

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM  
@TERASDAKWAH TERHADAP MOTIVASI MENJADI DA'I  
PADA MAHASISWA YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**Muhammad Muadz**

**17102010044**

**Pembimbing:**

**Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.**

**NIP 19680103 199503 1 001**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**2023**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1447/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @TERASDAKWAH TERHADAP MOTIVASI MENJADI DA'I PADA MAHASISWA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMAD MUADZ  
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010044  
Telah diujikan pada : Jumat, 14 Juli 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 64e88e71aba54



Penguji I  
Drs. Abdul Rozak, M.Pd  
SIGNED

Valid ID: 64e732e895464



Penguji II  
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 64e6c67a8b4b8



Yogyakarta, 14 Juli 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 64ec03731f85e



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230  
E-mail : fdk.uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

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

Nama : Muhammad muadz  
NIM : 17102010044  
Judul Skripsi : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @TERASDAKWAH  
TERHADAP MOTIVASI MENJADI DA'I PADA MAHASISWA YOGYAKARTA

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Nanang Mizwar H, S.Sos., M.Si

19840307 201101 1 013

Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si NIP.

NIP 19680103 199503 1 001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230  
E-mail : fdk.uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Muadz  
NIM : 17102010044  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @TERASDAKWAH TERHADAP MOTIVASI MENJADI DA'I PADA MAHASISWA YOGYAKARTA** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Yogyakarta, 14 Juni 2023



Muhammad Muadz  
NIM 17102010044

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur *Alhamdulillah Rabbil 'Aalamin* segala puji bagi Allah atas segala nikmat dan karunianya yang melimpah, sehingga saya mencapai titik ini Melalui proses yang sangat panjang dan penuh kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk:

**Ibunda Siti nurbaiti dan Ayah Komaya Matin**

Terimakasih atas segala bentuk kasih sayang, ridho, do'a, usaha serta dukungan dan dorongan tiada henti yang diberikan kepada penulis, serta untuk Bastian, Rais afif, Multazam, Tim Yayasan Teras Dakwah seluruh pihak yang selalu memberi dukungan dan semangat selama perjalanan pengerjaan skripsi ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**MOTTO**

*“BERGERAK ATAU TERGANTIKAN”*

Muhammad Muadz



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh intensitas mengakses akun instagram @terasdakwah terhadap motivasi menjadi da'i pada mahasiswa yogyakarta” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana komunikasi dan penyiaran islam pada fakultas dakwah dan komunikasi Universitas islam negeri sunan kalijaga. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa bantuan dan dukungan beliau, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis juga ingin berterima kasih kepada seluruh dosen pengajar dan staf administrasi di komunikasi dan penyiaran islam dan fakultas dakwah dan komunikasi yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama masa studi. Tak lupa, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan semangat dan doa agar penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna perbaikan di masa yang akan datang. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

## ABSTRAK

Muhammad Muadz, 17102010017, 2022. Skripsi: Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @terasdakwah terhadap motivasi menjadi Dai pada mahasiswa Yogyakarta. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @terasdakwah terhadap motivasi menjadi Dai pada mahasiswa Yogyakarta. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori efek media. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik pengumpulan menggunakan kuesioner yang dijawab oleh 100 responden dari followers akun Instagram @terasdakwah. Pengolahan data pada penelitian ini dibantu dengan aplikasi IBM SPSS Statistic 15.

Hasil dari penelitian ini di dapatkan bahwa intensitas mengakses akun Instagram berpengaruh terhadap perilaku kesehatan followers di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh antara kedua variable X dan variabel Y.

**Kata kunci:** Intensitas, mengakses akun, Instagram, @terasdakwah, motivasi, da'i, mahasiswa, dan Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## ABSTRACT

*Muhammad Muadz, 17102010017, 2022. Thesis: The Influence of Accessing the Instagram Account @terasdakwah on the Motivation to Become a Dai among Yogyakarta Students. Study Program of Islamic Broadcasting Communication, Faculty of Da'wah and Communication, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

*This research aims to determine whether there is an influence of the intensity of accessing the Instagram account @terasdakwah on the motivation to become a Dai among Yogyakarta students. The theory used in this research is the media effects theory. This research is quantitative in nature, employing a data collection technique using a questionnaire answered by 100 respondents who are followers of the Instagram account @terasdakwah. Data processing for this research is aided by the IBM SPSS Statistic 15 application.*

*The results of this research indicate that the intensity of accessing the Instagram account has an influence on the behavior of health-conscious followers in the Special Region of Yogyakarta (DIY). Based on the results of hypothesis testing, a significant value of  $0.00 < 0.05$  is obtained, indicating that the alternative hypothesis ( $H_a$ ) is accepted, and the null hypothesis ( $H_0$ ) is rejected. This means that there is an influence between the two variables,  $X$  and  $Y$ .*

*Keywords: Intensity, accessing account, Instagram, @terasdakwah, motivation, dai, students, and Yogyakarta.*

**Keywords: Intensity, access account, Instagram, @terasdakwah, motivation, da'i, students, and Yogyakarta.**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

س	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
د	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ت	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ز	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ء	`ain	`	koma terbalik (di atas)
ج	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	a
إ	Kasrah	I	i
أ	Dammah	U	u

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...ِ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
و...ِ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ِى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

##### 1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

##### 2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah / al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

- الْبِرُّ al-birr

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu

- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ	ta'khuzu
- شَيْءٌ	syai'un
- النَّوْءُ	an-nau'u
- إِنَّ	inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ - Wa innallāha lahuwa khair ar-

rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا - Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn / Alhamdu  
lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar- rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru  
jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
A. Latar belakang .....	2
B. Rumusan masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka .....	9
F. Kerangka Teori .....	12
1. Teori efek media sosial .....	12
2. Intensitas mengakses Instagram .....	13
3. Motivasi menjadi Da'i .....	16
4. Pengaruh intensitas mengakses instagram terhadap motivasi .....	19
G. Desain penelitian .....	21
H. Hipotesis .....	22
I. Sistematika Pembahasan .....	22
<b>BAB II METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
A. Jenis Analisis Penelitian .....	24
B. Definisi Konseptual .....	24
C. Definisi Operasional .....	27
D. Populasi dan Sampel .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
G. Analisis Data .....	42
1. Uji Asumsi Klasik .....	42
2. Uji Normalitas .....	43

