

TESIS

Pengaruh Intensitas Mengakses Media Dakwah dan Religiusitas

Terhadap Perilaku Moderasi Beragama Gen Z Desa Bumirejo

Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo



Oleh:

Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia

NIM: 22202011020

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Penyusunan Tesis

YOGYAKARTA

2024



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1156/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Intensitas Mengakses Media Dakwah dan Religiusitas terhadap Perilaku Moderasi Beragama Gen Z Desa Bumirejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo.

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RADEN ZULFI TSALTSA KURNIA, S.I.Kom
Nomor Induk Mahasiswa : 22202011020
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Mei 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 667b450a7e5fb



Penguji II

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 66b21c43ec7d6



Penguji III

Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si
SIGNED

Valid ID: 66a87a88e19f1



Yogyakarta, 31 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 66b2d42519ff7

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia
NIM : 22202011020
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia

NIM: 22202011020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia
NIM : 22202011020
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Saya yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia

NIM: 22202011020

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

Pengaruh Akses Media Dakwah dan Religiusitas Terhadap
Pemahaman Moderasi Beragama Gen Z Kulon Progo

Oleh :

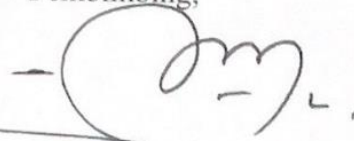
Nama : Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia S.I.Kom
NIM : 22202011020
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Pembimbing,



Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A

NIM: 22202011020

ABSTRAK

Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia, NIM. 22202011020. PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES MEDIA DAKWAH DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU MODERASI BERAGAMA GEN Z DESA BUMIREJO KECAMATAN LENDAH KABUPATEN KULON PROGO

Moderasi beragama merupakan solusi penting untuk menciptakan kerukunan dan rasa toleransi dalam masyarakat multikultural. Rendah atau tingginya perilaku moderasi beragama di masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk dakwah dan religiusitas. Intensitas dalam mengakses media dakwah dan tingkat religiusitas perlu dikontrol agar perilaku moderasi beragama dapat terwujud, sehingga menciptakan masyarakat yang damai dan sejahtera. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama generasi Z di Bumirejo, Lendah, Kulon Progo. Penelitian ini menggunakan teori *Planned Behavior*, di mana sikap dan norma subjektif memiliki pengaruh penting pada perilaku. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, dan data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas mengakses media dakwah (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku moderasi beragama (Y), meskipun koefisien regresinya negatif (-0,087), yang menunjukkan bahwa peningkatan dalam mengakses media dakwah justru menurunkan perilaku moderasi beragama. Sebaliknya, variabel religiusitas (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku moderasi beragama (Y) dengan koefisien regresi sebesar +0,633, menunjukkan bahwa peningkatan religiusitas akan meningkatkan perilaku moderasi beragama. Secara simultan, kedua variabel ini juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku moderasi beragama generasi Z di Bumirejo dengan nilai 70,4%. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya dakwah yang menarik dan moderat untuk membuka pikiran generasi muda dan membantu mereka dalam mengimplementasikan moderasi beragama secara lebih baik.

Kata Kunci : Dakwah, Religiusitas, Moderasi Beragama

ABSTRACT

Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia, NIM. 22202011020. THE INFLUENCE OF THE INTENSITY OF ACCESSING DA'WAH MEDIA AND RELIGIOSITY ON THE RELIGIOUS MODERATION BEHAVIOR OF GEN Z IN BUMIREJO LENDAH KULON PROGO

Religious moderation is a crucial solution for fostering harmony and tolerance within a multicultural society. The degree of religious moderation in a community is influenced by several factors, including religious preaching (dakwah) and religiosity. The intensity of accessing dakwah media and the level of religiosity must be controlled to realize religious moderation, thereby creating a peaceful and prosperous society. This study aims to examine the influence of the intensity of accessing dakwah media and religiosity on the religious moderation attitudes of Generation Z in Kulon Progo. This study employs the Theory of Planned Behavior, which attitudes have a significant influence on behavior. The research employs a quantitative method with multiple linear regression analysis, and data were collected through observation, questionnaires, and documentation. The study results indicate that the intensity of accessing dakwah media (X1) partially has a significant impact on religious moderation attitudes (Y), although the regression coefficient is negative (-0.087), suggesting that an increase in accessing dakwah media may actually decrease religious moderation attitudes. Conversely, the religiosity variable (X2) has a significant positive influence on religious moderation attitudes (Y) with a regression coefficient of +0.633, indicating that an increase in religiosity enhances religious moderation attitudes. Simultaneously, both variables also significantly impact the religious moderation attitudes of Generation Z in Kulon Progo, with a combined effect of 70.4%. The findings underscore the importance of engaging and moderate dakwah to broaden the perspectives of the younger generation and assist them in better implementing religious moderation.

Keywords : Da'wah , Religious, Moderation.

MOTTO

“Imagine all the people, living life in peace”

(John Lennon, 1971)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, atas segala rahmat dan pertolongan, sehingga tugas akhir tesis ini dapat terselesaikan secara lancar. Dengan segala kerendahan hati dan rasa bersyukur tesis ini dipersembahkan oleh peneliti kepada orang tua peneliti khususnya mendiang Almarhumah Ibu Rr. Siti Sumarwati S.Pd yang telah melahirkan dan membesarkan peneliti dengan penuh kasih dan menjadi pribadi yang kuat. Terima kasih atas perjuangan dan doanya saat masih hidup untuk peneliti, sehingga proses peneliti untuk terus berjuang menempuh pendidikan magister ini selalu diiringi dengan motivasi dan semangat. Semoga tenang dan bahagia di sana. Selain itu, teruntuk kakak-kakak peneliti Rr. Christyaningsih dan Rr. Christin Dwi Aryani, keluarga besar Eyang Hadi Soetanto. Serta tidak lupa kawan-kawan Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam 2022 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih telah memberi banyak doa dan dukungan serta informasi yang telah dibagikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayahnya untuk menyelesaikan karya tulis berupa Tesis ini.

Tesis ini berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Media Dakwah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Moderasi Beragama Gen Z Desa Bumirejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo”. Diharapkan dengan penelitian ini agar menjadi sumbangan pemikiran baru bagi ilmu pengetahuan khususnya di bidang dakwah dan komunikasi. Peneliti menyadari bahwa keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tesis ini tidak lepas dari dukungan semua pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Al Makin, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Ema Marhumah, M.Pd.
3. Dr. H. Hamdan Daulay, M.Si., M.A selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus Dosen Pembimbing Tesis yang dengan sabar dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan dengan cepat dan baik dalam proses penelitian Tesis ini.

4. Drs. Abdul Rozak, M.Pd dan Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si selaku dosen penguji Tugas Akhir Munaqasyah yang memberikan arahan dan masukkan pada penelitian Tesis ini.
5. Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu kepada peneliti saat duduk di bangku kuliah.
6. Orang tua peneliti, yaitu Bapak Sugito dan Almarhumah Ibu Rr. Siti Sumarwati, S.Pd serta kedua kakak penulis, Rr. Christyaningsih, dan Rr. Christin Dwi Aryani, yang telah mendidik dan membesarkan peneliti serta memberi doa dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis sesuai waktu yang ditentukan.
7. Keluarga besar Eyang Hadi Soetanto, yang telah membentuk peneliti menjadi pribadi yang kuat serta memberikan doa dan dukungan sehingga peneliti dapat termotivasi dan semangat dalam mengerjakan penelitian ini.
8. Keluarga besar Magister Komunikasi Penyiaran Islam 2022.
9. Kepada Amalia Rahmawati, S.Pd. yang telah memberikan dukungan dan doa.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 20 Mei 2024



Raden Zulfi Tsaltsa Kurnia

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka	11
F. Kerangka Teori.....	16
1. Perilaku Moderasi Beragama	16
2. Intensitas Mengakses Media Dakwah.....	27

3. Religiusitas.....	42
4. Intensitas Mengakses Media Dakwah dan Religiusitas terhadap Perilaku Moderasi Beragama.....	53
G. Kerangka Berpikir.....	56
H. Hipotesis	57
I. Sistematika Pembahasan.....	58
BAB II METODE PENELITIAN.....	60
A. Desain Penelitian	60
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	61
D. Sumber Data.....	61
E. Populasi dan Sampel.....	62
F. Variabel Penelitian	64
G. Teknik Pengumpulan Data.....	65
H. Instrumen Penelitian	66
I. Teknik Analisis data.....	70
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
2. Uji Asumsi Klasik.....	72
3. Uji Hipotesis dengan Analisis Regresi Linear Berganda	75
BAB III GAMBARAN UMUM.....	78
A. Gambaran Umum Desa Bumirejo.....	78
B. Perilaku Moderasi Beragama Gen Z di Bumirejo.....	80

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	83
A. Hasil Penelitian	83
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83
2. Deskripsi Responden.....	87
3. Deskripsi Statistik	90
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91
5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	96
B. Pembahasan.....	99
1. Pengaruh Intensitas mengakses media dakwah Terhadap Perilaku Moderasi Beragama	99
2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Moderasi Beragama	102
3. Pengaruh Intensitas mengakses media dakwah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Moderasi Beragama	105
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Populasi Gen Z Bumirejo Lendah.....	62
Tabel 2 : Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	66
Tabel 3 : Blueprint skala dimensi Intensitas Mengakses Media Dakwah.....	68
Tabel 4 : Blueprint skala adaptasi CRS-15	68
Tabel 5 : Instrumen Perilaku moderasi beragama	70
Tabel 6 : Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas mengakses media dakwah	84
Tabel 7 : Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas	84
Tabel 8 : Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku moderasi beragama.....	85
Tabel 9 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	86
Tabel 10 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 11 : Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia	87
Tabel 12 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	88
Tabel 13 : Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	89
Tabel 14 : Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	90
Tabel 15 : Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 16 : Hasil Uji Linearitas Variabel X1 dan Y.....	93
Tabel 17 : Hasil Uji Linearitas Variabel X2 dan Y.....	93
Tabel 18 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 19 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 20 : Hasil Uji Parsial	96
Tabel 21 : Hasil Uji Simultan.....	97
Tabel 22 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	119
Lampiran 2 : Data Penelitian.....	124
Lampiran 3: Hasil Jawaban Variabel Intensitas mengakses media dakwah	127
Lampiran 4: Hasil Jawaban Variabel Religiusitas.....	129
Lampiran 5: Hasil Jawaban Variabel Perilaku Moderasi Beragama	131
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas.....	134
Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas	136
Lampiran 8 : Hasil Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 9 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	139
Lampiran 10 : Biodata Diri	140



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan bangsa yang memiliki karakteristik masyarakat multikultural. Namun, masyarakat multikultural yang memiliki ciri keberagaman etnis, golongan, budaya, dan agama memiliki resiko terhadap suatu konflik atau perpecahan. Salah satu yang sangat krusial terjadi adalah konflik agama. Konflik serta kekerasan yang mengatasnamakan agama di Indonesia kian meningkat dari tahun ke tahun.¹ Bahkan konflik sesama antar umat beragama kemungkinan dapat terjadi hanya karena berbeda pemahaman. Berdasarkan data World Population Review, Indonesia menjadi negara dengan mayoritas umat Islam kedua di dunia setelah Pakistan.² Hal ini tentu tidak lepas dari pengaruh berkembangnya ide-ide eksklusif yang menimbulkan teror dan kehancuran. Terdapat 549 kasus terorisme di Indonesia antara tahun 2000 dan 2017.³ Kabupaten Kulon Progo pada pertengahan tahun 2023 ini dikejutkan dengan peristiwa penutupan patung Bunda Maria oleh beberapa oknum anggota organisasi masyarakat. Aksi penutupan patung

¹ Mallia Hartani dan Soni Akhmad Nulhaqim, "Analisis Konflik Antar Umat Beragama di Aceh Singkil," *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 2, no. 2 (2020): 93–99.

² World Population Review, "Muslim Majority Countries 2024," *World Population Review Country Rankings* (2024): 1

³ Ahmad Mustaniruddin, "Paradigm Shift in The Interpretation of Religious Moderation in Indonesia: A Review of Some Indonesian Mufassir," *Al-Wasatiyyah: Journal of Religious Moderation* 2, no. 1 (2023): 71–94.

Bunda Maria yang terjadi di Lendah, Kulon Progo pada tanggal 22 Maret 2023 ini dilakukan oleh beberapa personel kepolisian. Hal ini lantaran terdapat desakan dari organisasi masyarakat Islam yang terganggu dengan keberadaan patung tersebut.⁴ Berdasarkan peristiwa tersebut, dapat diyakini bahwa religiusitas dan perilaku moderasi beragama di Kulon Progo masih memiliki masalah. Sejatinnya jika dikaji, sebenarnya ajaran masing-masing agama di Indonesia mengajarkan terkait kerukunan dan tidak ada yang mengajarkan konflik. Namun, dalam praktiknya konflik internal ataupun eksternal terkadang tidak dapat dihindari.⁵ Oleh karena itu, butuh upaya untuk tetap mempertahankan keutuhan agar tidak terjadi konflik. Untuk mewujudkan hidup damai dalam keberagaman yang merupakan impian dari seluruh bangsa Indonesia, diharapkan dapat saling membangun moderasi beragama karena dengan moderasi beragama yang baik maka dapat terwujud kesatuan dan perdamaian. Maka dari itu individu dan kelompok saling menanamkan pemahaman serta edukasi terkait mengenalkan keberagaman dengan tujuan dari masyarakat multikultural.

Untuk memastikan bahwa Indonesia tidak terlalu ketinggalan dengan semakin masifnya berkembangnya kemajuan teknologi yang terjadi di dunia, hal ini dimaksudkan guna Indonesia tidak terlalu jauh ketinggalan meski negara

⁴ M Rosseno Aji, "Setara Kecam Aksi Penutupan Patung Bunda Maria di Kulon Progo," Nasional (Kulon Progo: Tempo, 24 Maret 2023)

⁵ Hamdan Daulay, "Kebijakan Kerukunan Multikultur dalam Merajut Toleransi Umat Beragama (Studi atas Pemolisian Kasus Azan di Tanjung Balai Sumatera Utara)," *Jurnal Tadbir* 1, no. 2 (2019): 297–320.

