

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@NUONLINEJOMBANG TERHADAP TINGKAT RELIGIUITAS PC IPNU-
IPPNU JOMBANG**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri
Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Memperoleh**

Gelar Sarjana Strata 1

Oleh :

Muhammad Sholahuddin

NIM 20102010005

Pembimbing

Dr. H. M. Kholili, M.Si.

NIP 1959048 198503 1 005

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-997/Un.02/DD/PP.00.9/07/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@NUONLINEJOMBANG TERHADAP TINGKAT RELIGIUSITAS PC IPNU-IPPNU
JOMBANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD SHOLAHUDDIN
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010005
Telah diujikan pada : Selasa, 30 April 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 668277b8a42c3



Penguji I

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

Valid ID: 66818b5aba6b0



Penguji II

Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.
SIGNED

Valid ID: 667d6e0026687



Yogyakarta, 30 April 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 668b42fd3dce0



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum wr.wb.

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

Nama : Muhammad Sholahuddin
NIM : 20102010005
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Proposal : Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @nuonlinejombang Terhadap Religiusitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang

Selanjutnya dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 11 Juni 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Nanang Mizwar H. S.Sos, M.Si
NIP. 19840307 201101 1 013

Dosen Pembimbing,

Dr. H. M. Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sholahuddin
NIM : 20102010005
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @nuonlinejombang Terhadap Religiusitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Muhammad Sholahuddin
NIM 20102010005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur atas kehadiran Allah SWT dan Sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Peneliti mempersembahkan skripsi ini dengan kerendahan hati teruntuk orang tua saya yakni Bapak Zainul Arifin,S.Ag.,M.Pd. dan Ibu Nur Afifah M.Pd. yang selalu memberikan support dan semangat kepada peneliti baik berupa materi maupun kasih sayang, tak lupa kepada kakanda saya Lathifatul Firdaus S.Pd.I. dan juga Adek saya Ahmad Mutawakkil yang selalu memberikan dukungan kepada penulis. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan umur, dan kebahagiaan kepada kalian semua, *Aamiin ya rabbal'aalamiin.*

Saya juga mempersembahkan skripsi ini untuk kepentingan dunia akademis, terutama dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“ Dan Bersabarlah, Sesungguhnya Janji Allah itu Benar”

(Q.S Ar-Ruum : 16)

Maka Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap."

(Q.S Al-Insyirah 6-8)

“Bukan aku yang kuat,
Tapi do’a orang tuaku yang sangat Hebat”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'aalamiin

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt. atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul *"Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @nuonline Jombang Terhadap Religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang"* telah selesai dengan baik. Tidak lupa sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya.

Skripsi dengan judul *"Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @nuonline Jombang Terhadap Religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang"* merupakan hasil dari rasa keingintahuan peneliti dan dorongan untuk menambah wawasan dalam penerapan ilmu-ilmu yang telah peneliti dapatkan selama menjadi mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Sehingga, skripsi ini disusun untuk menjadi bahan diskusi dan pembelajaran dalam program studi dan keilmuan yang terkait.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dorongan. Maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sangat mendalam kepada

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. . Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan arahan, bimbingan, waktu, dan pikirannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si. selaku dosen penasihat akademik yang sejak awal perkuliahan sudah membimbing dan mengarahkan terkait akademis peneliti.
6. Semua Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, terima kasih tak terhingga Bapak dan Ibu karena sudah sabar memberikan ilmu, pengalaman dan waktunya.
7. Terimakasih kepada orang tua yang juga sosok pahlawan, panutan, dan juga pintu surgaku, ayahanda Zainul Arifin,S.Ag.,M.Pd. dan Umi Nur Afifah, M.Pd. yang mana walaupun selalu sibuk dengan urusam nya, tapi selalu memberikan motivasi dan selalu melangitkan do'anya dimanapun mereka berada, memberikan semua dukungan baik materil maupun moril. Terimakasih kepada ayah dan umi yang selalu memberikan nasehat dan semangat ketika aku mulai kehilangan semangat. Terimakasih ayah umi sudah mendidik dan membimbing hingga sampai di tahap ini. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan umur hingga ayah umi melihat anak-anaknya sukses semua.

8. Kepada kakak dan adek saya. Lathifatul Firdaus, S.Pd.I dan Ahmad Mutawakkil yang selalu memberikan support dalam berbagai bentuk dan dimanapun mereka berada. Semoga kita bisa bersama-sama terus hingga tua.
9. Terimakasih juga kepada keluarga besar Bani Mahmud terutama Cucu Abah yang selalu memberikan motivasi dan bimbingannya, juga menemani penulis via online maupun offline ketika penulis mengalami kebuntuan pikiran.
10. Terimakasih kepada seluruh teman-teman Program Studi Komunikasi Penyiaran islam yang telah kebersamai penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir. Semoga kalian di berikan kemudahan dalam seluruh urusannya.
11. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah bisa menyelesaikan penelitian ini walaupun harus bolak balik Jombang-Jogja selama mengerjakannya, terimakasih sudah kuat dan selalu semangat walaupun selama pengerjaan banyak halangan dan masalah pada saat pengerjaannya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Muhammad Sholahuddin, NIM 20102010005, 2024, *Pengaruh mengakses akun instagram @nuonlinejombang terhadap religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Teknologi yang semakin maju, kecepatan data yang semakin kencang, membuat internet tidak lagi hanya jadi pelengkap kehidupan tetapi menjadi hal yang fundamental yang menopang kehidupan. Salah satu media yang populer di masyarakat terutama remaja adalah Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada dampak/pengaruh positif mengakses akun instagram @nuonlinejombang terhadap kehidupan religius Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, yang mana penelitian ini berkaitan dengan data-data angka yang diolah menggunakan SPSS, untuk populasinya adalah Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang. yang mana pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan nilai α sebesar 5% dengan populasi total 250 orang maka di dapat hasil sebanyak 72 orang sebagai sample, sampel pada penelitian ini diambil menggunakan random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesionare/angket dengan skala likert sebagai alat ukur penilaian, teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan 2 teknik. Menggunakan regresi linear sederhana dan Anova. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, Adanya pengaruh mengakses akun instagram nuonlinejombang terhadap tingkat religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang dengan melihat nilai Sig di tabel coefficient sebesar $0,025 < 0,05$ dan terdapat pengaruh positif media sosial terhadap kehidupan religius dengan melihat tabel coefficient sebesar $t_{hitung} 2.294 > t_{tabel} 1,994$. sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Mengakses akun instagram @nuonlinejombang (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang (Y). kedua, ditemukan pengaruh Intensitas mengakses akun insragram @nuonlinejombang terhadap religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU sebesar 07.0 % dan 93.0% adalah faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Pengaruh, Media Sosial, Kehidupan Religius.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	i
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	2
A. LATAR BELAKANG	2
B. POKOK MASALAH DAN RUMUSAN MASALAH	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
D. Kajian Terdahulu	11
E. KERANGKA TEORI	15
1. Intensitas	15
2. Media Sosial	17
3. Instagram	20
4. Fitur Instagram	21
5. Religiuitas	25
6. Teori S-R (Stimulus- Respon)	31
7. Pengaruh Mengakses Akun Instagam Terhadap Religiuitas	37
8. Kerangka pemikiran	38
F. HIPOTESIS	40
G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	41
BAB II METODOLOGI PENELITIAN	43
BAB III GAMBARAN UMUM	68
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	84
BAB V PENUTUP	100
Daftar Pustaka	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Teknologi memiliki peran penting dalam dunia komunikasi, komunikasi dirasakan menjadi lebih mudah dengan berkembangnya teknologi komunikasi, yang mana komunikasi di masa awal adalah dengan bertatap muka lalu berkembang melalui media yang masih sederhana atau yang biasa kita sebut dengan media analog hingga akhirnya berkembang menjadi komunikasi digital. Teknologi komunikasi saat ini berkembang sangat pesat. Pada abad ke-20. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah internet, sejak munculnya internet semua orang dapat berkomunikasi dengan mudah dan cepat walaupun berada dalam jarak yang jauh. Internet sendiri merupakan kepanjangan dari *interconnected networking*.

Kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi melahirkan sebuah media baru yang biasa kita sebut sebagai New Media. Salah satunya adalah media sosial, Media sosial sendiri merupakan sebuah teknologi web yang membuat para penggunanya dapat berkomunikasi dan berbagi informasi dan membentuk sebuah kelompok secara virtual, sehingga dapat menyebarkan berbagai konten yang mereka hasilkan¹. Dalam media sosial kita dapat menemukan banyak hal yang dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan kita, jenis-jenis media sosial seperti *Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube Twitter, Linked in, Telegram* dan lain sebagainya. Selain memberikan berbagai macam ilmu pengetahuan Media sosial

¹ Luthfi Endi Zuhniananta, "Penggunaan Media sosial sebagai Media Komunikasi di Perpustakaan", *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol.10 No 4 Oktober (2021), Hal 38.

juga dapat memberikan pengaruh kepada penggunanya dalam hal ber perilaku, bersikap, dan kebiasaan hidup. Pengguna Instagram sendiri sebagian besar merupakan Remaja. Penelitian yang di lakukan pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Pengguna Instagram di Indonesia tercatat sebanyak 97,17 juta pengguna yang mana 38% Pengguna adalah remaja berusia 18-24 tahun, dan 29,8% lainnya berusia 24-34 tahun ². Instagra sebagai salah sat media sosial yang cukup banyak penggunanya di Indonesia akan memberikan dampak yang cukup signifikan dalam kehidupan masyarakat karna Semakin banyak pengguna sosial media di dunia, maka semakin banyak pula informasi yang akan kita dapatkan³

Salah satu *platform* media sosial yang paling populer di Indonesia pada survey 2022 adalah Instagram. Instagram menduduki peringkat ke-2 media sosial paling populer di Indonesia setelah WhatsApp⁴. Perkembangan Instagram sebagai media sosial dinilai cukup pesat karna tidak butuh waktu lama bagi Instagram untuk memberikan fitur-fitur baru yang dapat di gunakan oleh para penggunanya dan itu membuat Instagram menjadi pilihan banyak kalangan dalam bermedia sosial. Hal tersebut membuat media sosial Instagram banyak di manfaatkan sebagai wadah untuk menuangkan eksistensi, promosi, publikasi, hingga media untuk berdakwah

² Ridhwan Mustajab, “Indonesia memiliki 97,27 Juta pengguna Instagram hingga akhir 2022”, <https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022> , di akses pada tanggal 20 Oktober 2023

³ Rusli Nasrulloh, *Media sosial (prespektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), Hal. 14

⁴ Raihan Hasya, “ini 7 Media Sosial paling banyak di gunakan warga Indonesia sepanjang 2022”, <https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-iJklw>, di akses pada tanggal 19 September 2023

Salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk mendakwahkan islam adalah akun Milik Nahdlatul Ulama yang berada d jombang yakni @nuonline_jombang. Akun yang lahir pada tahun 2019 ini bisa di katakan sebagai akun yang sukses menarik minat masyarakat pengguna Insragam. Terbukti pada agustus 2023, akun ini sudah mengumpulkan lebih dari 13 ribu pengikut Instagram dengan lebih dari seribu unggahan berupa video maupun Infografis,namun mayoritas unggahannya berupa infografis⁵. Akun ini juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Story dan Instagram TV guma memaksimalkan dakwahnya melalui instagam.