3. Uji Linearitas .....	43
4. Uji Regresi Linier Sederhana .....	44
<b>BAB III GAMBARAN UMUM TERAS DAKWAH .....</b>	<b>45</b>
A. Sejarah Singkat Teras Dakwah .....	45
B. Profil Instagram <i>@terasdakwah</i> .....	47
C. Karakteristik Responden .....	50
<b>BAB IV PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI MENJADI DAI PADA MAHASISWA YOGYAKARTA .....</b>	<b>52</b>
A. Penyajian Data .....	52
1. Deskripsi Data responden penelitian .....	52
B. Hasil Penelitian .....	53
1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	53
C. Uji Asumsi Klasik .....	55
1. Uji Normalitas .....	55
2. Uji Linearitas .....	56
D. Uji Hipotesis .....	57
1. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	57
E. Pembahasan .....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Implikasi .....	64
C. Keterbatasan dan Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel mengakses Instagram .....	28
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel Motivasi menjadi dai.....	29
Tabel 3 Skor skala likert .....	34
Tabel 4 data validitas variabel intensitas mengakses akun instagram .....	36
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel motivasi menjadi dai.....	38
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @terasdakwah.....	46
Tabel 7 data berdasarkan Usia responden.....	48
Tabel 8 Tabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @terasdakwah .....	48
Tabel 9 Tabel Motivasi menjadi dai .....	49
Tabel 10 Uji Normalitas.....	50
Tabel 11 Uji Linearitas .....	51
Tabel 12 ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA.....	53



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Islam meminta pemeluknya untuk mensosialisasikan nilai-nilai Islam dengan cinta kasih kepada semua. Ini sesuai dengan perintah Allah yang termuat dalam Q.S An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”<sup>1</sup>*

Dalil diatas menjadikan umat Islam wajib menjadi Da'i apapun profesinya, menyampaikan syiar Islam, *amar makruf nahi mungkar* yang disampaikan dengan cara-cara yang baik, serta pendekatan yang menyesuaikan dengan lingkungan nya berada. Tujuan nya untuk memberikan keselamatan kepada objek dakwah baik di dunia maupun di akhirat. Menurut Syaikh Ali Mahfudz,<sup>2</sup> Tujuan dakwah adalah untuk mendorong individu untuk melakukan perbuatan baik dan mencegah mereka dari melakukan perbuatan jahat sehingga orang lain dapat bahagia di dunia dan akhirat. Dan sudah semestinya seorang muslim memiliki motivasi untuk berdakwah Disisi lain yang hal yang di amini oleh seluruh umat islam, survei dari Kementerian

---

1 Al-quran, 16:125. semua Terjemah dalam skripsi ini diambil dari Al-Quran dan terjemah al mizan, (Yogyakarta, mizan, 2019)

2 Teddy Khumaedi, Siti Fatimah *Urgensi dakwah melalui media sosial*, Jurnal al-mubin vol. 2, No.2 (september 2019), hlm. 5

Agama Republik Indonesia pada tahun 2020<sup>3</sup>. menemukan bahwa jumlah dai yang aktif berdakwah di masyarakat telah menurun dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015, jumlah dai yang aktif berdakwah di masyarakat adalah 10.000 orang. Namun, pada tahun 2020, jumlah dai yang aktif berdakwah di masyarakat hanya 8.000 orang. Penurunan jumlah dai ini diperkirakan disebabkan oleh beberapa faktor, yang faktor utama nya adalah Kurangnya minat generasi muda untuk menjadi dai. Hal ini berbeda dari Azyumardi Azra<sup>4</sup> yang berpendapat minat menjadi dai muda yang semakin menurun ini disebabkan karena Adanya fenomena intoleransi yang semakin meningkat membuat masyarakat menjadi takut untuk menjadi pendakwah. menurunnya minat menjadi dai muda akan berdampak pada semakin lemahnya peran Islam dalam masyarakat Indonesia. Karena dai muda merupakan generasi penerus yang diharapkan dapat menjadi agen perubahan dan pemersatu umat Islam. Namun, dengan menurunnya minat menjadi dai muda, maka peran Islam dalam masyarakat Indonesia akan semakin melemah.

Perkembangan media informasi dan komunikasi berkembang pesat berkat adanya internet. Situasi ini membawa para pengguna informasi di era ini makin dimudahkan dalam memperoleh informasi. Media sosial menjadi sebuah wadah baru bagi remaja dalam menuangkan perhatiannya, dalam memperlihatkan eksistensi dan pencarian informasi yang dibutuhkan. Khususnya masyarakat Indonesia, lebih cenderung mencari sumber informasi

---

<sup>3</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia. *Survei Nasional Kebangsaan 2020* (Jakarta:Kementerian Agama Republik Indonesia, 2020).

<sup>4</sup> Azyumardi Azra, *Etika Dakwah: Kajian Kritis Profesionalisasi Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2004). Hlm. 268.

lewat media sosial dikarenakan akses yang mudah. Kondisi ini tercermin dari Survei *Katadata Insight Center* (KIC) yang menunjukkan 76% responden memilih media sosial sebagai sumber informasi.<sup>5</sup>

Media sosial membawa dampak besar dalam kehidupan bersosial, khususnya pada ranah kehidupan remaja. Hal ini juga dibuktikan lewat cukup tingginya angka keterlibatan remaja usia 18-24 tahun dalam penggunaan media sosial. Mengutip dari *katadata.co.id*, laporan *Statista* mencatat, pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2020 rentang umur 18 – 24 tahun menempati posisi kedua dalam jumlah terbanyak pengguna media sosial dengan persentase laki – laki dan perempuan sebesar 16,1% dan 14,2%. Sedangkan pada peringkat pertama diisi oleh mereka yang berumur 25 – 34 dengan persentase 20,6% untuk laki-laki dan 14,8%<sup>6</sup>, ini menandakan kalangan anak muda bisa dikatakan cukup dominan dalam penggunaan media sosial.

data *we are sosial* tahun 2022 waktu rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu bermain internet yakni 8 jam 36 menit setiap harinya. Disisi lain menurut Dewi, N.<sup>7</sup> sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku sosial. Sosial media dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi sosial, memperkuat hubungan sosial, dan bahkan

---

<sup>5</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial> diakses pada tanggal 18 Agustus 2022 pukul 21.40 WIB

<sup>6</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-Indonesia>, diakses pada tanggal 16 Agustus, 2022 pada pukul 06.03 WIB.