Indonesia masih negara berkembang.⁶ Besarnya pengaruh teknologi tersebut lebih kuat daripada peran orang tua, guru, teman atau tokoh. Saat ini ini terdapat generasi yang memiliki karakteristik masyarakat multikultural. Generasi ini memiliki nalar yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi ini adalah yang mendominasi era digital karena mampu mengikuti perkembangan kemajuan teknologi. Generasi tersebut disebut dengan generasi zenial atau biasa disingkat Gen Z yang memiliki rentang kelahiran 1995 sampai tahun 2012.⁷ Era digital menyebabkan generasi Z lebih menggunakan media sosial sebagai kebutuhan pokok yang nyaris tanpa batas. Gawai atau *gadget* bahkan dianggap sebagai “Tuhan” baru yang nyaris tidak bisa ditinggalkan dalam kehidupan sehari-hari oleh generasi Z.⁸ Selama periode 2020-2022, tercatat media sosial merupakan sumber informasi utama masyarakat Indonesia.⁹



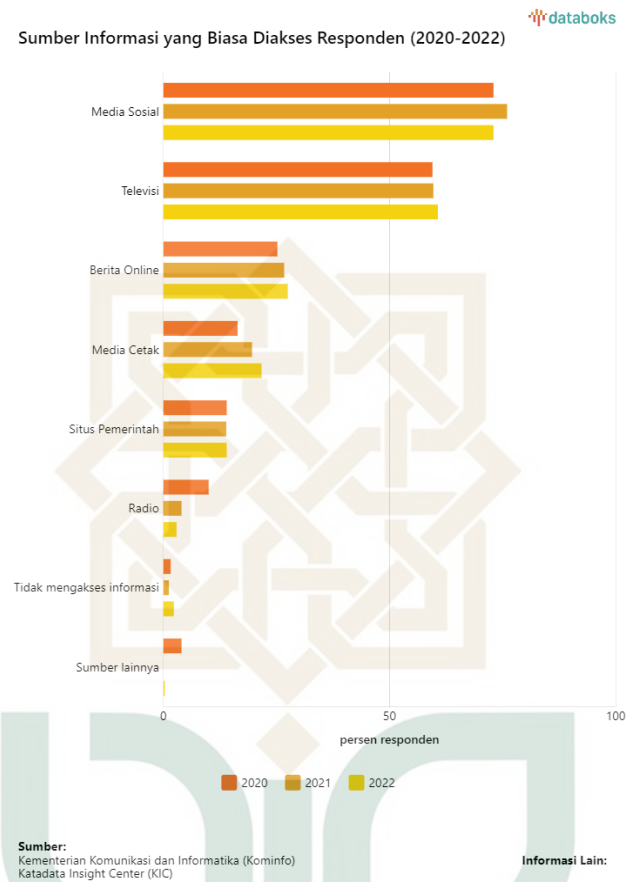
⁶ Siska Novra Elvina, Randi Saputra, dan Wanda Fitri, “Strategi Dakwah Husein Ja’far al Hadar terhadap Generasi Z di Indonesia,” *Al IMAM Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2022): 13–24

⁷ Jimmi Pindan Pute dkk., “Kontribusi Generasi Z Dalam Membangun Moderasi Beragama Melalui Literasi Digital di Abad Ke-21,” *Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan* 23, no. 1 (2023)

⁸ Bobby Hartono Trilaksono, *Pengaruh Akses Dakwah Media Terhadap Pemahaman Moderat di Era Milenial*, Tesis (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).

⁹ Katadara Insight Center dan Kominfo, *Status Literasi Digital di Indonesia 2022* (Jakarta Pusat: Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2022).

Gambar 1 : Sumber Informasi yang Biasa Diakses Masyarakat Indonesia



Sumber: databoks, 2024

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022, tingkat kontribusi penetrasi Internet tertinggi adalah oleh kelompok usia 12-17 tahun dengan nilai kontribusi 34,40% dengan angka penetrasi 87,02%, urutan kedua oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan nilai kontribusi 30,62% dengan tingkat penetrasi Internet sebesar 93,17%.¹⁰ Oleh karena

¹⁰ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024," *APJII*, 2024, 14.

itu dapat disimpulkan bahwa generasi muda merupakan pengakses terbanyak sehingga memang dibutuhkan edukasi serta konten yang positif agar dapat menggunakan internet secara bijak. Generasi Z yang dipandang sebagai generasi terpelajar era digitalisasi tersebut diharapkan untuk mendukung terlaksananya program moderasi beragama.¹¹ Generasi Z secara umum lebih memanfaatkan teknologi informasi untuk mencari berbagai macam informasi yang ingin diketahuinya. Generasi Z yang lebih memilih untuk berselancar di media massa, mencari sumber-sumber terkait agama Islam seringkali mencari informasi pengajian yang disampaikan oleh ustadz atau tokoh pemuka agama yang seringkali membuat konten agama di channel instagram dan youtube. Khususnya pada era ini, kemudahan akses berita dan informasi menandakan bahwa teknologi yang terdapat saat ini berhasil memudahkan masyarakat dalam mencari informasi yang diinginkannya.¹²

Pemahaman generasi Z terhadap agama Islam banyak dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh lewat internet tersebut termasuk dalam pemahaman moderasi.¹³ Pemahaman moderasi lebih condong kepada dakwah Islam yang toleran, melawan segala bentuk paham liberal dan radikal. Liberal adalah memahami Islam dengan standar logika yang cenderung mencari pembenaran yang

¹¹ Helminia Salsabila, Devi Sintya Yuliasuty, dan Nur Halimah Silvatus Zahra, "Peran Generasi Z dalam Moderasi Beragama di era Digital," *Al-Adyan Journal of Religion Studies* 3, no. 2 (2022): 118–28

¹² Silviana Putri Kusumawati dkk., "Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z," *Al-Insan Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (2022): 1–14.

¹³ Muhammad Parhan dkk., "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI," *Hikmah : Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam* 16, no. 1 (2022)

tidak ilmiah. Perubahan makna yang dialami masyarakat sekarang, adalah sebagai dampak yang berasal dari efek negatif modernitas yang meluas, tidak hanya secara *duniawi* namun juga secara *ukhrawi*, yang mana saat ini kehidupan manusia tengah mengalami tirani modernisasi. Situasi seperti ini sangat diharapkan aspek pemahaman agama yang mampu menjadi filter terhadap bahaya modernisasi secara profesional dan fungsional.

Merumuskan nilai yang baru lebih baik dan memelihara nilai yang baik, pantas untuk dipertimbangkan sebagai solusi bagi desakan modernisasi global. Perkembangan pada komunikasi dakwah saat ini telah mengikuti perkembangan teknologi, sehingga banyak ditemukan penyampai dakwah memperluas persebaran dakwah yang menggunakan media massa untuk menyebarkan pesan-pesan dakwahnya. Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi manusia dalam berbagai tingkatan. Media massa secara teoritis memiliki fungsi sebagai saluran informasi, saluran pendidikan dan saluran hiburan, namun pada realitasnya, media massa memberikan hasil lain di luar fungsi tersebut. Efek media massa tidak hanya mempengaruhi perilaku seseorang namun dapat juga mempengaruhi perilaku, bahkan sistem-sistem sosial maupun sistem budaya masyarakat.¹⁴ Media massa adalah media yang memiliki posisi sangat penting khususnya dalam konteks era informasi seperti zaman sekarang ini. Intitusi media massa dipercaya memiliki kemampuan dalam penyelenggaraan produksi, reproduksi dan distribusi

¹⁴ Jemima Meisyah Lutia dan Ira Dwi Mayangsari, "Pengaruh New Media Terhadap Motivasi Berdonasi Melalui Rumah Zakat Kota Bandung," *e-Proceeding of Management Telkom University* 6, no. 2 (2019): 51–66.

pengetahuan secara signifikan. Dakwah moderat melalui media massa adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengimbangi dampak negatif dari media massa.¹⁵

Periode ini beberapa konten kreator yang merupakan dai-dai muda banyak memasuki halaman pengguna sosial media sehingga memberikan warna baru pada dunia maya.¹⁶ Hal ini merupakan perkembangan dunia dakwah sehingga dakwah dapat menjangkau setiap lini masyarakat khususnya kaum muda. Sehingga, walaupun dari beberapa dampak negatif dari media, namun juga memiliki manfaat yang positif, dan juga penggunaannya mendapatkan hal baru yang diketahui dari beberapa pengetahuan umum, bahkan dakwah.¹⁷ Fenomena yang saat ini terjadi adalah fenomena hijrah massal. Banyak kalangan muda yang melakukan hijrah, salah satunya adalah artis terkenal Teuku Wisnu yang menyatakan dirinya hijrah menjadi pengikut yang taat akan agama. Fenomena ini menyebar luas sehingga memotivasi kaum muda untuk mengikuti trend hijrah di berbagai penjuru Indonesia.¹⁸ Oleh karena itu, diketahui bahwa kaum muda lebih sering mengakses media dakwah karena mereka lebih aktif dalam menggunakan teknologi modern dan media sosial. Dalam konteks dakwah, media dakwah kreatif telah menjadi penting untuk menarik perhatian masyarakat, termasuk kaum muda, dengan cara

¹⁵ Addib Wahyu Hidayat dkk., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Untuk Mengantisipasi Kerawanan Sosial Generasi Z," *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 1, no. 6 (2022)

¹⁶ Parhan dkk., "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI."

¹⁷ Parhan dkk.

¹⁸ Ahmad Maujuhan Syah, "Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA Al Muhtadi Sedangagung," *Jurnal Komunikasi da Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2019).

yang lebih menarik dan interaktif. Hal ini dikarenakan kaum muda cenderung lebih suka dengan suguhan yang bersifat instan dan mudah diakses melalui media yang mereka gunakan secara rutin. Bahkan diketahui dengan adanya dakwah digital yang dilakukan oleh beberapa konten kreator islami membuahkan keberhasilan dalam strategi pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah digital.¹⁹

Selain itu, akses kepada media dakwah di media sosial lebih mudah untuk dicapai karena perkembangan teknologi dan media digital yang telah memungkinkan konten dakwah kreatif dan kekinian disampaikan melalui platform-platform digital seperti media sosial, *Youtube*, *Instagram*, *Tiktok*, dan lain-lain. Hal ini memungkinkan dakwah digital menjangkau jangkauan yang lebih luas dan lebih efektif dibandingkan dengan metode tradisional, khususnya kaum muda (milenial dan gen Z) yang lebih menyukai hal-hal yang inovatif dan kekinian. Bahkan Studi yang dilakukan oleh Pusat Kajian Agama dan Budaya (CSRS) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta menunjukkan bahwa kaum muslim muda milenial menganggap dakwah secara tradisional di masjid sudah tidak lagi relevan dengan persoalan mereka karena dakwah di masjid dianggap cenderung konvensional dan tidak menarik minat kaum muda, topik yang diangkat serta cara penyampaian juga membosankan²⁰. Sehingga saat ini, banyak muslim milenial

¹⁹ Dessy Kushardiyati, Zaenal Mutaqin, dan Aulia Sholichah Iman Nurchotimah, "Tren Konten Dakwah Digital oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok di era Pandemi Covid-19," *Orasi Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021).

²⁰ Weny Maulida Nabila dkk., "Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda)," *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 9–21

lebih menyukai kajian agama secara online, karena tema ceramah yang diangkat mudah dipahami dan sesuai dengan topik yang disukai oleh kaum muda.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis berkeinginan untuk mengetahui lebih jauh terkait pengaruh akses dakwah media dan religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama gen Z Kulon Progo.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini menggunakan rumusan masalah yang diharapkan dapat terjawab dengan sebagai berikut:

1. Apakah intensitas mengakses media dakwah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap moderasi beragama?
2. Apakah religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku moderasi beragama?
3. Apakah intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku moderasi beragama?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah intensitas mengakses media dakwah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap moderasi beragama.

2. Untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap moderasi beragama.
3. Untuk mengetahui apakah intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap moderasi beragama.

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan yang manfaat dari penelitian dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan data sebagai bukti empiris dalam menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan pengaruh intensitas mengakses media dakwah, dan religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep dan teori komunikasi dan penyiaran islam, sehingga menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan topik intensitas mengakses media dakwah, religiusitas, dan perilaku moderasi beragama.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan bagi pembaca terkait signifikansi pengaruh intensitas mengakses media dakwah, religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama. Selain itu, dapat memberikan manfaat bagi kalangan civitas akademika khususnya bidang

Komunikasi dan Penyiaran Islam atau yang memiliki kepedulian terhadap perkembangan dakwah Islam di media sosial..

E. Kajian Pustaka

Fenomena tema yang diangkat dalam penelitian sebenarnya telah muncul beberapa waktu sebelum penelitian ini dilakukan. Terdapat beberapa kajian yang mengkaji fenomena tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Artikel jurnal oleh St. Rabiyyatul Adawiah Nur, Arifuddin Tike, dan Kamaluddin Tajibu, tahun 2022 dengan judul “*Pengaruh Literasi Media dan Perubahan Perilaku terhadap Moderasi Beragama Generasi Milenial Kabupaten Bone*”.²¹ Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan untuk mempertahankan perilaku moderat di tengah kerentanan remaja dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan konsep media, moderasi dan perilaku sebagai landasan teoretisnya. Metode yang digunakan adalah metode eksplanasi dalam penelitian kuantitatif. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tingkat pemahaman literasi media di kalangan generasi milenial berada pada kategori sedang. Selain itu, literasi media memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku moderasi beragama di kalangan generasi milenial di Kabupaten Bone. Persamaan dengan penelitian tesis ini adalah konsep yang digunakan yaitu media,

²¹ St. Rabiyyatul Adawiah Nur, Arifuddin Tike, dan Kamaluddin Tajibu, “Pengaruh Literasi Media dan Perubahan Perilaku terhadap Moderasi Beragama Generasi Milenial Kabupaten Bone,” *Jurnal Mercusuar* 3, no. 3 (2022).

perilaku, dan moderasi beragama. Sedangkan perbedaannya yaitu artikel jurnal tersebut penelitian tesis ini menggunakan teori perilaku terencana karena teori tersebut lebih relevan.