Instagram juga merupakan saluran penyampaian pesan dan informasi yang dibutuhkan penggunanya, dengan Instagram yang terhubung ke internet, pengguna bisa memperoleh informasi apa saja, dimana saja dan kapan saja. Media sosial ini adalah media yang sangat dibutuhkan dan sangat membantu didalam kehidupan sehari-hari. Tersedianya informasi pada Instagram juga salah satu manfaat yang sangat besar dari aplikasi ini, khususnya pencarian informasi tentang Ilmu agama oleh para remaja. Dari informasi yang didapatkan, Instagram juga menjadi sarana untuk mempublikasikan kegiatan, barang, tempat dan dirinya sendiri. Religiuitas sendiri merupakan sesuatu yang selalu ada dan selalu dipraktekkan oleh seseorang setiap hari didalam kehidupannya.

Masa Remaja merupakan saat yang pentig dalam tumbuh kembang individu, sebagaimana disitir oleh Yusuf yang mengemukakan bahwa remaja

⁵ Akun Instagram NU Online Jombang <https://www.instagram.com/nuonlinejombang/> di akses pada tanggal 21 Oktober 2023

merupakan masa perkembangan sikap yang menentukan arah kemandirian, minat-minat seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap estetika dan perenungan moral⁶. Remaja SMA merupakan remaja Madya yang berada dalam kisaran usia antara 15-18 tahun, masa-ini sebagaimana umumnya para remaja mengalami masa pancaroba, letupan dan goncangan-goncangan⁷, oleh karna itu sangat penting bagi para remana untuk mendapatkan pendidikan agama islam untuk membantu para remaja untuk mengamalkan dan melaksanakan nilai-nilai keagamaan sebagai penguatan moral mereka.

Peran agama sangat penting dalam kehidupan masyarakat, berguna untuk mempersatukan, mengikat bahkan melestarikan serta mempunyai fungsi beraneka ragam. Jika tidak bisa disatukan dengan baik maka akan timbul perpisahan dan tercerai berai. Akibatnya akan muncul perpecahan, sikap saling menghancurkan antar masyarakat. Di dalam sebuah masyarakat, agama menjadi salah satu faktor penunjang kehidupan terutama dalam kehidupan spiritual. Kebiasaan tersebut diwarisi secara turun-temurun sehingga tidak mudah untuk dihilangkan begitu saja.

Kabupaten Jombang dengan julukan “Kota Santri” memiliki banyak sekali pondok pesantren besar dan beberapa di antaranya merupakan Pondok Pesantren yang ikut andil dalam kemerdekaan Indonesia. Kabupaten jombang Juga merupakan tempat di mana Pondok Pesantren 3 Pendiri Nahdlatul Ulama berada, yakni KH.

⁶ Syamsu Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, (Bandung : Remaja Rosda Karya:2005), Hal 14

⁷ *Ibid*, Hal. 184

Hasyim Asy'ari (Pondok pesantren Tebuireng)⁸, KH. Bisri Syansuri (Pondok Pesantren Mamba'ul Ma'arif, Denanyar) dan KH.A. Wahab Hasbullah (Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambak Beras). Sehingga ajaran Nahdlatul Ulama' di Kabupaten Jombang sangatlah kental hingga saat ini.

Di pondok pesantren ada banyak ajaran dari pondok pesantren yang di berikan kepada para santrinya selama mereka mondok. Di samping kita belajar al-Qur'an dan Hadist, para santri juga harus melakukan semua kegiatan yang sesuai dengan syari'at. Mulai dari bangun hingga tidur kembali. Mereka pun selalu di pantau oleh perngurus yang ada di dlam pondok pesantren, dan mereka akan lansung mendapatkan teguran oleh pengurus apabila melakukan khilaf, sebagai bentuk jera agar kita terbiasa melakukan hal-hal baik dan menghindari perbuatan tidak baik dan melanggar aturan agama. Pondok pesantren selain memberikan pendidikan dan pengaruh kepada para santrinya juga selalu menerjunkan para santri ke desa desa di sekitar mereka. Agar para penduduk yang tidak memiliki uang untuk memondokkan anaknya juga bisa mendapatkan ilmu agama yang memadai bagi bekal mereka selama di dunia dan di hari akhir. Akhir abad 20, sistem pendidikan pesantren terus mengalami perkembangan. Pesantren tidak lagi hanya mengajarkan ilmu agama tetapi juga mengajarkan ilmu-ilmu umum. Selain itu juga muncul pesantren-pesantren yang mengkhususkan ilmu-ilmu tertentu, seperti khusus untuk tahfidz al-

⁸ Aryo Putranto Saptohutomo, "Kilas Balik sejarah NU dan Profil Singkat Para Ulama' Pendirinya", <https://nasional.kompas.com/read/2023/02/07/08163891/kilas-balik-sejarah-nu-dan-profil-singkat-para-ulama-pendirinya?page=all#page2>, di Akses pada 20 Oktober 2023.

Qur'an, iptek, ketrampilan atau kaderisasi gerakan-gerakan Islam. Perkembangan model pendidikan di pesantren ini juga didukung dengan perkembangan elemen-elemennya. Jika pesantren awal cukup dengan masjid dan asrama, pesantren modern memiliki kelas-kelas, dan bahkan sarana dan prasarana yang cukup canggih seperti menggunakan media sosial untuk pembelajaran dan penyebaran informasi bagi remaja di luar pondok pesantren. Namun dalam pondok pesantren, pada peserta didik di larang menggunakan smartphone kecuali di waktu waktu tertentu, hal itu dilakukan agar para peserta didik dapat dengan maksimal mempelajari ajaran agama dan tidak terdoktrin oleh ajaran luar yang belum dapat diketahui kebenaran dan asal sumbernya.

Remaja di Kabupaten Jombang sendiri sudah mulai banyak terpengaruh oleh arus budaya di Sosial Media sehingga mereka sering kali mengikuti hal hal yang sedang trend, seperti berpakaian yang tidak sesuai syariat Islam dan ingin mendapatkan pujian dari banyak orang, itu menjadi tantangan tersendiri di era Digitalisasi yang mana media sosial dapat memberikan efek tersendiri dalam perilaku anak-anak. Seperti halnya dalam organisasi IPNU-IPPNU PC Jombang yang merupakan basis utama remaja *Nahdiyyin* dalam melakukan agenda keagamaan, IPNU-IPPNU PC Jombang juga sudah mulai masuk kedalam ranah Digital, yang mana mereka membantu mensyiarkan Islam dan Ajarannya melalui Instagram dengan nama akun Instagram @pcipnuippnujombang, Akun itu juga aktif memberikan informasi terbaru terkait keagamaan dan perbaikan akhlak untuk para remaja.

Dengan terus berkembangnya peran media sebagai sarana pembelajaran para remaja, penelitian mengenai bagaimana dampaknya instagram terhadap sikap religiuitas menjadi lebih relevan. Sikap sendiri merupakan respon terhadap rangsangan yang di terima dah di proses oleh otak, sehingga sika dapat di pengaruhi dan mengalami perubahan setiap kali menerima informasi atau pesan. Dalam penelitian ini di harakan dapat terungkap lebih banyak tentang bagaimana media massa terutama Instagram dapat memberikan pengaruh kepada khalayak yang notabennya lebih banyak mendapatkan ilmu secara langsung dari pada dari media sosial. oleh karena dasar tersebut.

Peneliti menggunakan Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang sebagai sampel dalam penelitian ini dengan dasar bahwa para Anggota PC IPPNU-IPPNU merupakan lulusan pondok pesantren yang cukup besar dan berpengaruh, juga mereka merupakan kader masyarakat untuk menyebarkan ajaran islam di seluruh daerah. Penulis juga ingin meneliti apakah postingan yang di berikan oleh akun @nuonlinejombang dapat meningkatkan tingkat spriritual kepada para anggota PC IPNU IPPNU kabupaten jombang.

B. POKOK MASALAH DAN RUMUSAN MASALAH

1. IDENTIFIKASI MASALAH

Identifikasi masalah mrupakan uraian yang di berikan guna melihat kompleksitas masalah untuk di formulasikan menjadi lebih

sederhana dan mudah untuk di pahami oleh pembaca⁹. Setelah pembaca melakukan survey terhadap kelompok IPNU-IPPNU yang akan di teliti, terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi, yaitu: Bagaimana Aktivitas penggunaan gadget ketika berada di posko IPNU-IPPNU pada saat ketika agenda resmi dilaksanakan maupun sesudah agenda resmi di laksanakan, dan ketika mereka mengakses beberapa media sosial seperti *whatsapp*, *Instagram*, *facebook*, *line*, dan lain sebagainya. Lingkungan posko IPNU-IPPNU yang sangat agamis mebuat para anggota IPNU-IPPNU menjadi lebih ber hati-hati dalam mengambil sikap yang akan mereka lakukan.

2. BATASAN MASALAH

Untuk memfokuskan penelitian, maka penulis akan membatasi masalah yang di teliti agar pokok pembahasannya tidak meluas. Peneliti hanya membahas tentang apakah terdapat pengaruh antara intensitas mengakses akun instagram @nuonlinejombang terhadap religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang.

3. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

⁹ Pedoman Penulisan Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga (Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014), hal.11

- a Apakah terdapat pengaruh antara intensitas mengakses akun Instagram NU Online Jombang @nuonlinejombang terhadap tingkat religiuitas para anggota PC IPNU-IPPNU ?
- b Seberapa besar pengaruh intensitas mengakses Akun Instagram @nuonlinejombang terhadap religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memdapatkan data tentang :

- a. Untuk mengetahui apakah tedapat pengaruh antara Intensitas mengakses Akun Intagram @nuonlinejombang terhadap religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang.
- b. Untuk mengukur seberapa besar perngarih yang di hasilkan dari mengalses akun instagram @nuonlinejombang terhadap religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang.

2. Kegunaan Penelitian

Sedangkan, kegunaan dari penelitian ini adalah untuk

- a Manfaat teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi ilmu untuk menambah wawasan tentang pengaruh medisa sosial bagi masyarakat dan dari berbagai sudut pandang. Selain itu penulis berharap agar penelitian ini

dapat memberikan dampak positif bagi anggota PC IPNU-IPPNU Jombang dalam meningkatkan sikap religiusitasnya.

b Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang baru terhadap ilmu pengetahuan *new media* khususnya untuk media sosial Instagram, dan diharapkan dapat membuka wawasan pembaca dalam menggunakan Instagram yang positif agar konten dan dibuat dalam memberikan dampak positif bagi para penggunanya.

D. Kajian Terdahulu

Kajian Terdahulu berisi tinjauan atas penelitian dan karya ilmiah terdahulu yang berfungsi untuk menjelaskan posisi dan titik pijak peneliti untuk penelitian sejenis yang pernah dilakukan. Kajian pustaka merupakan deskripsi hubungan antar masalah yang diteliti dengan penelitian yang sejenis dan relevan.¹⁰ Kajian pustaka pada penelitian ini, di antaranya :

Pertama, Jurnal tentang “ Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Akhlak Siswa di Sekolah” pada Mei 2023 oleh Miftahul Fikri, Nurhamzah, dan Shofia Limas Erintania. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional atau korelasi. Objek penelitiannya adalah siswa kelas XI jurusan TAV yang berada di SMK Negeri

¹⁰ *Ibid*, hlm.15

6 Bandung. Instrumen yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan angket, lembar observasi dan daftar pertanyaan untuk wawancara. Teknik penelitian ini menggunakan Deskripsi Data, Uji Normalitas dan Analisis korelasi. Hasil dari penelitian tersebut di temukan bahwa media Instagram (x) hubungan dengan akhlak mahmudah di sekolah (y) dengan hasil 5.2% dipengaruhi factor x sedangkan 94.8% di pengaruhi faktor lain.¹¹ Persamaan dan perbedaan dari penelitian ini adalah sama-sama memiliki persamaan dalam bidang yang di teliti yaitu bidang keagamaan berupa Akhlak. Sedangkan perbedaannya adalah subjek yang di teliti

Kedua, Jurnal dengan judul “ Pengaruh penggunaan *Smartphone* Terhadap Perkembangan Personal Sosial Usia Remaja di SMPN 6 Jelimpo Kal-Bar Tahun 2022” oleh Sertika Geraria Sumpa dan Asep Barkah dari STIKes Abdi Nusantara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu kuisioner atau angket. Analisa data pada penelitian ini menggunakan analisis univariate dan bivariat. Responden pada penelitian ini adalah seluruh siswa SMPN 2 Jelimpo yang bersumlah (59 orang laki laki dan 89 orang perempuan). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *smartphone* pada remaja SMPN 6 Jelimpo terdapat pengaruh yang bermakna (*significan*) antara penggunaan *smartphone* dengan

¹¹ Miftahul Fikri, Nurhamzah, Shofia Limas Erintania, “Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa di Sekolah”, Jurnal Perspektif, Vol.7 No. 1 Mei 2023, 10 Mei 2023, Page 23-33.

perkembangan personal anak usia remaja di SMPN 6 Jelimpo.¹² Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh sesuatu terhadap remaja, sedangkan perbedaannya adalah variable bebas dan terikatnya nya, yaitu pengaruh smaprtphone dan pengaruhnya terhadap anak usia remaja di MPN 6 Jelimpo.

Ketiga, Jurnal dengan Judul “Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi Pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)” yang dibuat pada tahun 2020 oleh Reni Ferlitasari, Suhandi, Allya Rosana. Penelitian ini di adakan guma mengetahui bagaimana Pengaruh yang di berikan oleh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja dengan sampel siswa SMA Perintis 1 Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner atau angket. Metode analisis data yang di gunakan adalah ujin nomalitas, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji determinasi. Untuk pengolahan ataa pada penelitian ini menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara media sosial dengna perilaku keagamaan remaja. Penelitian ini memiliki persamaan dengan variable X dan Y nya, yaitu pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan, namun terdapat perbedaan yaitu pada meotode analisis dan object penelitiannya.

¹² Sertika Geraria Sumpa dan Asep Barkah, “Pengaruh Penggunaan *Smartpone* Terhadap perkembangan Personal Sosial Usia Remaja di SMPN 6 Jelimpo”, Jurnal Pendidikan dan Konseling, Vol. 4 No. 3, 2022, page.2074-2079

Keempat, jurnal dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Moral Remaja Kelas X IPS SMAN X Koto Singkarak” Oleh Putri Rahmadhani, Dina WIdya, dan Merika Metiawati Penelitian ini menggunakan Metode kuantitatif dengan rumus Uji Regresi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perkembangan moralitas.¹³ Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama meneliti tentang sikap keagamaan yang di timbulkan oleh media sosial namun perbedaannya adalah dalam penelitian ini media sosial yang di teliti adalah media sosial secara umum dan tidak spesifik.

Kelima, Skripsi dengan Judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Masjid di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru” oleh Ahmad Safi’I Nasution. Penelitian in menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Dalam penelitian in yang menjadi sampel adalah anak remaja masjid dengan kuesioner berjumlah 214 orang. Hasil akhir dari penelitian ini adalah di temukan adanya pengaruh antara media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja masjid di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru .¹⁴ Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama meneliti tentang sikap keagamaan yang di timbulkan oleh media sosial namun perbedaannya adalah dalam penelitian ini media sosial yang di teliti adalah media sosial secara umum dan tidak spesifik.

¹³ Putri Rahmadhani, Dina WIdya, dan Merika Metiawati “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Moral Remaja Kelas X IPS SMAN X Koto Singkarak*”, Jurnal Sosilogi Agama, Vol.01.No.02.2020, page 1-16

¹⁴ Ahmad Safi’i Nasution, “*Pengaruh Penggunaan media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Masjid di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru*” 2023, hal

Dari kajian terdahulu yang telah di teliti oleh peneliti lain, meberikan gambaran berbeda dengan hasil yang saya temukan, yakni pengaruh yang di berikan oleh media sosial dalam hal ini adalah instagram berdampak kecil dengan religiuitas, yang mana hal ini bisa di sebabkan oleh pendidikan pondok pesantren yang mereka terima sehingga ilmu agama mereka lebih banyak dan mereka sudah lebih dahulu mendapatkan ilmu yang di posting di instagram @nuonlinejombang.

E. KERANGKA TEORI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori yang relevan dan akan menjadi landasan utama dalam memahami topik yang akan di bahas, beberaa teori tersebut adalah Intensitas, media sosial, instagram, fitur instagram, religiuitas, teori s-r dan bagaimana intensitas terhada religiuitas. Berikut penjelasan tiap teori tersebut:

1. Intensitas

Konsep tentang intensitas diajukan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang diartikan sebagai kemungkinan subjektif seseorang uniuk melakukan suatu perilaku tertentu. Kemudian ditegaskan bahwa niat individu untuk melakukan sesuatu itu merupakan suatu fungsi dari sikap terhadap perwujudan perilaku dalam situasi tertentu, sebagai faktor personal atau attitudinal. Hal ini berhubungan dengan orientasi seseorang dan berkembang atas dasar keyakinan dan pertimbangan terhadap apa yang diyakini itu, dan norma-norma yang

berpengaruh atas perwujudan perilaku dan motivasi seseorang untuk patuh pada norma itu, sebagai faktor sosial atau normative. Ini merupakan gabungan antara persepsi reference-group atau significant-person terhadap perwujudan perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975). Secara ringkas pengertian intensi adalah ubahan yang paling dekat dengan perilaku yang dilakukan oleh individu, dan merupakan ubahan yang menjembatani antara sikap dan perilaku nyata (Ajzen, 1988). Sedangkan menurut Bandura (dalam Ajzen, 1988), intensi adalah suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktifitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan tertentu dimasa yang akan datang. indikator yang dapat digunakan untuk menghitung seberapa besar seseorang dalam mengakses media adalah sebagai berikut¹⁵:

- a. Frekuensi, yaitu seberapa banyak pengulangan yang dilakukan oleh setiap individu.
- b. Durasi, yaitu seberapa lama kegiatan tersebut berlangsung dilakukan.
- c. Penghayatan, yaitu sebagaimana seorang individu memahami, menikmati, menghayati, dan menyerap informasi yang diperoleh.
- d. Perhatian, merupakan sebuah ketertarikan individu terhadap suatu aktivitas tertentu yang jauh lebih kuat dilakukan dibandingkan dengan aktivitas yang lain.

¹⁵ Awaliya Frisnawati, *Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Shiw Dengan Kecenderungan Perilaku Prosoaional Pada Remaja*, (E-Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan, 2012).

2. Media Sosial

Media sosial adalah media online yang para penggunanya dapat dengan mudah berbagi, berpartisipasi dan menciptakan sesuatu seperti dalam blog atau wiki hingga jejaring sosial (*social networking*). Media sosial sendiri juga merupakan media online yang dapat mempermudah kita berinteraksi antar sesama dengan menggunakan teknologi berbasis web yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial memberikan kesempatan kepada semua orang untuk memberikan kontribusi atau feedback secara terbuka juga memberi informasi atau komentar dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas oleh waktu. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (Dalam Carr & Hayes, 2015) memberikan penjelasan singkat mengenai media sosial sebagai suatu kelompok dari aplikasi-aplikasi yang berada di internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat oleh orang lain¹⁶. Salah satu jenis dari media sosial adalah *social network* yang mana juga sering disebut dengan jejaring pertemanan, karena *social network* merupakan layanan internet yang ditujukan untuk komunitas bagi orang yang memiliki kesamaan aktifitas atau ketertarikan pada bidang tertentu. Beberapa media sosial yang berbasis *social network* adalah facebook, twitter, Instagram, link, path, serta aplikasi lain yang mengizinkan para user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi seperti foto data diri dan lain sebagainya. Para pengguna *social network*

¹⁶ Jimmy Bianto, Hendro Nindito, (Media Sosial),
<https://sis.binus.ac.id/2022/06/22/media-sosial/> , di akses pada 28 Oktober 2023.

atau jejaring sosial juga dapat berbagi konten media yang mereka buat atau miliki seperti foto, video, ebook, dan lain sebagainya.

Media sosial sendiri memiliki beberapa karakteristik yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada batasan dan ciri-ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Menurut Nasrullah pada bukunya yang berjudul “Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi” membagikan karakteristik media sosial sebagai berikut :¹⁷

a. Jaringan (*Networking*)

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan internet. Namun sebagaimana yang telah ditekan oleh Castell dalam Rulli Nasrullah bahwa struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di *internet* berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi. Jaringan informasi yang terbentuk antar pengguna merupakan jaringan teknologi yang dioperasikan oleh perangkat teknologi seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.¹⁸

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi hal yang penting bagi media sosial, sebab tidak semua media di internet dapat memberikan akses kepada penggunanya untuk mengkreasikan hasil karya mereka,

¹⁷ Rulli Nasrullah, “Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi”, Bandung; Simbiosis Rekatama Media, 2017. Hlm 14

¹⁸ Rulli Nasrullah, “Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi”, Bandung; Simbiosis Rekatama Media, 2017. Hlm 16

memproduksi konten, dan melakukan interaksi ke sesama pengguna. Informasi dalam media sosial juga menjadi salah satu mengapa perkembangan media sosial menjadi komoditas yang banyak di gunakan oleh orang-orang hingga saat ini¹⁹.

c. Arsip

Arsip menjadikan karakter media sosial bahwa semua informasi kita telah tersimpan dan dapat di akses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Seperti contohnya, apapun yang kita unggah di Instagram, baik itu foto maupun video, hal itu tidak akan hilang saat berganti hari, bulan, hingga tahun.. informasi itu akan tetap tersimpan di akun kita dan kita bisa mengaksesnya dengan mudah.²⁰

d. Interaksi (*interactivity*)

Interaksi merupakan hal yang menjadi pembeda antara media lama dengan media baru. Rully Nasrullah menyatakan bahwa dalam media lama para penggunanya cenderung pasif dan tidak mengetahui antara satu dengan yang lain, sementara di media baru para pengguna bisa saling berinteraksi baik antar pengguna maupun kepada pembuat konten.²¹

e. Simulasi Sosial

¹⁹ *Ibid*, hlm.19

²⁰ *Ibid*, hlm.22

²¹ *Ibid* . hlm.25

Rulli Nasrullah mengungkapkan gagasan simulasi bahwa pandangan kehidupan yang sebenarnya berkurang dalam benak khalayak dan tergantikan oleh realitas semu. Hal ini di akilatkan oleh adanya interaksi sosial yang memberika gambaran bahkan mirip dengan realistik, akan tetapi apa yang terjadi terkadang bisa berbeda sama sekali.²²

f. Konten oleh Pengguna (User-Generated Content)

Konten yang di buat oleh pengguna media sosial menjadi penanda bahwa khalayak tidak membuat konten yang oleh Jordan disebut “*their own individualized place*”, tetapi juga mengonsumsi konten yang di produksi oleh orang lain.²³

g. Penyebaran (*share/sharing*)

Penyebaran menjadi salah satu karakter media sosial. Menurut Bankler dan Cross yang dikutip oleh Rulli Nasrullah dalam bukunya menyatakan bahwa medium ini tidak hanya dapat menghasilkan konten yang di bangun dan dikonsumsi oleh para penggunanya, tetapi juga mendistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya.²⁴

3. Instagram

²² *Ibid.* hlm 28

²³ *Ibid.* hlm 31

²⁴ *Ibid.* hlm.33

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang cukup populer di dunia. Aplikasi yang telah di untuk lebih dari satu miliar orang ini memiliki banyak sekali fitur yang dapat digunakan oleh user-nya dalam membagikan informasi kepada khalayak dalam bentuk tulisan, foto, maupun video. Instagram juga menjadi tempat bagi banyak pengguna untuk mengabadikan dan menyimpan moment yang mereka alami dalam keseharian mereka.

Instagram didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, mereka merupakan CEO Pertama Instagram sebelum di ambil alih oleh Facebook pada 2 tahun setelah berdirinya, yakni tahun 2012. Instagram sendiri berasal dari kata “insta” atau “instan” yang mana hal itu terinspirasi dari kamera yang saat itu sedang naik daun yaitu kamera polaroid atau terkenal dengan sebutan kamera instan. Sementara “gram” berasal dari kata “telegram” yang mana telegram adalah sebuah alat untuk mengirim pesan kepada orang lain dalam waktu singkat. Oleh karena itu Instagram dapat mengambil foto dengan singkat dan juga dapat mengirim pesan atau informasi kepada orang lain dalam waktu yang singkat.²⁵

4. **Fitur Instagram**

Instagram sendiri memiliki segudang fitur yang membuatnya banyak dipakai oleh pengguna karena kegunaannya yang beragam, Instagram juga sering di manfaatkan oleh sebagian orang untuk media promosi suatu produk, media

²⁵ Firs Media Entertaint, “Sejarah Awal Mula Instagram”, <https://live.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu#:~:text=Instagram%20sendiri%20berasal%20dari%20kata,bisa%20menampilkan%20foto%20secara%20instan>. Di akses pada 31 oktober 2023

diskusi suatu komunitas dan juga sebagai media dakwah islam dalam menyebarkan suatu paham, ideology, maupun pemikiran tertentu, hal itu karna fitur-fitur Instagram yang dapat mendukung kegiatan tersebut. Fitur-fitur Instagram antara lain²⁶.

a. Pengikut

Pengikut merupakan salah satu sistem di Instagram yang membuat pengguna lainnya dapat mengikuti perkembangan informasi yang diberikan oleh pengguna lain yang dia ikuti. Dengan demikian komunikasi antar pengguna dapat saling berbagi informasi yang sedang terjadi, atau saling memberikan tanda suka dan komentar terhadap karya pengguna lain yang sedang kita ikuti.

b. Unggahan Foto dan Video

Unggahan Foto dan Video ini merupakan salah satu keunggulan dari Instagram. Sebagaimana makna nama Instagram, aplikasi ini dapat mengunggah dan membuat foto serta video dengan cara yang mudah dan cepat. Foto dan video dapat di unggah langsung melalui kamera maupun yang sudah tersimpan di galeri.

c. Kamera

²⁶ Citra Antasari, Renystita Dwi Pratiwi. *Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakeroyok di Kota Palu*, Vol. 9 No. 2 (2022), Hlm 176-182

Kamera yang berada di Instagram memberikan fitur khusus agar para pengguna dapat langsung memberikan atau memakai pengaturan warna yang telah di sediakan oleh Instagram. Hasil dari kamera sendiri dapat langsung di unggah ke akun Insragra pengguna sendiri atau juga bisa di simpan ke dalam galeri.

d. Efek Foto

Pada awal mula di luncurkannya aplikasi Instagram, hanya terdapat 15 efek foto yang dapat di gunakan oleh para penggun. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, jumlah efek foto menjadi sangat banyak sekali bahkan hamper setiap hari ada efek foto baru yang dapat di gunakan oleh semua pengguna.

e. Penjelasan (*Caption*)

Keterangan atau yang sering di sebut dengan *Caption* menjadi hal yang penting dalam menyebarkan informasi baik informasi pribadi ataupun publik. Selain untuk penjelasan, caption juga dapat digunakan untuk memyingung pengguna lain atau juga untuk memberiakn label pada pengguna lain.

f. Arroba

Arroba atau yang biasa kita tuis dengan simbol @ merupakan salah satu fitur di Instagram untuk menyingung dan meyebut pengguna lain. Pada dasarnya menyingung pengguna

lain dimaksudkan untuk dapat berkomunikasi dengan pengguna yang telah di singgung.

g. Label foto

Label foto atau sering disebut dengan kata kunci merupakan hal untuk memudahkan para pengguna lain dalam mencari tahu sesuatu. Pada saat ini label foto merupakan hal yang paling umum digunakan untuk mempromosikan postingan yang berada di instagram.

h. Geotagging

Geotagging merupakan fitur instagram yang mana kita dapat memasukkan suatu lokasi dimana kita berada. Fitur ini terhubung dengan GPS yang di gunakan oleh semua pengguna. Geotagging sendiri merupakan identifikasi metadata geografis dalam situs web maupun foto. Dengan fitur ini para pengguna dapat di ketahui lokasinya ketika senfan mengambil foto atau di tempat ketika foto atau video mereka di unggah.

i. Jejaring Sosial

Instagram merupakan salah satu media sosial yang terhubung dengan jejaring sosial, oleh karna itu apapun yang di unggah dalam instagram juga kalian bisa unggah atau menautkan link unaggahan kalian pada media sosial lain seperti Facebook, Twitter, wiki, dan lai lain.

j. Tanda Suka

Tanda suka merupakan fitur di instagram yang sering menjadi sorotan para pengguna. Karna fitur ini sering menjadi penanda oleh para pengguna tentang apakah unggahannya bagus atau tidak.

k. Status Live

Status Live adalah hal yang cukup disukai para penggunanya, hal ini dikarenakan mereka dapat memberikan informasi berupa video real time atau biasa di sebut dengan siaran langsung, dengan adanya status live, para pengguna lain dapat mengetahui bahwasannya kira sedang melakukan siaran langsung. Status live juga selalu berada di halaman utama, dan selalu muncul notifikasi jika pengguna yang kita ikuti sedang melakukan siaran langsung. Hal ini memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk menyebarkan informasi secara langsung.

Dengan banyaknya fitur yang di milik oleh Instagram, peneliti hanya mengambil beberapa fitur yang paling banyak di gunakan oleh akun instagaram Ala NU Jombang, yaitu Postingan Foto dan Video, Penjelasan (Caption), dan Status Live.

5. **Religiuitas**

Menurut Muhammad Thaib Thoir, religiuitas merupakan dorongan dari jiwa seseorang yang memiliki akal sehat dan kehendaknya untuk mengikuti

peraturan tersebut guna men capai kabahagiaan dunia dan akhirat²⁷. Menurut Zakiyah Darajat dalam Psikologi islam, religiuitas berarti semua perasaan, pikiran, dan motivasi yang mendorong terjadinya perilaku-perilaku beragama.²⁸

Konsep religiuitas dalam al-Qur'an digambarkan melalui ketauhid-an seorang muslim terhadap agamanya. Sebagaimana sikap percaya terhadap ke-Esa an Allah, Maha Perkasa, Maha Kuasa, Maha Segala dan semua sifat-sifat Allah yang sudah jelas tertulis dalam al-Qur'an dan hadist, atau yang biasa kita sebut dengan Asma'ul Husna. Dengan demikian seluruh aktivitas dan tindakan yang kita lakukan, semua karna Allah dan tidak mengharapkan balasan apapun, tidak hanya kata-kata tapi juga perbuatan dan tindakan yang semuanya adalah ibadah.

Religi/ relegere mempunyai arti mengikat, istilah ini asal dari bahasa latin. kesimpulan yang mampu ambil dari kata tadi bahwa suatu agama/kepercayaan memiliki arti ikatan-ikatan yg wajib dipenuhi dan dipertanggung jawabkan oleh insan. dengan demikian semua tindakan serta aktifitas yang dilakukan wajib dikarenakan atas Allah. kepercayaan mendalam akan sebuah agama ialah bentuk asal religiusitas, dimana agama tadi mengikat manusia menggunakan mengamalkan ibadah, berdoa serta membaca kitab sucinya. Aktivitasaktivitas religius didalam hidup terdapat dua jenis yang pertama bisa terlihat oleh manusia serta yang ke 2 tidak terlihat sang manusia mirip keadaan hati insan.

²⁷ M. Thaib Tahir Abdul Muin, *Ilmu Kalam*, (Jakarta: Widjaya, 1986, hlm. 121.

²⁸ Zakiyah Drajat, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1996), hlm.23.

Agama merupakan suatu identitas yang dimiliki oleh makhluk sosial yang mana hal itu membuatnya memiliki perbedaan dalam beragama dan beribadah²⁹. Jalaluddin menyimpulkan bahwa religiuitas merupakan gabungan antara ilmu agama, kepercayaan, serta ibadah seseorang. Seseorang melakukan apa yang di amalkan atau di perintahkan oleh agamanya dikarenakan takut akan sakitnya rasa siksa ataupun senang karna mendapatkan pahala.³⁰

a. Dimensi Religius

Mahkluk sosial menilai baik atau tidaknya seseorang melalui agama/religiuitasnya dan ini memiliki dampak pada seseorang tersebut dari segi apapun dalam kehidupannya. Hal ini memiliki arti bahwa agama memberikan pengaruh yang sangat besar dalam bersosialisasi dengan masyarakat. Dimensi religiuitas ada kerna semakin majunya cara berfikir manusia, dimensi berbentuk seperti tindakan/aksi, dan ritual. Glock dan Stark membagi dimensi religiuitas menjadi 5 bagian, yaitu:³¹

- 1) Dimensi *ideological*, merupakan dimensi antara tingkat keyakinan seseorang terhadap tuhan dan agama yang di percayai. Dimensi ini merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap hal yang di ajarkan dalam agama, baik itu yang fundamental atau dogmatic, seperti misalnya: percaya kepada Allah, Malaikat, percaya kepada

²⁹ Ishomuddin. 2002. *Pengantar Sosiologi Agama*, Jakarta: GHlma Indonesia. Hlm. 29

³⁰ *Ibid*, hlm.133

³¹ Djamaludin Ancok dan Suroso, Fuad Nashori. 2005. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas problem -Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm 76-78

Nabi/Rasul, Percaya kepada Kitab-kitab Allah, Percaya kepada surga / neraka, dan lain sebagainya.

2) Dimensi *Ritualistic*, merupakan tingkat ketaatan terhadap apa yang telah di perintahkan oleh agama untuk melakukannya. Seperti kegiatan yang sersing kita lakukan berulang-ulang yaitu Sholat, Zakat, Puasa, dan lain sebagainya.

3) Dimensi *experiential*, merupakan dimensi yang yang menyangkut perasaan religius seseorang terhadap tuhan dan agama yang di anutnya. Dimensi ini memberikan motifasi terhadap tingkat berperilaku dalam beragama sebagaimana yang telah di ajarkan dalam agama. Perilaku yang di masud lebih menekankan dalam perilaku “duniawi” yaitu antara individu dengan individu lainnya, seperti misalnya: saling menolong, suka memberi kepada yang membutuhkan, berlaku adil dan jujur, saling memaafkan, dan lain sebagainya.

4) Dimensi *intelectual*, Dimensi ini menunjukkan seberapa tinggi tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran agama, terutama terhadap ajaran pokok nya, sebagaimana yang tertuang dalam kitab sucinya.

5) Dimensi *Consequential*, merupakan dimensi dimana seseorang merealisasikan ilmu agamanya kepada orang-

ornag di sekelilingnya, seperti adalam berperilaku, bersikap, dan bertutur kata. Dimensi ini menitik beratkan pada tingkat seseorang untuk merasakan dan mengalami perasaan dalam pengalaman religiusnya. Semisal takut melanggar, perasaan tentang kehadiran Allah, perasaan Syukur terhadap apa yang di berikan oleh Allah dan lain sebagainya.

Seseorang akan memiliki pengetahuan yang baik tetntang agama jika dia memiliki pengetahuan tentang apa saja yang berhubungan dengan agama. Kesimpulannya adalah agama bukan hanya sebagai identitas semata dalam kartu indentitas, namun lebih dari itu, agama merupakan pedoman yang di berikan untuk menjalani hidup sehari-hari.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiuitas.

Tingkat pemahaman tiap orang berbeda dan juga tergantung oleh keadaan di sekitarnya, religiuitas dalam hidup juga di pengaruhi oleh faktor lingkungan sekitar dan didikan orang tua sejak kecil. Thousless memberikan beberapa faktor yang memberikan pengaruh terhadap tingkat religiuitas seseorang, Yaitu:³²

- 1) Pendidikan Orang tua dan Lingkungan sekitar. Keluarga adalah sekolah pertama bagi anaknya, begitupu juga untuk mengajarkan tentang agama, kerluarga memberikan

³² Thouless, Robert H.; Machnun Husein. (2000). Pengantar psikologi agama / Robert H. Thouless ; penerjemah, Machnun Husein. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

pengaruh yang sangat besar bagi religiuitas seorang anak. Begitupun dengan lingkungan sekitar, lingkungan juga memiliki pengaruh dalam tumbuh kembang anak, karna anak akan cenderung lakukan seperti apa yang dia lihat dan dengarkan.

- 2) Pengalaman beragama. Setiap individu memiliki pengalaman dalam beragama yang beragam, dari pendidikan oleh keluarga hingga pengalaman beragama dalam lingkungan bermasyarakat dan ini berdampak dalam cara beragama seseorang. Sebagaimana cara beragama dalam kehidupan sehari-hari atau dalam beribadah.
- 3) Faktor keperluan individu. Bagi sebagian orang, agama merupakan kebutuhan yang harus mereka miliki, karna dari agama mereka mendapatkan ketenangan, mendapatkan persiapan sebelum menghadapi kematian, takut akan siksaan di kehidupan setelah kematian dikarenakan bergelimang dosa dan lain sebagainya.
- 4) Pengetahuan akan agama. Hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam beragama, karna dengan adanya pengetahuan akan agama, dapat membuat tingkat religiuitas seseorang menjadi meningkat.

Kesimpulan yang dapat di ambil dari faktor di atas adalah bahwa tingkat religiuitas seseorang tidak hanya berasal dari diri sendiri, namun juga berasal dari lingkungna dan kehidupan yang kita jalani.

6. Teori S-R (Stimulus- Respon)

a. Pengertian *Stimulus Respon*

Stimulus respons (S - R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic. Teori Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audien. Elemen utama dari stimulus respon antara lain³³

Gambar Model Komunikasi S-R



Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus – respons. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Model SR mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan factor manusia. Secara implusif ada asumsi dalam model S-R ini bahwa

³³ Hidjanto,Djamal, Andi Fachrudin, Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi , Jakarta: Kencana,2011,h.69.

perilaku (respons) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemampuan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.³⁴

Dalam teori ini, isi media dipandang sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh audien, yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan. Prinsip teori stimulus respons memandang bahwa pesan dipersepsikan dan didistribusikan secara sistemik dan dalam skala yang luas. Pesan, karenanya, tidak ditunjukkan kepada orang dalam kapasitasnya sebagai individu, tapi sebagai bagian dari masyarakat. Untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin, penggunaan teknologi merupakan keharusan. Sedangkan individu yang tidak terjangkau oleh terpaan pesan, diasumsikan tidak akan terpengaruh oleh isi pesan.³⁵

b. Konsep Teori *Stimulus Respon*

Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus

³⁴ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, (Bandung: PT. Remajarosdakarya, 2005). h. 134

³⁵ Muhammad Mufid, M.Si, Komunikasi dan Regulasi Penyiaran, cet.ke-3 (Jakarta: Kencana, 2010),h. 22.

tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audien. Dalam teori stimulus respon terdapat unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan. Ketiga unsur tersebut adalah pesan (stimulus), komunikan (Organism) dan efek (Respon). Masing-masing unsur memiliki pengertian sebagai berikut :

1) Pesan (Stimulus)

Stimulus diberikan pada organisme dapat diterima atau sebaliknya. Apabila stimulus tersebut tidak diterima, maka dapat menjelaskan bahwa stimulus tidak efektif terhadap pengaruh individu. Begitupun sebaliknya, apabila stimulus diterima oleh individu maka dapat menjelaskan bahwa stimulus tersebut efektif sehingga berkorelasi pada perubahan perilaku individu.

2) Komunikan (Organisme)

Stimulus diterima oleh komunikan sehingga dapat mengatur stimulus yang diterimanya sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak bagi stimulus yang telah diterimanya atau dengan kata lain mempengaruhi sikap. Menurut (Fisher:2003)

dalam S-O-R Komunikan merupakan elemen yang akan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan dalam menyikapi stimulus yang diterima tentunya akan berbeda-beda tergantung kepada masing-masing individu

menyikapi bentuk stimulus yang diberikan. Dalam mempelajari sikap, ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Ketiga variabel ini menjadi penting sebab akan menentukan bagaimana kemudian respon yang akan diberikan oleh komunikan setelah menerima stimulus³⁶.

3) Efek (Respon)

Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses selanjutnya. Setelah terjadi perhatian, pengertian, serta penerimaan dari komunikan (organisme), maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Menurut model ini, organisme (Komunikan) menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah : media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus Response Theory atau SR theory.

Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata

³⁶ Mustika Abidin, *Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*, Jurnal Komunikasi dan Bahasa, Vol.3 No.1, Juli 2022, hlm

verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif, misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya", mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang

disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikasi tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian komunikasi. Proses berikutnya komunikasi mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesiapan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Dengan demikian, dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik Komunikasi Stimulus respons

adalah bahwa kualitas stimulus yang diberikan oleh pemimpin, pegawai di sebuah instansi sangat mempengaruhi sikap seseorang yang menerima ransangan. Dalam hal ini proses perubahan sikap seseorang dapat berubah jika stimulus yang diberikan sesuai dengan keadaan yg sebenarnya. Pesan yang di sampaikan mungkin diterima atau mungkin ditolak secara langsung sehingga Komunikasi yang diberikan harus dipahami dan harus memiliki Reinforcement atau penguatan oleh komunikan agar proses selanjutnya dapat dilakukan.