<sup>7</sup> Dewi, N, “Pengaruh Sosial Media Terhadap Perilaku Sosial”, *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia*, vol 11(januari,2019), hlm. 1-10.

menciptakan komunitas sosial baru. Sosial media juga dapat digunakan untuk menyebarkan informasi dan ide, untuk mengedukasi masyarakat, dan untuk mengkampanyekan isu-isu sosial.

Di Tengah perkembangan gerakan dakwah di sosial media mulai muncul Beberapa media dakwah yang membawa warna baru dalam dakwah, dengan konten yang relevan dengan zaman, interaktif dan informatif. di Yogyakarta sendiri ada beberapa lembaga dakwah seperti Bengkel Dakwah, Masjid Jogokariyan dan salah satunya teras dakwah yang mempunyai Pendekatan yang asik dan disukai masyarakat yang dibuktikan dari engagement yang baik dengan 0,63% engagement rate di setiap postingannya<sup>8</sup>

Teras dakwah merupakan sebuah komunitas Ngaji Asyik dan Nongkrong Anak Muda Yogyakarta Lintas Harokah Berdasarkan Al-Quran dan Sunnah dengan *tagline* “manfaat untuk umat” kajian yang diangkat cukup variatif<sup>9</sup> dengan total asyik dinilai dari mana, bisa dilihat dari konten yang diangkat cukup jenaka, serta narasi yang *receh*, penuh *jokes* juga dibahasakan secara ringan plus minim dalil. Jenis kontennya pun bervariasi mulai dari komik, video reels, ajakan sedekah dengan tokoh yang unik seperti pa lurah dan bocil funky, ajakan kajian yang kreatif, poster, jokes bapack, hingga microblogging rangkuman tiap kajian. *@terasdakwah* cukup aktif memposting kontennya, untuk kuantitas konten harian di *@terasdakwah* biasanya 3-6 postingan. dalam postingannya admin teras dakwah bertujuan untuk mengedukasi masyarakat bahwa Islam itu indah lewat konten yang disajikan.

---

<sup>8</sup> <https://analisa.io/terasdakwah> diakses tanggal 4 november 2022 23.00

<sup>9</sup> <https://terasdakwah.com/> diakses tanggal 4 november 2022 22.32

Dari fakta diatas yang mana sosial media meberikan impact terhadap *Netizen* seperti motivasi, perilaku hingga menjadi sumber informasi, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh yang bisa ditimbulkan dari pengguna sosial media instagram yang memiliki intensitas yang tinggi dalam mengakses akun dakwah, (dalam penelitian ini akun) @terasdakwah terhadap motivasi followers nya untuk menjadi dai, peneliti juga menjadikan Yogyakarta sebagai subjek kajian karena Yogyakarta memiliki lebih dari 1.000<sup>10</sup> institusi pendidikan agama, termasuk pesantren, madrasah, universitas, dan sekolah tinggi. Serta memiliki lebih banyak institusi pendidikan agama<sup>11</sup> per kapita daripada kota-kota lain di Jawa Tengah.

Berdasarkan berbagai persoalan yang telah diutarakan diatas Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk menguji apakah ada pengaruh antara intensitas mengakses instagram @terasdakwah terhadap motivasi menjadi Dai pada mahasiswa Yoyakarta, serta sebagai khazanah yang mengisi gap dari penelitian terdahulu yang mengangkat pengaruh intensitas terhadap motivasi suatu bidang atau profesi namun tidak ada yang meneliti motivasi menjadi seorang dai.

---

<sup>10</sup> Anwar, D. F, *Sosiologi Pendidikan*.(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), hlm. 123.

<sup>11</sup> Kasali, R, *Strategi Pemasaran*.( Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2021), hlm. 134.



## **B. Rumusan masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana Intensitas mengakses konten *@terasdakwah* pada mahasiswa Yogyakarta?
2. Bagaimana Motivasi menjadi Da'i pada mahasiswa Yogyakarta?
3. Apakah ada pengaruh intensitas mengakses konten *@terasdakwah* dengan motivasi menjadi da'i pada mahasiswa Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan masalah mengakses pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui Intensitas mengakses konten *@terasdakwah* pada mahasiswa Yogyakarta
2. Untuk mengetahui Motivasi Menjadi da'i pada mahasiswa yogyakarta yang mengakses konten *@terasdakwah*
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara intensitas mengakses konten *@terasdakwah* dengan motivasi menjadi da'i pada mahasiswa Yogyakarta

## **D. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis

## 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan Keilmuan di bidang komunikasi serta Sebagai bahan rujukan bagi penelitian kedepan perihal potensi konten instagram terhadap motivasi pemuda menjadi Da'i
- b. Memberikan pemahaman secara teoritis terhadap Pengaruh akses instagram dakwah terhadap Motivasi pemuda menjadi Da'i
- c. memberikan rujukan baru kepada penelitian kedepan, perihal pengaruh intensitas akses akun instagram terhadap motivasi menjadi Dai