2. Artikel jurnal oleh Afif Arrosyid dan Eko Priyojadmiko, tahun 2022 dengan judul “*Analisis Pengaruh Perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dengan Religiusitas dan Niat sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat*”.²² Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya berbagai riset yang menjelaskan bahwa perilaku muzakki dalam membayar zakat menggunakan teori *Planned of Behavior*. Penelitian tersebut adalah penelitian kuantitatif dengan metode eksplanatori. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan dalam membayar zakat. Persamaan dengan penulisan tesis ini yaitu adalah menggunakan teori perilaku terencana sedangkan pada perbedaannya adalah variabel dependen yang ingin diketahui, pada penelitian Arrosyid dan Priyojadmiko ingin mengetahui kepatuhan dalam membayar zakat, sedangkan penelitian tesis ini ingin mengetahui perilaku moderasi beragama.

²² Afif Arrosyid dan Eko Priyojadmiko, “Analisis Pengaruh Perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dengan Religiusitas dan Niat sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat,” *Quranomic Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.37252/jebi.v1i1.191>.

3. Tesis oleh Bobby Hartono Trilaksono, tahun 2021 dengan judul *Pengaruh Akses Dakwah Media Terhadap Pemahaman Moderat Di Era Milenial*.²³ Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional, populasi generasi milenial di wilayah Jakarta, Bogor, Depok dan Bekasi, serta sampel yang diambil sebanyak 69 orang menggunakan teknik *purposive sampling*, penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa manfaat akses dakwah media termasuk dalam kategori tinggi dalam memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan dalam bidang keagamaan. Intensitas mengakses media dakwah mempunyai peranan tinggi bagi generasi milenial terhadap pemahaman moderat secara signifikan dengan pengeluaran dan pendidikan, sedangkan indikator usia tidak berpengaruh signifikan. Persamaan dengan penelitian tesis ini yaitu pada konsep media dakwah dan moderasi beragama, namun terdapat perbedaan pada bagian teori yang digunakan, sehingga tesis ini diharapkan dapat memperbaharui dari penelitian Trilaksono dengan teori yang lebih relevan.
4. Tesis oleh Mahmudah, tahun 2021 dengan judul *Korelasi Literasi Budaya dan Literasi Digital terhadap Moderasi Beragama pada Siswa Jenjang Madrasah Aliyah di Kota Madiun*.²⁴ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif jenis korelasional, dengan teknik pengumpulan data

²³ Trilaksono, *Pengaruh Akses Dakwah Media Terhadap Pemahaman Moderat di Era Milenial*.

²⁴ Mahmudah, "Korelasi Literasi Budaya dan Literasi Digital Terhadap Moderasi Beragama Pada Siswa Jenjang Madrasah Aliyah di Kota Madiun" (Master Thesis, Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021).

berupa kuisioner kepada 242 siswa jenjang madrasah aliyah di kota Madiun. Berdasarkan temuan penelitian, terdapat korelasi positif sebesar 0,807 antara literasi budaya dan literasi digital secara simultan dengan moderasi beragama kuat, korelasi kuat sebesar 0,788 antara literasi budaya dan moderasi beragama, dan korelasi kuat sebesar 0,631 antara literasi digital dan moderasi beragama. Serta bersifat positif.

5. Jurnal oleh Andrian Wira Syahputra dan Hendrik A.E. Lao, tahun 2023 dengan judul *Pengaruh Aspek Religiusitas Terhadap Konsep Moderasi Beragama Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Berbasis Agama di Kota Kupang*.²⁵ Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif serta teknik pengumpulan data melalui observasi, angket, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi dengan jumlah sampel 150 mahasiswa dan teknik random sampling. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pengaruh aspek religiusitas dan konsep moderasi beragama di Perguruan Tinggi berbasis agama di Kota Kupang memiliki pengaruh yang cukup signifikan sebesar $33,2\% > 5\%$. Sehingga, kontribusi religiusitas terhadap konsep moderasi beragama cukup berpengaruh, maka perlu ditingkatkan penerapan religiusitas di kampus yang berbasis agama di Kota Kupang agar terwujudnya moderasi beragama.

²⁵ Andrian Wira Syahputra dan Hendrik A.E Lao, "Pengaruh Aspek Religiusitas Terhadap Konsep Moderasi Beragama Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Berbasis Agama di Kota Kupang," *Jurnal Dedikasi Pendidikan* 7, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.30601/dedikasi.v7i1.3558>.

6. Artikel jurnal oleh Imam Subchi dan kawan-kawan, tahun 2022 dengan judul *Religious Moderation in Indonesian Muslims*.²⁶ Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh adanya data kasus intoleransi di lembaga pendidikan dari tahun 2007 sampai 2018. Sehingga, perilaku moderasi beragama telah menjadi kebijakan nasional untuk menanggulangi isu tersebarnya paham intoleransi tersebut. Dengan menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, penelitian ini berhasil menemukan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif terhadap moderasi beragama dengan pengukuran yang diadaptasi dari Huber dan Huber. Selain itu, terdapat faktor sosial ekonomi seperti jenis kelamin dan pendapatan orang tua yang juga sangat mempengaruhi moderasi beragama.

Terdapat berbagai persamaan dan perbedaan antara kajian sebelumnya dengan penelitian tesis ini, yaitu adalah beberapa menggunakan konsep dan teori yang sama, metode penelitian dan analisis yang sama. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan teori *Planned Behavior* untuk mencari tahu apakah intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas sebagai variabel independen mempengaruhi perilaku moderasi beragama sebagai variabel dependen secara positif dan signifikan.

²⁶ Imam Subchi dkk., “Religious Moderation in Indonesian Muslims,” *Religions* 13, no. 451 (2022),

F. Kerangka Teori

1. Perilaku Moderasi Beragama

a. Pengertian Perilaku Moderasi Beragama

Perilaku manusia dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu perilaku dasar sebagai makhluk hidup dan perilaku sebagai makhluk sosial. Perilaku dalam konteks umum memiliki makna yang berbeda dari perilaku sosial, di mana perilaku sosial merupakan perilaku khusus yang ditujukan kepada orang lain. Sebagian besar perilaku manusia terbentuk melalui proses pembelajaran dan pengaruh lingkungan.²⁷

Istilah "moderasi" berasal dari kata latin "*moderatio*", yang berarti "sedang" atau "tidak lebih". Selain itu, kata ini juga berarti mengendalikan perilaku yang berlebihan atau kekurangan.²⁸ Dalam kamus bahasa Arab, moderasi berasal dari kata *wasatiyyah*, yang berasal dari kata *wasatha*, yang memiliki banyak arti. Sedangkan dalam bahasa Inggris, kata moderasi berasal dari kata *moderation* yang digunakan dalam pengertian *average* (rata-rata), *core* (inti), dan *standard* (baku).²⁹

Dapat diartikan bahwa moderasi beragama adalah perilaku beragama yang seimbang disertai upaya untuk menyesuaikan diri dengan penghormatan kepada yang berbeda keyakinan. Keseimbangan

²⁷ Kuswana dan Sunaryo Wowo, *Biopsikologi Pembelajaran Perilaku* (Bandung: Alfabeta, 2014).

²⁸ Rena Latifa, Muhammad Fahri, dan Naufal Fadhil Mahida, "Alat Ukur Perilaku Moderasi Beragama," *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* 1, no. 1 (2021): 1.

²⁹ M. Quraish Shihab, *Wasathiyyah: Wawasan Islam tentang Moderasi Beragama*, 2 ed. (Tangerang: Lentera Hati, 2019).

tersebut menghindarkan sifat fanatisme dalam beragama, dan memunculkan terciptanya toleransi dan kerukunan umat beragama. Salah satu kemampuan yang diperlukan untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial masyarakat multikultural adalah kemampuan untuk memahami moderasi beragama. Sebagai makhluk sosial, kita harus menghormati orang lain. Jika seseorang benar-benar menunjukkan moderasi, itu menunjukkan bahwa mereka benar-benar menyadari dan menghargai orang lain yang memiliki perspektif yang berbeda dari mereka sendiri. Sebenarnya, moderasi beragama telah dikenal lama di dalam mitologi Yunani kuno sebagai prinsip hidup dalam sejarah umat manusia. Hal ini dibuktikan dengan adanya pahatan inskripsi patung Apollo di Delphi dengan tulisan Medan Agan yang berarti “tidak berlebihan”. Pada masa tersebut, moderasi dipahami sebagai suatu nilai untuk melakukan segala sesuatu secara tidak berlebihan atau secara seimbang.³⁰ Moderasi beragama dalam Islam juga dapat diartikan sebagai cara pandang, perilaku, dan perilaku selalu mengambil posisi di tengah-tengah, selalu bertindak adil, dan tidak ekstrem dalam beragama sesuai dengan nilai ajaran Islam.³¹ Bahkan pada zaman pemerintahan Nabi Muhammad SAW di Madinah pada saat itu tidak mendirikan peraturan berdasarkan Islam saja, namun berdasarkan kesepakatan

³⁰ Salsabila, Yuliasuty, dan Zahra, “Peran Generasi Z dalam Moderasi Beragama di era Digital.”

³¹ Mahmudah, “Korelasi Literasi Budaya dan Literasi Digital Terhadap Moderasi Beragama Pada Siswa Jenjang Madrasah Aliyah di Kota Madiun.”

bersama yang dibangun mempertimbangkan multietnis, budaya, agama, dan lain-lain. Kesepakatan ini dikenal dengan Piagam Madinah, yang memiliki konsep bahwa siapa saja dengan keyakinan apa saja dapat hidup saling berdampingan dengan tanpa gangguan untuk menjalankan keyakinan agamanya masing-masing secara damai.³² Demikian konsep moderasi beragama yang selalu diterapkan sebagai alternatif atas masyarakat multikultural. Jadi, dapat dipahami bahwa pemahaman konservatif dan radikal adalah ajaran yang sebenarnya tidak sesuai dengan Islam.

b. Dimensi dan Indikator Moderasi Beragama

Terdapat delapan indikator perilaku moderasi beragama islam yakni sebagai berikut: 1) *tawwasut* dalam peneraan ajaran agama, 2) toleransi dan rukun serta kooperatif terhadap sebuah perbedaan, 3) menghindari kegaduhan, 4) memprioritaskan musyawarah, 5) mengakomodir seluruh konsep-konsep yang menjunjung kepentingan orang banyak maslahat, 6) berpikir normal dan rasional berdasarkan wahyu, 7) menafsirkan teks Al Quran secara kontekstual, 8) menggunakan ijtihad dalam menafsirkan apa yang terkandung di dalam Al Quran atau sunnah.³³

³² Benny Afwadzi dan Miski, "Religious Moderation in Indonesian Higher Educations: Literature Review," *Ulul Albab: Jurnal Studi Islam* 22, no. 2 (2021): 203–31, <https://doi.org/10.18860/ua.v22i2.13446>.

³³ Toto Suharto, "Tingkat Pemahaman Islam Moderat Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Arab Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan IAIN Surakarta," *Lembaga Penelitian dan*

Sedangkan menurut buku yang diterbitkan oleh Kementrian Agama Republik Indonesia, terdapat empat indikator yang digunakan untuk mengukur moderasi beragama, yaitu sebagai berikut:³⁴

1) Komitmen kebangsaan

Indikator ini sangat penting untuk menentukan seberapa besar pengaruh perspektif, perilaku, dan praktik agama terhadap kesetiaan dasar kebangsaan.

2) Toleransi

Indikator ini menunjukkan perilaku yang terbuka, hormat, memberi ruang, dan tidak mengganggu hak orang lain untuk memiliki keyakinan, berbicara, dan menyatakan pendapatnya.

3) Anti kekerasan

Indikator ini didasarkan pada tindakan yang dianggap sebagai ideologi yang berusaha mengubah struktur sosial atau politik melalui kekerasan agama.

4) Akomodatif terhadap budaya lokal

Untuk mengetahui sejauh mana kesediaan untuk menerima praktik amaliah keagamaan yang mendukung budaya lokal dan tradisi, selama tidak bertentangan dengan ajaran agama, indikator ini mengacu pada praktik beragama yang mendukung budaya lokal.

Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017, <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21189.50406>.

³⁴ Kementrian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 42–47.

Salah satu kemampuan yang diperlukan untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial masyarakat multikultural adalah kemampuan untuk memahami moderasi beragama. Sebagai makhluk sosial, kita harus menghormati orang lain. Jika seseorang benar-benar menunjukkan moderasi, itu menunjukkan bahwa mereka benar-benar menyadari dan menghargai orang lain yang memiliki perspektif yang berbeda dari mereka sendiri. Sebenarnya, moderasi beragama telah dikenal lama di dalam mitologi Yunani kuno sebagai prinsip hidup dalam sejarah umat manusia. Hal ini dibuktikan dengan adanya pahatan inskripsi patung Apollo di Delphi dengan tulisan Medan Agan yang berarti “tidak berlebihan”. Pada masa tersebut, moderasi dipahami sebagai suatu nilai untuk melakukan segala sesuatu secara tidak berlebihan atau secara seimbang.³⁵ Moderasi beragama dalam Islam juga dapat diartikan sebagai cara pandang, perilaku, dan perilaku selalu mengambil posisi di tengah-tengah, selalu bertindak adil, dan tidak ekstrem dalam beragama sesuai dengan nilai ajaran Islam.³⁶ Bahkan pada zaman pemerintahan Nabi Muhammad SAW di Madinah pada saat itu tidak mendirikan peraturan berdasarkan Islam saja, namun berdasarkan kesepakatan bersama yang dibangun mempertimbangkan multietnis, budaya, agama, dan lain-lain. Kesepakatan ini dikenal dengan Piagam Madinah, yang

³⁵ Salsabila, Yuliasuty, dan Zahra, “Peran Generasi Z dalam Moderasi Beragama di era Digital.”

³⁶ Mahmudah, “Korelasi Literasi Budaya dan Literasi Digital Terhadap Moderasi Beragama Pada Siswa Jenjang Madrasah Aliyah di Kota Madiun.”

memiliki konsep bahwa siapa saja dengan keyakinan apa saja dapat hidup saling berdampingan dengan tanpa gangguan untuk menjalankan keyakinan agamanya masing-masing secara damai.³⁷ Demikian konsep moderasi beragama yang selalu diterapkan sebagai alternatif atas masyarakat multikultural. Jadi, dapat dipahami bahwa pemahaman konservatif dan radikal adalah ajaran yang sebenarnya tidak sesuai dengan Islam.

Sedangkan perilaku moderasi beragama pada perspektif Teori *Planned of Behavior* dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Akses terhadap media dakwah berperan sebagai norma subjektif, yang mencakup persepsi individu tentang harapan dan tekanan sosial yang mereka rasakan dari lingkungan sekitar. Media dakwah, melalui ceramah, artikel, dan konten-konten religius lainnya, dapat menyampaikan pesan-pesan moderasi beragama dan mendorong sikap toleran. Pesan-pesan ini dapat membentuk pandangan individu mengenai apa yang dianggap benar atau diharapkan oleh masyarakat dan komunitas religius, sehingga mempengaruhi niat mereka untuk mengadopsi perilaku moderat dalam beragama.

Religiusitas, di sisi lain, bertindak sebagai sikap terhadap perilaku dalam kerangka TPB. Religiusitas mencerminkan sejauh mana

³⁷ Afwadzi dan Miski, "Religious Moderation in Indonesian Higher Educations: Literature Review."

individu menghayati dan mempraktikkan nilai-nilai keagamaan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat religiusitas yang tinggi bisa menghasilkan sikap yang lebih positif terhadap moderasi beragama, terutama jika ajaran agama yang mereka ikuti mendukung nilai-nilai seperti toleransi, inklusivitas, dan keseimbangan. Seseorang yang religius mungkin lebih cenderung untuk melihat moderasi dalam beragama sebagai perilaku yang bermanfaat dan sesuai dengan keyakinan agama mereka.

Theory Planned of Behavior (TPB) adalah teori yang dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk menjelaskan perilaku manusia. TPB memperkirakan pertimbangan yang dilakukan seseorang sebelum melakukan suatu tindakan. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan menambahkan elemen kontrol perilaku yang dirasakan.³⁸ Untuk mengatasi keterbatasan dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA), Ajzen menambahkan elemen ketiga dalam prediksi niat yang disebut kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control* atau PBC). Dengan penambahan elemen ketiga ini, Ajzen memperbarui teorinya menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB).³⁹ Teori ini menyatakan bahwa niat dapat diprediksi berdasarkan tiga komponen utama: perilaku, norma subjektif, dan

³⁸ Icek Ajzen, *The Theory of Planned Behavior* (Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991).

³⁹ Nilan Widyarani, *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009).

kontrol perilaku yang dipersepsikan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah elemen tambahan yang penting dalam pembentukan niat dan telah terbukti meningkatkan kemampuan prediksi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB mencakup tiga determinan utama yang mempengaruhi perilaku: perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.⁴⁰ *Theory of Planned Behavior* atau Teori Perilaku Terencana ini adalah teori yang memprediksi pertimbangan dalam perilaku manusia. Secara psikologis, sifat perilaku manusia dapat dipertimbangkan dan direncanakan. Menurut Ajzen, *Theory of Planned Behavior* memiliki keunggulan dibandingkan dengan teori keperilakuan lainnya. Teori ini mengenali bentuk keyakinan seseorang terhadap kontrol atas hasil yang diharapkan dari perilaku tertentu.⁴¹ Dengan demikian, teori ini membedakan perilaku antara individu yang memiliki niat untuk bertindak dengan individu yang tidak memiliki niat.

Secara teoritis, evaluasi pribadi terhadap sikap (*attitude*), harapan sosial terhadap perilaku (*subjective norm*), dan keyakinan diri terhadap kemampuan melakukan perilaku (*perceived behavioral control*) adalah konsep yang sangat berbeda dan masing-masing

⁴⁰ Alfeus Manuntung, *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi* (Malang: Wineka Media, 2018).

⁴¹ Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*.

memiliki peran penting dalam penelitian sosial dan perilaku.⁴² Teori Perilaku Terencana (TPB) adalah teori yang efektif dan mudah dipahami dalam memprediksi serta menjelaskan perilaku manusia. TPB berfokus pada niat seseorang, yaitu sejauh mana mereka berusaha dan seberapa besar usaha yang mereka lakukan untuk mencapai sesuatu. Secara umum, konsep dasar TPB adalah prediksi niat, yang jika tidak menghadapi hambatan besar, akan terwujud dalam bentuk perilaku nyata.⁴³

Dalam *Theory of Planned Behavior*, sikap terhadap suatu perilaku ditentukan oleh keyakinan perilaku dan evaluasi terhadap hasil yang diharapkan dari perilaku tersebut.⁴⁴ Keyakinan perilaku mengacu pada persepsi individu mengenai hasil-hasil yang mungkin terjadi dari melakukan suatu tindakan. Evaluasi terhadap hasil, di sisi lain, melibatkan penilaian individu mengenai seberapa positif atau negatif hasil-hasil tersebut.⁴⁵ Kombinasi dari keyakinan ini dan evaluasi terhadapnya membentuk perilaku individu terhadap perilaku tertentu. Misalnya, seseorang yang percaya bahwa belajar secara konsisten akan meningkatkan prestasi akademisnya dan sangat menghargai prestasi tersebut akan cenderung memiliki perilaku positif terhadap belajar.

⁴² Mahyarni, "Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)," *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (2013), <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.

⁴³ Mahyarni.

⁴⁴ Zakaria Achmat, *Theory Planned Behavior, Masihkah Relevan?* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2010).

⁴⁵ GD. Yuko Ardi Negara, "Determinan Niat Beli Produk Halal pada Komunitas Non-Muslim: Implementasi Teori Perilaku Terencana," *Universitas Atma Jaya Yogyakarta Thesis* (2018).

Perilaku juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, norma sosial, dan informasi yang diterima dari lingkungan sekitar. Pengalaman pribadi yang positif atau negatif dengan suatu objek atau peristiwa dapat membentuk perilaku yang kuat.⁴⁶ Norma sosial, yaitu harapan dari kelompok sosial tempat individu berada, juga memainkan peran penting. Individu cenderung menyesuaikan perilaku mereka untuk sesuai dengan norma yang berlaku dalam kelompok mereka. Selain itu, informasi yang diterima dari media, pendidikan, dan komunikasi interpersonal juga dapat mempengaruhi pembentukan dan perubahan perilaku.

Intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), telah dijelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama: perilaku terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Jika diimplementasikan konsep ini untuk memahami bagaimana intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas dapat mempengaruhi perilaku moderasi beragama, dapat dilihat beberapa poin penting yaitu sebagai berikut:

1) Sikap

Sikap mencakup keyakinan seseorang mengenai hasil dari suatu perilaku dan evaluasi mereka terhadap hasil tersebut. Jika

⁴⁶ Achmat, *Theory Planned Behavior, Masihkah Relevan?*

seseorang memiliki perilaku positif terhadap moderasi dalam beragama, misalnya, mereka melihatnya sebagai sesuatu yang menguntungkan atau bermanfaat—maka mereka lebih cenderung untuk menunjukkan perilaku tersebut. Sikap religiusitas atau keberagamaan yang menekankan moderasi dan toleransi bisa membantu membentuk perilaku moderasi beragama.

2) Norma Subjektif

Norma subjektif melibatkan persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Jika seseorang percaya bahwa orang-orang yang penting bagi mereka (seperti keluarga, teman, atau tokoh agama) mendukung moderasi beragama, maka mereka lebih mungkin untuk mempraktikkannya. Media dakwah dapat memainkan peran penting dalam membentuk norma subjektif ini, terutama jika tokoh-tokoh yang mereka hormati menekankan pentingnya moderasi.

Dalam keseluruhan, TPB memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana berbagai faktor, termasuk intensitas mengakses media dakwah dan tingkat religiusitas, dapat mempengaruhi perilaku moderasi beragama seseorang. Perilaku memainkan peran penting dalam memprediksi perilaku. Perilaku yang kuat dan positif terhadap suatu tindakan cenderung meningkatkan kemungkinan individu untuk melakukan tindakan tersebut. Namun, sikap bukan satu-satunya faktor

yang mempengaruhi perilaku; norma subjektif (harapan dari orang lain yang penting) dan kontrol perilaku yang dirasakan (persepsi mengenai kemampuan untuk melakukan tindakan) juga berperan penting. Dengan memahami bagaimana perilaku terbentuk dan berubah, kita dapat lebih baik memprediksi dan mempengaruhi perilaku manusia dalam berbagai konteks, seperti kesehatan, pendidikan, dan pemasaran. Kombinasi antara akses media dakwah yang mendorong norma subjektif dan tingkat religiusitas yang mempengaruhi sikap terhadap moderasi beragama dapat secara signifikan membentuk niat individu untuk berperilaku moderat. Ketika individu merasa bahwa masyarakat atau komunitas mereka mengharapkan moderasi, dan mereka sendiri memandang moderasi sebagai sikap yang positif, maka kemungkinan besar mereka akan cenderung untuk mengadopsi perilaku moderat dalam kehidupan beragama mereka. Dengan demikian, TPB menjelaskan bagaimana kedua faktor norma subjektif dari media dakwah dan sikap dari religiusitas bekerja sama dalam membentuk perilaku moderasi beragama.

2. Intensitas Mengakses Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Kata "media" berasal dari kata latin "median", yang berarti bentuk jamak dari kata "medium" dan berfungsi sebagai alat, perantara, atau penghubung antara dua elemen yang memiliki kemampuan untuk

berkolaborasi untuk mencapai tujuan tertentu.⁴⁷ Sedangkan Blake & Harolsen mengatakan bahwa media adalah saluran komunikasi yang digunakan untuk membawa atau menyampaikan sesuatu pesan, di mana perantara ini adalah alat untuk lalu lintas suatu pesan antara komunikator dan komunikan.⁴⁸ Secara definisi, yang dimaksud dengan media merupakan alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide dan sebagainya.

Secara etimologi, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab (*da'a*, *da'wah*) yang mengacu pada memanggil, menyeru, dan mengundang.⁴⁹ Sedangkan secara bahasa, dakwah adalah panggilan, ajakan, dan seruan. Secara terminologi dakwah dapat berarti seruan untuk mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.⁵⁰

Jadi, media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada komunikan, atau dalam istilah dakwah adalah *mad'u*. Media dakwah merupakan komponen utama dalam berdakwah dan tidak dapat dipisahkan dari komponen lainnya.

⁴⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983).

⁴⁸ Darhim, *Workshop Matematika*, 1 ed., vol. Modul 1, Dasar-Dasar Pengetahuan tentang Media Pembelajaran Matematika (Tangerang Selatan: Perpustakaan Digital Universitas Terbuka, 2016).

⁴⁹ Bahrin Subagia, *Fikih Dakwah & Pemikiran Dakwah di Indonesia* (Bogor: Pustaka Melek, 2013).

⁵⁰ Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam*.

Secara sederhana, tujuan media dakwah adalah untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sehingga mereka dapat memahami apa yang dimaksudkan dengannya.⁵¹ Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), media dakwah dapat berfungsi sebagai komponen norma subjektif. Norma subjektif merujuk pada persepsi individu tentang tekanan sosial atau harapan dari orang-orang di sekitarnya mengenai perilaku tertentu. Media dakwah, yang menyampaikan ajaran agama dan nilai-nilai moral, dapat mempengaruhi norma subjektif dengan menyebarkan pandangan dan harapan komunitas religius tentang bagaimana seseorang seharusnya berperilaku. Dengan demikian, media dakwah dapat membentuk persepsi individu tentang apa yang dianggap benar atau diharapkan oleh masyarakat, yang pada gilirannya mempengaruhi niat dan perilaku moderasi beragama.

b. Fungsi dan Tujuan Media Dakwah

Dakwah sendiri dalam penerapannya memiliki dua fungsi utama, yakni fungsi risalah dan fungsi kerahmatan. Secara kerisalahan, dakwah dapat didefinisikan sebagai proses untuk membangun kehidupan menuju kehidupan yang lebih baik. Sedangkan dalam fungsi kerahmatan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menjadikan Islam sebagai konsep bagi manusia dalam menjalankan kehidupannya.

⁵¹ Hamdan Daulay dan Evi Septiani, "Komunikasi dan dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja," *Kalijaga Journal of Communication* 2, no. 1 (2020): 17–32, <https://doi.org/10.14421/kjc.21.02.2020>.

Selain itu, terdapat pendapat terkait tugas dan fungsi media dakwah menurut Sayyid Quthub adalah:⁵²

1) Menyampaikan kebenaran Islam

Menyampaikan kebenaran Islam (*Al-Tabligh wa al-Bayan*) melalui risalah merupakan tugas dan kewajiban nabi dan rasul Allah. Konsep dasar dari pengertian tabligh adalah usaha untuk menyampaikan ajaran Tuhan kepada manusia dengan kata lain untuk disebarkan, diajarkan kepada orang lain dengan tujuan pencerahan akal pikiran. Tabligh seharusnya tegas dan jelas mengandung makna dan hikmah serta dilakukan keteladanan dan perbuatan nyata. Dengan pandangan tersebut, tentu para penyeru kebenaran (*muballigh*) diharapkan adalah orang yang memperlihatkan kebenaran dalam dirinya sendiri.

2) Pemberdayaan nilai-nilai Islam dan kontrol sosial

Melakukan pemberdayaan nilai-nilai Islam dan kontrol sosial (*Amar Ma'ruf Nahi Mungkar*) merupakan sebagai suatu yang dibutuhkan menurut syariat, dan merupakan keharusan agama dan tuntutan iman. Amar ma'ruf nahi mungkar dimaksudkan sebagai ikhtiar mewujudkan kedamaian dan kebahagiaan masyarakat. Kebahagiaan umat tidak akan terwujud jika kebaikan

⁵² H. Baharuddin Ali, "Tugas dan Fungsi Dakwah Dalam Pemikiran Sayyid Quthub," *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1 (2014), <https://doi.org/10.24252/jdt.v15i1.343>.

tidak menjadi unsur dominan dalam masyarakat. Dominasi tersebut harus diusahakan melalui pemberdayaan nilai-nilai Islam (amar ma'ruf) dan kontrol sosial (nahi mungkar) terhadap berbagai ketimpangan dan penyimpangan yang terjadi di masyarakat.

3) Menumpas kejahatan

Menumpas kejahatan dengan perang suci (*Jihad Fi Sabil Allah*) atau disebut juga dengan Jihad adalah suatu kewajiban tugas penting dalam Islam. Jihad didefinisikan sebagai usaha yang sangat sungguh-sungguh dengan berjuang secara maksimal dengan meninggikan kalimat Allah dan memuliakan agama-Nya. Jihad tidak hanya dipercayai untuk bertahan melindungi kaum muslim saja, namun juga untuk menopang proses pengokohan sistem Allah di muka bumi.

Adapun tujuan media dakwah sebenarnya adalah tujuan dari Islam itu sendiri yaitu transformasi perilaku kemanusiaan. Tujuan dakwah secara umum adalah untuk menyelamatkan umat manusia dari kesesatan menuju kebenaran. Tujuan dakwah dapat dibedakan dalam dua macam yaitu tujuan umum dakwah (*mayor objective*) dan tujuan khusus dakwah (*minorr objective*) sebagai berikut:⁵³

⁵³ Fahrurrozi, Faizah, dan Kadri, *Ilmu Dakwah*, 1 ed. (Jakarta Pusat: Prenada Media Group, 2019), 45–46.

1) Tujuan umum (*Mayor Objective*)

Tujuan umum media dakwah adalah sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah maka semua penyusunan rencana dan tindakan dakwah harus mengarah ke sana.

2) Tujuan khusus (*Minor Objective*)

Tujuan khusus media dakwah adalah perumusan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan tersebut diartikan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui ke mana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan metode bagaimana sebagainya secara terperinci.

Secara umum dakwah bertujuan untuk menciptakan suatu tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai, dan sejahtera yang dinaungi oleh kebahagiaan baik jasmani maupun rohani. Adapun tujuan dakwah secara sistematis adalah sebagai berikut:⁵⁴

- 1) *Tazkiyatu 'I-Nafs*, yaitu membersihkan jiwa umat dari noda-noda syirik dan pengaruh kepercayaan yang menyimpang dari akidah Islam.

⁵⁴ Fahrurrozi, Faizah, dan Kadri, 47.

- 2) Mengembangkan kemampuan dasar masyarakat yakni meliputi kemampuan membaca, menulis, dan memahami makna Al-Quran serta Sunnah.
- 3) Membimbing pengamalan ibadah umat Islam. Ibadah menjadi landasan bagi perkembangan kehidupan manusia untuk tetap damai, maju, serta selamat di dunia dan akhirat.

Pada kajian komunikasi, media merupakan salah satu unsur pokok dalam komunikasi Harold Lasswell. Oleh karena itu, media menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan dan keefektifan komunikasi. Dalam dunia dakwah media juga salah satu alat yang penting untuk disesuaikan oleh dai agar dapat menyampaikan pesan dakwah dengan seefisien mungkin. Selain itu, terdapat beberapa pendapat terkait media dakwah yaitu sebagai berikut:⁵⁵

- 1) Al-Bayanuni berpendapat bahwa media dakwah dipilah menjadi dua, yaitu media materi (maddiyah) dan non materi (ma'nawiyyah). Media materi merupakan segala yang bisa ditangkap panca indra untuk membantu dai dalam dakwahnya, seperti ucapan, gerakan, alat-alat, dan perbuatan. Sedangkan media non materi adalah yang berkaitan dengan hati dan pikiran, seperti keimanan dan keikhlasan.

⁵⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi (Jakarta: Kencana, 2017).

- 2) Asmuni Syukir berpendapat bahwa media dakwah dikelompokkan menjadi enam macam, yaitu lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi Islam, hari-hari besar Islam, media massa, dan seni budaya.
- 3) Barmawi Umari berpendapat bahwa media dakwah disebut juga sebagai alat dakwah, yang digolongkan dalam empat kelompok yaitu, lisan, lukisan, tulisan, dan perbuatan.

Selain pendapat tersebut, Hamzah Yaqub membagi media dakwah menjadi lima golongan besar yakni lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.⁵⁶

- 1) Lisan, adalah hal yang berbentuk khotbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, musyawarah, nasihat, obrolan, dan segala hal yang dilakukan dengan ucapan.
- 2) Tulisan, adalah hal yang berbentuk buku, majalah, surat kabar, buletin, kuliah-kuliah tertulis, spanduk, pengumuman tertulis, dan sebagainya yang berbentuk tulisan.
- 3) Lukisan, adalah hal yang berbentuk seni lukis, foto, dan sebagainya yang bergambar.
- 4) Audio visual, adalah hal yang berbentuk televisi, film, video media sosial, wayang, sandiwara, dan sebagainya yang cara penyampaian merangsang penglihatan dan pendengaran.

⁵⁶ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet," *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2013).

- 5) Akhlak, adalah cara yang ditunjukkan dalam bentuk perbuatan yang nyata, contohnya berziarah, silaturahmi, pembangunan masjid, sekolah, piliklinik, pertanian, dan sebagainya.

c. Bentuk Media Dakwah

Media dakwah awalnya dilakukan dengan menggunakan ceramah (retorika) dari mimbar di suatu tempat. Namun, seiring berjalannya waktu, model lain dari media muncul, seperti radio, surat kabar, televisi, dan internet.⁵⁷ Cara penyampaian pesan dakwah menggunakan media yang bermacam-macam tersebut sehingga media dakwah dapat dikelompokkan sebagai berikut:⁵⁸

1) Media Visual

Media visual merupakan bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan guna kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Yang termasuk Film Slide, *Overhead Proyektor*, Gambar dan Foto.

2) Media Audio

Media audio merupakan alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap dengan indera pendengaran. Yang termasuk media audio adalah Radio, *Tape Recorder*.

⁵⁷ Daulay dan Septiani, "Komunikasi dan dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja."

⁵⁸ Aminuddin, "Media Dakwah," *Al Munzir* 9, no. 2 (2016), <http://dx.doi.org/10.31332/am.v9i2.786>.

3) Media Audio Visual

Media audio visual merupakan media untuk menyampaikan informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara secara bersamaan pada saat penyampaian pesan. Yang termasuk dalam media audio visual adalah Televisi, Film, Internet.

Penelitian ini menggunakan bentuk media audio visual internet sebagai bahan penelitian dikarenakan pada era berkembangnya zaman ini. Internet sendiri merupakan suatu jaringan yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia serta membentuk suatu komunitas maya yang dikenal dengan *global village*. Difasilitasi dengan jaringan satelit, internet dapat menyajikan informasi global dari berbagai belahan bumi mulai dari informasi politik, pendidikan, agama, ekonomi, data, dan surat elektronik.⁵⁹ Banyak penelitian yang mengkaji internet sebagai kepentingan media dakwah. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa internet sebagai media massa dinilai sangat potensial sebagai media komunikasi dakwah dengan berbagai kelebihan-kelebihannya.

d. Intensitas Mengakses Media Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), intensitas adalah suatu ukuran atau kondisi yang menunjukkan seberapa sering

⁵⁹ Zaini, "Dakwah Melalui Internet."

atau kuat seseorang menggunakan sesuatu.⁶⁰ Dalam kamus psikologi, intensitas merujuk pada perilaku atau pengalaman, seperti intensitas respons emosional atau kekuatan yang mendukung pandangan atau perilaku, baik dalam hal frekuensi maupun durasi.⁶¹ Pandangan lain menyatakan bahwa intensitas adalah kemampuan yang dikeluarkan oleh manusia untuk mencapai usaha atau tujuan yang ingin dicapainya.

Intensitas merujuk pada tingkat kekuatan, konsistensi, atau frekuensi dari suatu fenomena atau aktivitas tertentu. Dalam berbagai konteks, intensitas dapat menggambarkan seberapa sering, seberapa kuat, atau seberapa serius suatu tindakan atau kondisi terjadi. Misalnya, dalam konteks fisika, intensitas merujuk pada kekuatan atau besarnya suatu gelombang (seperti intensitas cahaya atau suara). Dalam konteks perilaku manusia, intensitas dapat merujuk pada seberapa sering seseorang melakukan suatu aktivitas atau seberapa kuat mereka terlibat dalam suatu aktivitas.

Pada konteks media dakwah, intensitas menggambarkan seberapa sering seseorang mengakses media dakwah dengan durasi tertentu untuk mencari ilmu atau wawasan terkait agama. Intensitas adalah sifat kuantitatif dari suatu penginderaan yang berkaitan dengan

⁶⁰ Nur Adilla Maulina, "Pengaruh Intensitas Menonton Progam Youtube Channel Wirda Mansur terhadap Motivasi Membaca Al-Qur'an Subscriber," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.216>.

⁶¹ Via Carviola Ramdhini dan Ahmad Fatoni, "Pengaruh Intensitas Menonton Video Youtube dan Kredibilitas Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video 'Wardah InstaPerfect Review Tutorial Swatches')," *Scriptura Jurnal Ilmiah Komunikasi* 10, no. 2 (2020).

kekuatan rangsangannya, seperti kecerahan warna atau kekuatan suara, kekuatan perilaku dalam reaksi emosional, dan kekuatan yang mendukung pendapat atau perilaku tertentu. Intensitas mengakses akan memengaruhi tindakan dan perilaku seseorang yang mengaksesnya.⁶² Partisipan akan menerima rangsangan dari apa yang mereka lihat, seperti artikel, konten, media dakwah, dan lain-lain. Semakin sering media dakwah diakses, maka orang yang mengaksesnya akan mendapatkan rangsangan yang dapat memicu tindakan atau perilaku tertentu.

Terdapat aspek intensitas menurut Ajzen yaitu adalah sebagai berikut:

1) Frekuensi, yaitu mengukur seberapa sering suatu tindakan atau perilaku terjadi dalam periode waktu tertentu.

2) Durasi

Mengukur berapa lama suatu tindakan atau perilaku berlangsung setiap kali terjadi.

3) Kekuatan

Mengukur seberapa kuat atau besar pengaruh suatu tindakan atau perilaku terhadap individu.

⁶² Rahmat Fitrah Tuasikal, "Hubungan antara Intensitas Komunikasi Interpersonal dengan Agresivitas," *Jurnal Psikologika* 13, no. 25 (2008).

4) Konsistensi

Mengukur seberapa stabil atau konstan suatu tindakan atau perilaku terjadi dari waktu ke waktu.⁶³

Dasarnya komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra pada manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk bisa menerima dakwah. Komunikasi yang menelusuri, mencari tahu atau masuk untuk mendapatkan suatu layanan dan fasilitas disebut intensitas mengakses media dakwah. Akses adalah suatu proses penelusuran yang tersambung secara bertahap dengan beberapa aplikasi.⁶⁴ Beberapa jenis akses dapat dijelaskan yaitu sebagai berikut:

- 1) **Akses fisik**, yang berarti kemampuan seseorang untuk masuk ke suatu lokasi atau menggunakan fasilitasnya;
- 2) **Akses informasi**, yang berarti kemampuan seseorang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan;
- 3) **Akses teknologi**, yang berarti kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu, seperti internet.
- 4) **Akses layanan**, yang berarti pada kemampuan seseorang untuk memperoleh layanan yang mereka butuhkan.

⁶³ Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior*, 2 ed. (New York: Open University Press, 2005).

⁶⁴ Muhammad Azwar, *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian 1* (Jakarta: Pustaka Binamas Pressindo, 2018), 10.

Kegiatan dakwah tentunya memerlukan waktu dan proses yang cukup panjang untuk dianggap berhasil. Melihat bahwa turunnya Al-Quran secara bertahap dikaitkan dengan perjuangan Rasulullah SAW, jelas bahwa Rasulullah dan sahabatnya dengan tekun mengajarkan Al-Quran dan membimbing umatnya. Pada akhirnya, mereka berhasil membangun umat yang terdiri dari ilmu, iman, keadilan, dan kemakmuran dengan izin ilahi.

Indikator intensitas mengakses media dakwah dalam penelitian ini mengadopsi komponen intensitas yang dikemukakan oleh Ajzen dengan menggunakan, yaitu sebagai berikut:⁶⁵

- 1) **Frekuensi**, yaitu merujuk pada seberapa sering atau berapa kali suatu perilaku diulang, baik secara sengaja maupun tidak, dalam menggunakan media dakwah. Frekuensi ini memberikan wawasan mengenai pola penggunaan dan keterlibatan seseorang dengan konten dakwah yang disajikan melalui berbagai platform media sosial. Penggunaan media dakwah dikategorikan tinggi jika seseorang mengaksesnya lebih dari 4 kali per hari. Hal ini menunjukkan keterlibatan yang intens dan kemungkinan besar individu tersebut mendapatkan pengaruh yang kuat dari konten yang diakses. Di sisi lain, penggunaan media dakwah dikategorikan rendah jika frekuensi pengulangan hanya 1-4 kali

⁶⁵ Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*.

per hari. Ini mungkin menunjukkan keterlibatan yang lebih moderat atau terbatas, dengan dampak yang mungkin kurang mendalam dibandingkan dengan frekuensi yang lebih tinggi. Mengukur frekuensi penggunaan media dakwah penting untuk memahami tingkat partisipasi dan pengaruh yang mungkin dimiliki konten dakwah terhadap perilaku dan perilaku individu. Dengan mengetahui seberapa sering seseorang terlibat dengan media dakwah, peneliti atau pengelola konten dapat mengevaluasi efektivitas strategi penyampaian pesan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan keterlibatan dan dampak positif.

- 2) **Durasi**, yaitu merujuk pada jumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk mengakses media dakwah seperti Internet, kajian dakwah, buku, majalah, televisi, radio dan lain-lain guna mencapai berbagai tujuan, seperti belajar syariat agama, memperluas pengetahuan, mencari tahu sejarah agama dan lain-lain. Pengukuran durasi sering kali dinyatakan dalam satuan waktu yang spesifik, seperti menit atau jam, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai intensitas penggunaan. Misalnya, seseorang yang menghabiskan dua jam per hari di internet dapat dianggap memiliki durasi penggunaan yang tinggi, sementara yang hanya menghabiskan lima belas menit per hari dianggap memiliki durasi yang rendah. Pengukuran durasi ini penting untuk memahami

kebiasaan dan pola perilaku pengguna dalam berinteraksi dengan konten di jejaring sosial.

3. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Secara etimologi religiusitas (*religiosity*) merupakan kata sifat dari *religion* dalam bahasa Inggris atau *religie* dalam bahasa Belanda yang bermakna agama, keagamaan, keyakinan.⁶⁶ Selain itu, Religiusitas berasal dari bahasa Latin *Religio* dari akar kata *religare* yang berarti mengikat. Mangunwijaya membedakan antara istilah religi atau agama dan religiusitas. Religi lebih merujuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas merujuk pada aspek yang senantiasa berkaitan dengan kedalaman manusia.⁶⁷ Sedangkan pendapat lain mendefinisikan religiusitas sebagai sejauh mana seseorang menganggap agama adalah hal yang penting, serta berkomitmen dan terlibat dalam keagamaan yang dimilikinya.⁶⁸

Pada perspektif *Theory Planned Behavior* (TPB) religiusitas Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (TPB), religiusitas dapat dilihat sebagai faktor yang mempengaruhi komponen utama dari teori

⁶⁶ Syahputra dan Lao, "Pengaruh Aspek Religiusitas Terhadap Konsep Moderasi Beragama Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Berbasis Agama di Kota Kupang."

⁶⁷ Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Jakarta: Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

⁶⁸ Rodney Stark dan Charles Y Glock, *American Piety: The Nature of Religious Commitment*, 1 ed. (California: University of California Press, 1968).

tersebut, yaitu sikap terhadap perilaku. Religiusitas, yang mencerminkan sejauh mana seseorang mempraktikkan dan terlibat dalam aktivitas keagamaan serta bagaimana keyakinan agama mereka mempengaruhi kehidupan sehari-hari, dapat memainkan peran penting dalam komponen sikap yang dapat mempengaruhi perilaku.

Keberagamaan, atau religiusitas, adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong perilakunya sesuai dengan tingkat ketaatan agamanya. Keyakinan agama berhubungan dengan perilaku yang menyehatkan dengan kesehatan mental, kesejahteraan psikologis serta perilaku sosial. Sebagai catatan bahwa seseorang yang memiliki religiusitas yang baik berpengaruh terhadap panjang umur seseorang, berkurangnya depresi, dan berkurangnya untuk berbuat kriminal, dalam artian khusus, agama juga berkaitan dengan kontrol diri saat akan melakukan sesuatu.⁶⁹

Agama memainkan peran penting dalam kehidupan manusia. Semua ajaran yang terkandung di dalamnya bermanfaat bagi semua orang. Secara ideal, nilai agama menjadi dasar untuk bagaimana kita bertindak, merasa, dan bertindak dalam berbagai situasi yang terjadi sepanjang hidup kita. Nilai-nilai ketauhidan menjelaskan konsep religiusitas dalam Al Quran. Dalam hal ini, kepercayaan atas ke-Esaan

⁶⁹ Saliyo, "Pengaruh Religiusitas Jamaah Masjid Az-Zuhud Petanahan Kebumen Terhadap Perilaku Toleransi Beragama dengan Kepribadian yang dimilikinya," *INFERENSI Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 12, no. 1 (2018), <http://dx.doi.org/10.18326/infsl3v12i1.65-84>.

Allah sebagai pencipta, Yang Maha Mulia, dan Maha segalanya menunjukkan nilai tauhid. Ketika seseorang percaya pada ke-Esaan Allah, setiap perintah yang Dia turunkan akan memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan mereka. Oleh karena itu, semua usaha dan tindakan Anda harus disebabkan oleh Allah. bukan hanya dalam bentuk ibadah saja, tetapi juga dalam kegiatan yang berhubungan dengan kehidupan duniawi.

Pada dasarnya, dengan beragama seseorang sedang melakukan usaha untuk mencari jalan ketentraman, ketenangan, dan kebahagiaan. Sehingga pada saat masalah yang datang pada seseorang, agama datang untuk menjadi solusi dan memberikan pengaruh yang positif.⁷⁰ Menurut Glock dan Stark, agama atau religiusitas adalah sistem yang menimbulkan nilai, keyakinan, dan perilaku yang semuanya terpusat pada persoalan yang dihayati sebagai sesuatu yang maknawi. Religiusitas adalah komitmen dengan agama yang diyakininya secara terlihat dalam kehidupan sehari-hari baik secara tampak ataupun tidak tampak.⁷¹ Dalam Islam religiusitas dari garis besarnya tercermin dalam pengalaman aqidah, syariah, dan akhlak, atau dalam istilah lain yaitu Iman, Islam, dan Ihsan.⁷²

⁷⁰ Eko Oktapiya Hadinata, *Religiusitas dan Adversity Qoutient Studi Kasus Jama'ah Majelis Zikir Az-Zikra Bogor* (Tangerang Selatan: Young Progressive Muslim, 2015).

⁷¹ Saliyo, "Pengaruh Religiusitas Jamaah Masjid Az-Zuhud Petanahan Kebumen Terhadap Perilaku Toleransi Beragama dengan Kepribadian yang dimilikinya."

⁷² Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama*, 17 ed. (Jakarta: Bulan Bintang, 2005), 132.

b. Faktor Religiusitas

Terdapat beberapa ahli yang mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas. Menurut Thouless, terdapat empat kelompok faktor yang mempengaruhi perkembangan religiusitas, yakni sebagai berikut:⁷³

- 1) Faktor sosial, yaitu faktor-faktor yang meliputi segala pengaruh sosial. Contohnya seperti pendidikan, didikan serta ajaran orang tua, tradisi-tradisi budaya dan tekanan sosial.
- 2) Faktor alami, yakni faktor yang meliputi moral berupa pengalaman-pengalaman kehidupan manusia, baik yang bersifat alami maupun pengalaman emosional. Contoh seperti pengalaman konflik moral dan pengalaman emosional.
- 3) Faktor kebutuhan, yaitu faktor yang meliputi perasaan kebutuhan untuk memperoleh harga diri serta kebutuhan yang timbul karena adanya kematian.
- 4) Faktor intelektual, yaitu faktor yang meliputi hal-hal yang menyangkut pemikiran verbal terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan dan pemahaman tentang agama.

Sedangkan menurut Najjar, keagamaan tidak terlepas dari pengaruh faktor pertumbuhan, keadaan psikis, sosial, ekonomi serta

⁷³ Robert H Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, trans. oleh Machnun Husein, 1 ed. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000).

lingkungan.⁷⁴ Lain halnya menurut Mazida, terdapat faktor yang melatarbelakangi terjadinya religiusitas adalah saat sinkronisasi antara tradisi keagamaan dengan perubahan sosial yang terjadi.⁷⁵

c. Aspek-aspek Religiusitas

Terkait aspek religiusitas, terdapat beberapa pandangan yang menyumbangkan berbagai aspek religiusitas. Hal ini dikarenakan bahwa, agama sebagai identitas seseorang cenderung sulit untuk diukur, maka terdapat aspek-aspek keagamaan yang mencoba untuk mengukur keberagaman seseorang. Melalui pendekatan sosiologi agama, Glock dan Stark menyebut aspek keyakinan (*belief*) dengan asumsi dasar bahwa keyakinan seseorang terhadap doktrin-doktrin ajaran agamanya. Setelah memiliki keyakinan akan doktrin ajaran agamanya, tentu segala perintah agamanya harus dilakukan. Maka dari hal tersebut berbagai bentuk praktik ibadah yang telah diperintahkan (*formal religious acts*) akan dilaksanakan dengan penuh ketaatan (*devotion*). Dengan melaksanakan segala agamanya, maka dapat dikatakan seseorang telah menaati perintah agama cenderung memperoleh pengalaman spiritual (*experiences*). Seseorang yang melakukan ritual-ritual ibadah kemudian mendapatkan berbagai pengalaman spiritual tidak terlepas dari pengetahuan akan asumsi dasar dari pengamalan terhadap segala bentuk

⁷⁴ Amir An-najar, *Psikoterapi Sufistik : Dalam Kehidupan Modern*, 1 ed. (Jakarta: Hikmah, 2004).

⁷⁵ Nur Mazidah, "Relijiusitas dan Perubahan Sosial dalam Masyarakat Industri," *Jurnal Sosiologi Islam* 1, no. 1 (2011): 32.

ibadah yang telah dilakukannya (*knowledge*). Dengan berbekal aspek sebelumnya, maka pada tahap akhir adalah bagaimana nilai-nilai agama yang dianutnya dapat memberikan pengaruh yang positif dalam kehidupan sehari-hari (*consequences*).⁷⁶

Beberapa aspek religiusitas di atas mencoba untuk mengukur seberapa besar rasa keberagamaan pada individu dan kelompok, telah banyak dilakukan dan dikembangkan sesuai dengan kebudayaan masyarakat suatu tempat. Maka dari hal tersebut, keberagamaan yang sebelumnya tabu untuk diteliti menjadi sesuatu hal yang telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Dengan demikian, seberapa nilai keagamaan seseorang dapat diukur sesuai dengan pendekatan penelitian. Beberapa penelitian telah memberikan hasil yang signifikan, bahwa religiusitas mempengaruhi keadaan jiwa dan lingkungan sosial. Dengan demikian, ketaatan terhadap Tuhan dengan menjalankan segala bentuk perintah dan menjauhi segala yang dilarang seharusnya memberikan pengaruh yang positif dalam setiap segi kehidupan. Sehingga, kebaikan terhadap Tuhan bukan sekedar hanya untuk diri sendiri, namun mampu direalisasikan dalam lingkungan masyarakat yang luas.

⁷⁶ Stefan Huber dan Odilo W Huber, "The Centrality of Religiosity Scale (CRS)," *Religions* 3, no. 3 (2012), <https://doi.org/10.3390/rel3030710>.

Sedangkan Huber dan Huber melakukan revisi pada aspek religiusitas menjadi lima aspek berbeda yaitu:⁷⁷

1) *Intellectual*

Aspek *Intellectual* adalah pengetahuan yang dimiliki seseorang terkait agamanya, sehingga seseorang tersebut dapat menjelaskan pandangan mereka tentang Tuhan, agama, dan keberagamaan.

2) *Ideology*

Aspek *Ideology* didefinisikan sebagai kepercayaan yang dimiliki seseorang yang berkaitan dengan keberadaan dan makna kehidupan serta pengalaman spiritual, serta berperan dalam membentuk keyakinan dan nilai-nilai yang dipercaya. Aspek ini meliputi keyakinan pada agama yang dianut, yang mempengaruhi perilaku dan keputusan seseorang dalam hidupnya.

3) *Public Practice* (Ibadah Publik)

Aspek *Public Practice* adalah ibadah yang dilakukan seseorang dan ditunjukkan dalam partisipasinya dalam upacara dan ritual keagamaan.

⁷⁷ Huber dan Huber.

4) *Private Practice* (Ibadah Probadi)

Aspek *Private Practice* mencakup ibadah seseorang yang ditunjukkan dengan mencurahkan dirinya pada Tuhan dalam ibadah dan aktivitas keagamaan lainnya secara sendiri.

5) *Religious Experience* (Pengalaman Beragama)

Aspek ini memengaruhi pengalaman seseorang yang memiliki kontak langsung dengan Tuhan. Hal ini berdampak pada bagaimana emosi mereka, serta pada pengalaman tentang keindahan, keselarasan, dan kebaikan di dunia lain. Hal ini juga menyebabkan konflik moral dan ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

d. Dimensi Religiusitas

Jika kita menelaah lebih jauh, agama-agama di dunia memiliki pandangan yang beragam. Misalnya, umat nasrani yang secara teratur dalam perjamuan kudus. Bagi muslim, hal ini tentu sangat asing. Demikian juga, saat terdapat kewajiban bagi seorang muslim untuk pergi haji jika mampu adalah sesuatu yang asing bagi umat nasrani. Contoh lain, umat hindu yang meyakini bahwa daging sapi tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi, sedangkan umat muslim tidak dibolehkan untuk mengonsumsi daging babi. Hal-hal seperti ini merupakan keberagaman religiusitas terhadap dimensi keagamaan masing-masing. Glock dan Stark menyebut bahwa terdapat dimensi-dimensi religiusitas yaitu sebagai berikut:

- 1) *Religious belief*, yakni tingkat penerimaan seseorang terkait adanya Tuhan yang dogmatis dalam agamanya.
- 2) *Religious practice*, yakni tingkat pelaksanaan akan kewajiban ritual keagamaannya.
- 3) *Religious feeling*, yakni tingkat perasaan yang dirasakan dalam pengalamannya, misalnya merasa dekat dengan Tuhan karena doanya dikabulkan.
- 4) *Religious effect*, yakni tingkat perilaku seseorang dalam kehidupan sosialnya karena dipengaruhi oleh ajaran agamanya.
- 5) *Religious knowledge*, yakni tingkat pengetahuan seseorang terkait ajaran agamanya.⁷⁸

Berdasarkan hal tersebut, Huber dan Huber memiliki penjelasan terkait interaksi antara dimensi inti yang didefinisikan secara sosiologis dan sistem konstruksi keagamaan pribadi secara psikologis dapat dipaparkan sebagai berikut:⁷⁹

- 1) Menurut perspektif sosiologi, dimensi intelektual mengacu pada harapan sosial seseorang yang religius karena mereka memiliki pengetahuan agama dan dapat menjelaskan pandangan mereka tentang agama, transenden, dan religiusitas. Namun, dalam sistem konstruk pribadi yang

⁷⁸ Stark dan Glock, *American Piety: The Nature of Religious Commitment*.

⁷⁹ Huber dan Huber, "The Centrality of Religiosity Scale (CRS)."

religius, aspek intelektual diwakili sebagai ketertarikan, keterampilan, hermeneutika, gaya berpikir, dan interpretasi, yang menghasilkan pengetahuan yang sistematis. Frekuensi berpikir tentang masalah religius adalah indikator umum dimensi intelektual. Hal ini menunjukkan seberapa sering materi religius diperbarui melalui media pemikiran, yang menyebabkan aspek intelektual pribadi muncul.

- 2) Dalam perspektif sosiologi, dimensi ideologi merujuk pada harapan sosial bahwa orang-orang yang religius memiliki keyakinan tentang eksistensi, esensi, dan hubungan antara hal transenden dengan manusia. Di sisi lain, dalam sistem konstruk pribadi yang religius, dimensi ini digambarkan sebagai pola-pola yang dapat diterima dan keyakinan yang tidak dipertanyakan. Indikator umum untuk dimensi ini hanya berkonsentrasi pada elemen yang dapat diterima dari realitas transenden, seperti sejauh mana seseorang percaya pada keberadaan Tuhan atau entitas ilahi lainnya.

- 3) Menurut perspektif sosiologi, dimensi ibadah publik (*public practice*) merujuk pada harapan sosial bahwa orang-orang yang religius tergabung ke komunitas religius. Hal ini ditunjukkan dalam partisipasi publik dalam kegiatan komunal dan ritual agama. Namun, dalam sistem pembangunan pribadi.

e. Pengukuran Religiusitas

Sebenarnya, beberapa peneliti di Indonesia telah berusaha untuk meningkatkan skala religiusitas Islam. Sebagian besar penelitian tentang variabel religiusitas di Indonesia menggunakan perspektif psikologi serta ide-ide yang dikembangkan oleh Glock dan Stark. Menurut Glock dan Starck, konstruk religiusitas terdiri dari lima dimensi: intelektual, ideologi, ritualistik, pengalaman, pengamalan, dan ajaran. Menurut perspektif teori psikologi kepribadian, Huber dan Huber menganggap struktur sistem religiusitas personal sebagai entitas psikologis yang menggabungkan dimensi-dimensi utama.⁸⁰ Keberadaan instrumen pengukuran religiusitas yang reliabel dan valid tentu sangat diperlukan untuk penelitian di wilayah Indonesia dengan jumlah penduduk beragama muslim sebanyak 273,32 juta orang.⁸¹

Penelitian ini mengadaptasi skala instrumen pengukuran religiusitas dari Huber dan Huber yang dikenal sebagai *The Centrality of Religious Scale (CRS)*. Bentuk dari dasar skala ini terdiri dari 15 butir (CRS-15) dan 10 item (CRS-10), dan 5 butir (CRS-5). Ketiga versi skala ini dapat digunakan pada sampel beragama Yahudi, Kristiani, dan Islam.⁸²

⁸⁰ Lisy Chairani dkk., "Uji Validitas Konstruk The Centrality of Religiosity Scale (CRS-15) Pada Sampel Muslim," *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi* 4, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.24014/pib.v4i2.22609>.

⁸¹ Chairani dkk.

⁸² Huber dan Huber, "The Centrality of Religiosity Scale (CRS)."

4. Intensitas Mengakses Media Dakwah dan Religiusitas terhadap Perilaku Moderasi Beragama

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.⁸³

Dalam konteks perilaku moderasi beragama, dua faktor penting yang dapat mempengaruhi adalah intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas. Media dakwah berfungsi sebagai norma subjektif, sementara religiusitas mempengaruhi sikap individu terhadap perilaku moderasi beragama.

Media dakwah berperan sebagai norma subjektif karena ia menyebarkan pesan-pesan dan nilai-nilai keagamaan yang membentuk persepsi individu tentang harapan sosial dan tekanan dari masyarakat atau komunitas religius mereka. Intensitas mengakses media dakwah dapat mempengaruhi sejauh mana individu merasa terpengaruh oleh norma-norma sosial yang disampaikan melalui media tersebut. Jika media dakwah menekankan pentingnya moderasi beragama, individu yang sering mengaksesnya cenderung merasakan tekanan sosial untuk mempraktikkan moderasi sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.

⁸³ Zuan Mareta Sari dan Putu Prima Wulandari, "Pengaruh Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan PEER-TO-PEER LENDING (Studi Kasus pada Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah FEB* 7, no. 2 (2019).

Sebaliknya, religiusitas mencerminkan sikap individu terhadap perilaku berdasarkan keyakinan dan nilai-nilai keagamaan mereka. Religiusitas yang tinggi dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap moderasi beragama, terutama jika ajaran agama yang diikuti mendukung prinsip-prinsip moderasi, toleransi, dan keseimbangan. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi mungkin melihat moderasi beragama sebagai perilaku yang sesuai dan positif, yang sejalan dengan ajaran agama mereka.

Dalam TPB, sikap terhadap perilaku merupakan salah satu komponen yang menentukan niat individu untuk melakukan suatu perilaku. Jika religiusitas individu mendorong sikap positif terhadap moderasi beragama, maka mereka lebih cenderung untuk menunjukkan perilaku moderat dalam praktik keagamaan mereka. Dengan kata lain, individu yang merasa bahwa moderasi adalah bagian penting dari keyakinan agama mereka akan lebih mungkin untuk mengadopsi perilaku tersebut.

Media dakwah, sebagai norma subjektif, memberikan pesan tentang apa yang diharapkan oleh masyarakat dan komunitas religius. Jika media dakwah secara konsisten menyampaikan pentingnya moderasi beragama, hal ini dapat memperkuat norma sosial dan menciptakan harapan bahwa perilaku moderat adalah sesuatu yang diterima dan didorong dalam komunitas. Individu yang merasakan

tekanan sosial dari media dakwah mungkin merasa lebih terdorong untuk mempraktikkan moderasi beragama.

Kombinasi antara sikap positif terhadap moderasi beragama yang dipengaruhi oleh sikap religiusitas dan norma subjektif yang dipengaruhi oleh media dakwah dapat membentuk niat individu untuk bertindak secara moderat. Individu yang mengakses media dakwah secara intensif dan memiliki tingkat religiusitas yang tinggi kemungkinan besar akan memiliki sikap yang mendukung moderasi beragama, serta merasa didorong untuk mempraktikannya.

Secara keseluruhan, TPB menunjukkan bahwa kedua faktor media dakwah sebagai norma subjektif dan religiusitas sebagai sikap berkontribusi pada perilaku moderasi beragama dengan cara yang saling melengkapi. Media dakwah membentuk persepsi sosial tentang moderasi, sedangkan religiusitas membentuk sikap individu terhadap perilaku tersebut. Dengan meningkatnya intensitas akses media dakwah dan religiusitas yang mendalam, individu diharapkan akan memiliki niat yang lebih kuat untuk mengadopsi perilaku moderasi beragama. Ini karena mereka merasa bahwa moderasi adalah nilai yang didorong oleh norma sosial dan juga sejalan dengan keyakinan pribadi mereka.

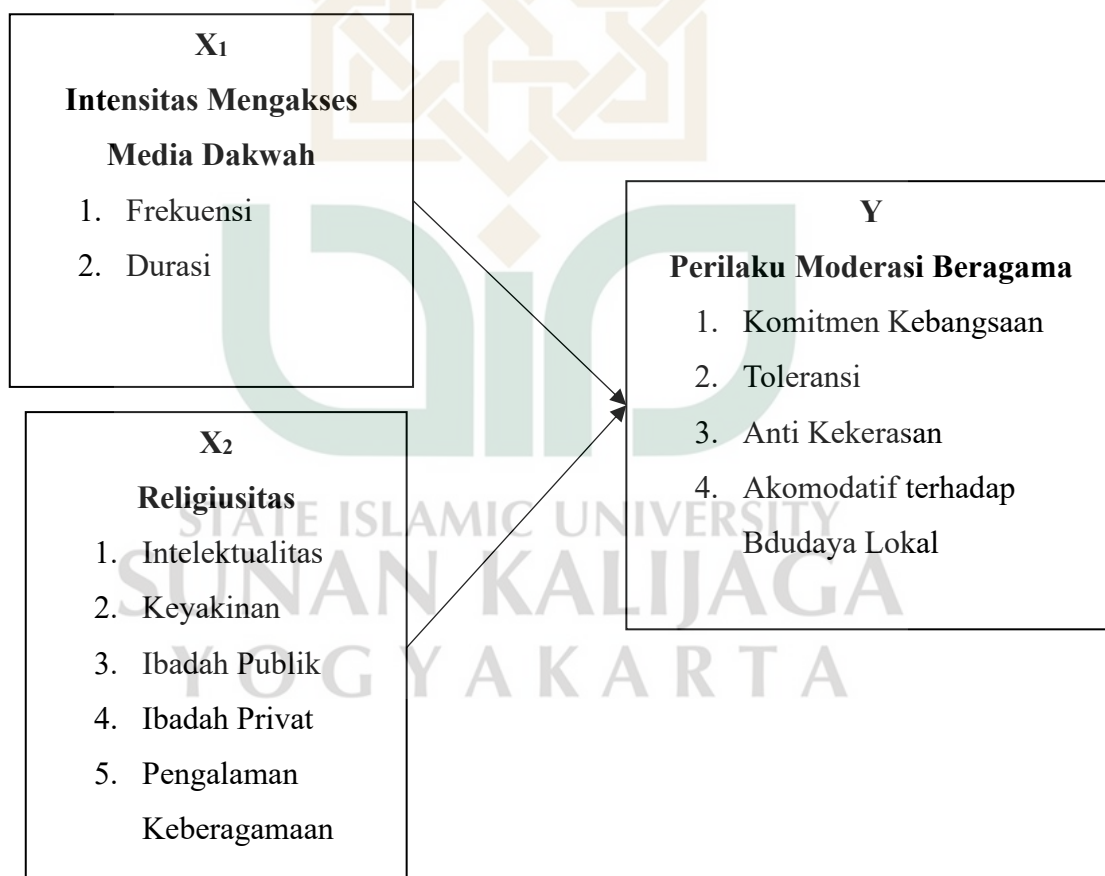
Dalam implementasinya, penting untuk mempertimbangkan bagaimana media dakwah dapat dirancang untuk mendukung moderasi beragama dan bagaimana religiusitas individu dapat dimanfaatkan untuk memperkuat sikap positif terhadap moderasi. Upaya untuk

meningkatkan keduanya dapat membantu dalam mempromosikan perilaku moderasi beragama yang lebih luas di masyarakat.

G. Kerangka Berpikir

Berdasarkan hubungan setiap variabel yang tertera di atas, maka penulis membuat gambaran kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 2 : Kerangka Berpikir



H. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata "*hypo*", yang berarti "kurang", dan "*thesis*", yang berarti "pendapat". Oleh karena itu, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat yang kurang, yang berarti bahwa itu adalah pernyataan yang belum tentu benar dan harus diuji terlebih dahulu karena sifatnya yang sementara.⁸⁴ Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dikatakan jawaban sementara, karena jawaban yang dinyatakan hanya berdasarkan pada teori. Namun, dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat alasan penting untuk menggunakan hipotesis yaitu sebagai berikut 1) Untuk sebagai piranti kerja teori, yaitu untuk menjelaskan permasalahan yang akan diteliti. 2) Untuk diuji dan ditunjukkan kemungkinan benar atau tidak benar penelitian yang akan dilakukan. 3) Hipotesis adalah alat yang besar dayanya untuk memajukan pengetahuan karena membuat ilmuwan dapat keluar dari dirinya sendiri, artinya dengan cara yang terbebas dari nilai subjektivitas penelitiannya.⁸⁵

Adapun Hipotesis dalam penulisan ini, yaitu sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh intensitas mengakses media dakwah terhadap perilaku moderasi beragama secara positif dan signifikan.

⁸⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis: Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), 28.

⁸⁵ Hamdan Daulay dkk., *Pedoman Penulisan Tesis* (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022).

H2 : Terdapat pengaruh religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama secara positif dan signifikan.

H3 : Terdapat pengaruh intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama secara positif dan signifikan.

I. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar penulisan tesis ini terdiri dari lima bab dan dari setiap bab terdapat sub bab. Setiap bab memiliki batasan masing-masing yang saling berhubungan satu sama lain. Pembahasan tersebut ditulis secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum terkait permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan sistematika pembahasan.

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan penjelasan metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini memuat terkait subjek penelitian yang meliputi gambaran umum generasi Z di Bumirejo, Lendah, Kulon Progo.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini memuat penjelasan terkait hasil penelitian yakni deskripsi data responden, uji validitas dan uji reliabilitas, hasil analisis data, serta pembahasan dan jawaban atas rumusan masalah yang ditertera di bab sebelumnya.

BAB IV PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan keseluruhan atas hasil yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dengan ditambah saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang menganalisis pengaruh intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama, hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel intensitas mengakses media dakwah (X^1) secara parsial, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku moderasi beragama (Y). Selain itu dapat diketahui juga nilai koefisien regresi variabel intensitas intensitas mengakses media dakwah bernilai negatif (-) sebesar 0,087 maka dapat dikatakan bahwa jika variabel intensitas mengakses media dakwah meningkat, variabel perilaku moderasi beragama juga menurun, begitu juga sebaliknya.
2. Variabel religiusitas (X^2) secara parsial, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku moderasi beragama (Y). Selain itu, berdasarkan hasil uji statistik dapat diketahui nilai koefisien regresi variabel religiusitas bernilai positif (+) sebesar 0,633, maka dapat dikatakan bahwa jika variabel religiusitas meningkat maka variabel perilaku moderasi beragama juga meningkat, begitu juga sebaliknya.

3. Variabel intensitas mengakses media dakwah (X^1) dan variabel religiusitas (X^2) secara simultan, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku moderasi beragama (Y). Pengaruh intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas terhadap perilaku moderasi beragama gen Z Kulon Progo adalah kaum muda yang bisa mengetahui ajaran Islam yang dikemas dengan tampilan menarik dan moderat dari segi penyampaian yang dapat menghibur serta mengedukasi dengan baik. Oleh karena itu, generasi Z dapat membuka pikiran sehingga dapat mempersiapkan hal-hal yang harus dilakukan dalam mengimplementasikan moderasi beragama yang lebih baik.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari kesimpulan di atas, terdapat saran dari peneliti yang disampaikan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap perilaku moderasi beragama, selain itu dapat diketahui juga nilai koefisien regresi variabel intensitas mengakses media dakwah bernilai negatif (-) sehingga jika variabel intensitas mengakses media dakwah meningkat, variabel perilaku moderasi beragama juga menurun, begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan memilah dengan kajian dakwah yang baik.

Selain itu, nilai koefisien regresi variabel religiusitas bernilai positif (+) sehingga jika variabel religiusitas meningkat maka variabel perilaku moderasi beragama juga meningkat, begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, masyarakat sebaiknya untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan keagamaan masing-masing.

2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat selisih dari hasil persamaan regresi sebesar 29,6% ($100\% - 70,4\%$), sehingga terdapat variabel lain yang mempengaruhi perilaku moderasi beragama selain intensitas mengakses media dakwah dan religiusitas. Maka dari itu, saran bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan konsep hampir serupa dengan penelitian ini, diharapkan untuk lebih mengeksplorasi kembali agar memiliki hasil penelitian yang lebih relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Zakaria. *Theory Planned Behavior, Masihkah Relevan?* Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2010.
- Afwadzi, Benny, dan Miski. "Religious Moderation in Indonesian Higher Educations: Literature Review." *Ulul Albab: Jurnal Studi Islam* 22, no. 2 (2021): 203–31. <https://doi.org/10.18860/ua.v22i2.13446>.
- Ahmad, Jumal. *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Aji, M Rosseno. "Setara Kecam Aksi Penutupan Patung Bunda Maria di Kulon Progo." Nasional. Kulon Progo: Tempo, 24 Maret 2023. <https://nasional.tempo.co/read/1706512/setara-kecam-aksi-penutupan-patung-bunda-maria-di-kulon-progo>.
- Ajzen, Icek. *Attitude, Personalitiy, and Behavior*. 2 ed. New York: Open University Press, 2005.
- . *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Precesses, 1991.
- Ali, H. Baharuddin. "Tugas dan Fungsi Dakwah Dalam Pemikiran Sayyid Quthub." *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1 (2014). <https://doi.org/10.24252/jdt.v15i1.343>.
- Aminuddin. "Media Dakwah." *Al Munzir* 9, no. 2 (2016). <http://dx.doi.org/10.31332/am.v9i2.786>.
- An-najar, Amir. *Psikoterapi Sufistik: Dalam Kehidupan Modern*. 1 ed. Jakarta: Hikmah, 2004.
- Ardiansyah, Risnita, dan M. Syahrani Jailani. "Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pPada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif." *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.
- Arrosyid, Afif, dan Eko Priyojadmiko. "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dengan Religiusitas dan Niat sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat." *Quranomic Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.37252/jebi.v1i1.191>.

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. "Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024." *APJII*, 2024.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Revisi. Jakarta: Kencana, 2017.
- Azwar, Muhammad. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian 1*. Jakarta: Pustaka Binamas Pressindo, 2018.
- BPS Kulon Progo. "Kabupaten Kulon Progo Dalam Angka 2024." *Badan Pusat Statistik Kulon Progo* 40 (2024). <https://kulonprogokab.bps.go.id/>.
- Chairani, Lisyia, Supra Wimbarti, Subandi, dan Sunu Wibirama. "Uji Validitas Konstruk The Centrality of Religiosity Scale (CRS-15) Pada Sampel Muslim." *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi* 4, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.24014/pib.v4i2.22609>.
- Daradjat, Zakiah. *Ilmu Jiwa Agama*. 17 ed. Jakarta: Bulan Bintang, 2005.
- Darhim. *Workshop Matematika*. 1 ed. Vol. Modul 1. Dasar-Dasar Pengetahuan tentang Media Pembelajaran Matematika. Tangerang Selatan: Perpustakaan Digital Universitas Terbuka, 2016.
- Daulay, Hamdan. "Kebijakan Kerukunan Multikultur dalam Merajut Toleransi Umat Beragama (Studi atas Pemolisian Kasus Azan di Tanjung Balai Sumatera Utara)." *Jurnal Tadbir* 1, no. 2 (2019): 297–320. <https://doi.org/10.24952/tad.v1i2.1980>.
- Daulay, Hamdan, Khadiq, Muchamad Choirudin, dan Aries Hadi Setyanto. *Pedoman Penulisan Tesis*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022.
- Daulay, Hamdan, dan Evi Septiani. "Komunikasi dan dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja." *Kalijaga Journal of Communication* 2, no. 1 (2020): 17–32. <https://doi.org/10.14421/kjc.21.02.2020>.
- Elvina, Siska Novra, Randi Saputra, dan Wanda Fitri. "Strategi Dakwah Husein Ja'far al Hadar terhadap Generasi Z di Indonesia." *Al IMAM Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2022): 13–24. <https://doi.org/10.15548/jmd.v5i2.5036>.
- Fahrurrozi, Faizah, dan Kadri. *Ilmu Dakwah*. 1 ed. Jakarta Pusat: Prenada Media Group, 2019.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. 8 ed. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2016.

- . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hadinata, Eko Oktapiya. *Religiusitas dan Adversity Qoutient Studi Kasus Jama'ah Majelis Zikir Az-Zikra Bogor*. Tangerang Selatan: Young Progressive Muslim, 2015.
- Hartani, Mallia, dan Soni Akhmad Nulhaqim. "Analisis Konflik Antar Umat Beragama di Aceh Singkil." *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 2, no. 2 (2020): 93–99.
- Hidayat, Addib Wahyu, Ahmad Najeri, Nadia Mei Safitri, Noorhikmah Maulina, dan Nor Azizah. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Untuk Mengantisipasi Kerawanan Sosial Generasi Z." *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 1, no. 6 (2022). <https://doi.org/10.55606/religion.v1i6.36>.
- Huber, Stefan, dan Odilo W Huber. "The Centrality of Religiosity Scale (CRS)." *Religions* 3, no. 3 (2012). <https://doi.org/10.3390/rel3030710>.
- Judhita, C. "Hubungan Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook terhadap Perilaku Remaja di Kota Makassar." *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM* 13, no. 1 (2011).
- Kadji, Yulianto. *Metode Penelitian Ilmu Administrasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Katadara Insight Center, dan Kominfo. *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*. Jakarta Pusat: Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022.
- Kementerian Agama RI. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Kushardiyati, Dessy, Zaenal Mutaqin, dan Aulia Sholichah Iman Nurchotimah. "Tren Konten Dakwah Digital oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok di era Pandemi Covid-19." *Orasi Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021).
- Kusumawati, Silviana Putri, Nafi'atun Nihaya, Hanafi Nurhuda Avicena, dan Dani Alamsyah. "Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z." *Al-Insan Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (2022): 1–14.
- Kuswana, dan Sunaryo Wowo. *Biopsikologi Pembelajaran Perilaku*. Bandung: Alfabeta, 2014.

- Latifa, Rena, Muhammad Fahri, dan Naufal Fadhil Mahida. "Alat Ukur Sikap Moderasi Beragama." *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* 1, no. 1 (2021): 1.
- Lutia, Jemima Meisyah, dan Ira Dwi Mayangsari. "Pengaruh New Media Terhadap Motivasi Berdonasi Melalui Rumah Zakat Kota Bandung." *e-Proceeding of Management Telkom University* 6, no. 2 (2019): 51–66.
- Mahmudah. "Korelasi Literasi Budaya dan Literasi Digital Terhadap Moderasi Beragama Pada Siswa Jenjang Madrasah Aliyah di Kota Madiun." Master Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021.
- Mahyarni. "Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)." *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (2013). <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Manuntung, Alfeus. *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi*. Malang: Wineka Media, 2018.
- Maulina, Nur Adilla. "Pengaruh Intensitas Menonton Progam Youtube Channel Wirda Mansur terhadap Motivasi Membaca Al-Qur'an Subscriber." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.216>.
- Mazidah, Nur. "Relijiusitas dan Perubahan Sosial dalam Masyarakat Industri." *Jurnal Sosiologi Islam* 1, no. 1 (2011).
- McLaughlin, Christopher, dan Simon Stephens. "The Theory of Planned Behavior the Social Media Intentions of SMEs." *Irish Academy of Management*, no. Economics (2015).
- Mustaniruddin, Ahmad. "Paradigm Shift in The Interpretation of Religious Moderation in Indonesia: A Review of Some Indonesian Mufassir." *Al-Wasatiyyah: Journal of Religous Moderation* 2, no. 1 (2023): 71–94.
- Nabila, Weny Maulida, Silmi Fadhilatunnisa, Muhammad Irgi Alamsyah, dan Meity Suryandari. "Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda)." *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 9–21. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.145>.
- Negara, GD. Yuko Ardi. "Determinan Niat Beli Produk Halal pada Komunitas Non-Muslim: Implementasi Teori Perilaku Terencana." *Universitas Atma Jaya Yogyakarta Thesis* (2018).
- Nur, St. Rabiyyatul Adawiah, Arifuddin Tike, dan Kamaluddin Tajibu. "Pengaruh Literasi Media dan Perubahan Sikap terhadap Moderasi Beragama Generasi Milenial Kabupaten Bone." *Jurnal Mercusuar* 3, no. 3 (2022).

- Parhan, Muhammad, Aulia Khaerunnisa, Muhammad Syamsudin Umar, dan Syifa Hanifa. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI." *Hikmah : Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam* 16, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.24952/hik.v16i1.4537>.
- Pute, Jimmi Pindan, Nasib Tua Lumban Gaol, Herrio Tekdi Nainggolan, Melina Agustina Sipahutar, Andrianus Nababan, dan Josua Angret Panggabean. "Kontribusi Generasi Z Dalam Membangun Moderasi Beragama Melalui Literasi Digital di Abad Ke-21." *Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan* 23, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.32795/ds.v23i1.4073>.
- Ramdhini, Via Carviola, dan Ahmad Fatoni. "Pengaruh Intensitas Menonton Video Youtube dan Kredibilitas Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video 'Wardah InstaPerfect Review Tutorial Swatches')." *Scriptura Jurnal Ilmiah Komunikasi* 10, no. 2 (2020).
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. 1 ed. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Saliyo. "Pengaruh Religiusitas Jamaah Masjid Az-Zuhud Petanahan Kebumen Terhadap Perilaku Toleransi Beragama dengan Kepribadian yang dimilikinya." *INFERENSI Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 12, no. 1 (2018). <http://dx.doi.org/10.18326/infsl3v12i1.65-84>.
- Salsabila, Helminia, Devi Sintya Yuliasuty, dan Nur Halimah Silviatus Zahra. "Peran Generasi Z dalam Moderasi Beragama di era Digital." *Al-Adyan Journal of Religion Studies* 3, no. 2 (2022): 118–28. <https://doi.org/10.15548/al-adyan.v3i2.4814>.
- Sari, Zuan Mareta, dan Putu Prima Wulandari. "Pengaruh Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan PEER-TO-PEER LENDING (Studi Kasus pada Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah FEB* 7, no. 2 (2019).
- Shihab, M. Quraish. *Wasathiyyah: Wawasan Islam tentang Moderasi Beragama*. 2 ed. Tangerang: Lentera Hati, 2019.
- Stark, Rodney, dan Charles Y Glock. *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. 1 ed. California: University of California Press, 1968.
- Subagia, Bahrin. *Fikih Dakwah & Pemikiran Dakwah di Indonesia*. Bogor: Pustaka Melek, 2013.
- Subchi, Imam, Zulkifli, Rena Latifa, dan Sholikatus Sa'diyah. "Religious Moderation in Indonesian Muslims." *Religions* 13, no. 451 (2022). <https://doi.org/10.3390/rel13050451>.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Vol. 2. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suharto, Toto. “Tingkat Pemahaman Islam Moderat Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Arab Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Surakarta.” *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 2017. <https://doi.org/DOI:10.13140/RG.2.2.21189.50406>.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. 1 ed. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Suryantoro. “Moderasi Beragama Memperkuat Kerukunan Umat Beragama.” Kulon Progo: Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kulon Progo, 2022. <https://kesbangpol.kulonprogokab.go.id/detil/615/moderasi-beragama-memperkuat-kerukunan-umat-beragama-di-kabuapten-kulon-progo>.
- Syah, Ahmad Maujuhan. “Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA Al Muhtadi Sedangagung.” *Jurnal Komunikasi da Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2019).
- Syahputra, Andrian Wira, dan Hendrik A.E Lao. “Pengaruh Aspek Religiusitas Terhadap Konsep Moderasi Beragama Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Berbasis Agama di Kota Kupang.” *Jurnal Dedikasi Pendidikan* 7, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.30601/dedikasi.v7i1.3558>.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1983.
- Thouless, Robert H. *Pengantar Psikologi Agama*. Diterjemahkan oleh Machnun Husein. 1 ed. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Trilaksono, Bobby Hartono. *Pengaruh Akses Dakwah Media Terhadap Pemahaman Moderat di Era Milenial*. Tesis. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Tuasikal, Rahmat Fitrah. “Hubungan antara Intensitas Komunikasi Interpersonal dengan Agresivitas.” *Jurnal Psikologika* 13, no. 25 (2008).
- Widyanani, Nilan. *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.
- World Population Review. “Muslim Majority Countries 2024.” *World Population Review* Country Rankings (2024).

<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-majority-countries>.

Zaini, Ahmad. "Dakwah Melalui Internet." *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2013).

