

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@RUANGNDERES TERHADAP MOTIVASI MENGHAFAK AL-QUR'AN
SANTRI DI PONDOK PESANTREN AL MUNAWWIR KRAPYAK
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

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

Oleh:

Fitri Amalia Khusnah

20102010068

Pembimbing:

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

NIP. 19661209 199403 1004

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

Halaman Pengesahan



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-1298/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @RUANGNDERES
TERHADAP MOTIVASI MENGHAFAL AL-QURAN SANTRI DI PONDOK
PESANTREN AL MUNAWWIR KRAPYAK YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FITRI AMALIA KHUSNAH
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010068
Telah diujikan pada : Rabu, 31 Juli 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. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.

SIGNED

Valid ID: 66b1550e84f66



Penguji I

Dra. Anisah Indriati, M.Si

SIGNED

Valid ID: 66bdd30c93c09



Penguji II

Taufik Rahman, M.Sos.

SIGNED

Valid ID: 66bc0999451fa



Yogyakarta, 31 Juli 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

SIGNED

Valid ID: 66c48244836cf

Surat Persetujuan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 5581

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum wr. wb.

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

Nama : Fitri Amalia Khusnah
NIM : 20102010068
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @ruangnderes Terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur'an Santri Di Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu dalam bidang sosial.

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

Wassalamualaikum wr. wb.

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

Ketua Jurusan

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP. 19661209 199403 1004

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

Surat Pernyataan Keaslian Skripsi

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Amalia Khusnah
NIM : 20102010068
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **"Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @ruangnderes Terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur'an Santri Di Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta"** 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, 17 Juli 2024
Yang menyatakan,



Fitri Amalia Khusnah
NIM 20102010068

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Kedua orang tua: Sukaryo dan Puryati yang selalu memberikan do'a, dukungan,
cinta, dan kasih sayang yang tak terhingga,

Keluarga besar yang senantiasa memberi semangat dan motivasi,

Serta Almameter Tercinta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa do’a”

(M. Ridwan Kamil_Gubernur Jawa Barat)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah swt. yang senantiasa memberikan limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @ruangnderes Terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur’an Santri Di Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta” untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial Strata-I Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW, serta keluarga, sahabat, dan umatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati saya mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Berjuta-juta terima kasih untuk orang tua tercinta Bapak Sukaryo dan Ibu Puryati, terima kasih karena selalu mengusahakan pendidikan anakmu, terima kasih karena sudah selalu mendukung anakmu dengan penuh kasih sayang, dan terima kasih sudah menjadi cinta pertama putrimu ini pa.
2. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr.Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
4. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si.
5. Dosen Penasehat Akademik, Dra. Anisah Indriati, M.Si
6. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
7. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

8. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar yang selalu mendukung dan memberikan motivasi.
9. Responden Penelitian, Madrasah Huffadh I dan II.
10. Terima kasih untuk saudara tidak sedarah saya, Dian Junriyani karena selalu mendukung dan memberikan semangat, serta wejangan dalam menyelesaikan semua proses ini.
11. Terima kasih untuk mbak-mbak santri Nurussalam yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam proses mengerjakan skripsi ini.
12. Terima kasih untuk Adinda Fitra yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan bersedia menjadi partner ziaroh saya ketika sedang pusing mengerjakan skripsi.
13. Seluruh teman-teman KPI 2020 terima kasih atas canda tawa, bantuan, dan kerjasama yang telah membuat perjalanan studi ini menjadi lebih menyenangkan dan penuh makna.
14. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri “Fitri Amalia Khusnah”. Terima kasih untuk tidak menyerah, terima kasih karena sudah bertahan sampai sejauh ini, terima kasih untuk selalu mau diajak berperang dengan isi kepala, dan terima kasih karena sudah bisa membuktikan bahwa kami bisa melewati semuanya.

Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Semoga dukungan dan doa yang sudah diberikan, dihitung sebagai amal baik yang bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Yogyakarta, 26 Juni 2024

Penulis,

Fitri Amalia Khusnah

ABSTRAK

Dakwah pada dasarnya menyampaikan ajaran agama Islam kepada masyarakat yang lebih luas. Perkembangan zaman yang ditandai dengan maraknya penggunaan media sosial yang dijadikan sebagai metode berdakwah. Diantara contoh berdakwah dengan media sosial adalah melalui Instagram. Instagram merupakan media sosial yang sering digunakan untuk membagikan momen foto, reels, stories, dan juga video. Besar tidaknya efek yang ditimbulkan tergantung pada tingkat intensitas menontonnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana intensitas mengakses akun Instagram @ruangnderes pada santri, bagaimana motivasi menghafal Al-Qur'an santri, dan seberapa besar hasil pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal Al-Qur'an santri di PP Al-Munawwir Krpyak Yogyakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Efek Media dan Teori Uses and Effect. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS versi 25. Jenis analisis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei dan analisis data menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Linearitas, dan Uji Regresi Linier Sederhana dengan bantuan SPSS versi 25. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Total Sampling*, yaitu subjeknya diambil semua sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi. Hasil dari penelitian ini di dapatkan bahwa intensitas mengakses akun Instagram berpengaruh terhadap motivasi menghafal santri Komplek Madrasah Huffadh I dan II Krpyak. Berdasarkan hasil uji hipotesis nilai signifikan $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Kata kunci: Intensitas mengakses instagram @ruangnderes, motivasi menghafal, Pondok Pesantren Al Munawwir Krpyak

ABSTRACT

Da'wah basically conveys the teachings of Islam to a wider community. The development of the times is characterized by the widespread use of social media which is used as a method of preaching. Among the examples of preaching with social media is through Instagram. Instagram is a social media that is often used to share moments of photos, reels, stories, and also videos. Whether or not the effect caused depends on the level of viewing intensity. This study aims to determine how the intensity of accessing the @ruangnderes Instagram account on students, how the motivation to memorize the students' Al-Qur'an, and how much the results of the influence of the intensity of accessing the @ruangnderes Instagram account on the motivation to memorize the Al-Qur'an of students at PP Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta. The theories used in this research are Media Effect Theory and Uses and Effect Theory. This type of research analysis is quantitative research with survey method and data analysis using Classical Assumption Test, Normality Test, Linearity Test, and Simple Linear Regression Test with the help of SPSS version 25. Data collection techniques using questionnaires and interviews with sampling techniques using Total Sampling, that is, all subjects are taken so that this research is population research. The results of this study found that the intensity of accessing Instagram accounts affects the motivation to memorize students of the Huffadh Madrasah Complex I and II Krapyak. Based on the results of hypothesis testing, the significant value of $0.00 < 0.05$ indicates that H_a is accepted and H_o is rejected. Which means there is a significant influence between variable X and variable Y.

Keywords: Intensity of accessing Instagram @ruangnderes, motivation to memorize, Al-Munawwir krapyak Islamic boarding school

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
G. Kajian Pustaka	5
H. Kerangka Teori	9
I. Kerangka Pemikiran	26
J. Hipotesis	27
K. Sistematika Pembahasan	28

BAB II: METODE PENELITIAN

A. Jenis Analisis Penelitian	30
B. Definisi Konseptual.....	30
C. Definisi Operasional	32
D. Populasi Dan Sampel	33

E. Instrumen Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Validitas Dan Reliabilitas	32
H. Analisis Data	43
BAB III: GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @RUANGNDERES DAN PONDOK PESANTREN AL-MUNAWWIR KRAPYAK YOGYAKARTA	
A. Profil Instagram @ruangnderes	46
B. Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta.....	48
a. Profil Pondok Madrasah Huffadh I.....	49
b. Profil Pondok Madrasah Huffadh II	52
C. Karakteristik Responden	55
BAB IV: PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @RUANGNDERES TERHADAP MOTIVASI MENGHAFAAL AL-QUR'AN SANTRI PONDOK PESANTREN AL MUNAWWIR KRAPYAK YOGYAKARTA	
A. Analisis Data	59
B. Deskripsi Intensitas Mengakses Instagram Dan Motivasi Menghafal	59
1. Deskripsi Variabel Intensitas	59
2. Deskripsi Variabel Motivasi	69
C. Uji Asumsi Klasik	78
1. Uji Normalitas	78
2. Uji Linearitas	79
D. Uji Hipotesis	80
1. Analisis Regresi Linier Sederhana	80
E. Pembahasan	81
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Skala Likert Variabel X	35
Tabel 2	Skala Likert Variabel Y	35
Tabel 3	Indikator Penelitian Variabel X	36
Tabel 4	Indikator Penelitian Variabel Y	36
Tabel 5	Data Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	39
Tabel 6	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel X	40
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y	41
Tabel 8	Hasil Uji Reliabilitas Intensitas	42
Tabel 9	Hasil Uji Reliabilitas Motivasi	43
Tabel 10	Data Responden Penelitian	56
Tabel 11	Jawaban Responden Pernyataan 1	60
Tabel 12	Jawaban Responden Pernyataan 2	61
Tabel 13	Jawaban Responden Pernyataan 3	62
Tabel 14	Jawaban Responden Pernyataan 4	63
Tabel 15	Jawaban Responden Pernyataan 5	63
Tabel 16	Jawaban Responden Pernyataan 6	64
Tabel 17	Jawaban Responden Pernyataan 7	65
Tabel 18	Jawaban Responden Pernyataan 8	66
Tabel 19	Jawaban Responden Pernyataan 9	67
Tabel 20	Jawaban Responden Pernyataan 10	68
Tabel 21	Hasil Presentase Variabel Intensitas	68
Tabel 22	Jawaban Responden Pernyataan 11	70
Tabel 23	Jawaban Responden Pernyataan 12	70
Tabel 24	Jawaban Responden Pernyataan 13	71
Tabel 25	Jawaban Responden Pernyataan 14	72
Tabel 26	Jawaban Responden Pernyataan 15	73
Tabel 27	Jawaban Responden Pernyataan 16	74
Tabel 28	Jawaban Responden Pernyataan 17	74

Tabel 29	Jawaban Responden Pernyataan 18	75
Tabel 30	Jawaban Responden Pernyataan 19	76
Tabel 31	Jawaban Responden Pernyataan 20	77
Tabel 32	Hasil Presentase Variabel Motivasi	77
Tabel 33	Uji Normalitas	78
Tabel 34	Uji Linieritas	79
Tabel 35	Uji Hipotesis	80
Tabel 36	Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Profil Akun Instagram Ruang Nderes	46
Gambar 2	Logo Akun Instagram Ruang Nderes	47
Gambar 3	Agenda Rutin Madrasah Huffadh	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini dunia berada pada era digitalisasi, peralihan dari media cetak ke media digital yang bertujuan untuk menciptakan sebuah arsip dokumen. Digitalisasi adalah proses perubahan dari berbagai bentuk media cetak ke digital. Literasi digital adalah salah satu upaya yang dapat memberikan kesiapan masyarakat Indonesia dalam bertransformasi digital. Seperti saat ini segala hal yang dilakukan memerlukan bantuan internet, salah satunya yang berkaitan dengan internet yaitu media sosial. Media sosial menawarkan berbagai kemudahan namun juga memberikan dampak negatif dan positif, salah satunya instagram.

Dakwah pada dasarnya menyampaikan ajaran agama Islam kepada masyarakat yang lebih luas. Hakikat dakwah sendiri adalah usaha untuk menumbuhkan rasa kecenderungan dan ketertarikan dalam menarik diri seseorang terhadap ajaran agama islam dalam apa yang telah diserukan.¹ Di dalam Al-Qur'an terdapat banyak perintah yang memerintahkan kaum muslimin untuk selalu berdakwah kepada manusia agar senantiasa selalu berada di jalan Allah swt. Dakwah sendiri tidak hanya dapat dilakukan secara tatap muka, namun juga dapat dilakukan dengan hanya mengandalkan internet.

Berbagai macam akses informasi bisa didapatkan dengan mudah melalui internet. Internet sendiri telah menjadi perhatian banyak untuk masyarakat saat ini. Segala hal yang dilakukan memerlukan bantuan internet, salah satunya yang berkaitan dengan internet yaitu media sosial. Hal ini sejalan dengan perubahan besar dalam cara berkomunikasi manusia yang disebabkan oleh pergeseran teknologi dari media cetak ke media

¹ Ahmad Mahmud, *Dakwah Islam*, (Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2002), hlm. 13.

digital. Adanya pergeseran ini berarti bagi seluruh konten media baik media cetak maupun elektronik yang dapat digabungkan dan dibagikan.²

Di antara contoh berdakwah dengan media sosial adalah melalui Instagram. Instagram merupakan media sosial yang sering digunakan untuk membagikan momen foto, reels, stories, dan juga video yang berdurasi kurang lebih 60 menit atau biasa disebut IGTV. Instagram memiliki banyak konten-konten menarik yang membuat banyak orang tertarik dengan konten tersebut. Apalagi konten yang berisi mengenai informasi pekerjaan, pendidikan, kesehatan, berita terkini, dan juga motivasi dakwah. Jika berbicara mengenai dakwah, berdakwah bisa dilakukan dan ditemukan dimana saja. Seiring dengan berkembangnya teknologi, dakwah tidak hanya ditemukan pada majelis ta'lim saja, tetapi dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk dijadikan sebagai media berdakwah.³

Di Indonesia, dampak sosial dari Instagram sebagai salah satu media untuk berdakwah terlihat dari banyaknya bermunculan aktivis-aktivis dakwah. Salah satunya yang menggunakan Instagram sebagai media berdakwah ialah @ruangnderes. Ruang nderes merupakan salah satu akun Instagram yang memuat konten quotes-quotes keislaman seputar pengalaman dan perjuangan para penghafal Al-Qur'an.

Ruang nderes adalah sebuah akun instagram yang aktif dalam bidang perkontenan quotes-quotes dan motivasi menghafal Al-Qur'an. Akun @ruangnderes telah memiliki pengikut 121 ribu dan 465 kiriman dalam Desember 2023.⁴ Ruang nderes bisa dikatakan sebagai pendatang baru dalam dunia dakwah. Namun, profil ruang nderes banyak dikenal di kalangan santri pondok pesantren, khususnya netizen sebagai pengguna media sosial. Postingan yang diberikan @ruangnderes memberikan

² *Ibid.*, hlm. 72.

³ Azfar Muhammad Robbani and Rhafidilla Vebrynda, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Nurul Azka Dalam Mengelola Akun @Nunuzoo), "no. 2 (n.d.): 3.

⁴ MINDERES (@ruangnderes) Instagram Photos and Videos, "diakses 08 Desember 2023, <https://www.instagram.com/ruangnderes/>.

pengalaman secara terperinci, serta pengalaman-pengalaman para penghafal Al-Qur'an sebelumnya menambahkan kesan yang berbeda dari akun @ruangnderes dalam memotivasi menghafal yang lain.

Untuk itulah pengaruh mengakses akun Instagram @ruangnderes penting untuk diteliti. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh positif yang ditimbulkan dari sisi motivasi menghafal terutama untuk santri yang sedang dalam proses menghafal Al-Qur'an yang dalam hal ini tentang pandangan mereka terhadap postingan ruang nderes yang belakangan ini banyak digemari masyarakat.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan dari *Social Media In Indonesia 2023 Stats & Platform Trends* dalam penggunaan media sosial di Indonesia, Instagram memiliki pendapatan kedua dengan hasil 90% pengguna. Dari hasil survei tersebut dapat disimpulkan bahwa akun Instagram menduduki urutan kedua sebagai *platform* media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.⁵ Dan generasi Z mendominasi penggunaan media sosial. Santri termasuk ke dalam golongan generasi tersebut dan santri masuk ke dalam kriteria responden yang peneliti inginkan. Santri menjadi target sasaran dalam penelitian ini sebab termasuk ke dalam generasi muda dan juga merupakan pengguna aktif di media sosial terutama Instagram.

Fakta dilapangan masih ada beberapa santri yang masih kesulitan dan bermalas-malasan dalam menghafal Al-Qur'an. Sebagaimana hasil observasi di Madrasah Huffadh I&II Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak ditemukan bahwa masih ada beberapa santri yang masih kesulitan dan malas-malasan dalam menghafal dan mengulang hafalan Al-Qur'an yang ada. Hal tersebut terjadi biasanya karena faktor hafalan yang tidak lancar, pusing, persoalan dan pada akhirnya tidak mau membuka mushaf.

Santri yang mengalami kesulitan dalam menghafal Al-Qur'an tidak lepas dari adanya masalah yang dihadapi, karena hal tersebut dapat

⁵ "Social Media in Indonesia-2023 Stats & Platform Trends," 10 Desember 2023, <https://oosga.com/social-media/idn/>.

menjadi faktor penghambat fokus dalam menghafal Al-Qur'an. Dengan adanya @ruangnderes tidak menutup kemungkinan santri tidak malas untuk mengaji, namun dengan @ruangnderes santri dapat menjadikan quotes-quotes yang diposting pada akun @ruangnderes untuk dijadikan motivasi dan semangat untuk kembali bangkit dari rasa malas. Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan melibatkan santri karena ingin mengetahui sejauh mana pengaruh yang ditimbulkan dari mengakses akun Instagram @ruangnderes.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, maka upaya yang dilakukan untuk meningkatkan menghafal Al-Qur'an santri tersebut adalah dengan menerapkan membuat jadwal menghafal Al-Qur'an, mendengarkan *dawuh-dawuh* para ulama ahli Qur'an, dan mampu melawan ketika datang rasa malas. Dengan upaya yang dilakukan ini motivasi menghafal Al-Qur'an yang tepat dan sejalan dengan masalah dan keseharian yang sering dialami adalah akun @ruangnderes.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis bertekad untuk melakukan penelitian terkait mengakses akun Instagram dalam upaya memotivasi menghafala Al-Qur'an Santri, dalam sebuah judul "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @ruangnderes Terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur'an Santri Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta".

B. Identifikasi Masalah

Sebagaimana telah diuraikan dalam latar belakang masalah di atas, terdapat identifikasi masalah yaitu:

1. Intesitas mengakses akun Instagram @ruangnderes terlalu sering dapat meningkatkan motivasi menghafal Al-Qur'an Santri Komplek Madrasah Huffadh I&II Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak.
2. Ruang Nderes menjadi wadah para penghafal Al-Qur'an yang telah berhasil menyelesaikan hafalannya untuk memberikan motivasi kepada khalayak. Dan bagaimana

Ruang Nderes memberikan motivasi dari unggahan (postingan) dalam media sosial khususnya dari Instagram.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh intensitas mengakses pada akun instagram @ruangnderes. Penggunaan media sosial hanya pada instagram karena media sosial instagram menyediakan berbagai filter digital yang dapat dinikmati oleh para pengguna serta dibagikan kepada publik. Instagram dapat digunakan penggunaanya untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi dalam berbagai bidang, seperti hiburan, bisnis, politik atau dakwah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan di atas, maka dapat diambil pokok permasalahan yang dapat dijadikan sebagai objek kajian penelitian ini adalah:

1. Bagaimana intensitas mengakses Instagram @ruangnderes pada santri?
2. Seberapa besar hasil pengaruh intensitas mengakses akun instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal Al-Qur'an Santri Komplek Madrasah Huffadh I & II Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana intensitas santri Madrasah Huffadh I dan II dalam mengakses akun Instagram @ruangnderes.
2. Mengetahui hasil mengakses akun Instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal Al-Qur'an santri

F. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian yang dilakukan harus memiliki manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun praktis. Hal ini dimaksudkan agar penelitian tersebut dapat berguna bagi peneliti itu sendiri maupun lingkungan sekitar.

a. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan keilmuan khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya mengenai instagram sebagai salah satu media yang memiliki peran sebagai media komunikasi dakwah.

b. Secara Praktis

Pembaca yang menginginkan informasi lebih mendalam mengenai dampak media sosial, khususnya Instagram, dapat mengambil manfaat dari penelitian ini.

G. Kajian Pustaka

Penelitian pertama yang digunakan sebagai kajian pustaka dalam penelitian ini adalah tesis dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dari Hanifatul Azizah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berjudul Pengaruh terpaan Media Pada Akun Instagram @ruangnderes terhadap Minat Muraja'ah Al-Qur'an Santri Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Hasan Ponorogo. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian adalah 99 santri putra dan 174 santri putri. Data yang dikumpulkan dengan metode kuesioner dan wawancara. Perbedaan yang terdapat pada penelitian penulis yaitu terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya ialah terletak pada metode dalam penelitiannya.

Selanjutnya penelitian yang digunakan sebagai kajian pustaka kedua dalam penelitian ini adalah Jurnal dari Universitas Muhammadiyah Jember, mahasiswa Riska Afdiyanti dan M. Thamrin dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram @unmuhjember_ofc terhadap Persepsi Mahasiswa Di Bidang Pendidikan”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan Instagram @unmuhjember_ofc terhadap persepsi mahasiswa di bidang pendidikan, pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember angkatan tahun 2017-2019. Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner dan penentuan sampel menggunakan aksidental sampling. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa persepsi mahasiswa di bidang pendidikan mempengaruhi intensitas penggunaan akun instagram @unmuhjember_ofc dan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,870. Faktor ekonomi, dinamika kegiatan pendidikan dan pemanfaatan sarana kampus mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap postingan di bidang pendidikan yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,763. Faktor sistem belajar mengajar di kampus dan latar belakang pendidikan mahasiswa mempengaruhi mahasiswa terhadap persepsi di bidang pendidikan juga memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,812. Perbedaan yang terdapat pada penelitian penulis yaitu terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya ialah terletak pada metode dalam pengumpulan datanya.

Penelitian ketiga adalah skripsi dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, mahasiswa Nur Afifah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dengan judul “Pengaruh Intensitas mengakses pesan dakwah kontekstual pada Instagram @quranrivew terhadap minat belajar Al-Qur'an dikalangan pengikut.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh yang ditimbulkan pada saat mengakses intensitas mengakses pesan dakwah kontekstual pada Instagram @quranreview terhadap minat

belajar AL-Qur'an dikalangan pengikut.⁶ Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa indikator *yang* paling dominan dalam bentuk kontekstual pengikut Instagram @quranreview adalah indikator perhatian dengan skor rata-rata 4, pada tahun 2022. Indikator yang paling dominan dalam membentuk minat belajar Al-Qur'an pengikut Instagram @quranreview adalah indikator perasaan senang dengan skor rata-rata 4,55.

Selanjutnya penelitian yang keempat adalah jurnal Thesis dari Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, mahasiswa Fauziyyah Musra, Muh Rapi, Syamsuddin, Khairul Huda dengan judul “Intensitas Penggunaan Whatsapp dan Instagram Terhadap Minat Belajar Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di SMAN 1 Pinrang”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh intensitas penggunaan *whatsapp* dan *instagram* dalam menumbuhkan minat belajar siswa SMAN 1 Pinrang dalam mengikuti mata pelajaran pendidikan agama islam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, subyek dari penelitian ini 85 siswa kelas X yang dipilih dengan pendekatan random sample sedangkan analisis datanya menggunakan regresi berganda untuk menyelesaikan permasalahan yang diajukan. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa penggunaan *whatsapp* dan *instagram* untuk mendapatkan nilai mata pelajaran pendidikan agama Islam terbagi menjadi tiga kategori yaitu sedang, tinggi dan rendah. Dengan demikian, dari hasil tersebut siswa harus lebih bisa mengatur waktu secara efektif, khususnya saat menggunakan *whatsapp* dan *instagram*. Perbedaan yang terdapat pada penelitian penulis yaitu terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya ialah terletak pada metode penelitiannya.

Penelitian Kelima adalah jurnal dari Riki Khrishananto dan Muhammad Ali Adriansyah, penelitian ini berasal dari Universitas Mulawarman, Samarinda dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di

⁶ Nur Afifah, “Pengaruh Intensitas mengakses pesan dakwah kontekstual pada Instagram @quranreview terhadap minat belajar AL-Qur'an dikalangan pengikut” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021).

Kalangan Generasi Z". Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian yang digunakan sebanyak 100 remaja yang berdomisili di kota samarinda. Dalam mengumpulkan data penelitian ini menggunakan Skala intensitas penggunaan Instagram, Skala konformitas, dan Skala perilaku konsumtif. Analisis data yang digunakan ialah analisis regresi liner berganda. Perbedaan yang terdapat pada penelitian penulis terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya terletak pada metode penelitiannya.

Penelitian terdahulu atau penelitian yang paling relevan merupakan salah satu bahan referensi bagi peneliti selama proses penelitian. Dari beberapa judul penelitian di atas, persamaan dari penelitian ini dan beberapa penelitian relevan terletak pada metode dalam penelitiannya yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Namun terdapat perbedaan penelitian ini dengan masing-masing penelitian relevan, yaitu terletak pada obyek penelitian yang berbeda sehingga indikator dalam definisi operasionalnya akan berbeda.

H. Kerangka Teori

1. Intensitas Mengakses

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori intensitas. Intensitas merupakan kemampuan atau kekuatan, gigih tidaknya, kehebatan.⁷ Dalam KBBI intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Berdasarkan kamus *psychology* intensitas adalah kuatnya tingkah laku atau pengalaman, sikap yang dipertahankan.⁸

Ukuran intensitas menggambarkan seberapa sering *followers* atau pengikut dalam mengakses media, dalam hal ini mengakses akun Instagram @ruangnderes untuk mencari

⁷ Partanto, dkk. *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Penerbit Arloka, tanpa tahun), 265.

⁸ Ashari M. Hafi, *Kamus Psychology* (Surabaya: Usaha Nasional 1996), 297.

informasi, memberikan tanda suka pada setiap postingan, berkomentar yang sudah disediakan oleh pihak Instagram.

Dahrendorf mengartikan intensitas sebagai istilah yang terkait dengan “pengeluaran energi” atau banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam waktu tertentu.⁹ Sedangkan menurut Klaoh berpendapat bahwa intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan.¹⁰

Intesitas berarti kualitas dari tingkat ke dalaman yang meliputi kemampuan, daya konsentasi terhadap sesuatu, tingkat keseringan dan kedalaman cara atau sikap seseorang pada objek tertentu. Ajzen membagi aspek yang terdapat dalam intensitas meliputi:¹¹

a. Frekuensi

Frekuensi adalah keseringan yang digunakan untuk melakukan aktivitas atau dapat diartikan seberapa sering seseorang menggunakan media. Dalam hal ini keseringan mengakses media sosial. Keseringan mengakses tersebut di lihat dalam kurun waktu.

b. Durasi

Durasi adalah lamanya sesuatu berlangsung atau rentan waktu. Maksudnya adalah waktu yang digunakan untuk melakukan aktivitas di media sosial.

c. Penghayatan

⁹ Apollo & Ancok, *Hubungan Antara Menonton Tayangan Televisi Berisi Kekerasan, Persepsi terhadap keharmonisan Keluarga. Jenis Kelamin dan Tahap Perkembangan dengan Kecenderungan Agresivitas Remaja*, (Jurnal Sosiohumanika, 2003). <https://books.google.co.id>. Diakses pada tanggal 15 Februari 2024.

¹⁰ D. F. Kilimanca, *Hubungan antara Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri dengan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial pada Remaja*. (Jurnal Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2006).

¹¹ Awaliyah Frisnawati, *Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial Pada Remaja*, (Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan, 2012).

Penghayatan adalah pemahaman atas informasi yang diperoleh dan adanya usaha seseorang untuk lebih memahami, meghayati, menikmati, dan menyimpan informasi maupun pengalaman yang didapatkan untuk menjadi sebuah pengetahuan.

d. Perhatian

Pehatian atau atensi adalah sebuah rasa ketertarikan yang dimiliki seseorang terhadap aktivitas yang sesuai dengan minat dan akan menjadi lebih sering dilakukan daripada aktivitas lain yang tidak diminati.

2. Pengertian Instagram

Instagram adalah layanan jejaring sosial untuk berbagi foto dan video yang dbuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Instagram resmi diluncurkan pada bulan Oktober 2010, dan awalnya hanya ditujukan untuk pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian, Instagram dirilis untuk pengguna ponsel Android pada bulan April 2012, diikuti oleh situs webnya yang dirilis pada November 2012, dan pada bulan April 2016, Instagram dirilis untuk perangkat seluler Windows 10 Mobile.¹²

Instagram dapat didefinisikan sebagai aplikasi seluler berbasis iOS, Android, dan Windows Phone yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, mengeditnya, dan mempublikasikannya di halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto dan video yang anda bagikan nantinya akan muncul di beranda pengikut lainnya. Sistem pertemanan Instagram menggunakan istilah “*Follower*” dan “*Following*”. *Follower* berarti pengguna lain yang menjadi pengikut, sedangkan *Following* berarti mengikuti suatu akun Instagram. Setiap pengguna kemudian

¹² “Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya | merdeka.com,” diakses 6 Januari 2024, <https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelarasannya-kl.html>.

dapat berbagi komentar dan menyukai serta membalas foto yang dibagikan.

Atmoko memaparkan terdapat beberapa fitur Instagram yang memiliki pengaruh yang cukup tinggi dalam memberikan informasi kepada publik atau yang melihat unggahan dari Instagram, sebagai berikut:¹³

a. Home Page

Tampilan utama di dalam instagram yang menampilkan foto serta video dari orang-orang yang kita ikuti

b. Profile

Profile berguna untuk melihat akun pengguna secara detail, dapat melihat foto dan video yang telah diunggah pengguna, maupun melihat siapa yang followers (pengikut) dan following (mengikuti) pengguna tersebut.

c. Activity

Dalam fitur activity pengguna dapat melihat siapa yang telah mengikuti kita, memberikan komen ataupun memberikan tanda suka.

d. Direct message

Fitur DM ini adalah interaksi sesama pengguna instagram dalam bentuk pesan.

e. Kolom komentar

Bisa mengomentari unggahan gambar atau video ke akun Instagram tersebut di kolom komentar. Caranya bisa dengan mengklik ikon komentar di bawah unggahan, setelah mengomentari unggahan tersebut tekan tombol kirim.

f. Hastag

¹³ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: Media Kita, 2012), 128.

Di Instagram ada simbol yang diwakili oleh tanda pagar (#) atau biasa disebut *hashtag*. Fitur ini memudahkan untuk menemukan unggahan di Instagram dengan *hashtag* tertentu.

g. Lokasi pengambilan gambar

Fitur yang digunakan untuk mencantumkan lokasi pada foto yang diunggah. Dengan fitur ini memungkinkan pengguna melihat di mana foto diambil.

h. Followers

Pengikut pengguna Instagram atau berteman dengan pengguna Instagram lainnya biasa disebut dengan *followers*. Semakin banyak pengikut yang dimiliki suatu akun Instagram, maka semakin banyak pula pengikut yang dimiliki akun tersebut. *Followers* juga merupakan bagian penting dalam pengelolaan akun. Sebelum mengikuti akun Instagram, pengikut memperhatikan unggahan, jumlah suka, dan komentar pengikut lainnya.

i. Like

Sebuah ikon tanda suka dapat menyukai gambar yang ada pada Instagram. Tanda suka ini merupakan penentu dari populer atau tidaknya sebuah unggahan konten. Apabila unggahan tersebut mendapatkan like banyak, maka unggahan tersebut akan muncul dari halaman populer Instagram.

j. Caption

Caption bersifat informatif, mengajak dan menarik perhatian. Sehingga dapat mempengaruhi pembaca dari unggahan tersebut. Selain itu, caption juga digunakan untuk keterangan dalam mendeskripsikan hasil dari unggahan tersebut.

3. Teori Uses and Effects

Teori *uses and effects* adalah sintesis antara pendekatan teori *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai *effects*. Konsep penggunaan (use) merupakan bagian yang sangat penting atau mendasar dari pemikiran ini karena informasi sehubungan dengan penggunaan media yang menyebabkan, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan penilaian tentang terjadinya suatu rencana komunikasi massa. Dengan demikian, teori *uses and effects* adalah teori yang memperjelas hubungan antara komunikasi massa dan penyampaian melalui media massa, yang akan berdampak pada audiens media massa tersebut. Adapun contoh dari teori *uses and effects* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang dalam mengamati atau mendengarkan, melihat media massa dalam keseharian individu, misalnya kecenderungan individu melihat postingan instagram yang dapat memberikan *effects* apa yang dilihat.¹⁴

Adapun asumsi dasar pada penggunaan media terhadap model *uses and effects* terbagi menjadi 3 variabel yaitu:¹⁵

- a. Jumlah waktu, dimensi ini menyajikan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media.
- b. Jenis isi media, dimensi ini menyajikan jenis isi media yang dipergunakan.
- c. Hubungan, dimensi ini menyajikan perihal hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang di konsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *uses and effects* karena ingin mengetahui *effects* dari para pengguna setelah menggunakan media massa tertentu. Demikian halnya pada akun instagram @ruangnderes yang memposting quotes-quotes yang dapat

¹⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), 291.

¹⁵ *Ibid*, 214

memberikan motivasi menghafal Al-Qur'an terhadap audiens. Pengetahuan tersebut akan membuat audiens dapat mengambil motivasi dari postingan @ruangnderes dan otomatis akan menerima *effects* setelah melihat postingan tersebut.

4. Efek media sosial

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

Menurut Sulistyowati, teori efek media sosial memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

a) Sifat pesan

Sifat pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat mempengaruhi efektivitasnya. Misalnya, pesan yang bersifat emosional atau yang mengandung ancaman lebih mungkin untuk mempengaruhi pengguna media sosial dari pada pesan yang bersifat rasional.

b) Karakteristik pengguna

Karakteristik pengguna media sosial juga dapat mempengaruhi efektivitas media sosial. Misalnya, pengguna media sosial yang memiliki minat yang tinggi terhadap suatu topik lebih mungkin untuk dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan melalui media sosial tentang topik tersebut.

c) Konteks

Konteks juga dapat mempengaruhi efektivitas media sosial. Misalnya, pesan yang disampaikan melalui media sosial di saat-saat tertentu lebih mungkin untuk

mempengaruhi pengguna media sosial dari pada pesan yang disampaikan disaat lainnya.

5. Motivasi Menghafal Al-Qur'an Santri

a. Motivasi

Kata motivasi secara etimologi diambil dari bahasa Inggris, “*motivation*” yang berarti daya batin, dorongan. Sedangkan secara istilah motif adalah suatu dorongan yang timbul dari luar dan dalam diri seseorang dan yang membuat seseorang ingin melakukan sesuatu. Sementara motivasi adalah upaya untuk mempengaruhi perilaku seseorang sedemikian rupa sehingga ia bertindak untuk mencapai suatu hasil atau tujuan tertentu.

Winard memberikan pendapat motivasi berasal dari bahasa latin yaitu “*movere*” yang berarti menggerakkan, motivasi merupakan suatu daya penggerak yang dapat membangkitkan semangat untuk bekerja keras guna mencapai kepuasan.¹⁶ Motivasi juga bisa diartikan menggerakkan perilaku seseorang. Berbeda dengan pendapat Bernard dan Gray A. yang mengatakan motivasi itu keadaan diri seseorang yang memberdayakan tindakan internal dalam mencapai tujuan. Sedangkan Nawawi mengatakan motivasi adalah suatu keadaan yang dapat membuat seseorang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

b. Jenis Motivasi

Menurut Djamarah motivasi terbagi dalam dua jenis, yaitu intrinsik dan ekstrinsik.¹⁷

1) Motivasi Intrinsik

Erna memberikan definisi mengenai motivasi intrinsik adalah hal dan keadaan yang berasal dari

¹⁶ Dody Chrisnanda, “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT Mas Sumbir” (2017): 8-11

¹⁷ Djamarah, S.B. (2015). *Psikologi Belajar*. Rineka Cipta

dalam diri seseorang yang dapat mendorong untuk melakukan suatu tindakan.¹⁸ Motivasi intrinsik merupakan bentuk motivasi yang paling efektif karena tidak dipengaruhi oleh faktor eksternal. Motivasi intrinsik dapat menyadarkan seseorang akan tanggung jawab terhadap keinginannya, sehingga dianjurkan untuk segera menyadarinya. Herzberg ahli psikologi mengatakan ada 6 indikator dari motivasi intrinsik, yaitu pengakuan, pencapaian prestasi, kemajuan, tanggung jawab, kemungkinan berkembang, dan pekerjaan itu sendiri.¹⁹

2) Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang berasal dari luar atau lingkungan. Motivasi ekstrinsik tidak sekuat intrinsik karena diperlukan motivasi ekstrinsik untuk membangkitkan semangat intrinsik dalam mencapai suatu tujuan. Motivasi ekstrinsik dapat juga diartikan suatu bentuk motivasi yang timbul dari keinginan untuk mendapat imbalan. Imbalan tersebut bisa berupa pujian, uang, hadiah, dan lain sebagainya. Motivasi ekstrinsik memiliki beberapa indikator, yaitu selalu berusaha memenuhi kebutuhan hidup, senang menerima pujian dari orang lain, bekerja dengan tujuan untuk menerima insentif menghafal Al-Qur'an untuk mendapat pahala, melakukan pekerjaan apabila

¹⁸ Erna, E. (2022). *Permainan Dalam Pembelajaran Sebagai Motivasi Belajar Di era New Normal*. Yayasan Insan Cendekia Indonesia Raya.

¹⁹ Herzberg, Frederick. 2011. *Teori Motivasi-Kebersihan Herzberg dan Kepuasan Kerja di Sektor Ritel Malaysia: Efek Mediasi Cinta Uang*. Universitas Sunway Malaysia: Teck Hang Tan and Amna Waheed

mendapat dorongan dari orang lain, dan ingin mendapat perhatian orang lain.²⁰

c. Teori-Teori Motivasi

1) Teori Abraham H. Maslow (Teori Kebutuhan)

Teori ini adalah teori motivasi yang paling terkenal, yang mengemukakan bahwa orang dapat termotivasi oleh keinginan untuk mencapai tujuannya. Maslow berpendapat bahwa kebutuhan manusia merupakan suatu jenis kekuatan pendorong yang membentuk suatu hierarki. Sesuai yang dibutuhkan manusia, Abraham Maslow membagi kebutuhan menjadi lima tingkatan yaitu: *pertama*, kebutuhan yang bersifat fisiologi. *Kedua*, kebutuhan akan rasa aman. *Ketiga*, kebutuhan sosial. *Keempat*, kebutuhan penghargaan. *Kelima*, kebutuhan aktualisasi diri.

2) Teori Motivasi ERG

Alderfer menyajikan tiga kategori kebutuhan yaitu keberadaan, keterhubungan, dan pertumbuhan. Kebutuhan eksistensial meliputi kebutuhan dasar hidup manusia seperti rasa haus, lapar, dan lain-lain. Kemudian hubungan timbal balik, yaitu hubungan dengan pribadi dan orang-orang yang penting bagi kita, seperti keluarga. Dan terakhir ada pertumbuhan yaitu wujud manusia dan keinginan untuk hidup bermanfaat.

Alderfer menyatakan bahwa ketika kebutuhan eksistensial tidak terpenuhi maka mempunyai pengaruh yang cukup kuat, namun bentuk kebutuhan

²⁰ Abraham H Maslow, *Motivasi Dan Kepribadian* (Jakarta: PT Midas Surya Grafindo, 1993): 101.

kemungkinan mempunyai kemampuan untuk mengarahkan seseorang dan perilakunya untuk mencapai tujuannya. Kepuasan kebutuhan dapat terus menjadi motivator. Sebaliknya, kebutuhan akan kedekatan dan pertumbuhan mungkin akan meningkat seiring dengan terpenuhinya kebutuhan tersebut.

3) Teori Motivasi Dua Faktor Herzberg

Teori Herzberg dikenal dengan “Model dua faktor”. Kedua faktor tersebut merupakan faktor yang dapat memotivasi seseorang dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuannya dan menjauhkan diri dari hal-hal yang membuat tidak tercapainya tujuan tersebut. Kedua faktor ini disebut faktor internal dan faktor eksternal. Ada permasalahan untuk memahami dan menerapkan teori ini, yaitu perlu diketahui secara pasti apakah faktor internal atau eksternal sangat mempengaruhi kehidupan seseorang atau tidak.²¹

4) Teori Desakan Kebutuhan Murray

Dalam teori ini Murray percaya bahwa orang dapat mengelompokkan kebutuhan mereka pada tingkat yang berbeda berdasarkan kekuatannya. Setiap orang mempunyai kebutuhan berbeda yang dapat mempengaruhi perilakunya. Dalam hal ini dapat didefinisikan kebutuhan adalah agar seseorang menaruh perhatian terhadap terwujudnya impiannya. Dengan kata lain, kebutuhan dianggap sebagai kekuatan utama yang dapat memotivasi seseorang. Murray berpendapat

²¹ Maman Rachman, *Teori Belajar Dan Motivasi* (Semarang: Lembaga Pengembangan Pendidikan dan Profesi Universitas Negeri Semarang, 2015): 43.

bahwa orang dapat dikelompokkan berdasarkan kekuatan dan kebutuhan. Setiap orang mempunyai kebutuhan berbeda-beda yang dapat mempengaruhi perilakunya. Kebutuhan manusia sebagian besar berasal dari pengaruh, pihak luar bukanlah sesuatu yang diwarisi dan diaktifkan oleh sinyal lingkungan eksternal.²²

5) Teori Harapan Vroom

Menurut Teori Harapan Vroom motivasi adalah suatu hak yang ingin dicapai seseorang berdasarkan penilaian bahwa tindakannya akan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Artinya ketika seseorang ingin mencapai sesuatu, seseorang harus melakukan suatu tindakan yang membuat keinginan tersebut menjadi kenyataan. Menurut Vroom orang yang termotivasi untuk mencapai tujuannya mereka harus yakin bahwa tindakannya itu akan membuat keinginannya tercapai.

Ide dasar dari teori Vroom ini adanya motivasi berdasarkan dengan hasil dari harapan yang diperoleh seseorang sesuai dengan tindakannya. Dalam teori ini memiliki variabel kunci, yaitu usaha (*effort*) dan hasil (*outcome*). Usaha seseorang dalam bertindak tergantung pada seberapa besar harapan yang ingin kita peroleh dan hasilnya adalah tujuan akhir dari tindakan tersebut.²³ Dalam teori Vroom mempunyai tiga asumsi utama, yaitu harapan, nilai, dan pertautan.

6) Teori Kebutuhan Berprestasi McClelland

²² Alex Sobur, *Psikologi Umum*, I. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2003): 246.

²³ Bernhard Tewal et al., *Perilaku Organisasi*, 1st ed. (Bandung: CV. Patra Media Grafindo, 2017): 120.

Menurut McClelland, kebutuhan berprestasi merupakan dorongan yang dimiliki seseorang untuk berbuat lebih baik dari tindakan sebelumnya. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan motivasi dalam diri seseorang adalah kebutuhan akan prestasi. Kebutuhan ini seperti keinginan untuk mencapai kesuksesan, menghadapi rintangan, mengatasi segala kesulitan, dan semacam keinginan untuk mengungguli orang lain.

Kebutuhan berprestasi adalah salah satu dorongan yang ada pada diri seseorang dengan harapan bahwa setiap apa yang dilakukan akan membuahkan hasil yang diinginkan.²⁴ Teori kebutuhan berprestasi McClelland mengatakan ada tiga kebutuhan yang dapat menimbulkan bentuk motivasi, yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi.

d. Motivasi Menghafal Al-Qur'an

Greenberg dan Baron mengkarakterisasikan motivasi sebagai suatu persiapan yang memberikan energi, mengkoordinasikan dan menjaga perilaku manusia menuju pencapaian tujuan dan segala sesuatu yang ada dalam diri manusia untuk dijadikan motivasi.²⁵ Dengan demikian, motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu. Keinginan itu muncul dalam usaha seseorang untuk melakukan sesuatu, namun motivasi adalah perilaku terbuka.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menghafal adalah berusaha meresapkan ke dalam pikiran agar selalu

²⁴ Muhammad Ridho, "Teori Motivasi McClelland Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran PAI," *PALAPA: Jurnal Studi Keislaman dan Ilmu Pendidikan* 8, no. 1 (2020): 7-8.

²⁵ Makmun Khairani. *Psikologi Belajar* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2017), 241.

ingat.²⁶ Berfungsinya ingatan dalam teori dapat dibedakan menjadi tiga aspek, yaitu mengingat kembali (mendapatkan kesan), menyimpan kesan, dan menggandakan kesan.²⁷

Fadli Padila Putra, Khadijah, 2021 mendefinisikan menghafal Al-Qur'an sebagai proses membaca, mengingat dan menyimpan ayat-ayat Al-Qur'an dalam ingatan atau otak secara keseluruhan. Jadi, menghafal Al-Qur'an ialah aktivitas merekam apa yang dibaca dan dipahami.²⁸ Sedangkan Maslow beranggapan bahwa pada diri manusia ada sejumlah kebutuhan dasar, kebutuhan yang asasi, yang mau tidak mau harus dipenuhi. Kebutuhan itu bersifat intuitif, ada dengan sendirinya. Oleh karena itu ada kebutuhan yang harus dipenuhi, maka manusia terdorong (termotivasi) untuk mencari jalan (upaya) memenuhi kebutuhan tersebut.²⁹

Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa motivasi menghafal Al-Qur'an adalah dorongan dalam diri setiap individu untuk menghafalkan Al-Qur'an. Hukum menghafal Al-Qur'an sendiri adalah fardhu kifayah. Ada beberapa karakteristik orang yang menghafal Al-Qur'an yang memiliki motivasi tinggi, sebagai berikut:

- a) Memiliki tekad yang kuat
- b) Tidak menyukai sesuatu yang remeh
- c) Mengorbankan jiwa raganya untuk mencapai cita-cita
- d) Tidak menyukai kehidupan yang fana
- e) Tingkat kemandirian tinggi

²⁶ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan RI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 333.

²⁷ Surya Brata, Sumadi. *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 44.

²⁸ Putra, F. P., Khadijah, K., & Fatia, A. (2021). Pengaruh motivasi menghafal al-qur'an terhadap kualitas hafalan al-qur'an santri. *Journal Cerdas Mahasiswa*, 3(2), 160-172.

²⁹ Trygu, T. (2021). *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa*. Guemedia Group.

Muhaimin Zen memberikan pendapat mengenai etika menghafal Al-Qur'an seperti yang terungkap dalam buku *"Tata cara atau problematika menghafal Al-Qur'an dan petunjuk-petunjuknya"*, sebagai berikut:

- a) Mereka yang menghafal Al-Qur'an akan mendapat imbalan yang sungguh terhormat dari Allah swt.
- b) Mereka yang menghafal Al-Qur'an akan mendapatkan pahala yang berlimpah dari Allah swt.
- c) Bagi para penghafal Al-Qur'an itu akan menjadi obat ketenangan pikiran.³⁰

Menurut Muhaimin Zein, ada dua macam cara menghafal Al-Qur'an yaitu tahfidz dan takrir yang keduanya tidak bisa dipisahkan, karena keduanya saling mendukung. Tahfidz adalah menghafal ayat yang belum pernah dihafal, sedangkan takrir adalah mengulangi apa yang telah dihafal. Dengan demikian setiap individu didorong oleh motivasinya masing-masing yang ditanamkan pada dirinya sendiri. Dalam hal ini motivasi sangat diperlukan ketika seseorang memutuskan untuk menghafal Al-Qur'an karena dengan mengingat hafalan memerlukan tekad yang kuat untuk menerapkannya agar mencapai tujuan yang ingin dicapai.

e. Urgensi Motivasi Menghafal Al-Qur'an

Islam memandang kecerdasan adalah karunia Allah SWT yang diberikan kepada makhluk-Nya termasuk manusia dengan segenap fungsi dan kegunaan bagi keberlangsungan hidup. Pembelajaran Al-Qur'an sangat penting untuk dipelajari terutama bagi anak-anak yang

³⁰ Muhaimin Zein. *Tata Cara/Problematika Menghafal Al-Qur'an* (Jakarta: Pustaka Al-Husna, 1985), 29.

merupakan tongkat estafet yang akan mengantarkan generasi Islam menjadi generasi Qur'ani. Menghafal Al-Qur'an akan memberikan manfaat bagi siapa saja yang melakukannya. Keutamaan yang Allah berikan berupa pertolongan pada hari kiamat yang amat dahsyat.³¹ Motivasi sangat diperlukan dalam melakukan suatu aktivitas. Karena dengan adanya motivasi akan memberikan dorongan bagi seorang individu untuk bergerak melakukan suatu aktivitas guna mencapai tujuan yang ditetapkan.³²

Emda dalam penelitiannya menunjukkan bahwa motivasi ialah salah satu kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, motivasi harus dibangkitkan dalam diri seseorang sehingga lebih giat dan semangat dalam mengikuti proses pembelajaran. Jika dalam diri seorang peserta tidak ada motivasi maka akan sulit memperoleh hasil yang baik.³³ Dengan demikian, dalam menghafal Al-Qur'an dibutuhkan motivasi yang kuat baik secara internal maupun eksternal untuk selalu disiplin dan istiqomah dalam menghafal Al-Qur'an.

Adapun indikator motivasi belajar menurut Hamzah B. Uno dapat diklasifikasikan sebagai berikut: *pertama*, adanya hasrat dan keinginan. *Kedua*, adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar. *Ketiga*, adanya harapan dan cita-cita. *Keempat*, adanya penghargaan dalam belajar. *Kelima*, adanya kegiatan yang menarik dalam belajar. *Keenam*, adanya lingkungan belajar yang kondusif.

³¹ Hakim, M. L. (2021). Motivasi Menghafal Al-Qur'an Pada Mahasiswa IAIN Jember di Rumah Tahfidz Darul Istiqomah. *Jurnal Ilmiah Pesantren*, 6(2).

³² Erlin, E. (2021). Peningkatan Motivasi Belajar Peserta Didik Melalui Strategi Biomart Pada Mata Pelajaran Pai di Kelas XI IPS UPT SMA Negeri 10 Siginjai (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai).

³³ Emda, A. (2018). Kedudukan motivasi belajar siswa dalam pembelajaran. *Lantanida Journal*, 5(2), 172-182.

6. Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur'an

Motivasi berasal dari kata motif yang berarti dorongan. Menurut Najaati motivasi adalah keinginan untuk bertindak yang dari dalam. Motivasi diartikan sebagai proses energi dari dalam diri seseorang yang membuatnya bertindak untuk mencapai suatu hal, salah satu bentuk motivasi adalah motivasi fungsional. Motivasi fungsional adalah teori yang didasarkan pada dua efek, yaitu individualitas yang terlibat dalam pengkondisian yang bertujuan untuk memenuhi tujuan tertentu dan fungsi otak yang berbeda.

Dalam motivasi fungsional ada 6 faktor pendorong, yaitu *value*, *value* sendiri bertindak sesuai keyakinan yang dipegang mengenai pentingnya menolong orang lain; *understanding* (pemahaman) yaitu partisipasi dalam kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi keinginannya untuk belajar; *career* yaitu mencari cara untuk mendapatkan kesempatan kerja; *enhancement* (penghargaan) yaitu kesesuaian dengan pengaruh normatif penting lainnya; *protective* (melindungi) yaitu kesempatan untuk menjauhkan diri dari perasaan negatif.

Di era teknologi yang semakin maju saat ini, masyarakat menghabiskan sebagian besar waktunya untuk bermain media sosial, dengan rata-rata orang Indonesia menghabiskan 8 jam 36 menit untuk online setiap hari. Kegiatan tersebut yang terus menerus atau berulang-ulang dapat disebut intens. Intensitas dapat diukur dengan empat komponen, yaitu *pertama* perhatian, berusaha mencapai sesuatu yang menarik. *Kedua*, memahami dengan memberikan pengakuan berupa komunikasi dengan sesuatu. *Ketiga*, memberi waktu. *Keempat*, dilakukan beberapa kali.

Intensitas dapat diukur lewat 4 komponen yakni 1) perhatian dengan memberikan usaha untuk mengakses sesuatu yang menarik; 2) pemahaman dengan memberikan apresiasi berupa

interaksi terhadap sesuatu; 3) memberikan waktu serta, dan; 4) dilakukan secara berulang.

Pengaruh intensitas mengakses akun instagram yang memiliki konten dakwah, bisa meningkatkan motivasi berdakwah pengaksesannya. Hal ini dikarenakan semakin tinggi intensitas mengakses akun dakwah, pengguna akan direkomendasikan konten islami yang memberikan value keislaman dalam bentuk microblog, reels, ig, tv, ataupun poster dengan unsur pesan dakwah didalamnya; dengan mendapatkan konten yang berulang memberikan pemahaman akan ajaran islam, meningkatkan pemahaman memberikan dorongan untuk berbuat baik sesuai nilai keislaman; serta lingkungan sosial media yang baik dengan support algoritma instagram, yang menghendaki postingan yang diperlihatkan di page berdasarkan score of interest.³⁴

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

I. Kerangka Pemikiran

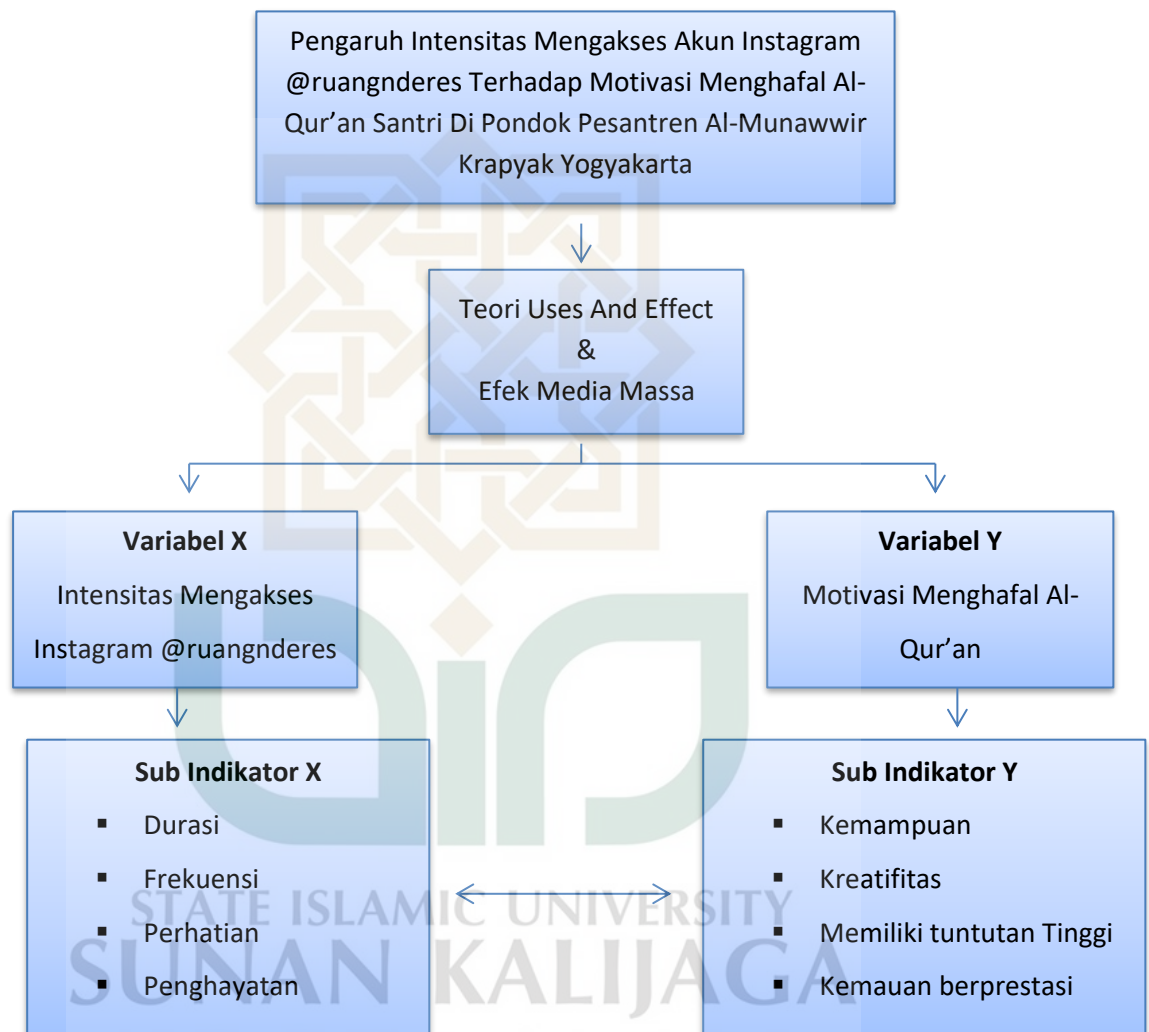
Instagram dapat memberikan banyak dampak bagi penggunanya. Pesan-pesan yang di posting melalui instagram lebih menarik perhatian dibandingkan dengan media lain, karena instagram dapat menampilkan feed. Oleh karena itu, pengikut instagram akan mendapatkan pemahaman dari apa yang dilihatnya.

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan kerangka pemikiran dan pengaruh intensitas

³⁴ Homero Gil De Zuniga, “*Social Media Sosial Capital. Offline Social Capital, and Citizenship: Exploring Aymmetrical Social Capital Effects Political Communication*”. Vol 34 (1) 2017

mengakses akun Instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal Al-Qur'an santri.

Gambar 1



J. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau asumsi yang bersifat tentatif terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya belum dapat diverifikasi secara empiris secara lemah.³⁵ Hipotesis adalah jawaban sementara mengenai suatu permasalahan yang ada dalam sebuah

³⁵ Iqbal Hasan, *Analisis data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 31

penelitian.³⁶ Metode analisis uji hipotesis ini adalah analisis statistik terhadap temuan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_a (Hipotesis Nol) = terdapat pengaruh yang signifikan terkait intensitas mengakses akun Instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal Al-Qur'an santri komplek Madrasah Huffadh I&II.

H_0 (Hipotesis Alternatif) = tidak terdapat pengaruh yang signifikan terkait intensitas mengakses akun Instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal Al-Qur'an santri komplek Madrasah Huffadh I&II.

K. Sistematika Pembahasan

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

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: METODE PENELITIAN

Berisi uraian mengenai proses metode penelitian yang dilakukan meliputi jenis analisis penelitian, hipotesis, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, serta analisis data.

BAB III: GAMBARAN UMUM

Gambaran umum berisi mengenai gambaran mengenai mengakses akun Instagram @ruangnderes.

BAB IV: PEMBAHASAN

Berisi uraian mengenai pemaparan dari analisis data yang telah diperoleh dari responden yaitu pengaruh mengakses akun instagram @ruangnderes

³⁶ Idem, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 20030, hlm. 70

terhadap motivasi menghafal al-qu'an santri pondok pesantren al munawwir krapyak yogyakarta.

BAB V: PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari permasalahan yang ditulis pada penelitian, serta saran untuk penelitian mendatang.



BAB V

PENUTUP

Setelah dilakukan penyajian dan analisis data pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @ruangnderes terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur’an Santri di Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta” maka kesimpulan dan saran yang dihasilkan sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Tingkat intensitas santri Madrasah Huffadh Krapyak dalam mengakses akun Instagram @ruangnderes masuk ke dalam kategori sedang.
2. Terdapat pengaruh antara mengakses akun Instagram @ruangnderes terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur’an santri madrasah huffadh krapyak. Hal ini berarti, H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa kemungkinan tingginya motivasi santri madrasah huffadh krapyak dapat dipengaruhi oleh intensitasnya dalam mengakses akun Instagram @ruangnderes. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 > 0,05$). Sebagaimana dalam penelitian ini yaitu variabel motivasi menghafal Al-Qur’an santri madrasah huffadh krapyak tidak hanya melalui akun Instagram @ruangnderes, tetapi ada variabel lain yang juga mempunyai hubungan dengan hal tersebut.

B. Saran

1. Khalayak Umum

Di era digitalisasi saat ini, khalayak harus dapat bisa memilih dan memilah akun instagram untuk mencari informasi dalam memenuhi kebutuhan maupun pengetahuan.

2. Peneliti atau Akademisi

Peneliti berikutnya hendaknya melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih bervariasi dengan memperhatikan kemungkinan-

kemungkinan faktor lain, seperti faktor lingkungan, sosial, dan lain-lain. Juga teori-teori pendukung teori dampak media.



DAFTAR PUSTAKA

- Abraham H Maslow, *Motivasi Dan Kepribadian* (Jakarta: PT Midas Surya Grafindo, 1993): 101.
- Afifah, Nue. “Pengaruh Intensitas mengakses pesan dakwah kontekstual pada Instagram @quranview terhadap minat belajar Al-Qur’an dikalangan pengikut.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021.
- Alawiyah, T., Supriatna, E., dan Yuliani, W. 2019. Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Kesadaran Metakognitif Terhadap Prestasi Akademik Siswa. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(02), 91-98.
- Alwisol. 2009. Psikologi Kepribadian (Ed.revisi). Malang: UMM Press.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Atqiya, Muhammad Nafi’, “Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Kepuasan Kerja Pada PT. Pindad Malang,” *Skripsi* (2017): 18
- Aulia, N Rahma, Skripsi: “Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang” (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hal. 15-16.
- Augusty, Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: universitas Diponegoro, 2006.
- B. Uno, Hamzah. 2016. *Teori Motivasi dan Pengukuran Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

- D, McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Erna, E. 2022. *Permainan Dalam Pembelajaran Sebagai Motivasi Belajar Di Era New Normal*. Yayasan Insan Cendekia Indonesia Raya.
- Fariha, Hariroh Nur *Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Instagram @sheilahasina Terhadap Pemahaman Fiqih Wanita Followers* (Semarang: Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang 2023)
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, M. L. 2021. Motivasi Menghafal Al-Qur'an Pada Mahasiswa Iain Jember di Rumah Tahfidz Darul Istiqomah. *Jurnal Ilmiah Pesantren*, 6(2).
- Hariri. 2008. *Motivasi Mahasiswa dalam Menghafal Al-Quran di Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Nurul Huda Mergosono Malang*. (Malang: Program sarjana UIN Malang)
- Jenita, J. 2021. *Motivasi, Kemampuan, dan Pelaksanaan Kinerja*. CV Insan Cendekia Mandiri.
- Khairunnisa, Ulfah Qori "Pengaruh Motivasi Hafalan Al-Qur'an Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Dirasat Islamiyah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta," Skripsi (n.d.): 19.
- Krisdawati Dewi, "Motivasi Siswa Dalam Menghafal Al-Qur'an (Studi Pada Siswa Kelas IX SMP IT Qurrata A'yun Batu Sangkar)," Skripsi (n.d.): 26.
- Mustaghfirin. 2010. *Korelasi Tingkat Kecerdasan Spiritual Dan Motivasi Belajar Menghafal Al-Qur'an Santri Pondok Pesantren Madrasatul Qur'an Aziziyah Beringin Ngalian Semarang*. (Semarang: Program Sarjana IAIN Walisongo)

- Putra, F. P., Khadijah, K., dan Fatia, A. 2021. Pengaruh motivasi menghafal al-qur'an terhadap kualitas hafalan al-qur'an santri. *Journal Cerdas Mahasiswa*, 3(2), 160-172.
- Rachman, Maman, *Teori Belajar Dan Motivasi* (Semarang: Lembaga Pengembangan Pendidikan dan Profesi Universitas Negeri Semarang, 2015): 43.
- Rahman, Taufik dkk, 2022. Kecerdasan Intelektual Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 12(2), 67-68
- Rahman, Taufik, dkk. 2022. Indonesia Cakap Digital : Pendekatan Integrasi-Interkoneksi Keislaman (Edisi 2). Penerbit Samudera Biru – Bantul DIY
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Vol. 01. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Vol. 01 (Bandung: Alfabeta, 2019), 42.
- Sugiyono, dan Agus Susanto. Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel: Teori Dan Aplikasi Untuk Analisis Data. 1 ed. Vol. 1. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Trygu, T. 2021. *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa*. Guemedia Groups.
- Yulianto, M. 2017. Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Intensitas Diri Remaja. *Universitas Diponegoro*.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial>, diakses pada tanggal 10 Desember 2023 pukul 12.35 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-Indonesia>, diakses pada tanggal 10 Desember 2023 pada pukul 13.05 WIB

<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/generasi-z/>, diakses pada 10 Desember 2023 pukul 15.30 WIB