## 2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai acuan praktis para pegiat dakwah dalam menyajikan pesan dakwah terutama lembaga dakwah yang bergerak di instagram sehingga lebih tepat sasaran
- b. sebagai salah satu pendorong yang dapat mendorong lembaga pengkaderan dakwah di masyarakat
- c. Bagi Peneliti Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan Peneliti sehingga dapat menjadi pembelajara untuk bersikap dan bertindak dalam mengembangkan dakwah terutama di sosial media kedepan nya sehingga memberikan impact yang sesuai dan efisien dalam penyajian pesan
- d. untuk siapapun didunia ini yang ingin menyebarkan Islam di dunia maya dengan metode yang baik juga relevan

- e. serta peneliti berharap dari penelitian ini dapat menciptakan kebaikan untuk negeri yang *baldatun thoyyibatun wa robbul ghofur*

## E. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti terlebih dahulu melakukan kajian pustaka dari hasil penelitian orang lain untuk dijadikan salah satu referensi dalam melakukan penelitian. Kajian pustaka dilakukan untuk menghindari adanya plagiasi. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari buku-buku, *E-jurnal* maupun skripsi untuk mendapatkan informasi terkait teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

1. Jurnal yang ditulis Riski Rahmawati, Musfichin, dan Mubarak dari Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dengan judul “Intensitas Penggunaan Media sosial Instagram Dengan motivasi Berprestasi”  
jurnalJurnal ini membahas tentang hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan motivasi berprestasi pada mahasiswa di UIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan motivasi berprestasi pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan motivasi berprestasi, meskipun hubungan tersebut tergolong korelasi yang rendah. Penelitian ini

memberikan implikasi penting bagi mahasiswa untuk menggunakan media sosial secara bijak dan bagi pengajar untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran yang bervariasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan motivasi berprestasi pada mahasiswa di UIN Antasari Banjarmasin. Meskipun hubungan tersebut signifikan, namun hubungan tersebut tergolong korelasi yang rendah. Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap motivasi berprestasi hanya sebesar 8,5%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi motivasi berprestasi mahasiswa selain penggunaan media sosial Instagram.. Adapun penelitian ini memiliki perbedaan variabel dependen yakni motivasi berprestasi dan teori yang digunakan, dan persamaannya adalah sama-sama meneliti pengaruh intensitas mengakses instagram

2. Skripsi yang ditulis oleh kukuh wahyu wulandari dengan judul “pengaruh akun instagram muslim designer community terhadap minat dakwah masyarakat” skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaruh yang dihasilkan dari akun instagram muslim designer community yang merupakan instagram dengan konten dakwah terhadap minat dakwah masyarakat yang mengakses akun @muslimdesignercommunity . Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang mempengaruhi antara akun Instagram Muslim

Designer Community terhadap Minat Dakwah Masyarakat dengan nilai koefisien korelasi  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel yaitu  $0,708 > 0,279$  yang berarti tingkat hubungannya tergolong kuat. Adapun penelitian ini memiliki perbedaan variabel dependen penelitian, teknik sampling dan teori yang digunakan, dan adapun persamaannya ialah metode analisis yang sama yakni regresi linier berganda serta sama-sama meneliti pengaruh mengakses instagram serta skala yang digunakan

3. Skripsi yang ditulis oleh Titi sholeha dengan judul “Pengaruh media sosial instagram terhadap motivasi berwisata di lembang, kabupaten bandung barat” skripsi ini membahas tentang bagaimana mengetahui pengaruh dari variabel media sosial Instagram terhadap motivasi berwisata ke Lembang”. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, media sosial instagram yang terdiri dari kamera, geotag, lokasi dan caption mampu mempengaruhi wisatawan untuk berwisata ke daerah lembang dengan tujuan mengeksplor wisata di lembang serta mengunjungi sanak keluarga. Variable media sosial. Adapun penelitian ini memiliki perbedaan variabel dependen penelitian, teknik sampling dan teori yang digunakan, dan adapun persamaannya ialah metode analisis yang sama yakni regresi linier berganda serta sama-sama meneliti pengaruh mengakses instagram
4. Jurnal yang ditulis oleh Riki Khrishananto dan Muhammad Ali Adriansyah penelitian ini berasal dari Universitas Mulawarman, Samarinda. dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan media sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z” skripsi ini bertujuan

untuk menginvestigasi pengaruh intensitas penggunaan Instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram dan konformitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z, khususnya remaja di Kota Samarinda. Penelitian ini juga menemukan bahwa remaja cenderung melakukan konformitas dengan kelompoknya dan membeli barang yang tidak dibutuhkan hanya untuk mengikuti teman-temannya. Selain itu, hasil analisis regresi parsial menunjukkan bahwa aspek perhatian penuh, kesepakatan, emosi, dan kekompakan memiliki pengaruh terhadap aspek-aspek perilaku konsumtif seperti pemborosan, inefisiensi biaya, dan pengakuan sosial. Saran yang diberikan adalah membatasi konten promosi, mengurangi durasi akses Instagram, meningkatkan regulasi emosi dan sosial, serta membuat skala prioritas dalam pengelolaan keuangan dan pembelian..

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Teori efek media sosial**

Menurut Satari<sup>12</sup>, teori efek media sosial adalah teori yang menjelaskan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi perilaku, sikap, dan kepercayaan penggunanya. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik, mempromosikan perubahan sosial, dan bahkan dapat menyebabkan kekerasan.

---

<sup>12</sup> Satari, R, *Teori efek media sosial*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.2021), hlm 14

Menurut Sulistyowati<sup>13</sup>, teori efek media sosial memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

- A. Sifat pesan: Sifat pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat mempengaruhi efektivitasnya. Misalnya, pesan yang bersifat emosional atau yang mengandung ancaman lebih mungkin untuk mempengaruhi pengguna media sosial daripada pesan yang bersifat rasional.
- B. Karakteristik pengguna: Karakteristik pengguna media sosial juga dapat mempengaruhi efektivitas media sosial. Misalnya, pengguna media sosial yang memiliki minat yang tinggi terhadap suatu topik lebih mungkin untuk dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan melalui media sosial tentang topik tersebut.
- C. Konteks: Konteks juga dapat mempengaruhi efektivitas media sosial. Misalnya, pesan yang disampaikan melalui media sosial di saat-saat tertentu lebih mungkin untuk mempengaruhi pengguna media sosial daripada pesan yang disampaikan di saat-saat lainnya.