7. Pengaruh Mengakses Akun Instagram Terhadap Religiuitas

Mengakses suatu informasi dapat memberikan pengaruh kepada setiap individu baik itu pengaruh positif maupun pengaruh negatif, begitupula informasi tentang agama yang di akses melalui media sosial juga akan menimbulkan dampak yang berbeda dalam setiap individu. Media sosial dapat memberikan pengaruh kepada para khalayak begitupula media sosial media sosial instagram, karna fitur yang di berikan sangat mudah di nikmati oleh khalayak, seperti audio, video, dan juga tulisan. Seperti apa yang menjadi dasaran dalam teori S-R, sikap akan terlihat berubah jika stimulus yang di terima oleh *organism* (komunikan) melebihi dari yang sebelumnya. Namun perubahan sikap ini tergantung juga bagaimana stimulus berkomunikasi oleh organism (Komunikan) . perubahan sikap yang peneliti maksud di sini adalah perubahan religiuitas (Sikap keagamaan).

Pada teori S-R mengasumsikan bahwa apa efek yang di timbukan oleh komunikan merupakan reaksi khusus terhadap stimulus sehingga seseorang

dapat memperkirakan dan mengharapkan apa yang akan terjadi antara pesan dan reaksi. Intensitas mengakses akun instagram @nuonlinejombang termasuk dalam kategori **Stimulus** Dan Religiuitas termasuk dalam **Respon** atau reaksi.

Adapun variabel bebas (X) yaitu intensitas mengakses akun instagram @nuonlinejombang dengan indikator intensitas menurut ajzen terdiri dari Frekuensi, Durasi, Penghayatan, Perhatian. Hal ini memberikan pengaruh atau tidak terhadap variabel terkait (Y) yaitu Religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU dengan indikator konsep religiuitas menurut Glock dan Stark, yaitu dimensi keyakinan, dimensi praktik beragama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama dan dimensi pengamalan atau konsekuen. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh yang di berikan oleh akun instagram @nuonlinejombang terhadap tingkat religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang.

8. Kerangka pemikiran

Berdasarkan landasan teori diatas, untuk mempermudah dalam memahami hubungan intensitas mengakses akun instagram @nuonlinejombang dengan tingkat religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang dalam penelitian ini, maka kerangka pemikitan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

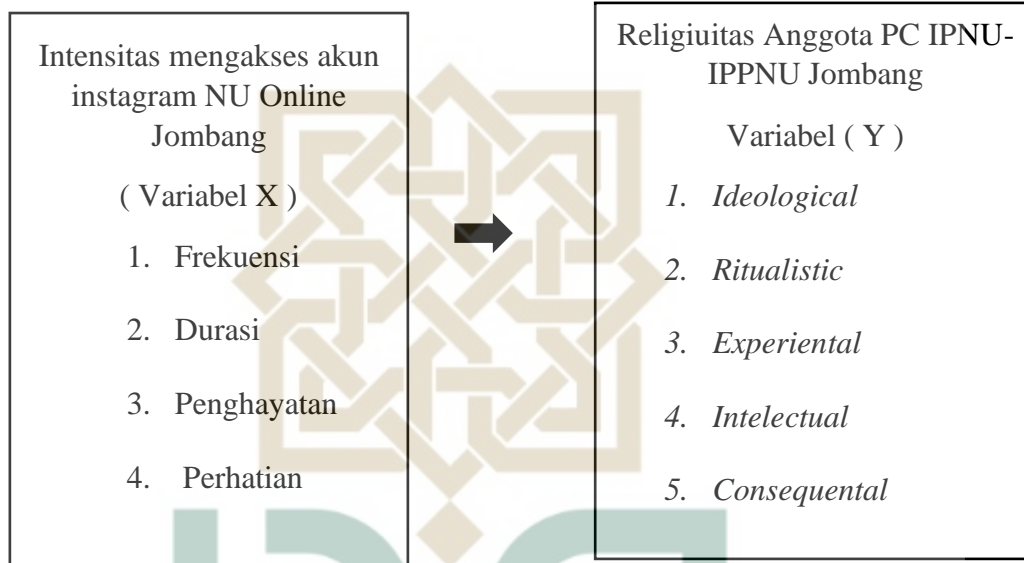


Gambar 1

Hubungan intensitas mengakses akun instagram

NU Online Jombang

Dengan religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang



F. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang masih belum sempurna dan belum di uji kebenarannya, oleh karna itu perlu di uji dengan membuktikan kebenarannya lewat hipotesis dan penelitian. Dengan kata lain hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara dalam sebuah penelitian. Hipotesis dalm penelitin ini adalah:

- a Hipotesis Nol (H_0): menyatakan bahwa tidak adanya Pengaruh antara variable (X) dengan variabel (Y) dalam penelitian ini . H_0 dalam penelitian ini adalah “ Tidak terdapat pengaruh antara

Intensitas mengakses akun instagram NU Online Jombang dengan Religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang”

- b Hipotesis alternatif (H_a): menyatakan bahwa ada Pengaruh antara Variable (X) dengan variabel (Y) . H_a dalam penelitian ini adalah “ adanya pengaruh antara Intensitas mengakses akun instagram NU Online Jombang dengan tingkat Religiuitas Anggota PC IPNU-IPPNU Jombang”

G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan adalah gambaran umum rencana susunan bab untuk mempermudah dalam hal pembahasan, adapun sistematika terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB 1: Pendahuluan

Pendahuluan meliputi latar belakang, pokok masalah dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Metode penelitian

Metode penelitian meliputi jenis analisis penelitian, definisi operasional, populasi. Instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan analisis data.

BAB III : Gambaran Umum

Berisi tentang gambaran umum tentang akun instagram Nu Online Jombang dan PC IPNU-IPPNU Jombang

BAB IV: Analisis dan Penyajian Data.

Merupakan hasil dari penelitian, berupa penyajian dan analisis data.

BAB V: Penutup

Penutup merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, sebagai jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian, saran-saran, dan kata penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah disajikan dan pembahasan yang telah diuraikan tentang Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @nuonlinejombang Terhadap religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang, dapat disimpulkan bahwa dari analisis yang telah dilakukan menggunakan regresi linear sederhana, terbukti bahwa Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @nuonlinejombang Berpengaruh Terhadap religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,457 dengan signifikansi 0,070, yang menandakan adanya pengaruh positif dari intensitas meengakses akun tersebut terhadap Religiuitas. Selanjutnya, hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,295 > 1,994$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,025 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa intenstas mengakses akun Instagram @nuonlinejombang berpengaruh secara signifikan terhadap Religiuitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas mengakses akun Instagram @nuonlinejombang dengan religiuitas anggota PC IPNU-IPPNU Jombang, sebagaimana yang dijelaskan dalam hasil analisis regresi linear sederhana

B. Saran

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian diatas, maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat para pemilik akun dakwah dan peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

3. Bagi Pemilik Media Sosial Dakwah

Para pembuat konten atau pemilik akun dakwah di media social diharapkan untuk meningkatkan baik jumlah maupun kualitas konten dakwah mereka melalui platform tersebut. Hal ini bertujuan agar penonton atau mad'u merasa lebih termotivasi untuk melihat konten-konten yang disajikan, dengan menambahkan ketaikritisan seperti hiburan dan lainnya, sehingga penonton tetap tertarik dan terhibur sambil tetap mendapatkan ilmu agama yang bermanfaat.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang religiusitas adalah

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih dalam mengenai aspek-aspek lain yang berhubungan dengan religiusitas agar hasil penelitiannya lebih baik dan lebih lengkap.

- b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan, pengumpulan dan segala sesuatu hal yang berhubungan dengan penelitian, sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.



Daftar Pustaka

Buku

Abd. Hlmim Soebahar, Modernisasi Pesantren: Studi Transformasi Kepemimpinan Kiai (Yogyakarta: LKIS, 2013)

Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, (Bandung: PT. Remajarosdakarya, 2005).

Djamaludin Ancok dan Suroso, Fuad Nashori. 2005. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas problem -Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Gunawan Muhammad, “ Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial”, (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015),.

Hidjanto,Djamal, Andi Fachrudin, Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi , Jakarta: Kencana,2011,h.69.

Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

Ishomuddin. 2002. *Pengantar Sosiologi Agama*, Jakarta: GHlmia Indonesia.

M. Thaib Tahir Abdul Muin, *Ilmu Kalam*, (Jakarta: Widjaya, 1986,

Muhammad Mufid, M.Si, Komunikasi dan Regulasi Penyiaran, cet.ke-3 (Jakarta: Kencana, 2010)

Pedoman Penulisan Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga (Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014).

Rosalina Linda, dkk., Buku Ajar Statistik (Padang: CV Muharika Rumah Ilmiah, 2023).

Rulli Nasrullah, “ *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*”, Bandung;Simbiosis Rekatama Media, 2017.

Soelaiman Fadeli dan Mohammad Subhan, *Antologi NU: Sejarah, Istilah, Amalia, Uswah* (Surabaya: Khalista, 2007).

Syamsu Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, (Bandung : Remaja Rosda Karya:2005).

Thouless, Robert H.; Machnun Husein. (2000). *Pengantar psikologi agama* / Robert H. Thouless ; penerjemah, Machnun Husein. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Tolchah Mansoer, *Sambutan Ketua Umum P.P IPNU*” dalam *Buku Panduan Mukhtar I IPNU* (Malang: Panitia Mukhtar I, 1955).

Zakiah Drajat, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1996).

Jurnal

A. NAJILI AMINULLAH, “Peran Pondok Pesantren Dalam Pembentukan Kualitas SDM Indonesia (Sebuah Tela’ah Terhadap Keseimbangan Nilai-nilai Imtaq dan Iptek)”, *JURNAL GENEALOGI PAI*,

Awaliya Frisnawati, *Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Shiw Dengan Kecenderungan Perilaku Prosoaional Pada Remaja*, (E-Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan, 2012).

Citra Antasari, Renystita Dwi Pratiwi. *Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakeroyok di Kota Palu*, Vol. 9 No. 2 (2022).

Luthfi Endi Zuhniananta, “Penggunaan Media sosial sebagai Media Komunikasi di Perpustakaan”, *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol.10 No 4 Oktober (2021).

Miftahul Fikri, Nurhamzah, Shofia Limas Erintania, “Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa di Sekolah ”, *Jurnal Perspektif*, Vol.7 No. 1 Mei 2023, 10 Mei 2023.

Mustika Abidin, *Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*, Jurnal Komunikasi dan Bahasa, Vol.3 No.1, Juli 2022.

Nadiyah Muthoharoh , Bambang S. Ma'arif, Asep Ahmad Siddiq, "Metode Dakwah Nahdlatul Ulama dalam Konten Akun Instagram NU Online" Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication Journal, Vol. 3 No. 2 (2023).

Putri Rahmadhani, Dina WIdya, dan Merika Metiawati "*Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Moral Remaja Kelas X IPS SMAN X Koto Singkarak*", Jurnal Sosilogi Agama, Vol.01.No.02.2020.

Riskal Fitri Syarifuddin ,Ondeng, "PESANTREN DI INDONESIA: LEMBAGA PEMBENTUKAN KARAKTER", Al Urwatul Wutsqa: Kajian Pendidikan Islam, Volume 2, Nomor 1, Juni 2022.

Sertika Geraria Sumpa dan Asep Barkah, "Pengaruh Penggunaan *Smartpone* Terhadap perkembangan Personal Sosial Usia Remaja di SMPN 6 Jelimpo", Jurnal Pendidikan dan Konseling, Vol. 4 No. 3, 2022.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN

Tabel Validitas variable intensitas mengakses (X)

Variable X(Intensitas)										
Correlations										
		P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P22	Total
P3	Pearson Correlation	1	.650**	.574**	.229	.823**	.527**	.530**	.471**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.214	.000	.002	.002	.007	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P4	Pearson Correlation	.650**	1	.446*	.102	.599**	.483**	.438*	.432*	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.585	.000	.006	.014	.015	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P5	Pearson Correlation	.574**	.446*	1	.282	.609**	.439*	.494**	.297	.742**
	Sig. (2-tailed)	.001	.012		.124	.000	.013	.005	.105	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P6	Pearson Correlation	.229	.102	.282	1	.274	.110	.300	.004	.461**
	Sig. (2-tailed)	.214	.585	.124		.136	.557	.101	.985	.009
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P7	Pearson Correlation	.823**	.599**	.609**	.274	1	.527**	.678**	.240	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.136		.002	.000	.193	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P8	Pearson Correlation	.527**	.483**	.439*	.110	.527**	1	.646**	.207	.697**
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.013	.557	.002		.000	.265	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P9	Pearson Correlation	.530**	.438*	.494**	.300	.678**	.646**	1	.035	.746**
	Sig. (2-tailed)	.002	.014	.005	.101	.000	.000		.850	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P22	Pearson Correlation	.471**	.432*	.297	.004	.240	.207	.035	1	.451*
	Sig. (2-tailed)	.007	.015	.105	.985	.193	.265	.850		.011
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Total	Pearson Correlation	.863**	.730**	.742**	.461**	.858**	.697**	.746**	.451*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.011	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31

Tabel Validitas variable Religiuitas (Y)

		Correlations																				Total	
		Variable Y (Religiosity)																					
		P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32
P10	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	1 .891** .000 31	.891** .000 31	.891** 1.000** .000 31	.812** .000 31	.812** .000 31	.812** 1 .000 31	.812** .000 31	.891** .000 31	-.007 .970 31	.173 .353 31	.545** .002 31	.056 .756 31	.212 .253 31	.487** .006 31	.502** .004 31	.293 .109 31	.554** .001 31	.407 .023 31	.432 .015 31	.260 .156 31	.407 .023 31	.407** .023 31
P11	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.891** 1 .000 31	.891** .000 31	.891** 1.000** .000 31	.812** .000 31	.812** .000 31	.812** 1 .000 31	.812** .000 31	.891** .000 31	-.059 .754 31	.159 .393 31	.447** .012 31	.016 .931 31	.178 .339 31	.388** .031 31	.406** .023 31	.284 .121 31	.601** .000 31	.305 .096 31	.452 .011 31	.249 .176 31	.305 .096 31	.305** .096 31
P12	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.891** 1 .000 31	.788** 1 .000 31	.891** 1.000** .000 31	.891** .000 31	.908** .000 31	.711** .000 31	.711** .000 31	.788** .000 31	.089 .788** 31	.635 .000 31	.386 .032 31	.521** .205 31	.288 .288 31	.662** .116 31	.653** .000 31	.284 .121 31	.601** .000 31	.553** .001 31	.452 .011 31	.249 .176 31	.305 .096 31	.553** .001 31
P13	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	1.000** .891** .000 31	.891** .000 31	.891** 1.000** .000 31	.812** .000 31	.812** .000 31	.812** 1 .000 31	.812** .000 31	.891** .000 31	-.007 .970 31	.173 .353 31	.545** .002 31	.056 .756 31	.212 .253 31	.487** .006 31	.502** .004 31	.293 .109 31	.554** .001 31	.407 .023 31	.432 .015 31	.260 .156 31	.407 .023 31	.407** .023 31
P14	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.812** .000 31	.711** .000 31	.908** .000 31	.812** .000 31	1 .818** .000 31	.818** .000 31	.908** .000 31	.079 .360 31	.047 .004 31	.360 .004 31	.507** .331 31	.254 .254 31	.691** .715** 31	.281 .281 31	.715** .281 31	.281 .619 31	.619 .569** 31	.569** .416** 31	.416** .243 31	.243 .338 31	.338 .569** 31	.569** .771** 31
P15	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.812** .000 31	.711** .000 31	.711** .000 31	.812** .000 31	.818** .000 31	1 .818** .000 31	.908** .000 31	.034 .290 31	.114 .014 31	.290 .014 31	.438** .215 31	.215 .215 31	.254 .254 31	.457** .457** 31	.457** .469** 31	.397 .032 31	.507** .004 31	.338 .063 31	.351 .053 31	.340 .061 31	.338 .063 31	.338 .063 31
P16	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.812** .000 31	.908** .000 31	.711** .000 31	.812** .000 31	.818** .000 31	.818** 1 .000 31	.908** .000 31	-.067 .759 31	.150 .422 31	.438** .014 31	.156 .401 31	.152 .416 31	.457** .014 31	.457** .009 31	.457** .009 31	.281 .126 31	.691** .000 31	.338 .063 31	.416** .007 31	.243 .187 31	.338 .063 31	.338 .063 31
P17	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.891** .000 31	.788** .000 31	.788** .000 31	.891** .000 31	.908** .000 31	.908** 1 .000 31	1 .908** .000 31	-.010 .959 31	.159 .393 31	.521** .003 31	.205 .268 31	.178 .339 31	.525** .002 31	.525** .002 31	.544** .002 31	.284 .121 31	.601** .000 31	.429** .016 31	.452 .011 31	.249 .176 31	.305 .096 31	.429** .016 31
P18	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	-.007 .970 31	-.069 .754 31	.089 .635 31	-.007 .970 31	.079 .671 31	.034 .857 31	-.067 .759 31	1 .959 31	.527** .002 31	.422 .018 31	.522** .003 31	.300 .102 31	.324 .076 31	.406 .573 31	.247 .180 31	.258 .161 31	.028 .882 31	.059 .751 31	.320 .079 31	.057 .762 31	.028 .762 31	.028 .762 31
P19	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.173 .353 31	.159 .383 31	.360 .353 31	.360 .353 31	.290 .047 31	.290 .422 31	.159 .393 31	.627** .002 31	1 .002 31	.385** .032 31	.283 .123 31	.398 .028 31	.458** .010 31	.363 .045 31	.075 .688 31	.401** .025 31	.156 .402 31	.171 .356 31	.219 .237 31	.067 .719 31	.156 .402 31	.156 .402 31
P20	Pearson Correlation Sig (2-tailed) N	.545** .002 31	.447** .012 31	.521** .003 31	.545** .002 31	.507** .004 31	.438** .014 31	.521** .003 31	.422** .018 31	.365** .002 31	.227 .131 31	.227 .131 31	.227 .131 31	.487** .005 31	.475** .007 31	.327 .073 31	.525** .002 31	.331 .069 31	.329 .071 31	.166 .372 31	.288 .116 31	.331 .069 31	.331 .069 31

P21	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.058 .756 31	.016 .891 31	.205 .268 31	.058 .756 31	.331 .069 31	.215 .246 31	.156 .401 31	.205 .268 31	.522** .003 31	.283 .123 31	.227 .219 31	1 31	.284 .122 31	.366** .043 31	.435 .014 31	.268 .144 31	.345 .057 31	.284 .121 31	.125 .502 31	.227 .220 31	.100 .593 31	.284 .121 31	.554** .000 31
P23	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.212 .178 31	.288 .212 31	.212 .254 31	.254 .169 31	.152 .178 31	.162 .300 31	.152 .178 31	.178 .300 31	.388** .102 31	.131 .483 31	.284 .131 31	1 31	.529** .002 31	.329 .276 31	.329 .276 31	.622** .003 31	.512** .003 31	.546** .001 31	.624** .000 31	.447** .012 31	.512** .003 31	.609** .000 31	
P24	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.487** .388 31	.662** .487** 31	.691** .437 31	.437 .437 31	.525** .324 31	.468** .487** 31	.366** .529** 31	.779** .290 31	.860** .625** 31	.471** .306 31	.465** .625** 31	.802** .000 31											
P25	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.502** .406 31	.683** .502** 31	.715** .459** 31	.459** .459** 31	.544** .105 31	.363** .475** 31	.435** .329 31	.779** 1 31	.207** .706 31	.593** .436 31	.233** .350 31	.583** .710 31											
P26	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.293 .284 31	.293 .281 31	.281 .387 31	.281 .281 31	.247 .284 31	.075 .327 31	.268 .276 31	.290 .207 31	1 .229 31	.039 .245 31	.039 .039 31	.423** .000 31											
P27	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.554** .601** 31	.601** .554** 31	.649** .507** 31	.649** .507** 31	.256 .401 31	.525** .345 31	.522** .860** 31	.706** .228 31	1 .565** 31	.579** .407** 31	.565** .565** 31	.816** .000 31											
P28	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.407 .305 31	.553** .407** 31	.569** .338 31	.338 .338 31	.425 .028 31	.156 .331 31	.284 .512** 31	.625** .523** 31	.039 .586** 31	1 .728** 31	.432** .636** 31	.634** .000 31											
P29	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.432 .462 31	.462** .476** 31	.351 .476** 31	.462** .462** 31	.059 .751 31	.171 .329 31	.125 .546** 31	.471** .486** 31	.579** .728** 31	1 .543** 31	.649** .728** 31	.612** .000 31											
P30	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.260 .158 31	.249 .176 31	.260 .158 31	.243 .187 31	.340 .051 31	.243 .187 31	.249 .176 31	.320 .237 31	.219 .372 31	.166 .372 31	.227 .220 31	.624** .000 31											
P31	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.407 .305 31	.505 .407** 31	.338 .338 31	.338 .338 31	.428 .016 31	.057 .762 31	.067 .719 31	.288 .146 31	.100 .583 31	.447** .012 31	.465** .008 31	.350 .054 31											
P32	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.407** .305 31	.553** .407** 31	.569** .338 31	.338 .338 31	.425 .016 31	.028 .762 31	.156 .719 31	.331 .146 31	.284 .512** 31	.512** .625** 31	.523** .039 31	.595** .1000 31											
Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.657** .581** 31	.742** .657** 31	.771** .666** 31	.622** .685** 31	.526** .570** 31	.681** .554 31	.609** .710** 31	.423** .816** 31	.634** .612** 31	.578** .550** 31	.634** .634** 31	1 31											

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

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

Correlations significant at the .001 level (2-tailed).

*. Correlations significant at the .005 level (2-tailed).

Tabel Reabilitas Variable Intensitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	8

Tabel Reabilitas Variable Religiuitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	8

Tabulasi Hasil Kuisisioner Variabel Intensitas

No	Point										Jumlah
1	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	39
2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	34
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	5	34
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
5	4	2	4	3	3	3	4	5	3	5	36
6	4	3	5	5	3	3	4	4	4	3	38
7	5	4	3	5	4	3	3	3	4	5	39
8	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	42
9	2	5	4	3	4	5	4	2	4	5	38
10	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5	44
11	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	39
12	4	4	4	3	3	2	5	3	5	4	37
13	3	2	4	5	5	4	4	4	5	5	41
14	3	4	4	4	5	2	4	4	4	5	39
15	2	2	4	5	5	5	5	4	4	5	41
16	4	2	4	5	4	5	4	4	4	3	39
17	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
18	4	5	4	5	3	5	4	3	5	5	43
19	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
20	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	47
21	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	46
22	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	46
23	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	39
24	3	4	4	5	4	5	5	5	3	5	43
25	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
26	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	41
27	4	4	4	3	4	2	5	4	5	4	39
28	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	41
29	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	45
30	4	5	4	4	4	2	3	4	4	5	39
31	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	43
32	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	40
33	5	2	5	4	3	4	3	4	5	4	39
34	4	3	4	5	3	3	4	5	4	5	40
35	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
36	4	1	4	4	5	5	4	4	4	5	40
37	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44
38	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
39	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
41	1	3	4	5	4	4	4	5	5	4	39
42	5	3	3	4	5	4	5	4	5	4	42
43	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	41
44	3	2	4	4	5	5	4	5	4	5	41
45	4	2	5	4	5	4	5	4	4	5	42
46	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	44
47	5	2	4	5	5	5	4	4	5	3	42
48	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	39
49	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	43
50	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
51	2	3	4	4	5	5	4	4	5	4	40
52	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
53	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	45
54	4	2	4	5	5	5	5	4	5	4	43
55	3	3	5	4	3	4	5	4	5	4	40
56	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	40
57	5	5	4	5	2	4	3	5	2	3	38
58	4	2	5	4	4	4	5	3	4	5	40
59	2	3	4	4	5	3	4	4	5	4	38
60	3	2	5	4	5	4	4	4	5	4	40
61	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
62	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
63	2	2	5	4	2	5	4	4	5	4	37
64	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	46
65	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	45
66	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
67	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3	41
68	2	5	5	5	4	4	5	4	4	4	42
69	3	2	4	4	5	5	4	4	5	5	41
70	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	44
71	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
72	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	44
Jumlah	282	254	306	313	299	301	313	305	314	324	

Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,20522806
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,054
	Negative	-,091
Test Statistic		,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Output Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Religiuitas * Intensitas	Between Groups	(Combined)	335,032	12	27,919	1,623	,110
		Linearity	94,440	1	94,440	5,490	,023
		Deviation from Linearity	240,592	11	21,872	1,271	,263
	Within Groups		1014,968	59	17,203		
	Total		1350,000	71			

Output Uji Regresi Linier Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Intensitas ^b		Enter

a. Dependent Variable: Religiuitas

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.264 ^a	.070	.057	4,23516

a. Predictors: (Constant), Intensitas

b. Dependent Variable: Religiuitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94,440	1	94,440	5,265	.025 ^b
	Residual	1255,560	70	17,937		
	Total	1350,000	71			

a. Dependent Variable: Religiuitas

b. Predictors: (Constant), Intensitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	73,983	8,375		8,834	,000
	Intensitas	,457	,199	,264	2,295	,025

a. Dependent Variable: Religiuitas

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	90,4207	96,3565	93,1667	1,15332	72
Residual	-14,33393	6,75287	,00000	4,20523	72
Std. Predicted Value	-2,381	2,766	,000	1,000	72
Std. Residual	-3,385	1,594	,000	,993	72

a. Dependent Variable: Religiuitas

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Landasan Teori:

Menurut Ajzen (1991), kisi-kisi skala intensitas penggunaan media sosial terbagi menjadi beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

- a. Frekuensi mempunyai pengertian banyaknya pengulangan tindakan yang dihitung dalam kurun waktu satu hari (kekerapan).
- b. Durasi, yaitu kebutuhan individu dalam jangka waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target dalam hitungan satuan jam (lama subjek).
- c. Perhatian, yaitu ketertarikan individu terhadap suatu objek tertentu yang menjadikan target perilaku.
- d. Penghayatan, yaitu penyerapan dan pemahaman terhadap suatu informasi sebagai pengetahuan baru bagi individu.

No	Aspek	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Frekuensi	1	-	1
2.	Durasi	2	-	1
3.	Perhatian	3,4,5,6	-	4
4.	Penghayatan	7,8,9,22	-	4

Landasan Teori:

Menurut Glock dan Stark religiusitas atau keberagaman memiliki dimensi yang menjadi tolak ukur religiuitas. Kelima dimensi tersebut adalah:

- a. Dimensi *ideological*, merupakan dimensi antara tingkat keyakinan seseorang terhadap tuhan dan agama yang di percayai. Dimensi ini merupakan tinkat keyakinan seseorang terhadap hal yang di ajarkan dalam agama, baik itu yang fundamental atau dogmatic,

- b. Dimensi *Ritualistic*, merupakan tingkat ketaatan terhadap apa yang telah di perintahkan oleh agama untuk melakukannya
- c. Dimensi *experiential*, merupakan dimensi yang yang menyangkut perasaan religius seseorang terhadap tuhan dan agama yang di anutnya.
- d. Dimensi *intellectual*, Dimensi ini menunjukkan seberapa tinggi tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran agama, terutama terhadap ajaran pokok nya, sebagaimana yang tertuang dalam kitab sucinya.
- e. Dimensi *Consequential*, merupakan dimensi dimana seseorang merealisasikan ilmu agamanya kepada orang-orang di sekelilingnya, seperti dalam berperilaku, bersikap, dan bertutur kata. Dimensi ini menitik beratkan pada tingkat seseorang untuk merasakan dan mengalami perasaan dalam pengalaman religiusnya.

No	Aspek	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Dimensi <i>Ideological</i> (Keyakinan)	10,11,12,13,14,15	-	6
2.	Dimensi <i>Ritualistic</i> (Keagamaan)	16,24,25,26.	-	4
3.	Dimensi <i>Intelecrual</i> (Pengetahuan)	17,18,19,20	-	4
4.	Dimensi <i>Experiential</i> (Pengalaman)	21,23,27,28	-	4
5.	Dimensi <i>Consequential</i> (Pengamalan)	29,30,31,32	-	4

ANGKET VARIABEL SKALA INTENSITAS MENGAkses

Berilah tanda (✓)

Pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		< 2 kali	3-4 kali	5-6 kali	7-8 Kali	> 9 kali
1.	Dalam 1 bulan terakhir, berapa kali Anda mengakses akun Instagram @nuonlinejombang					
2.	Setiap kali melihat postingan di akun Instagram @nuonlinejombang , berapa waktu yang Anda butuhkan	< 5 menit	6-10 menit	10-15 menit	15-25 menit	>25 menit

Berilah tanda (√)

Pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr.

Sangat setuju (SS)

Setuju (S)

Netral (N)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

		SS	S	N	TS	STS
3.	Saya tertarik untuk mengakses akun Instagram @nuonlinejombang					
4.	Saya memberikan dukungan terhadap konten Keagamaan pada akun Instagram @nuonlinejombang dengan memberikan <i>like</i> dan <i>comment</i>					
5.	Saya membaca seluruh informasi yang tertuang pada akun Instagram @nuonlinejombang					
6.	Ketika mengakses akun Instagram @nuonlinejombang, Anda tetap melakukan aktivitas lain					
7.	Saya memahami informasi yang tertuang dalam akun Instagram @nuonlinejombang					
8.	Saya termotivasi untuk melakukan Kegiatan religiuitas setelah melihat postingan akun Instagram @nuonlinejombang					

9.	Saya mendapat wawasan dan pengetahuan baru mengenai agama karena adanya Postingan di akun Instagram @nuonlinejombang					
----	--	--	--	--	--	--

ANGKET VARIABEL SKALA PERILAKU RELIGIUITAS

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
10	Saya yakin bahwa Tuhan itu ada					
11	Saya percaya bahwa seluruh isi kitab suci adalah kebenaran, karna merupakan firman dan Perintah Allah.					
12	Saya yakin bahwa syurga dan neraka benar-benar ada					
13	Saya percaya bahwa setiap perbuatan manusia akan mendapat balasan dari Tuhan					
14	Saya percaya bahwa kematian adalah takdir Tuhan					
15	Saya percaya bahwa Nabi adalah orang-orang pilihan yang mendapat wahyu dari Tuhan					
16	Malaikat diciptakan Allah dari cahaya					

17	Rukun Islam yang pertama adalah sholat					
18	Nama-nama Allah yang berjumlah disebut Asmaul Husna					
19	Puasa Ramadhan hukumnya sunnah					
20	Saat saya berdo'a saya selalu akan di kabulkan Allah					
21	Saya merasa bahwa Allah ada di pihak saya sewaktu saya berada dalam sebuah masalah					

Berilah tanda (✓) Pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr.

Selalu (SL)

Sering (S)

Kadang-Kadang (KD)

Jarang (J)

Tidak Pernah. (TP)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SL	S	KD	J	TP
22	Saya membagikan atau share postingan dari akun Instagram @nuonlinejombang karena merasa informasi tersebut berguna					
23	Ketika mendapat kesulitan, saya merasa mendapat pertolongan dari Tuhan					

24	Ketika berdoa dan sembahyang, saya merasa khusyu					
25	Saat beribadah, saya merasa hati saya damai					
26	Dimanapun saya berada, saya merasa dalam pengawasan Tuhan					
27	Saya pernah merasa diuji oleh Allah					
28	Saya merasa mendapat bantuan dari Allah dalam segala aktifitas					
29	Jika saya mengerjakan sesuatu saya selalu berdo'a terlebih dahulu					
30	Setelah mengerjakan sesuatu, saya mengucapkan syukur kepada Tuhan					
31	Saya meluangkan waktu secara teratur untuk membaca kitab suci					
32	Saya selalu mengawali hari saya dengan berdoa untuk memohon bimbingan dari Tuhan					

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA