

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@gusmuschannel TERHADAP PERILAKU BERAGAMA
FOLLOWERSNYA**



**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh:
Achmad Dimyati
NIM 20102010056

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
Pembimbing:
Muhammad Diak Udin, M.Sos.
NIP. 19881224 202012 1 004

**PROGRAM STUDI 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-1537/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @GUSMUSCHANNEL TERHADAP PERILAKU BERAGAMA FOLLOWERSNYA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ACHMAD DIMYATI
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010056
Telah diujikan pada : Kamis, 22 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Muhammad Diak Udin, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 66d1240ec46dd



Pengaji I

Saptoni, S.Ag., M.A.
SIGNED



Pengaji II

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

Valid ID: 66d0152b1c467



Yogyakarta, 22 Agustus 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 66d12c8b0c0ad

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



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 : Achmad Dimyati
NIM : 20102010056
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @gusmuschannel Terhadap Perilaku Beragama Followersnya

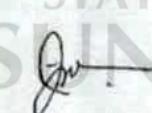
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

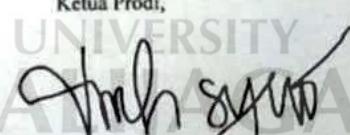
Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan.
Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogtakarta, 8 Agustus 2024
Mengetahui:

Ketua Prodi,

Pembimbing,


Muhammad Diak Ujin, M.Sos.
NIP 199881224 2020121 004


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

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	:	Achmad Dimyati
NIM	:	20102010056
Jenjang	:	Sarjana (S1)
Program Studi	:	Komunikasi Penyiaram Islam
Konsentrasi	:	Broadcasting

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

Yogyakarta, 15 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,



Achmad Dimyati

20102010056

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menuh rasa syukur dan kebahagiaan, skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua dan orang-orang yang ada di sekitar saya, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.



MOTTO

“Cogito Ergo Sum”

Aku berpikir, maka aku ada

(Rene Descartes)

“Dzikir, Fikir, Amal Sholeh”

(Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam. Keselamatan dan kesejahteraan atas semulia-mulianya Nabi dan Rasul junjungan Kita Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, kerabat, sahabat, dan pengikut beliau sampai akhir zaman. Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang atas izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @gusmuschannel Terhadap Perilaku Beragama Followersnya”.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa do'a, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, baik dukungan yang bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini:

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Nanang Nizwar Hasyim, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Drs. Abdul Rozak, M.Pd., selaku Dosen Penasehat Akademik, atas arahan dan nasehat yang berharga yang telah diberikan kepada penulis selama perjalanan kuliah. Keberadaan beliau sebagai penasehat akademik telah memberikan pencerahan dan bimbingan yang sangat berarti bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan akademis.
5. Muhammad Diak Udin, M.Sos., selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas desdikasi, waktu, ilmu, arahan, dan dukungan yang luar biasa selama proses penulisan skripsi ini. Kehadiran beliau sebagai pembimbing telah

menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

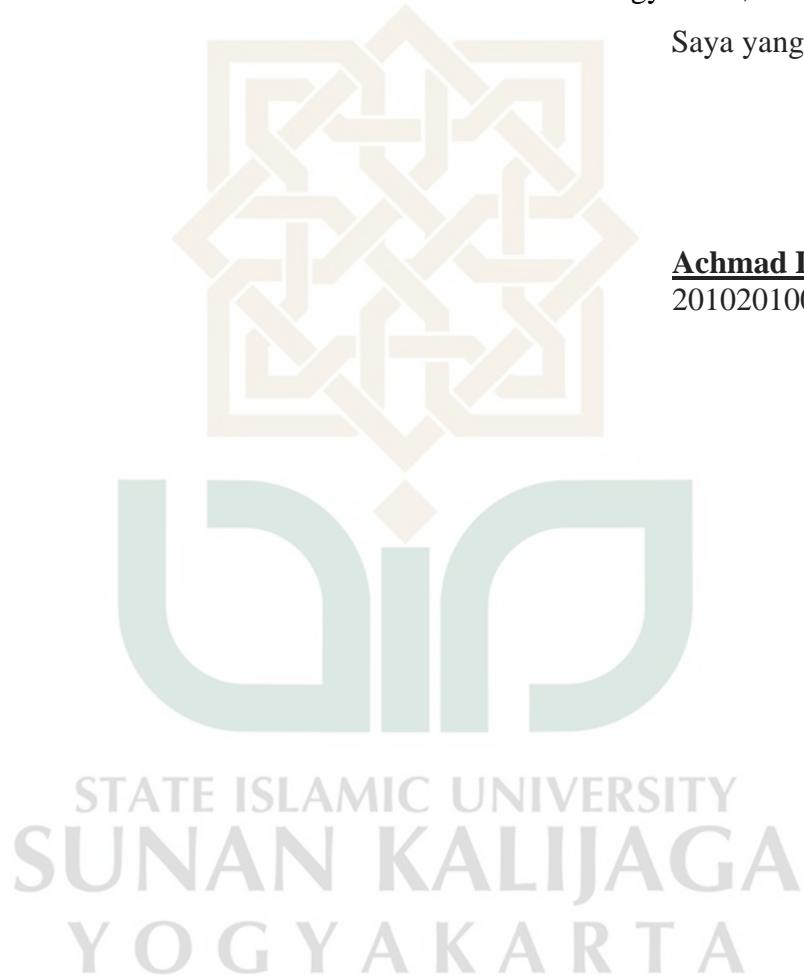
6. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan sumbangan ilmu yang sangat berharga dalam membentuk perjalanan akademis penulis selama menempuh perkuliahan.
7. Kepada Ibu tercinta, Ibu Hanifa, atas segala doa dan dukungannya. Keberadaan beliau merupakan sumber kekuatan dan inspirasi yang tak tergantikan dalam langkah perjalanan hidup penulis.
8. Kakak Perempuan, Arbaiyah, S.H., yang selalu memberikan dukungannya dari awal jenjang pendidikan penulis hingga saat ini.
9. Sosok istimewa tidak sedarah tetapi layaknya keluarga, Maya Izzatus Sofa, S.Pd., yang selalu memberikan penulis dukungan, motivasi, dan bersama-sama penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, serta memberikan energi lebih hingga penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi.
10. Kepada sahabat di Kost Bara Putra, Habib Husen Al Habsy, Zaki Aulia Al Akhwan, Muhammad Ilham, Mustajib, Sigit Setiawan, Rizky Arif, Yusuf Arifin, Rahmat Abdillah, dll, yang selalu mendukung, memberikan motivasi dan meminjamkan fasilitas dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada para keluarga korp bahtera. M. Rafli Ilham, Ach Jaylani, Muhammad Luthfi, Laila Inna Tsuroyah, Miftahul Ruzki, Luthfia Ulfiani, Sauma Akmal, dan anggota lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang telah menemani penulis dalam kondisi suka maupun duka selama masa perkuliahan.
12. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Pondok Syahadat yang telah mewadahi penulis untuk berproses dari awal menjadi mahasiswa hingga saat ini.
13. Semua pihak yang berkontribusi dalam penulisan penelitian ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
14. Achmad Dimyati, saya sendiri yang sudah mau berjuang, bersabar dan bertahan sampai titik penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi sumbangan pengetahuan dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam, baik secara teoritis, akademis, maupun praktis.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,

Achmad Dimyati
20102010056



ABSTRAK

Achmad Dimyati, 20102010056. Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram Terhadap Perilaku Beragama Followersnya, skripsi Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Instagram adalah media sosial dengan sistem pengolahan foto dan video serta perolehan informasi yang lebih praktis. Kini instagram dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbisnis, sarana pendidikan, media hiburan, bahkan instagram kini digunakan untuk media berdakwah. Banyak para pelaku dakwah yang memanfaatkan instagram sebagai media untuk menyebarkan ajaran agama islam. Sebagai contoh, salah satu tokoh agama islam yang juga memanfaatkan instagram sebagai media dakwah yakni K.H Ahmad Mustofa Bisri atau lebih dikenal dengan Gus Mus dengan akun intagram @gusmuschannel. Ahmad Mustofa Bisri atau biasa dikenal dengan Gus Mus menjadi salah satu tokoh yang diyakini masyarakat dan berpengaruh dalam menyebarkan ajaran beragama. Disisi lain, dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh akun instagram @gusmuschannel memiliki dinamika tersendiri tentang bagaimana pengguna instagram khususnya para followersnya dengan perilaku beragama dan apakah mereka merasa bahwa konten yang dimuat di akun instagram @gusmuschannel tersebut dapat mempengaruhi perilaku beragama mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel dan perilaku beragama followersnya, serta apakah terdapat pengaruh antara dua variabel tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis survei melalui kuesioner yang disebarluaskan dengan format Google Forms. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*, dan dengan metode *Probabilitas Sampling*, dan diperoleh responden sebanyak 100 responden. Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori SOR dan teori jarum hipodermik. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel berada dalam kategori sedang, yakni dengan jumlah 67 responden, dan untuk hasil dari perilaku beragama berada dalam kategori baik dengan jumlah 52 responden. Sementara untuk hasil pengaruh intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel terhadap perilaku beragama followersnya. Nilai korelasi (R) sebesar 0,519, dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,269, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh intensitas mengakses terhadap perilaku beragama adalah sebesar 26,9%. Dimana nilai tersebut dalam kategori rendah.

Kata Kunci : Intensitas Mengakses, Perilaku Beragama, Instagram.

ABSTRACT

Achmad Dimyati, 20102010056. The Influence of Intensity of Accessing Instagram Accounts on the Religious Behavior of Followers, thesis of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Dakwah and Communication.

Instagram is a social media with a more practical photo and video processing system and information acquisition. Now Instagram is used by its users for business, educational facilities, entertainment media, even Instagram is now used as a medium for preaching. Many da'wah practitioners use Instagram as a medium to spread Islamic teachings. For example, one of the Islamic religious figures who also uses Instagram as a medium for preaching is K.H Ahmad Mustofa Bisri or better known as Gus Mus with the Instagram account @gusmuschannel. Ahmad Mustofa Bisri or commonly known as Gus Mus is one of the figures who is trusted by the public and is influential in spreading religious teachings. On the other hand, da'wah via social media carried out by the @gusmuschannel Instagram account has its own dynamics regarding how Instagram users, especially their followers, relate to religious behavior and whether they feel that the content published on the @gusmuschannel Instagram account can influence their religious behavior. The aim of this research is to find out the intensity of accessing the @gusmuschannel Instagram account and the religious behavior of its followers, and whether there is an influence between these two variables. The method used is a quantitative approach with a survey type via a questionnaire distributed in Google Forms format. With a sampling technique using the Slovin formula, and with the Random Sampling method, 100 respondents were obtained. The theories underlying this research are the SOR theory and the hypodermic needle theory. Data analysis was carried out using a simple linear regression test with the help of IBM SPSS version 29. The results of the study showed that the intensity of accessing the @gusmuschannel Instagram account was in the medium category, namely with a total of 67 respondents, and the results of religious behavior were in the good category with a total of 52 respondents. . Meanwhile, the research results show that there is an influence of the intensity of accessing the @gusmuschannel Instagram account on the religious behavior of followers. The correlation value (R) is 0.519, and the coefficient of determination (R Square) is 0.269, which means that the influence of access intensity on religious behavior is 26.9%. Where the value is in the low category.

Keywords: Accessing Intensity, Religious Behavior, Instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	
Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Hipotesis	17
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II METODE PENELITIAN.....	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Definisi Konseptual	21
C. Defisini Operasional	22
D. Populasi dan Sampel.....	23
E. Instrumen Penelitian	25
F. Teknik Pengumpulan Data	27
G. Validitas dan Reliabilitas.....	28
H. Analisis Data	33
BAB III GAMBARAN UMUM.....	34
A. Instagram	34
B. Deskripsi Akun Instagram @gusmuschannel.....	39
C. Kecenderungan Followers Akun Instagram @gusmuschannel	41
D. Analisis Akun Instagram @gusmuschannel	42
E. Deskripsi Responden Penelitian	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Paparan Data.....	48
B. Diskusi Hasil Penelitian	65
BAB V PENUTUP.....	69

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Operasional	30
Tabel 2.2 Skor Skala Likert	33
Tabel 2.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 2.4 Hasil Uji Validitas Intensitas	37
Tabel 2.5 Hasil Uji Validitas Perilaku Beragama	38
Tabel 2.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Intensitas	39
Tabel 2.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Perilaku Beragama.....	40
Tabel 3.1 Data Usia Responden	46
Tabel 3.2 Data Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 3.3 Data Tingkat Pendidikan Responden	47
Tabel 4. 1 Frekuensi dalam Intensitas Mengakses	50
Tabel 4. 2 Durasi dalam Intensitas Mengakses	51
Tabel 4.3 Perhatian dalam Intensitas Mengakses	52
Tabel 4.4 Penghayatan dalam Intensitas Mengakses	53
Tabel 4.5 Keseluruhan dalam Intensitas Mengakses	54
Tabel 4.6 Akidah dalam Perilaku Beragama	55
Tabel 4.7 Syariah dalam Perilaku Beragama	56
Tabel 4.8 Akhlak dalam Perilaku Beragama.....	57
Tabel 4.9 Perilaku Beragama	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas	60
Tabel 4.12 Output 1 Analisis Regresi Linear Sederhana	61
Tabel 4.13 Output 2 Analisis Regresi Linear Sederhana	62
Tabel 4.14 Output 3 Analisis Regresi Linear Sederhana	62
Tabel 4.15 Output 4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Konten Akidah Akun Instagram @gusmuschannel	43
Gambar 3.2 Konten Syariah Akun Instagram @gusmuschannel.....	44
Gambar 3.3 Konten Akhlak Akun Instagram @gusmuschannel	45



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terdapat beberapa macam media sosial, salah satu yang mengalami perkembangan yang sangat pesat yaitu media sosial instagram. Instagram adalah media sosial dengan sistem pengolahan foto dan video serta perolehan informasi yang lebih praktis. Kini instagram dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbisnis, sarana pendidikan, media hiburan, bahkan instagram kini digunakan untuk media berdakwah. Kemudahan dan kenyamanan yang didapatkan pengguna instagram, membuat para pengguna berlarut-larut dalam mengakses jejaring sosial tersebut. Rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi instagram sebesar 17 jam per bulannya.¹

Para pengguna instagram biasanya mengikuti akun instagram sesuai dengan apa yang mereka sukai. Ketika pengguna instagram mengakses dan mendengarkan serta melihat postingan-postingan dakwah, maka telah terjadi pemberian informasi antara pengelolah akun dengan penerima informasi dakwah tersebut. Sehingga hal tersebut memiliki dampak dan pengaruh bagi pengguna instagram. Pengaruh tersebut dapat berupa pola pokir atau perilaku.

Hasil penelitian berikut ini bisa memberikan pendapat tentang keterpengaruhannya instagram bagi pengguna, antara lain, penelitian dari Adenia

¹ Laporan Digital 2023: *Global Overview Reports soal jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> diakses pada maret 2024.

menghasilkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara menonton ceramah ustaz Hanan Attaki melalui Instagram terhadap pemahaman keagamaan followersnya. Dengan menonton ceramah ustaz Hanan Attaki di Instagram tersebut, followers lebih paham akan akidah, syariah dan akhlak sehingga para followers lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT serta meyakini setiap takdir yang telah ditetapkan Allah didalam kehidupannya.² Sementara itu penelitian Anjani menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pesan dakwah akun Instagram @berani.hijrah terhadap perilaku beragama remaja. Hal ini membuktikan bahwasanya remaja mampu menggunakan media sosial Instagram dengan baik maka akan berdampak pula pada perilaku beragamanya. Besarnya pengaruh variabel pesan dakwah akun Instagram @berani.hijrah terhadap perilaku beragama adalah sebesar 46,7% dan 53,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar pesan dakwah akun Instagram @berani.hijrah.³ sedangkan menurut Lisnawita menjelaskan bahwa saat ini sangat mudah untuk mendapatkan informasi, karena orang sudah bisa terkoneksi dengan internet. Khususnya di jejaring sosial, jika informasi yang diterima baik maka pengguna akan mendapatkan informasi yang berkualitas baik, namun jika informasi yang diterima adalah hoax maka akan berdampak negatif bagi pengguna jejaring sosial tersebut. Setiap orang memiliki lebih dari satu platform media sosial, seperti youtube, facebook, whatsapp, Instagram, dll. Ini adalah platform yang biasanya mereka gunakan untuk

² Adenia, P. (2022). *Pengaruh Menonton Ceramah Ustadz Hanan Attaki Melalui Instagram Terhadap Pemahaman Keagamaan (Studi Pada Followers Akun @ Hanan_Attaki)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto).

³ Murti, A. N. (2020). *Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram@ berani. hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Dimana hasil penelitiannya adalah pemakaian instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup, dengan koefisien baris positif dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Artinya semakin tinggi penggunaan instagram maka semakin termotivasi mahasiswa pada gaya hidup, penggunaan instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi belajar yaitu nilai koefisien positif dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Artinya semakin tinggi pemakaian instagram maka semakin termotivasi mahasiswa untuk meningkatkan prestasi akademiknya, pengaruh penggunaan instagram terhadap gaya hidup dan prestasi akademik. Nilai R yang positif dan signifikansi⁴.

Berdasarkan hasil penelitian diatas keterpengaruhannya instagram terhadap perilaku followers tentu tidak dapat diabaikan oleh pegiat dakwah. Banyak konten kreator yang memanfaatkan instagram untuk berdakwah seperti Aab Elkarimi dengan akun instagram @aab_elkarimi. Akun ini seolah olah tidak secara gamblang untuk berdakwah mengambil topik islam. Dalam artian, Aab mengemas setiap kontennya dengan mengajak penonton videonya untuk berpikir mengenai suatu peristiwa trending yang terjadi. Lalu ada Edgar Hamas dengan akun instagram @edgarhamas, konten edgar banyak membahasa tentang sejarah islam dan palestina. Pemahaman sejarah yang dikemas oleh edgar membuat kita mengetahui sejarah-sejarah yang mungkin saja belum kita dengar sebelumnya. Selanjutnya, akun instagram Fuadh Naim @fuadnaim. Namanya dikenal sebagai seorang yang aktif di komunitas yuk ngaji besama ustad Felix Siauw, Hawaariyun, Shifrun, dan

⁴ Lisnawita, L., Van FC, L. L., & Musfawati, M. (2020). *Pengaruh Media Sosial (Instagram) Terhadap Lifestyle Dan Prestasi Akademik. JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 5(1), 1-8.

lainnya. Dakwah yang dilakukan oleh Fuadh Naim tergolong dakwah yang milenial. Fuadh berdakwah dengan gayanya yang lucu dan apa adanya. Konten yang dikemas oleh Fuadh banyak yang membahas terkait K-pop, Drama, dan lainnya yang berhubungan dengan Korea karena target yang disasar adalah para remaja yang fanatik terhadap artis Korea. Dalam kontennya ia banyak membahas tentang masalah percintaan dan menyeimbangkan penonton kontennya agar tidak terlalu jauh jatuh cinta sampai tahap mengganggu keimanan-nya sebagai muslim.

Dari beberapa konten kreator diatas, terdapat salah satu tokoh agama islam yang juga memanfaatkan instagram sebagai salah satu media untuk berdakwah yaitu K.H. Ahmad Mustofa Bisri atau lebih dikenal dengan Gus Mus. Memanfaatkan instagram @gusmuschannel, Gus Mus menyebarkan ajaran agama islam di akun ini dengan postingan konten-konten mengenai dakwah islam. Terdapat beberapa edisi yang disuguhkan dalam akun ini meliputi, Jumat Call, Senyum Subuh, dan akhir-akhir ini terdapat edisi baru yaitu Jimat Ramadan. Berbeda dengan akun lainnya yang seringkali menyangkut pautkan dengan yang lagi trending, akun instagram @gusmuschannel memiliki nilai tarik lebih menurut penulis karena dari awal muncul akun tersebut terdapat salah satu edisi yang tetap konsisten sampai sekarang, yaitu edisi Jumat Call dimana pada isi konten edisi Jumat Call untuk menyadarkan follower terhadap perilaku beragama.

Akun instagram @gusmuschannel dapat di akses oleh seluruh pengguna media sosial instagram tanpa terkecuali, hingga Maret 2024 akun ini memiliki 57,4 ribu pengikut. Akun @gusmuschannel sudah memposting 585 postingan dimana setiap postingan selalu dibanjiri like dan comment. Banyaknya respon yang didapat

dari postingan ini menandakan para pengguna instagram memiliki antusias yang besar terhadap postingan dakwah islam.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis berasumsi bahwa sosok K.H. Ahmad Mustofa Bisri atau biasa dikenal dengan Gus Mus menjadi salah satu tokoh yang diyakini masyarakat dan berpengaruh dalam menyebarkan ajaran beragama. Disisi lain, dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh akun instagram @gusmuschannel memiliki dinamika tersendiri tentang bagaimana pengguna instagram khususnya para followersnya dengan perilaku beragama dan apakah mereka merasa bahwa konten yang dimuat di akun instagram @gusmuschannel tersebut dapat mempengaruhi perilaku beragama mereka.

Proses interaksi yang terjadi antara akun instagram @gusmuschannel dan followers adalah salah satu bentuk komunikasi stimulus organisme respon sebagaimana yang diungkapkan oleh Houlard bahwa kegiatan komunikasi dapat menimbulkan efek atau pengaruh apabila mendapat perhatian dari penerima informasi tersebut. Donald K. Robert mengungkapkan, bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa.⁵ Dalam konteks penelitian ini, Ketika seseorang mengakses akun @gusmuschannel dan menerima informasi dari akun tersebut maka bisa dikatakan sebagai sebuah kegiatan komunikasi dan memberikan efek yang akan timbul yaitu mengenai perubahan perilaku seseorang.

Selain itu, teori jarum suntik diprediski mampu untuk membantu menjawab dinamika tersebut. Dengan menggabungkan teori *hypodermic needles* atau teori

⁵ Alvinaro Ardianto, dkk, (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media. Hal.49.

jarum suntik dengan tujuan penelitian. Dalam teori ini khalayak dianggap sebagai satu kelompok yang homogen dan mudah dipengaruhi. Jadi pesan kepada publik selalu diterima.⁶ Fenomena inilah yang menjadi landasan teori ini. Dengan demikian, penulis berasumsi bahwa ada pengaruh signifikan antara mengakses konten gus mus terhadap perubahan perilaku beragama followersnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel pada para followers-nya?
- b. Bagaimana perilaku beragama followers akun instagram @gusmuschannel ?
- c. Bagaimana pengaruh intensitas mengakses akun instgram @gusmuschannel terhadap perilaku keagamaan para followers-nya?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel pada para followers nya.

⁶ Musfialdy, & Anggraini, I. (2020) “*Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media*”. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, VIII, hlm. 32-33.

- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku beragama followers akun instagram @gusmuschannel.
- c. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel terhadap perilaku beragama followers-nya.

2. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian yang telah dilakukan penulis ini, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan atau meningkatkan penelitian lainnya dalam ilmu komunikasi dilingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya tentang terpaan media yang memiliki peran dalam mengubah perilaku seseorang.

2. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan nantinya kepada para pengguna media sosial dapat dengan bijak menggunakan media sosial sebagai media untuk menyebarkan pesan serta nilai-nilai islam.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka memegang peranan yang sangat penting dalam suatu penelitian. Pentingnya ini tercermin dari manfaat yang beragam yang dihasilkan, seperti menyajikan ringkasan mengenai penelitian sebelumnya yang relevan

dengan topik atau tema yang sama.⁷ Maka dari itu, telah dilakukan penelaahan terhadap beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan setara.

Pertama, penelitian Muhammad Iqbal Rappedeo, dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @Hanan-Attaki terhadap Religiusitas Para Followers”. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh akun instagram @Hanan-Attaki terhadap religiusitas para followers sebesar 69% dengan koefisien determinasi sebesar 0,690 dimana hasil tersebut termasuk ke dalam kategori tinggi.⁸ Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti yakni penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif sedangkan penelitian yang akan diteliti merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Persamaannya, sama-sama menggunakan teknik pengukuran data *skala likert*.

Kedua, penelitian Anjani Naka Murti, dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @berani.hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja”. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh pesan dakwah pada akun instagram @berani.hijrah terhadap perilaku beragama remaja dengan nilai R2 sebesar 0,467 (46,7%).⁹ Dalam penelitian tersebut terdapat persamaan

⁷ Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).

⁸ Rappedeo, M. I. (2019). *Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram@ Hanan_Attaki Terhadap Religiusitas Para Followers*. JOM FISIP, 6(2).

⁹ Murti, A. N. (2020). *Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram@ berani. hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

penelitian yaitu sama-sama meneliti perubahan perilaku beragama. Perbedaannya terdapat pada teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti ini adalah observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan kuesioner online.

Ketiga, penelitian Ahmad Maujuhan Syah (2020), dengan judul “Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagung”. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD. Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan nilai signifikansi $0,049 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,024 > t$ tabel $2,011$ sehingga kesimpulannya adalah terdapat pengaruh variabel dakwah media sosial youtube terhadap religiusitas.¹⁰ Perbedaannya adalah, penelitian tersebut menggunakan media sosial youtube sedangkan yang akan diteliti oleh penulis adalah media sosial instagram selain itu peneliti tersebut meneliti perubahan sikap religiulitas sedangkan yang akan diteliti oleh penulis yaitu sikap perilaku beragama. Persamaannya, sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan bantuan SPSS dalam menganalisis data penelitian.

Keempat, penelitian Samsu Rizal, Ahmad Syarifuddin dan Syarnubi, dengan judul “Pengaruh Akun Dakwah Youtube terhadap Perilaku Religiusitas Siswa di MAN 2 Palembang”. Jurnal PAI Raden Fattah, Vol. 1, 3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara akun dakwah youtube dan perilaku religiusitas siswa MAN 2 Palembang yaitu sebesar

¹⁰ Syah, A. M. (2019). *Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagung*. Busyro: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, 1(1), 20-36.

31,36 %. Adapun sisanya 68,84% dipengaruhi oleh faktor lain.¹¹ Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan bantuan SPSS dalam menganalisis data penelitian. Perbedaannya, teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan kuesioner online. Pada penelitian ini variabel Y nya berupa perilaku religiusitas Siswa MAN 2 Palembang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel Y nya perilaku beragama *followers* akun Instagram @gusmuschannel.

E. Kerangka Teori

1. Intensitas

a. Pengertian Intensitas

Intensitas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus atau berulang-ulang.¹² Intensitas mengakses berarti kualitas dari tingkat kedalaman yang meliputi kemampuan, daya konsentrasi terhadap sesuatu, tingkat keseringan dan kedalaman cara atau sikap seseorang dalam melihat atau menyaksikan objek tertentu. Sementara itu Ajzen membagi intensitas menjadi empat aspek:¹³

¹¹ Rizal, S., Syarifuddin, A., & Syarnubi, S. (2019). *Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Perilaku Religiusitas Siswa di MAN 2 Palembang*. Jurnal PAI Raden Fatah, 1(3), 351-370.

¹² Mahyudi, I. (2014). *Hubungan Intensitas Menonton Acara On The Spot Di Trans 7 Dengan Tingkat Ilmu Pengetahuan Umum Siswa-Siswi Kelas 2 SMPN 23 Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim Riau)., hlm. 8

¹³ Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211

- a) Perhatian atau kosentrasi dalam menonton konten dakwah di media sosial.

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target penonton. Hal ini diilustrasikan dengan adanya kebutuhan khalayak dalam memperoleh informasi yang dating. Kebutuhan akan objek ini membuat khalayak akan terus mengkonsumsi media tersebut. Perhatian dalam menonton konten dakwah di media sosial berati berupa tersitanya perhatian, waktu, dan tenaga individu untuk menonton konten dakwah di media sosial.

- b) Penghayatan terhadap konten dakwah di media sosial.

Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan. Kemudian informasi tersebut dapat dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan bagi penonton yang bersangkutan. Penghayatan dalam menonton konten dakwah di media sosial berate meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap konten dakwah, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan.

- c) Durasi atau kualitas kedalaman penonton.

Durasi merupakan rentang waktu yang dibutuhkan penonton dalam melakukan aktivitas menonton. Durasi menonton konten dakwah berati membutuhkan waktu, lamanya rentang waktu yang dibutuhkan untuk menonton konten dakwah di media sosial.

d) Frekuensi atau tingkatan keseringan

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku menonton yang menjadi target penonton. Menonton konten dakwah dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda. Jadi intensitas menonton menggambarkan tentang seberapa sering dan memusatkan perhatian terhadap konten dakwah

2. Perilaku Beragama

a. Pengertian perilaku beragama

Perilaku merupakan suatu perbuatan, tindakan serta reaksi seseorang terhadap sesuatu yang dilakukan. Menurut Alport perilaku adalah hasil belajar yang diperoleh melalui pengalaman dan interaksi yang terus menerus dengan lingkungannya. Seringnya dalam lingkup lingkungan, akan menjadi seseorang untuk dapat menentukan sikap karena disadari atau tidak, perilaku tersebut tercipta karena pengalaman yang dialaminya. Sikap juga merupakan penafsiran dan tingkah laku yang mungkin menjadi indikator yang sempurna atau bahkan tidak memadai.¹⁴ Sedangkan beragama berasal dari kata agama, mendapat awalan “ber” yang memiliki arti segala sesuatu yang berhubungan dengan agama.¹⁵

Adapun perilaku beragama merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri manusia dan mendorong orang tersebut untuk bertingkah laku yang berkaitan dengan agama. Zakiyah Darajat mengatakan bahwa perilaku beragama merupakan perolehan bukan pembawaan. Terbentuknya melalui pengalaman langsung yang

¹⁴ Jalaluddin Rahmat, (2001) *Psikologi Agama*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, Hal. 201.

¹⁵ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, (2005) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Persero Penerbitan dan Percetakan Balai Pustaka, Hal. 12.

terjadi dalam hubungannya dengan unsur-unsur lingkungan material dan sosial. Walaupun sikap terbentuknya melalui pengaruh lingkungan, namun faktor individu ikut menentukan.¹⁶

Agama Islam berisikan ajaran yang menyangkut seluruh aspek kehidupan manusia, baik sebagai hamba Allah individu, anggota masyarakat, maupun sebagai makhluk dunia yang berada di alam ini. Secara garis besar ruang lingkup agama Islam menyangkut tiga hal berikut:¹⁷

a) Akidah

Akidah berasal dari bahasa arab *Aqidah* yang berbentuk jamaknya *a'qa'id* dan berarti *faith/belief* (keyakinan/kepercayaan) sedangkan menurut Louis Ma'luf ialah *ma'uqidah* 'alayh 'al-qalb wa al-dlamir yang artinya sesuatu yang mengikat hati dan perasaan.¹⁸ Aspek akidah ini akan membentuk moral manusia. Oleh karena itu pertama kali yang dijadikan materi dalam dakwah islam adalah masalah akidah atau keimanan.

Masalah pokok dalam akidah berkaitan dengan rukun-rukun iman yang meliputi:

- a. Iman Kepada Allah
- b. Iman Kepada Malaikat Allah
- c. Iman Kepada Kitab-kitab Allah
- d. Iman Kepada Nabi dan Rasul

¹⁶ Rohmalina Wahab, (2015) *Psikologi agama*, Jakarta: Raja Grafindo, Hal. 161.

¹⁷ Heny Narendrany Hidayati, Andri Yudiantoro. (2007). *Psikologi Agama*. Jakarta: UIN Jakarta Press.

¹⁸ Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, (2012) *Pengantar Studi Islam*, Surabaya, Hal. 84.

- e. Iman Kepada Hari Kiamat
 - f. Iman Kepada Qada' dan Qadar
- b) Syariah

Syar'i dalam Islam merupakan hubungan erat dengan amal (lahir) nyata dalam rangka menaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya, serta mengatur pergaulan hidup antar sesama manusia yakni meliputi: Ibadah, Shalat, Puasa, Zakat, dan Haji.

- c) Akhlak

Kata akhlak berasal dari bahasa Arab, Jamak dari *Khuluqun* yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi masalah akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Ilmu akhlak bagi Al-farabi tidak lain membahas tentang keutamaan-keutamaan yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan kehidupan yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahanatan atau kekurangan yang dapat merintangi, usaha pencapaian tujuan tersebut.¹⁹

3. Teori S-O-R

Teori S-O-R termasuk dalam salah satu teori psikologi yang digunakan untuk menjelaskan suatu perilaku individu diakibatkan oleh rangsangan yang diterima. Teori ini menggambarkan proses dimana suatu stimulus memengaruhi organisme (individu) kemudian menghasilkan respon atau perilaku. Asumsi dasar

¹⁹ Muhammad Munir, Wahtu Ilahi, (2009) *Manajemen Dakwah*, Jakarta: kencana, Hal. 24.

dari teori ini menyatakan perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan yang diterima oleh seorang komunikan.

Menurut teori ini, efek yang di timbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharaokan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi, jadi unsur-unsur dalam teori S-O-R ini adalah:²⁰

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikan (Organism, O)
- c. Efek (Response, R)

Model *Stimulus Organism Response* menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi di mana kata-kata, isyarat non verbal, dan simbol-simbol tertentu merangsang orang lain untuk memberikan respons tertentu. Poin penting dalam model komunikasi ini adalah pesan, yang berfokus pada kemampuan pesan untuk menghasilkan gairah pada komunikan sehingga komunikan dengan cepat menerima pesan dan mengalami perubahan perilaku.²¹

4. Teori Peluru (Hypodermic Needles Theory)

Media massa dianggap memiliki pengaruh yang sangat kuat, sehingga sering kali audiens tidak dapat menyaring semua informasi yang disajikan. Masyarakat sering dianggap sebagai penerima pasif yang hanya menyerap pesan

²⁰ Onong Uchyana Effendy. (2003) *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti. Hal. 254.

²¹ Abidin, M. (2022). *Urgensi komunikasi model stimulus organism response (SOR) dalam meningkatkan kualitas pembelajaran*. Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa, 3(1), 47-59.

dari media massa tanpa memberikan tanggapan atau respons.²² Kekuatan besar media massa tercermin dalam teori yang dikenal sebagai teori jarum suntik atau "Hypodermic Needle Theory," yang menyatakan bahwa media massa dapat menyuntikkan ide atau opini langsung ke masyarakat tanpa adanya penyaringan atau perlawanan.²³

Teori ini, yang juga dikenal sebagai teori peluru, diperkenalkan oleh Schramm pada tahun 1950-an. Teori ini menjelaskan bahwa masyarakat sangat responsif terhadap pesan-pesan dari media massa. Menurut teori ini, jika pesan tersebut berhasil mencapai sasarnya dengan tepat, maka pesan tersebut akan menghasilkan efek yang diinginkan.²⁴ Teori ini termasuk dalam kategori efek media massa yang tidak terbatas.

Analogi media massa sebagai peluru menunjukkan bahwa seperti peluru yang ditembakkan ke sasaran, pesan dari media massa juga memiliki kekuatan besar untuk memengaruhi targetnya secara langsung tanpa adanya perantara.