## **2. Intensitas mengakses Instagram**

### **a. Intensitas Mengakses**

Aktivitas yang terus menerus atau berulang dianggap intens. Purwanto mengklaim bahwa intensitas terkait aktivitas mengategorikan aktivitas menjadi dua kategori: intensitas kuat dan

---

<sup>13</sup> Sulistyowati, A, *Teori efek media sosial*. (Yogyakarta: Deepublish.2020)hlm 34

intensitas lemah. Intensitas yang kuat pada individu mengacu pada individu yang melakukan aktivitas sesering mungkin, praktis setiap hari, menyita waktu yang dapat dihabiskan untuk aktivitas lain. Orang yang memiliki tingkat intensitas yang kuat secara konsisten terlibat dalam aktivitas yang mereka nikmati setiap hari sambil menyisihkan waktu untuk hal lain.<sup>14</sup> Del Barito menegaskan bahwa intensitas memiliki empat komponen: perhatian, pemahaman, durasi, dan frekuensi. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan intensitas sebagai tingkatan atau metrik intensitas.<sup>15</sup> Sedangkan Chaplin dan Yazi Akbari mengklarifikasi tiga definisi intensitas, yaitu sebagai berikut: (1) ciri kuantitatif dari indra yang terhubung dengan rangsangannya, (2) kekuatan perilaku atau pengalaman, dan (3) kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap.<sup>16</sup>

Del Barito menegaskan bahwa intensitas memiliki empat komponen: perhatian, pemahaman, durasi, dan frekuensi.<sup>17</sup> Setiap orang memiliki tingkat intensitas yang berbeda saat mengunjungi akun Instagram @terasadakwah. Berikut adalah beberapa fitur intensitas.<sup>18</sup> :

---

14 Aristyo Rahadiyan, “Hubungan Intensitas Menggunakan sosial media instagram dengan kematangan emosi pada remaja” (solo:eprints.ums.ac.id 2018) hlm.7.

15 <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses pada tanggal 25 Oktober 2020

16 Yuzi Akbari, “Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media Terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif Pada siswa kelas XI jasa Boga di SMK 3 Klaten”, Skripsi (Yogyakarta : Fakultas Teknik UNY, 2016), hlm. 117

17 Aristyo Rahadiyan, “Hubungan Intensitas Menggunakan Sosial Media Instagram dengan Kematangan Emosi pada Remaja”, (eprints.ums.ac.id :2018) hlm. 12

18 Ika Nur Vitaliya, “Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @remaja.islami Dengan Sikap Berbusana Muslim pada Mahasiswa PGSD UST Yogyakarta Angkatan 2016” , Skripsi, hlm. 13.18



- 1) Kemampuan untuk memperhatikan atau berkonsentrasi saat menggunakan Instagram Ketertarikan pada hal tertentu yang menjadi objek tindakan disebut sebagai perhatian. Keinginan pemirsa untuk mempelajari lebih lanjut berfungsi sebagai ilustrasi dari hal ini. Penonton terpaksa harus terus menonton media karena membutuhkan item ini. Masalah mengakses akun Instagram adalah pencurian perhatian, waktu, dan energi pribadi untuk mengakses profil Instagram yang menarik.
- 2) Terima kasih untuk halaman Instagram, Memahami dan menyerap ilmu adalah apresiasi. Orang yang dimaksud memahami, menghargai, dan menyimpan informasi ini sebagai pengetahuan baru. Kenikmatan melihat akun Instagram memerlukan pemahaman dan mengambil barang-barang di sana, setelah itu orang tersebut menyimpan informasi baru sebagai pengetahuan.
- 3) Durasi atau tingkat akses Durasi adalah waktu yang diperlukan seseorang untuk mengakses akun Instagramnya. Waktu yang diperlukan untuk mengakses menu Instagram dianggap sebagai waktu akses ke akun Instagram.
- 4) Frekuensi Kuantitas pengulangan perilaku tujuan dikenal sebagai frekuensi. Bergantung pada pengguna, mengakses menu akun Instagram dapat terjadi setiap minggu, setiap dua minggu, atau sebulan sekali. mengakses penggunaan media atau perilaku konsumsi seseorang. Oleh karena itu, intensitas akses merujuk pada

seberapa sering dan intens pengakses berfokus pada materi sasaran. Selain itu, bagaimana mereka melakukan tindakan, kegiatan, atau kegiatan yang berkaitan dengan menghargai dan menggunakan media

### 3. Motivasi menjadi Da'i

#### a. Motivasi

- 1) Menurut Sardiman Motivasi adalah proses yang mendasari perilaku manusia untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>19</sup> Energi penggerak yang memberi kehidupan pada makhluk hidup, memanifestasikan perilaku dan membimbingnya menuju satu atau lebih tujuan tertentu disebut sebagai motivasi. Setiawan<sup>20</sup> mengungkapkan ada "Motivasi menjadi relawan adalah keinginan untuk membantu orang lain dan membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik. Relawan ingin memberikan sesuatu yang berharga kepada masyarakat dan membuat perbedaan dalam hidup orang lain. Relawan juga ingin belajar dan mengembangkan diri, serta membangun relasi dengan orang lain. Relawan merasa puas dan bahagia ketika dapat membantu orang lain, dan mereka merasa bahwa mereka telah membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik."

<sup>19</sup> Sardiman, A. M., *Interaksi dan Motivasi Belajar*. (Jakarta: Rajawali Pers.2018) hlm

<sup>20</sup> Setiawan, A. . *Psikologi relawan*. (Jakarta: Erlangga.2017) hlm 10

Menurut Irianto<sup>21</sup>, Mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu dikenal sebagai memotivasi. Oleh karena itu, motivasi dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat mengarahkan seseorang untuk melakukan sesuatu, baik atau buruk, ataupun sebaliknya menahan diri untuk tidak melakukan sesuatu baik atau buruk. Banyak hal yang mendasari seseorang melakukan sesuatu, salah satunya ialah motivasi fungsional. Motivasi fungsional menjelaskan alasan mengapa seseorang terlibat dalam kegiatan sukarela, kepuasan menjelaskan perasaan yang diperoleh setelah melakukan kegiatan sukarela dan intensi jangka panjang

b. Motivasi menjadi Da'i

Merujuk ke penjelasan diatas bisa dikatakan bahwa motivasi menjadi Da'i adalah dorongan seseorang untuk menyebarkan ajaran Islam, mengajarkannya serta melaksanakan tuntunan-Nya, menjadi da'i merupakan kewajiban yang membedakan seorang muslim dengan orang munafik, sekaligus merupakan bentuk kepedulian sesama muslim untuk menghidupkan nilai Islam di masyarakat. Dilain sisi seorang Da'i memiliki interaksi yang tinggi dengan masyarakat dalam penyebaran nilai keislaman, dalam pengertian ini bisa dilihat

---

21 Anton Irianto, *Born to Win: Kunci Sukses Yang Tak Pernah Gagal* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 53

bahwasanya Da'i sama halnya dengan Relawan penyebar ajaran agama, adapun faktor yang memotivasi seseorang untuk menjadi da'i menggunakan teori motivasi fungsional yang mana teori didasari dari dua hal yakni Individu terlibat dalam kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi tujuan tertentu dan fungsi psikologis yang berbeda.

Menurut Smith, D. L.<sup>22</sup>, ada beberapa Aspek-aspek sehubungan motivasi Relawan:

- 1) *Values* (nilai) Kesempatan para Da'i untuk mengekspresikan nilai-nilai yang berkaitan dengan altruistik (meningkatkan kesejahteraan orang lain) dan keprihatinan terhadap Nilai Keislaman di masyarakat.
- 2) *Understanding* (pemahaman) Kesempatan bagi para Da'i untuk belajar memiliki pengalaman baru dan kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki, keterampilan, dan kemampuan yang mungkin belum pernah dilatih sebelumnya terkait dengan penyebaran Islam di masyarakat.
- 3) *Social* (sosial) Mencerminkan motivasi mengenai hubungan dengan orang lain. Dengan menjadi Da'i, seseorang semestinya memiliki kesempatan untuk bertemu banyak orang atau dapat terlibat dalam suatu kegiatan yang bermakna ketika menyebarkan

---

<sup>22</sup> Smith, D. L, "Motivation to Volunteer: A Review of the Literature". Oxford University Press.(september, 2022) hlm 23-29

ajaran Islam. Fungsi sosial ini berkaitan dengan fungsi sosial adjustif dan terlihat dari sifat suka menolong

- 4) *Career* (karir) Terkait dengan fungsi utilitarian yang dijelaskan oleh Katz<sup>23</sup>, fungsi karir ini para Da'i untuk mempersiapkan karir baru atau dalam hal mempertahankan karir didalam keterampilan yang relevan. Seperti menjadi guru ataupun konten kreator yang membuat pesan keagamaan di sosial media.
- 5) *Protective* (melindungi) dalam kasus Da'i dapat berfungsi untuk mengurangi perasaan negatif serta mengatasi masalah pribadinya sendiri terkait keimanan dengan cara menjalankan perintah agama.
- 6) *Enhancement* (peningkatan) motivasi berpusat pada pengetahuan diri, pengembangan diri dan, secara umum, merasa lebih baik tentang diri sendiri. Dalam hal dai seorang pendakwah meningkatkan keimanan serta keminatan

#### **4. Pengaruh intensitas mengakses instagram terhadap motivasi**

Motivasi berasal dari motif yakni dorongan; Menurut Najaati, motivasi adalah keinginan batin untuk bertindak yang bersumber dari dalam. Motivasi didefinisikan sebagai proses sebuah energi dari dalam diri seseorang yang membuatnya bertindak untuk mencapai suatu tujuan, yang mana salah satu bentuk motivasi adalah Motivasi fungsional. Motivasi fungsional merupakan teori yang didasari dari dua hal yakni Individu terlibat dalam kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi tujuan tertentu

---

dan fungsi psikologis yang berbeda. Motivasi fungsional memiliki 6 faktor pendorong yakni *value* (nilai) yaitu bertindak atas keyakinan yang dipegang teguh tentang pentingnya membantu orang lain; *understanding* (pemahaman) yaitu keterlibatan dalam kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi keinginannya untuk belajar; *career* (karir) yaitu mencari cara untuk mencari peluang pekerjaan; *enhancement* (penghargaan) yaitu meningkatkan perasaan seseorang akan harga dirinya; *protective* (melindungi) yaitu kesempatan untuk menjauhkan diri dari sifat-sifat atau perasaan negatif, dan; *social* (sosial) yaitu sesuai dengan pengaruh normatif lain yang bersifat signifikan.

Di era percepatan teknologi, manusia banyak menghabiskan hari dengan bermain di dunia sosial media, yang mana rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu bermain internet sebanyak 8 jam 36 menit setiap harinya. Aktivitas yang terus menerus atau berulang dapat disebut intens.

Intensitas dapat diukur lewat 4 komponen yakni 1) Perhatian dengan memberikan usaha untuk mengakses sesuatu yang menarik; 2) Pemahaman dengan memberi apresiasi berupa interaksi terhadap sesuatu; 3) Memberikan waktu serta, dan; 4) Dilakukan secara berulang.

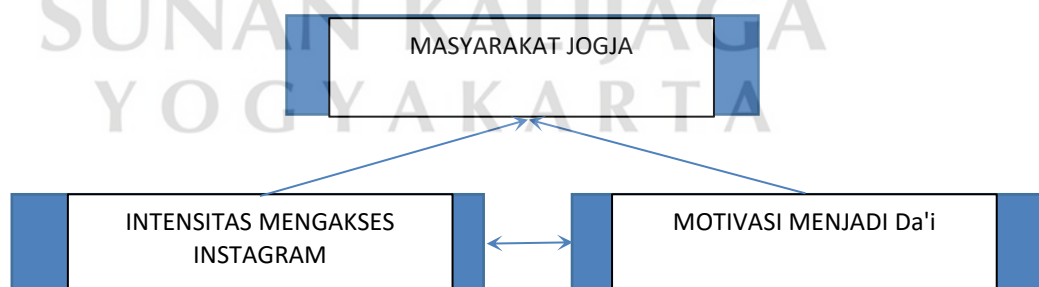
Pengaruh intensitas mengakses akun instagram yang memiliki konten dakwah, bisa meningkatkan motivasi berdakwah pengaksesnya. Hal ini dikarenakan semakin tinggi intensitas mengakses akun dakwah, pengguna akan direkomendasikan konten Islami yang memberikan value

keislaman dalam bentuk *microblog*, *reels*, IG TV, ataupun poster dengan unsur pesan dakwah didalamnya; dengan mendapatkan konten yang berulang memberikan pemahaman akan ajaran Islam, meningkatnya pemahaman memberikan dorongan untuk berbuat baik sesuai nilai keislaman; serta lingkungan *social media*<sup>24</sup> yang baik dengan support algoritma instagram yang menghendaki postingan yang diperlihatkan di page berdasarkan *score of interest*.

Hal ini memberikan tanda bahwa mengases instagram telah memenuhi faktor-faktor pendorong seseorang termotivasi karena memberikan pemenuhan value (nilai), pemahaman serta fungsi sosial. Dari penjelasan diatas, maka dapat diketahui bahwasannya intensitas mengakses akun instagram dakwah yang tinggi akan mempengaruhi tingkat motivasi berdakwah.

### G. Desain penelitian

Adapun desain dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



<sup>24</sup>homero gil de zuniga "Social Media Social Capital, Offline Social Capital, and Citizenship: Exploring Asymmetrical Social Capital Effects Political Communication"vol 34(1) 2017

## H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini terdapat *hipotesis alternatif* ( $H_a$ ) dan *hipotesis statistic* atau nol ( $H_0$ ) sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh mengakses akun Instagram @terasdakwah terhadap motivasi menjadi Da'i pada Mahasiswa Yogyakarta

$H_a$  : Terdapat pengaruh mengakses akun Instagram @terasdakwah terhadap motivasi menjadi Da'i pada Mahasiswa Yogyakarta

## I. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika dalam penelitian ini diuraikan oleh Peneliti, sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan, berisi uraian meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis serta sistematika pembahasan.

Bab II : Metode penelitian, berisi uraian mengenai metode penelitian yang dilakukan meliputi jenis analisis penelitian, hipotesis, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas serta analisis data.

---

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm 64



- Bab III : Gambaran umum, berisi uraian mengenai gambaran umum mengakses akun instagram @terasdakwah.
- Bab IV : Pembahasan, berisi uraian mengenai pemaparan analisis data yang telah diperoleh dari responden yaitu pengaruh mengakses akun instagram @terasdakwah terhadap motivasi menjadi da'i pada mahasiswa yogyakarta.
- Bab V : Penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari permasalahan yang ditulis pada penelitian, serta saran untuk penelitian mendatang.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai pengaruh intensitas mengakses akun Instagram *@terasdakwah* terhadap motivasi menjadi dai pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dengan demikian berikut kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini:

Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara variabel intensitas mengakses akun Instagram *@terasdakwah* dan variabel motivasi menjadi dai. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel intensitas mengakses akun Instagram *@terasdakwah*, maka tidak memberikan hasil yang signifikan terhadap variabel motivasi menjadi dai.

Akan tetapi, penelitian ini menemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam pengaruh antara variabel intensitas mengakses akun Instagram *@terasdakwah* dengan variabel motivasi menjadi dai pada kelompok yang memiliki karakteristik tertentu. Perbedaan ini dapat dilihat pada latar belakang Pendidikan masing-masing individu. Individu yang pernah menempuh pendidikan agama Islam, mengikuti pelatihan atau Pendidikan nonformal lainnya cenderung memiliki motivasi yang tinggi untuk menjadi dai.

## **B. Implikasi**

Implikasi dari temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan strategi atau program yang bertujuan untuk meningkatkan nilai variabel motivasi menjadi dai. Selain itu juga bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait pengaruh intensitas mengakses Instagram terhadap motivasi menjadi dai.

## **C. Keterbatasan dan Saran**

Penelitian ini memiliki keterbatasan seperti penggunaan metode pengambilan sampel yang mungkin tidak mewakili populasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan metode yang lebih luas dalam pengambilan sampel, sehingga dapat meningkatkan validitas hasil penelitian.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan data diatas, peneliti ingin memberikan beberapa saran bagi pihak-pihak terkait untuk kedepannya. Berikut ini saran yang ingin peneliti berikan yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya, nantinya agar memperluas penelitian ini dengan mengangkat topik tentang pengaruh media dengan menggunakan variabel yang lain.
2. Mempertimbangkan Variabel Tambahan: Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin memengaruhi hasil penelitian. Variabel tambahan dapat membantu

memperjelas pengaruh antara variabel yang telah diteliti sebelumnya atau menemukan faktor-faktor baru yang memengaruhi hasil penelitian.

3. Penggunaan Metode yang Berbeda: Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode yang berbeda untuk memastikan hasil yang lebih valid dan reliabel. Misalnya, jika penelitian sebelumnya menggunakan metode survei, penelitian selanjutnya dapat mencoba menggunakan wawancara, observasi atau eksperimen.
4. Memperluas Sampel: Sampel yang digunakan dalam penelitian merupakan representasi dari populasi yang lebih besar. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk memperluas sampel agar dapat mewakili populasi yang lebih besar atau yang lebih bervariasi.
5. Memperhatikan Generalisasi Hasil: Hasil penelitian selalu perlu digeneralisasi agar dapat diterapkan pada populasi yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu memperhatikan generalisasi hasil sehingga hasil penelitian dapat diaplikasikan pada populasi yang lebih besar.
6. Menjaga Konsistensi dan Keterulangan: Penelitian selanjutnya perlu menjaga konsistensi dan keterulangan dalam pengukuran variabel yang diteliti. Konsistensi dan keterulangan dapat membantu menjamin hasil penelitian yang lebih akurat dan reliabel.

7. Memperhatikan Faktor Kontekstual: Penelitian selanjutnya perlu memperhatikan faktor kontekstual yang mungkin memengaruhi hasil penelitian. Faktor kontekstual seperti budaya, sosial, dan politik dapat memengaruhi hasil penelitian dan perlu diperhatikan agar hasil penelitian dapat lebih akurat dan dapat diaplikasikan pada populasi yang lebih luas.

Semoga saran-saran ini dapat membantu penelitian selanjutnya untuk memperoleh hasil yang lebih valid dan reliabel serta dapat memberikan kontribusi yang lebih besar bagi ilmu pengetahuan dan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah & Suci Triana Putri. 2002. Jurnal Politik Profetik ISLAMOPHOBIA: ANCAMAN MULTIKULTURALISME DI INDONESIA 143 Vol.2 No.2.
- Abdillah & Suci Triana Putri. 2022. Islamophobia: Ancaman multikulturalisme di Indonesia. *Jurnal Politik Profetik Volume 10, No. 1 Tahun 2022*.
- Akbari, Yuzi. 2016. "Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media Terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif Pada siswa kelas XI jasa Boga di SMK 3 Klaten". Skripsi. Yogyakarta : Fakultas Teknik UNY.
- Arbi, Armawati. 2012. Psikologi Komunikasi dan Tabligh. Bumi Aksara : Jakarta.
- Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta:Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.Jakarta: Media Kita.
- Az-Zabalawi , Muhammad Sayyid M. 2007. *Pendidikan Remaja Antara Islam dan Ilmu Jiwa*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Enjang & Aliyudin. 2009. Dasar-Dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis & Praktis. Widya Padjajaran.
- Frismawati, Awaliya. 2012. "Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prososial Pada Remaja." E-Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan. Vol 1, Nomor 1 Desember 2012.
- Gravetter, F.J. dan Forzano, L.B. 2012. *Research Methods for the Behavioral Sciences (4th Edition)*. Canada: Cengage Learning
- Hamzah B. Uno. 2009. *Teori Motivasi dan Pengukuran Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2022 pukul 21.40 WIB
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>, diakses pada tanggal 16 Agustus, 2022 pada pukul 06.03 WIB.
- <https://analisa.io/terasdakwah> diakses tanggal 4 november 2022 pada 23.00 WIB
- <https://terasdakwah.com/> diakses tanggal 4 november 2022 pada 22.32 WIB
- Ibrahim, Marwah Daud. 1994. *Teknologi Emansipasi dan Transendensi*, Bandung: Mizan.
- Ika Nur Vitaliya, “Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @remaja.islami Dengan Sikap Berbusana Muslim pada Mahasiswa PGSD UST Yogyakarta Angkatan 2016”
- Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN) Vol. 2, No. 2, Juli 2022, Upaya Menangkal Konten Negatif dengan Pelatihan Literasi Digital Bagi Generasi Muda Taryadi 1, Era Yuniyanto 2
- Irianto, Agus. 2007. *Statistik Konsep dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Irianto, Anton. 2005. *Born to Win: Kunci Sukses Yang Tak Pernah Gagal*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jackson, A. 2017. *Introduction to Modern Business*. Journal of Asian Studies. Diterjemahkan Kusma Wiriadisastra. Jakarta : Erlangga.
- Jurnal al-mubin vol. 2, No.2 september 2019, Urgensi dakwah melalui media sosial, Teddy Khumaedi, Siti Fatimah.
- Kalam Jurnal Agama dan Sosial Humaniora Volume 9 No.2 (2021)173-190)
- Jurnal Mercusuar Volume 2 No 2 112 KONTRIBUSI YOUTUBE TERHADAP AKTIVITAS DAKWAH DI MASA PANDEMIC COVID.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kamus online , diakses pada tanggal 25 Oktober 2020.
- Rahadiyan, Aristyo. 2018. “Hubungan Intensitas Menggunakan sosial media instagram dengan kematangan emosi pada remaja”. [eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id).

- Sudijono, Anas. 1997. Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Raja Grafindo. Persada.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. Pengantar Metode Penelitian. Yogyakarta : Teras.
- McQuail, D. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Munir, M. dan Wahyu Ilaihi. 2009. “Manajemen Dakwah”. Jakarta: Kencana.
- Nazir, Moh. 1998. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Pamela Felita, dkk., 2016. Pemakaian Media Sosial dan Self Concept pada remaja, Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA, Vo. 5 No. 1.
- Sardiman. 2011. *Interaksi dan motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : PT. raja grafindo Persada.
- Sari, Lisa Mustika. 2020. “Tingkat Pengetahuan Terhadap Tingkat Motivasi Keikutsertaan Mahasiswa Menjadi Relawan Covid-19.” *Prosiding Seminar Kesehatan Perintis* 3, no. 1
- Shaleh, Abdul Rahman. 2004. “Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam”. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2001. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, Syofian. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alphabet
- Sukamti, Sukamti, Suroso Suroso, dan Sahat Saragih. “Hubungan Religiusitas dan Motivasi menjadi Relawan dengan Perilaku Prososial Anglikan



Community Center Batam.” *FENOMENA* 28, no. 2 (31 Desember 2019).  
<https://doi.org/10.30996/fn.v28i2.2488>.

Usman & Akbar. 2011. Pengantar Statistika. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Usman & Akbar, Pengantar Statistika JAKARTA BUMI AKSARA  
PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP PERKEMBANGAN  
METODE DAKWAH ISLAMIYAH DI INDONESIA Effendi Sadly

Vehovar, Vasja, Vera Toepoel, dan Stephanie Steinmetz. 2016. Non-probability  
sampling. The SAGE Handbook of Survey Methodology.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA