. Penelitian dilakukan oleh Mariam Abd Majid, Syarul Azman Shahrudin, Abur Hamdi Usman, Fakhri Sungit (2016) yang berjudul "*The Conversion of Muallaf to Islam in Selangor: Study on Behavior and Encouragement*". Penelitian ini menunjukkan faktor dorongan perilaku muallaf dan beberapa faktor yang memotivasi mereka untuk masuk Islam di Selangor. Data yang diperoleh melalui metode dokumentasi, wawancara, dan kuesioner dianalisis menggunakan metode induktif dan deduktif. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini mengungkapkan faktor agama, psikososial dan bio-psikososial yang telah mendorong muallaf untuk masuk Islam. Di Selangor secara kontekstual, faktor dominan yang mendorong muallaf untuk memeluk Islam adalah agama karena mereka meyakini kebenarannya dan dapat ditemukan secara langsung maupun untuk penelitian. Apalagi dengan observasi dan inspirasi atau mimpi telah menjadi dorongan besar bagi muallaf untuk menerima Islam. Studi ini menemukan bahwa ketiadaan informasi dan tidak menerima informasi akurat tentang Islam adalah salah satu faktor yang menyebabkan keterlambatan penerimaan da'wah oleh non-muslim.
  10. Penelitian dilakukan oleh Pablo Bran, Antonio M., dan Shoshana Neuman (2014) yang berjudul "*Religious Pro-Sociality? Experimental Evidence from a Sample of 766 Spaniards*". Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara beberapa variabel yang berhubungan dengan agama dan perilaku sosial, menggunakan tiga

permainan ekonomi paradigmatik: permainan diktator (DG), ultimatum (UG), dan kepercayaan (TG). Sampel yang dirancang dari populasi orang dewasa perkotaan di Granada (Spanyol) digunakan (N = 766). Tiga dimensi religiusitas diperiksa: (i) denominasi agama; (ii) intensitas religiusitas, diukur dengan partisipasi aktif di layanan gereja; dan (iii) konversi ke dalam denominasi yang berbeda dari yang dibesarkan. Hasil utama dari penelitian ini adalah: (i) individu dengan "tidak ada agama" membuat keputusan lebih dekat dengan perilaku egois rasional di DG dan UG dibandingkan dengan mereka yang berafiliasi dengan denominasi agama "standar"; (ii) di kalangan Katolik, intensitas religiusitas adalah variabel kunci yang mempengaruhi perilaku sosial sejauh individu yang aktif secara keagamaan umumnya lebih pro-sosial daripada yang non-aktif; dan (iii) agama yang diangkat tampaknya tidak berpengaruh pada prososialitas, di luar pengaruh ukuran religiusitas saat ini.

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah “Dinamika Konversi Religiusitas Pengikut Akun Instagram Berani Berhijrah”, memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal:

1. Keaslian Judul

Berdasarkan dari temuan terdahulu dengan tema yang sama diatas tidak ada satupun temuan berjudul “Dinamika Konversi Religiusitas Pengikut Akun Instagram Berani Berhijrah”.

2. Keaslian Subjek

Pada penelitian sebelumnya, peneliti belum menemukan penelitian yang menggunakan pengikut / *pengikut* akun *instagram* @beraniberhijrah sebagai subjek penelitian. Subjek penelitian

sebelumnya ada yang menggunakan salah satu akun dakwah di *Instagram*, namun akun dakwah yang digunakan berbeda dengan yang peneliti gunakan serta memiliki fokus penelitian yang berbeda pula.

### 3. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan beberapa penelitian sebelumnya berbeda-beda, terdapat penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian menggunakan metode kualitatif dalam penelitian sebelumnya juga berbeda-beda, ada yang menggunakan kualitatif studi kasus, dokumentasi, dan deskriptif. Sedangkan untuk penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan salah satu metode yang pernah digunakan oleh salah satu penelitian sebelumnya, yaitu metode penelitian kualitatif dengan studi kasus.

### 4. Fokus Penelitian

Fokus penelitian tidak ada yang sama dengan penelitian sebelumnya, fokus penelitian ini lebih kepada ingin menggali dinamika religiusitas pengikut salah satu akun dakwah di *Instagram* yaitu Berani Berhijrah. Proses dinamika religiusitas pengikut akun *Instagram* Berani Berhijrah dilihat mulai dari sebelum mengikuti, setelah mengikuti, dan sampai pada saat ini.

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, penelitian “Dinamika Konversi Religiusitas Pengikut Akun *Instagram* Berani Berhijrah” dapat dipertanggungjawabkan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dinamika konversi religiusitas dari seseorang adalah pengertian hubungan dengan tradisi agama, ajaran atau seruan dan sugesti, dan faktor emosional.
2. Akun *Instagram* Berani Berhijrah sebagai akun dakwah di media sosial memberikan dampak kepada pengikut nya, yaitu seperti menemukan wadah baru untuk belajar dan sumber informasi yang dapat membuat siapa saja semakin dekat dengan Allah.
3. Pada religiusitas subjek penelitian mengalami perubahan pada religiusitasnya sebelum dan sesudah mengikuti akun *Instagram* Berani Berhijrah.
4. Religiusitas generasi millennial terus menerus melakukan perubahan karena dilatar belakangi generasi millennial tidak dapat dipisahkan dengan internet yang membuat mereka terus menerima kondisi-kondisi terbaru yang secara tidak langsung mereka juga akan mengikutinya. Seperti halnya akun dakwah di media sosial *Instagram* yang sedang *tren* beberapa tahun ini, salah satunya akun *Instagram* Berani Berhijrah yang telah melakukan desrupsi media. Dengan internet membuat hal-hal baru dengan cepat dapat tersebar, begitupun dengan akun



dakwah ini. Generasi millennial yang menguasai teknologi merupakan generasi yang paling banyak dan mudah menerima dampaknya.

5. Walaupun media sosial dakwah dapat memberikan dampak namun harus tetap belajar atau mengaji secara *offline* untuk dapat lebih menguatkan pemahaman, sehingga tidak adanya saling menghakimi.
6. Konversi atau berpindah untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya ternyata dapat dilatar belakangi oleh sosial media. Media sosial yang melakukan disrupti media mampu menggeser cara mengaji tradisional menjadi digital dan dapat memberikan pengaruh terhadap pengikutnya.

## **B. SARAN**

Penelitian yang dilakukan tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang bisa diberikan kepada pihak yang terkait, yaitu:

1. Saran kepada subjek penelitian

Hasil penelitian menunjukkan subjek mengalami banyak perubahan dalam hidup dari segi religiusitas sebelum mengikuti akun *Instagram* Berani Berhijrah, mulai mengikuti akun *Instagram* Berani Berhijrah, pada saat ini. Selama berproses menjadi lebih baik subjek mengalami keadaan naik turun. Keadaan tersebut dirasakan subjek sebagai proses untuk berubah yang awalnya hanya karena biar terlihat oleh orang lain menjadi berubah yang benar-benar berubah. Disarankan untuk

terus menjaga istiqomah dan terus berusaha menjadi lebih baik guna dapat benar-benar dapat kemudahan dan jalan dari Allah.

Selain menggunakan akun *Instagram* Berani Berhijrah sebagai sumber ilmu atau wadah yang dapat menaungi subjek tetap harus memiliki guru yang dapat membimbing secara langsung dan benar-benar berada dibidang tersebut. Hal tersebut karena agar tidak terjadinya salah paham atau salah mengartikan akan ajaran agama yang malah akan merusak ajaran agama itu sendiri. sehingga perlunya mengikuti kajian, bimbingan, les mengaji, form diskusi dengan orang yang lebih paham dan lain sebagainya.

Setiap manusia tidak ada yang sempurna, manusia tidak lepas dari salah, sehingga harus berusaha menjauhi semua yang memang harus di jauhi. Walaupun sudah banyak berubah masih ada beberapa hal yang harus disempurnakan. Penyempurnaan hanya dapat dilakukan oleh subjek itu sendiri tanpa adanya paksaan agar subjek tidak terbebani.

2. Saran kepada lingkungan sekitar pengikut akun *Instagram* Berani Berhijrah

Untuk lingkungan sekitar pengikut akun *Instagram* Berani Berhijrah disarankan untuk dapat mengingatkan apabila masih ada yang kurang tepat atau salah, dapat memberikan bimbingan untuk dapat sama-sama menjadi yang lebih baik, dan jangan menghakimi atas perubahan yang dilakukan atau atas pilihan yang telah diambil, mereka butuh proses, butuh dirangkul, dan diarahkan untuk menjadi semakin baik lagi.

### 3. Keluarga

Keluarga adalah yang memberikan ilmu pertama kepada anak-anaknya. Lewat keluarga anak-anak dapat mengenal dunia. Sehingga lewat keluarga diharapkan ilmu agama adalah ilmu yang pertama kali tertanam, karena agama adalah pondasi awal seseorang menjalani hidup. Apabila pondasinya lemah akan hancur dikemudian hari apabila masalah besar datang, namun apabila pondasi sudah tertanam kokoh ketika ada masalah besar datang anak dapat menjadikan agama sebagai pegangan.

### 4. Penelitian selanjutnya

Peneliti dapat mengambil dari sisi lain dari aspek yang berbeda selain religiusitas. Karena banyak hal yang bisa digali dari kehidupan pengikut akun *Instagram* Berani Berhijrah atau akun dakwah lainnya, terutama menyangkut perjalanan hidupnya hingga pada titik mereka saat ini.

Peneliti juga dapat melakukan studi perbandingan yang mengungkapkan religiusitas dengan teori yang berasal dari tokoh lain, religiusitas dari pandangan agama lain, atau akun dakwah Berani Berhijrah dengan akun dakwah lainnya. Hal ini tentunya akan menambah keberagaman penemuan aspek religiusitas.

## Daftar Pustaka

- Affandi, G. R. (2011). Religiusitas Sebagai Prediktor Terhadap Kesehatan Mental Studi Terhadap Pemeluk Agama Islam. *Jurnal Psikologi*. Vol 06. No 01.
- Afrizal, M. A. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. Vol 02. No 02.
- Ali, H. dan Purwandi, L. (2016). *INDONESIA (2020): The Urban Middle-Class Millennial*. Jakarta Selatan: PT Alvira Strategi Indonesia.
- Alwisol. (2008). *Psikologi Kepribadian (edisi revisi)*. Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ancok, D. dan Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islam Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, B. S. (2008). *Psikologi Agama*. Bandung: Pustaka Setia.
- Aziz, Abd. (2018). Religiusitas Masyarakat Urban di Era Digital. *Jurnal Sosial Keagamaan*.
- Baharuddin dan Mulyono. (2008). *Psikologi Agama Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Bran, P., Antonio M., dan Shoshana N. (2014). Religious Pro-Sociality? Experimental Evidence from a Sample of 766 Spaniards. Doi: 10.1371.
- Budiyono, H. (2013). Penelitian Kualitatif Proses Pembelajaran Menulis: Pengumpulan dan Analisis Datanya. *Jurnal Pena*. Vol 3. No 2. ISSN: 2089-3973.

- Creswell, W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, W. (2018). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daradjat, Z. (1971). *Islam dan Kesehatan Mental*. Jakarta: Gunung Agung.
- Daradjat, Z. (1976). *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2004). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : PT. Balai Pustaka.
- Fajrina, H. N. (2016). Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia. [Diunduh pada: 10 Maret 2018]. Tersedia pada: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia>.
- Habibi, M. (2018). Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Diera Millenial. *Jurnal Dakwah*. Vol 12. No 01.
- Haniza, N. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan Pola Pikir, Kepribadian dan Kesehatan Mental Manusia. *Jurnal Komunikasi*. ISBN: 978-602-5681-32-5.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan)*. Jakarta: Erlangga.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UII Press
- Ilahi, K., Rabain, J., dan Sarifandi, S. (2017). *Konversi Agama (Kajian Teoritik dan Empiris terhadap Fenomena, Faktor, dan dampak Sosial di Minangkabau)*. Malang: Kalimetro Inteligencia Media.
- Ismatullah, A.M. (2015). Metode Dakwah dalam AL-Quran (Studi Penafsiran Hamka terhadap QS. AN-Nahl: 125) . *Jurnal Metode Dakwah dalam Al-Quran*. Vol 21. No 2.
- Jalaluddin. (2005). *Psikologi Agama: Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Jalaluddin. (2015). *Psikologi Agama: Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi (Edisi Revisi 2015)*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Koentjaraningrat. (1993). *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta, Indonesia: PT. Gramedia.
- Majid, M. A., Syarul A. S., Abur H. U., dan Fakhri S. (2016). *The Conversion of Muallaf to Islam in Selangor: Study on Behavior and Encouragement*. Doi: 10.5901.
- Moleong, L. J. (1993). *Metode Pendekatan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Musthofa. (2016). Prinsip Dakwah Via Media Sosial. *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. Vol 16. No 01. ISSN: 1411-8777.
- Pontoh, Z. Dan Farid, M. (2015). Hubungan Antara Religiusitas dan Dukungan Sosial dengan Kebahagiaan Pelaku Konversi Agama. *Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol 04. No 01.
- Putra, R. M. D. (2018). Inovasi Pelayanan Publik di Era Disrupsi (Studi Tentang Keberlanjutan Inovasi E-Health di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Negara*. Vol 06. No 02. ISSN: 2303-341X.
- Rajab, Khairunnas. (2012). *Psikologi Agama*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ramayulis. (2002). *Psikologi Agama*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Ridwan, K. (1993). *Ensiklopedi Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Houve.
- Sabiq, Sayyid. (2006). *Aqidah Islamiyah*. Jakarta: Robbani Press.
- Santrock, J. W. (2002). *Life Span Development (Perkembangan Masa Hidup)*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas RIAU. Vol 04. No 02.

- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahreza, M. F. dan Tanjung, I. S. (2018). Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial *Instagram* Dikalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi United..*Jurnal Interaksi*. Vol 02. No 01.
- Thouless, R.H. (1992). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: CV Rajawali.
- Toybah, N. R. (2016). Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku. *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*. Vol 04. No 07.
- Wahidin, A., dkk. (2014). Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam Bandung. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. ISSN: 2460-6405.
- William, Indra. (2014). Dampak Positif Internet dan Negatif Bagi Manusia. [Diunduh pada: 08 Oktober 2018]. Tersedia pada: <https://www.kompasiana.com/lilmbone/54f96399a3331135028b50bd/dampak-positif-internet-dan-negatif-bagi-manusia>.