Wilbur Schramm menjelaskan bahwa seorang komunikator dapat "menembak" pesan kepada masyarakat yang pasif dan tidak berdaya.²⁵ Elihu Katz, dalam model ini, mengasumsikan bahwa:

- a. Media massa sangat mempan dan mampu memasukkan ide-ide pada ingatan komunikan yang tidak berdaya.
- b. Media massa mengikat khalayak yang tersebar, akan tetapi diantarnya khalayak yang tidak saling berhubungan.

²² Ido Prijana Hadi, dkk, (2021), *Komunikasi Massa*, Pasuruan: Penerbit Qiara Media, hlm. 80.

²³ *Ibid*, hlm. 80.

²⁴ Werner J, dkk, (2011), *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Kencana, Media Pressindo hlm. 146.

²⁵ J. Severin dan Tankard.(2008), *Teori Komunikasi*, Jakarta: Kencana Media Pressindo

Teori jarum hipodermik, yang diajukan oleh Jason dan Anne (1997), menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk secara langsung "menyuntikkan" efek pada ketidaksadaran audiensnya. Teori ini menekankan pengaruh yang kuat dari media massa dan menganggap audiens sebagai individu yang lebih rendah dari mereka. Hal ini menyiratkan bahwa audiens bisa diperdaya oleh informasi yang disampaikan oleh media, dan tanpa disadari, pikiran mereka bisa dipengaruhi atau bahkan dibentuk sesuai dengan keinginan media.²⁶

Dengan menerapkan konsep teori peluru atau Hypodermic Needle Theory, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak intensitas mengakses media sosial Instagram @gusmuschannel terhadap perilaku beragama *Followers*-nya. Konten Instagram berpotensi memengaruhi perilaku beragama. Akibatnya, individu dapat mengalami perubahan dalam diri mereka dan termotivasi untuk meningkatkan kualitas kehidupan spiritual mereka, seperti meningkatkan ketakatan dalam beribadah, menjaga pikiran positif terhadap Allah, dan berbuat kebaikan kepada sesama.

F. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan resmi yang berkaitan dengan hubungan antara variabel, yang kemudian diuji secara langsung.²⁷ Sebelum melakukan sebuah penelitian dengan metode kuantitatif, maka diperlukan adanya sebuah hipotesis. Hipotesis adalah taksiran terhadap parameter populasi yang dilihat melalui data-

²⁶ Puspianto, A. (2022). *Peluang Dan Tantangan Media Massa Di Era Cyber (Perspektif Hypodermic Needle Theory dan Uses And Gratification Theory)*. An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 10(2), 22-45.

²⁷ Morrisan,(2012), *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm. 15

data sampel²⁸. Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara dari suatu penelitian yang akan dilakukan, hingga terbukti melalui data yang terkumpul setelah dilakukannya penelitian tersebut²⁹. Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis, pertama hipotesis alternatif (Ha) dan kedua, hipotesis Nol (Ho). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(Ha) : Terdapat pengaruh intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel terhadap perilaku beragama followers nya.

(Ho) : Tidak terdapat pengaruh intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel terhadap perilaku followers nya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan pembahasan skripsi ini secara sistematis, penulis membagi penulisannya ke dalam 5 (lima) bab yang terdiri atas sub-sub bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis, dan sistematika penulisan

2. BAB II METODE PENELITIAN

Meliputi jenis penelitian, variabel penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, analisis data.

²⁸Sugiyono. (2014) . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.18

²⁹Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

3. BAB III GAMBARAN UMUM

Meliputi gambaran umum dari subjek penelitian yang berisi tentang gambaran akun Instagram @gusmuschannel dan kecenderungan *Followers*.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Meliputi hasil temuan penelitian dan pembahasan terkait temuan yang telah diolah untuk dikorelasikan dengan teori dan konsep yang peneliti gunakan pada penelitian ini.

5. BAB V PENUTUP

Meliputi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, terdapat beberapa saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah disajikan dan pembahasan yang sudah diuraikan tentang *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @gusmuschannel Terhadap Perilaku Beragama Followersnya*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar responden penelitian ini, memiliki tingkat intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel dalam kategori sedang. Intensitas mengakses meliputi 4 aspek; frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan. Mayoritas responden yang menduduki tingkat kategori sedang berjumlah 67 responden dari 100 total keseluruhan responden atau sebesar 67%. Sedangkan sisanya pada kategori rendah sebesar 13%, dan kategori tinggi sebesar 20%.
2. Hasil analisis menghasilkan bahwa perilaku beragama mereka dikategorisasikan sebagai kategori baik. Hal ini meliputi 3 indikator perilaku beragama; akidah, syariah, dan akhlak. Mayoritas responden yang menduduki tingkat kategori baik sebanyak 52 responden dari 100 total keseluruhan responden atau sebesar 52%. Sedangkan sisanya pada kategori kurang baik sebesar 23%, dan kategori sangat baik sebesar 25%.
3. Dari hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai T hitung $> T$ tabel ($6,011 > 1,984$) dan signifikansi $<0,05$ ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel berpengaruh secara

signifikan terhadap perilaku beragama. Kemudian dalam tabel summary nilai korelasi (R) sebesar 0,519 dan nilai (R-square) sebesar 0,269. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa intensitas mengakses akun instagram @gusmuschannel memiliki pengaruh sebesar 26,9% terhadap perilaku beragama. Artinya, variabel X hanya mempengaruhi 26,9% dari variabel Y, sedangkan 73,1% yang tersisa merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak di teliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan yang telah disajikan sebelumnya dalam penulisan tugas akhir ini, serta implikasi yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini, beberapa saran yang ingin penulis sajikan :

1. Bagi praktisi atau pengguna media, diharapkan menggunakan media sosial dengan bijak. Praktisi media harus menciptakan konten yang baik dan bermanfaat untuk menghindari kegaduhan di jagad media sosial. Sementara itu, pengguna media atau komunikasi harus memilih konten yang baik untuk dikonsumsi, memilih informasi yang bermanfaat, dan bertindak dengan pemahaman yang baik.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan dan melakukan penelitian yang menggunakan variabel, metode, objek, dan subjek yang bervariasi. Misalnya, melalui analisis lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku beragama, seperti psikologis, sosial, dan lingkungan.

3. Bagi instagram @gusmuschannel, untuk meningkatkan elektabilitas akun agar menjadi sumber mencari ilmu agama bagi para pengguna instagram, penting untuk mengembangkan konten yang lebih beragam dan menarik. Ini dapat dicapai melalui penggunaan berbagai format konten, seperti video, foto, narasi dan tema yang menarik dan menginspirasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, P. (2022). *Pengaruh Menonton Ceramah Ustadz Hanan Attaki Melalui Instagram Terhadap Pemahaman Keagamaan (Studi Pada Followers Akun @ Hanan_Attaki)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211
- Alim Puspianto,(2022). *Peluang dan Tantangan Media Massa di Era Cyber (Perspektif Hypodermic Needles Theory dan Uses and Gratification Theory)*. An-Nida', Vol. X, No. 2, 30.
- Alvinaro Ardianto, dkk, (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 49
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.12
- Asep Ahmad Muhlisin, Yuliani Kusuma Putri,(2019). “*Penggunaan Media Sosial instagram dalam Pembelajaran Kanji*, *Jurnal Of Japanese Language Education & Linguistics*, Vol. 3, No. 2, 183.
- Bambang Dwi Atmoko, (2012). *instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita), 10.
- Burhan Bugin, 2009 *Metodologi Penelitian Kuantitatid*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 99.
- Febrina Eka Setyawati, 2019. *Pengaruh Menonton Acara “Hafiz Indonesia” di RCTI terhadap Minat Menghafal Al-qur'an Siswa-Siswi Sekolah Dasar Kota Blitar*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga), 19-20
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hafied Cangara, 2009. “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Jakarta: PT Rajawali Pers),12.
- Heny Narendrany Hidayati, Andri Yudiantoro. (2007). *Psikologi Agama*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Ido Prijana Hadi, dkk, 2021. *Komunikasi Massa*, (Pasuruan: Penerbit Qiara Media),80
- .

Iik Novianti. 2011. *Perilaku Penggunaan Internet di Kalangan Mahasiswa*, (Surabaya: Universitas Airlangga)

Ikmal Mahyudi, 2014. *Hubungan Intensitas Menonton Acara On the Spot Trans7 dengan Tingkat Ilmu Pengetahuan Siswi Kelas 2 SMPN 23 Pekan Baru*, Skripsi (Riau: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi)

Irfan Ardiansyah dan Anastasya Maharani, (2018). “Optimalisasi instagram Sebagai Media Marketing”, (Bandung: CV Cendekia Press)

J. Severin dan Tankard, (2008) *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Media Pressindo).

J.S. Badudu, 2013. *Kamus Kata-Kata Serapan Asing dalam Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Kompas)

Jalaluddin Rahmat, (2001) *Psikologi Agama*, Jakarta: RajaGrafindo Persada,201.

Karimudin Abdullah, dkk, 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini)

Landesi, dan Andarawati, 2016. *Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta*, E-Jurnal Bimbingan dan Konseling, Edisi 3, Tahun ke-5, Universitas Negeri Yogyakarta, 7.

Lisnawita, L., Van FC, L. L., & Musfawati, M. (2020). *Pengaruh Media Sosial (Instagram) Terhadap Lifestyle Dan Prestasi Akademik*. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 5(1), 1-8.

Meutia Puspita Sari, 2017. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*.

Moh. Ali Aziz, 2002. “Ilmu dakwah”, (Jakarta: Pustaka Firdaus)

Morrisan, 2012. *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)

Muhammad Fitrah and Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan*

Muhammad Munir, Wahtu Ilahi, (2009) *Manajemen Dakwah*, Jakarta: kencana.

Murti, A. N. (2020). *Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram@ berani. hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja* (Bachelor's thesis, Fakultas

Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Musfialdy, & Anggraini, I. 2020 *“Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media”*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, VIII, 32.

Mustika Abidin, 2022 *Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*, Journal Komunikasi dan Bahasa, Volume 3, Nomor 1.

Onong Uchyana Effendy. (2003) *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Citra Aditiya Bakti.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, (2005) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Persero Penerbitan dan Percetakan Balai Pustaka.

Rackmad Kriyantono, 2009 *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).

Rappedeo, M. I. (2019). *Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram@ Hanan_Attaki Terhadap Religiusitas Para Followers*. JOM FISIP.

Rifa'i Abubakar, 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga).

Riuduwan, 2009 *Pengantar Statistika Sosial*, Bandung: Alfabeta.

Rizal, S., Syarifuddin, A., & Syarnubi, S. (2019). *Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Perilaku Religiusitas Siswa di MAN 2 Palembang*. Jurnal PAI Raden Fatah, 1(3)

Rohmalina Wahab, (2015) *Psikologi agama*, Jakarta: Raja Grafindo

Sugiyono, 2009 *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2014 *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta

Syafrida Hafni Sahir, 2021 *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: KBM Indonesia)

Syah, A. M. (2019). *Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagun*. Busyro: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, 1(1).

Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, (2012) *Pengantar Studi Islam*, Surabaya.

Ulber Silalahi, 2015. “*Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*”, (Bandung: PT Refika Aditama)

V. Wiratna Sujarweni, 2015, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Wahidmurni, 2017. “*Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Malang: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan)

Werner J, dkk, (2011). *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana)

Website

Laporan Digital 2023: *Global Overview Reports soal jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> diakses pada Maret 2024.

Thpanorma, “*8 Kelebihan dan Kelemahan Instagram yang Paling Relevant*”, <https://id.thpanorama.com/articles/cultura-general/las-8-ventajas-y-desventajas-de-instagram-ms-relevantes.html>, diakses pada tanggal 27 Maret 2024

