

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN
@DAWUHGURU DAN KREDIBILITAS SUMBER
TERHADAP RELIGIUSITAS SANTRI
DI PESANTREN KREATIF
BAITUL KILMAH**



TESIS

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister**

Disusun oleh:

Minhad Ali Yahya

NIM 23202012009

Dosen Pembimbing:

Dr. Abdul Rozak, M. Pd

NIP 196710061994031003

**MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026**

PERSETUJUAN TESIS

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 dosen pembimbing berpendapat bahwa tesis Saudara:

Nama : Minhad Ali Yahya
NIM : 23202012009
Judul Tesis : Intensitas Mengakses Akun @Dawuhguru dan Kredibilitas Sumber Terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah

tesis tersebut sudah memenuhi syarat

- o Bebas dari unsur plagiarisme.
- o Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- o Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Tesis yang berlaku.


dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister.

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 12 Januari 2026

Dosen Pembimbing


Dr. Abdul Rozak, M.Pd.

NIP 196710061994031003

Mengetahui:

Ketua Program Studi


Dr. Abdul Rozak, M.Pd.

NIP 196710061994031003

☞ Silakan beri tanda centang (✓) jika pernyataan telah sesuai

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-224/Un.02/DD/PP.00.9/01/2026

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Intensitas Mengakses Akun @dauwuguru dan Kredibilitas Sumber terhadap Religiusitas Santri di pesantren Kreatif Baitul Kilmah

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MINHAD ALI YAHYA, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 23202012009
Telah diujikan pada : Jumat, 23 Januari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Abdul Rozak, MPd
SIGNED

Valid ID: 697c4c1d51864



Penguji II

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

Valid ID: 697c2932ee8f



Penguji III

Dr. H. Zaimudin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 697c4546d71e4



Yogyakarta, 23 Januari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Mafuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 697c7b1147594

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS


Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Minhad Ali Yahya
NIM : 23202012009
Prodi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa tesis saya yang berjudul:
Intensitas Mengakses Akun @Dawuhguru dan Kredibilitas Sumber Terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian- bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Januari 2026


METERAL
TEMPEL
99BANX245887239

Minhad Ali Yahya
23202012009

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

"Jadilah ilmuwan yang ulama dan ulama yang

ilmuwan

dengan berakhlak mulia."

(KH. A. Fatih Syuhud).



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, karya ini kupersembahkan kepada kedua orang tua tercinta atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, dan dukungan yang menjadi kekuatan dalam setiap langkah. Kepada keluarga yang senantiasa memberi pengertian, semangat, dan kehangatan. Kepada para dosen dan pembimbing atas bimbingan serta ilmu yang telah diberikan. Kepada sahabat dan rekan seperjuangan atas kebersamaan dan dukungan selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini. Serta kepada diri sendiri, sebagai pengingat bahwa setiap perjuangan adalah bagian dari proses menjadi pribadi yang lebih berilmu, matang, dan bermakna.

ABSTRAK

Religiusitas merupakan aspek fundamental dalam pembentukan kepribadian individu, khususnya dalam konteks pendidikan pesantren. Seiring perkembangan teknologi digital, pola pembentukan religiusitas santri tidak lagi hanya dipengaruhi oleh lingkungan pesantren, tetapi juga oleh terpaan media sosial sebagai medium dakwah baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @dawuhguru dan kredibilitas sumber terhadap religiusitas santri Pesantren Kreatif Baitul Kilmah, Bantul, Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan santri sebagai responden. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun Instagram @dawuhguru berpengaruh signifikan terhadap religiusitas santri dengan kontribusi sebesar 12,2%, meskipun menunjukkan pola hubungan yang kompleks. Sementara itu, kredibilitas sumber akun @dawuhguru berpengaruh positif dan signifikan dengan kontribusi sebesar 16,2%. Secara simultan, intensitas mengakses dan kredibilitas sumber berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas santri dengan kontribusi sebesar 47,4%.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dan kredibilitas sumber dakwah saling melengkapi dalam membentuk religiusitas santri di era digital, dengan kredibilitas sumber sebagai faktor yang lebih dominan. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan literasi digital dan selektivitas terhadap sumber dakwah dalam lingkungan pesantren kreatif.

Kata kunci: Religiusitas; Terpaan Media; Kredibilitas sumber; Pesantren kreatif.

ABSTRACT

Religiosity is a fundamental aspect in the formation of individual personality, particularly within the context of Islamic boarding school (pesantren) education. Along with the development of digital technology, the formation of students' religiosity is no longer influenced solely by the pesantren environment, but also by exposure to social media as a new medium of da'wah. This study aims to analyze the effect of the intensity of accessing the Instagram account @dawuhguru and source credibility on the religiosity of students at Pesantren Kreatif Baitul Kilmah, Bantul, Yogyakarta.

This research employs a quantitative approach using a survey method, involving students as respondents. Data analysis techniques include multiple linear regression analysis through t-tests and F-tests. The results indicate that the intensity of accessing the Instagram account @dawuhguru has a significant effect on students' religiosity, contributing 12.2%, although the relationship shows a complex pattern. Meanwhile, the credibility of the @dawuhguru account has a positive and significant effect, contributing 16.2%. Simultaneously, the intensity of access and source credibility have a positive and significant effect on students' religiosity, with a combined contribution of 47.4%.

These findings show that social media and the credibility of da'wah sources complement each other in shaping students' religiosity in the digital era, with source credibility as the more dominant factor. This study emphasizes the importance of strengthening digital literacy and selectivity toward da'wah sources within creative pesantren environments.

Keywords: Religiosity; Media Exposure; Source Credibility; Creative Pesantren.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tesis berjudul *“Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @Dawuhguru dan Kredibilitas Sumber terhadap Religiusitas Santri Pesantren Kreatif Baitul Kilmah”* ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat manusia.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian tesis ini:

1. Bapak Sulthoni dan Embok Ruqoyah pencapaian ini berhasil dicapai semata-mata berkat dukungan zahir dan bathin yang tak pernah lepas sedetikpun sampai saat ini.
2. Saudara dan Saudariku, Mbak Umi beserta keluarga, Mbak Miftah beserta keluarga dan adikku Arihna yang telah memberikan suport moril maupun materil kepada penulis, dan selalu perduli dengan segala keadaan yang dilalui penulis.

3. Segenap Masyayikh dan Santri Pondok Pesantren Al-Istiqomah Magelang, An-Nur Magelang, Al-Khoirot Malang, Baitu Kilmah Yogyakarta yang telah memberikan bekal kehidupan untuk menjalankan tugas khalifah di bumi.
4. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Prof. Arif Maftahuddin M.Ag., M.A.I.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Dr. Abdul Rozak, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Tesis dan Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil. dan Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A. Selaku Dosen Pembimbing Akademik atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan.
8. Seluruh Dosen dan teman-teman Magister KPI, terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan. Semoga dapat menjadi bekal bagi penulis agar bermanfaat.

9. Semua pihak yang terlibat, yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu. Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini sangat jauh dari sempurna.

Kajian ini hanyalah sebagian kecil dari usaha menjadi khalifah di bumi. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga laporan tesis ini bermanfaat.

Yogyakarta, 12 Januari 2026

Yang menyatakan,

Minhad Ali Yahya



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TESIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	46
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR.....	49
A. Kajian Teori.....	49
1. <i>Stimulus Organism Response</i>	49
2. <i>Source Credibility</i>	53
3. Religiusitas.....	56
4. <i>Uses and Effect</i>	60

5. Intensitas Mengakses.....	66
6. Intensitas Mengakses Akun @Dawuhguru terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah	68
7. Kredibilitas Sumber Akun Dakwah @Dawuhguru terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah.....	72
8. Intensitas Mengakses Akun @Dawuhguru dan Kredibilitas Sumber Terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah	76
B. Kerangka Berpikir	80
C. Hipotesis Penelitian.....	82
BAB III METODE PENELITIAN	84
A. Jenis Penelitian.....	84
B. Populasi dan Sampel.....	85
1. Populasi Penelitian	85
2. Sampel Penelitian.....	85
C. Definisi Konseptual dan Operasional.....	86
1. Definisi Konseptual Intensitas Mengakses	87
2. Definisi Operasional Intensitas Mengakses	89
3. Definisi Konseptual Kredibilitas Sumber.....	90
4. Definisi Operasional Kredibilitas Sumber.....	92
5. Definisi Konseptual Religiusitas.....	93
6. Definisi Operasional Religiusitas.....	96
D. Instrumen Penelitian.....	97
1. Validitas Instrumen	100
2. Reliabilitas Instrumen	102
E. Metode Analisis Data	104
1. Uji Asumsi Klasik	104
2. Analisis Regresi Linier Berganda	107

3. Uji Hipotesis	109
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	112

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
.....114

A. Profil Pesantren Kreatif Baitul Kilmah	114
1. Sejarah Berdirinya Pesantren Kreatif Baitul Kilmah	114
2. Pesantren Kreatif Berbasis Literasi	115
B. Profil Instagram Dawuh Guru.....	117
1. Sejarah Berdirinya Dawuh Guru.....	119
2. Isi Konten dan Da'i Instagram @dawuhguru	122
C. Deskripsi Data.....	125
1. Karakteristik Responden.....	125
2. Analisis Deskriptif Variabel	129
D. Hasil Analisis Data	138
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	138
2. Uji Asumsi Klasik	143
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	154
4. Uji Hipotesis	163
E. Pembahasan.....	178
1. Pengaruh Intensitas Mengakses Akun @Dawuhguru Terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah.....	178
2. Pengaruh Kredibilitas Sumber Terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah	183
3. Pengaruh Intensitas Mengakses Akun @Dawuhguru dan Kredibilitas Sumber Terhadap Religiusitas Santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah	190

BAB V PENUTUP198

A. Kesimpulan	198
B. Saran	201
C. Keterbatasan Penelitian	204
DAFTAR PUSTAKA	207
LAMPIRAN	218
Lampiran 1: Data Responden	218
Lampiran 2: Data Kuisisioner	221
Lampiran 3: Jumlah Total Skor Responden	228
Lampiran 4: Uji Data Validitas.....	229
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas	235
Lampiran 6: Output Uji Asumsi Klasik	237
Lampiran 7: Output SPSS.....	242
Lampiran 8: t tabel	248
Lampiran 9: f tabel	249
Lampiran 10: Hasil Cek Plagiarisme	250
Lampiran 11: Daftar Riwayat Hidup.....	251

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Tinjauan Pustaka.....	40
Tabel 2: Definisi Operasional Variabel Intensitas Mengakses Akun Dawuhguru.....	90
Tabel 3: Definisi Operasional Variabel Kredibilitas Sumber.....	92
Tabel 4: Definisi Operasional Variabel Religiusitas Followers	96
Tabel 5: Skala Likert.....	99
Tabel 6: Kisi – Kisi Variabel Intensitas Mengakses Akun @dawuhguru	99
Tabel 7: Kisi – Kisi Variabel Kredibilitas Sumber	99
Tabel 8: Kisi – Kisi Variabel Religiusitas	100
Tabel 9: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	125
Tabel 10: Responden Berdasarkan Umur.....	126
Tabel 11: Responden Berdasarkan Status	128
Tabel 12: Hasil Uji Deskriptif Statistik Variabel Intensitas Mengakses Akun @dawuhguru	130
Tabel 13: Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Mengakses Akun @dawuhguru.....	131
Tabel 14: Hasil Uji Deskriptif Statistik Variabel Kredibilitas Sumber	133
Tabel 15: Distribusi Frekuensi Variabel Kredibilitas Sumber	134
Tabel 16: Hasil Uji Deskriptif Statistik Variabel Religiusitas	136
Tabel 17: Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas.....	137
Tabel 18: Hasil Uji Validitas.....	139
Tabel 19: Hasil Uji Reliabilitas.....	142
Tabel 20: Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)	145
Tabel 21: Hasil Uji Linearitas.....	148
Tabel 22: Hasil Uji Multikolinearitas.....	150
Tabel 23: Hasil Glejser Test.....	152

Tabel 24: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X1	154
Tabel 25: Koefesien Determinasi X1 ke Y	156
Tabel 26: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X2	158
Tabel 27: Koefesien Determinasi X2 ke Y	159
Tabel 28: Hasil Uji Regresi Linear Berganda	160
Tabel 29: Koefesien Determinasi X1, X2 ke Y	162
Tabel 30: Hasil Uji t	166
Tabel 31: Hasil Uji F	171
Tabel 32: Koefesien Determinasi	173
Tabel 33: Sumbangan Efektif dan Sumbangan Korelatif... ..	176



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Teori S-O-R.....	51
Gambar 2. 2 Teori Uses and Effect.....	65
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir.....	81
Gambar 4. 1 Profil Instagram Dawuh Guru	118
Gambar 4. 2 Konten Instagram Dawuh Guru.....	123
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Normal Probability Plot (P-P Plot).....	146



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Religiusitas merupakan aspek fundamental dalam kehidupan beragama yang menjadi bagian penting dari pembentukan kepribadian individu. Di Indonesia, pesantren telah lama dikenal sebagai institusi pendidikan Islam yang berperan sentral dalam menanamkan nilai religiusitas, sejak berdirinya atas prakarsa para tokoh agama.¹ Sebagai institusi keagamaan yang tertua dan paling berpengaruh di Indonesia, pesantren memiliki peran sentral dalam membentuk religiusitas seseorang, bahkan di era modern ini.² Melalui institusi ini santri tidak hanya diajarkan ilmu-ilmu agama, tetapi juga dibiasakan menjalani kehidupan yang sarat dengan nilai spiritual, moral, dan sosial secara menyeluruh.³

¹ Nuriyasfina Suduro and Nuruddin, "Lingkungan Pesantren Dan Tingkat Religiusitas Masyarakat," *Indonesian Society and Religion Research* 1, no. 2 (2024): 110–15, <https://doi.org/10.61798/isah.v1i2.165>.

² M Yunus Abu Bakar et al., "The Role of Islamic Boarding School Education in Shaping Students' Religious Character Amid the Challenges of Globalization," *Hikmah* 22, no. 1 (2025): 83–100, <https://www.e-jurnal.staisumaterra-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/455>.

³ Fatma Puri Anifra, Rizki Firdausi; Afandi, Nur Aziz; Sayekti, "Religiusitas Santri Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah Spiritualita," *Jurnal Tasawuf Dan Psikoterapi Islam* 6, no. 2 (2022): 82–89.

Namun, dinamika perkembangan zaman menuntut pesantren melakukan inovasi agar nilai religiusitas yang diajarkan tetap relevan dengan kebutuhan santri yang hidup di era digital dan serba cepat.⁴ Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan signifikan dalam pola ekspresi religiusitas santri. Dakwah Islam yang pada awalnya banyak dijalankan secara tradisional melalui tempat khutbah podium masjid, majlis ta'lim, atau media cetak, kini mulai bertransformasi ke ranah digital. Media sosial, sebagai bagian dari transformasi digital, telah menjadi ruang baru bagi santri untuk mengekspresikan dan memperdalam pemahaman keagamaan mereka. Kini, religiusitas bukan sekedar dibentuk berdasarkan lingkungan pengajaran pesantren semata, melainkan juga terbentuk oleh terpaan media sosial yang menyajikan konten dakwah secara cepat dan masif.⁵ Generasi muda yang sebagiannya adalah santri, lebih banyak terpapar

⁴ Ridwan Maulana Rifqi Muzakky, Rijaal Mahmuudy, and Andhita Risiko Faristiana, "Transformasi Pesantren Menghadapi Era Revolusi Digital 4.0," *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 3 (2023): 241–55, <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i3.371>.

⁵ Evi Febriani et al., "Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Moderasi Beragama Di Kalangan Generasi Muda" 9 (2025): 916–22.

ajaran keagamaan melalui platform digital dibandingkan lembaga keagamaan formal.⁶

Pondok pesantren yang dulunya hanya mengajarkan kitab Islam klasik atau kitab kuning sebagai bahan ajar (salaf), kini beberapa menambahkannya dengan wawasan umum (khalaf). Bahkan seiring dengan berjalannya waktu, keberadaan pondok pesantren hampir dapat ditemukan di setiap daerah Indonesia dengan menonjolkan potensi yang ingin diperlihatkan di wilayah itu. Dengan demikian, muncul berbagai bentuk model pesantren, salah satunya adalah pesantren kreatif yang tidak hanya mengajarkan ritual keagamaan, tetapi juga mengintegrasikan bidang-bidang lain seperti literasi, seni, teknologi, dan kewirausahaan sebagai sarana internalisasi nilai keagamaan sekaligus pengembangan potensi diri santri.⁷

Pesantren Kreatif Baitul Kilmah merupakan salah satu pesantren berbasis literasi yang berada di kawasan Pajangan, Bantul, Yogyakarta. Berbeda dengan pesantren pada umumnya, Baitul Kilmah menekankan penguatan religiusitas santri tidak hanya melalui praktik ritual

⁶ Heidi A. Campbell dan Ruth Tsuria, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media (2nd Edition)*, 2nd ed. (Routledge, 2021).

⁷ Hasan Ismail, "Pondok Pesantren Kreatif Semi Modern Di Kota Malang," 2023, https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/107545%0Ahttps://eprints.ums.ac.id/107545/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf.

keagamaan seperti pengajian kitab, shalat berjamaah, dan shalawat, tetapi juga melalui pengembangan literasi sebagai medium dakwah dan pembentukan karakter. Santri diarahkan untuk terbiasa menulis, menerjemah, berdiskusi, hingga menghasilkan karya-karya berupa cerpen, esai, kamus, bahkan ensiklopedia yang telah dipublikasikan secara luas. Dengan demikian, religiusitas santri di Baitul Kilmah dapat dipahami sebagai kombinasi antara kepatuhan ritual, internalisasi nilai, serta ekspresi keberagaman yang kreatif.

Di tengah konteks tersebut, media sosial berperan signifikan dalam memperkuat pengalaman religius santri. Salah satu akun yang banyak diikuti santri secara universal adalah akun Instagram @dawuhguru, yang memiliki lebih dari 1 juta followers dan konsisten menyajikan pesan dakwah melalui kutipan ulama, nasihat agama, serta refleksi moral dengan tampilan visual sederhana namun menarik. Bagi santri Baitul Kilmah, akun ini menjadi salah satu sumber inspirasi keagamaan di luar interaksi langsung dengan kiai atau ustadz. Intensitas akses terhadap konten akun ini berpotensi meningkatkan religiusitas santri, baik dari aspek keyakinan, praktik ibadah, pengalaman keagamaan, maupun pengetahuan. Semakin sering santri mengakses konten yang sarat nilai religius, semakin besar peluang terbentuknya penguatan internalisasi ajaran Islam

dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa paparan konten dakwah di Instagram berkorelasi positif dengan meningkatnya minat remaja dalam kegiatan keagamaan.⁸

Meski demikian, intensitas mengakses media sosial bukanlah satu-satunya penentu religiusitas. Faktor kredibilitas sumber menjadi penentu lain yang tak kalah penting dalam memengaruhi tingkat religiusitas seseorang.⁹ Kontribusi positif media sosial melahirkan gelombang baru pendakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Namun, kemudahan akses dan keterbukaan platform digital juga menghadirkan tantangan baru, yaitu kredibilitas sumber dakwah itu sendiri. Tidak sedikit pendakwah yang meraih popularitas bukan karena kapasitas keilmuannya, melainkan karena keterampilan komunikasi dan kemampuan mengemas konten secara menarik. Di sisi lain, audiens digital, terutama followers yang didominasi kalangan muda sering kali tidak memiliki

⁸ Fiansi Dwi Arista et al., "Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z," *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 3 (2025): 2025, <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>.

⁹ Merlyna Lim, "Life Is Local in the Imagined Global Community: Islam and Politics in the Indonesian Blogosphere," *Journal of Media and Religion* 11, no. 3 (2012): 127–40, <https://doi.org/10.1080/15348423.2012.706144>.

kapasitas kritis untuk memverifikasi validitas informasi keagamaan yang mereka terima.¹⁰

Fenomena tersebut menjadikan kredibilitas sumber dakwah menjadi faktor krusial. Seorang pendakwah yang dianggap kredibel akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dan memengaruhi perilaku keagamaan pengikutnya. Sebaliknya, jika kredibilitasnya dipertanyakan, maka pesan dakwah yang disampaikan bisa menimbulkan keraguan, bahkan potensi penyebaran pemahaman agama yang menyimpang.¹¹

Selain faktor intensitas mengakses dan kredibilitas sumber, terdapat pula variabel lain yang turut mempengaruhi religiusitas followers akun @dawuhguru di Baitul Kilmah. Lingkungan pesantren yang penuh dengan rutinitas ibadah, diskusi literasi, dan pembiasaan kolektif sangat mendukung proses internalisasi nilai agama. Pendidikan formal dan nonformal yang diterima santri juga memperkaya perspektif mereka dalam memahami pesan dakwah. Akan tetapi, dalam konteks penelitian ini, terpaan

¹⁰ Wulan Purnama Sari Gregorius Genep Sukendro, Nigar Pandrianto, Roswita Oktavianti, *Komunikasi Anak Muda Untuk Perubahan Sosial, Komunikasi Anak Muda Untuk Perubahan Sosial* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022).

¹¹ Puja Dikusuma MardianandDimas Aji Prastio A, “Kredibilitas Da’ I Dalam Dakwah Digital : Pendekatan Teori,” *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 15, no. 1 (2025), <https://doi.org/https://10.47766/liwauldakwah.v15i1.6013>.

media sosial dan kredibilitas akun menjadi dua variabel utama yang secara langsung berinteraksi dengan pengalaman religius santri di era digital.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari paparan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan permasalahan dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Apakah intensitas mengakses akun dakwah @dawuhguru berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap religiusitas santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah?
2. Apakah kredibilitas sumber berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap religiusitas santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah?
3. Apakah intensitas mengakses akun @dawuhguru dan kredibilitas sumber secara bersamaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap religiusitas santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan berikut adalah tujuan dalam penelitian ini:

1. Menganalisis pengaruh intensitas mengakses akun dakwah @dawuhguru terhadap religiusitas santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah.
2. Menganalisis pengaruh persepsi terhadap kredibilitas akun @dawuhguru terhadap santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah.
3. Mengetahui pengaruh simultan antara intensitas mengakses akun dakwah dan kredibilitas sumber terhadap tingkat religiusitas santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini gadang gadang bisa memperkaya khasanah teori komunikasi dakwah digital, terlebih pada konteks sosial media berbasis visual umpamanya Instagram. Hasil penelitian ini juga mendukung relevansi teori *Stimulus Organism Response (S-O-R)*, serta *Source Credibility* dan *Uses and Effect* dalam menjelaskan perilaku keberagaman pengguna media sosial.

2. Secara Praktis

- a. Bagi pengelola akun dakwah, seperti @dawuhguru, hasil penelitian ini dijadikan bahan evaluasi dan alat pengembang strategi penyampaian pesan dakwah yang lebih berefek.

- b. Bagi pendidik dan praktisi dakwah, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam memanfaatkan media sosial menjadi sarana dakwah yang berguna dengan kebutuhan dan karakteristik generasi digital.
- c. Bagi peneliti dan akademis, penelitian ini memperluas ruang kajian lanjutan terkait dinamika religiusitas dalam ekosistem digital berbasis media sosial.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan komponen penting dalam sebuah penelitian karena memberikan dasar teoritis dan konteks ilmiah terhadap isu yang dikaji. Melalui telaah beragam sumber seperti jurnaal, artikel ilmiah, buku, dan dokumen relevan lainnya, peneliti dapat memahami perkembangan wacana yang ada, mengidentifikasi celah penelitian sebelumnya, serta merumuskan arah pertanyaan dan tujuan penelitian secara lebih tajam.¹²

Temuan penelitian terdahulu yang relevan memberikan pijakan penting bagi penelitian ini, khususnya dalam menyoroti keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial dengan pembentukan pemahaman dan

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017).

perilaku keagamaan generasi muda termasuk santri. Berbagai kajian telah menegaskan bahwa media sosial menjadi salah satu ruang baru dalam proses internalisasi nilai-nilai keislaman, terutama bagi generasi Z yang hidup di era digital. Dengan demikian, kajian pustaka dalam penelitian ini berfungsi untuk memberikan landasan teoretis yang kokoh dan menjadi acuan konseptual dalam memahami variabel-variabel utama, yakni intensitas mengakses akun dakwah @Dawuhguru, kredibilitas sumber dakwah yang ditampilkan, serta pengaruhnya terhadap tingkat religiusitas santri di Pesantren Kreatif Baitul Kilmah.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan, seperti yang ditemukan oleh Ferlitasari dan rekannya bahwa penggunaan Instagram berpengaruh pada perilaku keagamaan remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung sebesar 11,9%.¹³ Serta oleh Dimiyati yang menemukan bahwa intensitas mengakses akun @gusmuschannel berpengaruh 26,9% terhadap perilaku

¹³ Reni Ferlitasari, Suhandi, and Ellya Rosana, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Prilaku Keagamaan Remaja," *Sosio Religia: Jurnal Sosiologi Islam* 01, no. 02 (2020): 2–3.

beragama followers.¹⁴ Selain itu, Fitria bersama koleganya meneliti pengaruh kredibilitas dai dan terpaan dakwah dengan terhadap religiusitas remaja di Pekanbaru.¹⁵ Namun, kajian-kajian tersebut belum secara spesifik meneliti pengaruh gabungan antara intensitas mengakses akun dakwah tertentu dan persepsi terhadap kredibilitas sumber dalam membentuk religiusitas, khususnya dalam konteks akun dakwah seperti @dawuhguru. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi pengaruh intensitas mengakses akun @dawuhguru dan persepsi terhadap kredibilitas sumbernya terhadap religiusitas followers guna mengisi kekosongan literatur dalam studi dakwah digital.

Kajian pustaka ini tidak hanya menyajikan ringkasan konsep, tetapi juga mengaitkan teori komunikasi, dan teori kredibilitas sumber dengan fenomena dakwah digital. Dengan demikian, kerangka berpikir yang dibangun akan menunjukkan bagaimana akun dakwah @Dawuhguru berfungsi sebagai medium yang memengaruhi cara santri memahami dan

¹⁴ Achmad Dimiyati, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @Gusmuschannel Terhadap Perilaku Beragama Followersnya," 2024, 1–10.

¹⁵ Nuzila Fitria, Anuar Rasyid, and Zulkarnain, "Pengaruh Kredibilitas Pendakwah Dan Terpaan Media Sosial Dakwah Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Kota Pekanbaru," *Medium* 8, no. 2 (2021): 55–64, [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(2\).6056](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(2).6056).

menginternalisasi ajaran Islam, sekaligus memperlihatkan sejauh mana kredibilitas sumber dakwah dapat meningkatkan tingkat keagamaan santri. Lebih jauh, tinjauan pustaka ini menegaskan posisi penelitian dalam kerangka akademik dengan menunjukkan kesinambungan pada studi-studi sebelumnya, sekaligus menyoroti adanya ruang kosong (*research gap*), yakni penelitian yang secara khusus mengulas pengaruh kredibilitas sumber di akun @Dawuhguru terhadap religiusitas santri di lingkungan pesantren kreatif masih belum tersedia.

Sejumlah penelitian lampau yang sejalan dengan topik ini telah dilaksanakan oleh berbagai pihak. Penelitian-penelitian tersebut menjadi pijakan awal untuk memahami dinamika isu yang sedang dikaji serta memberikan wawasan metodologis yang dapat dijadikan referensi dalam menyusun pendekatan penelitian saat ini. Dengan menelaah karya-karya ilmiah terdahulu, peneliti tidak hanya menghargai kontribusi peneliti sebelumnya, tetapi juga membangun studi ini di atas fondasi pengetahuan yang telah ada. Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji keterkaitan antara media sosial dan religiusitas, menggarisbawahi bahwa laman digital berperan signifikan dalam membentuk pengetahuan serta perilaku keagamaan, khususnya di

kalangan remaja dan mahasiswa.¹⁶ misalnya, menegaskan bahwa penggunaan Instagram dapat memengaruhi perilaku keagamaan remaja. Namun, studi ini belum menelusuri pengaruh akun dakwah tertentu ataupun memperhatikan aspek kredibilitas komunikator dakwah.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ferlitasari yang mengangkat Pengaruh Instagram terhadap Prilaku Keagamaan Remaja Rohis SMA Printis 1 Bandar Lampung. Penelitian ini berfokus pada bagaimana penggunaan Instagram dapat memengaruhi prilaku keagamaan di kalangan remaja, khususnya anggota Rohis. penelitian ini mengkaji sejauh mana intensitas penggunaan Instagram yang sarat dengan konten keagamaan dapat membentuk pola pikir, sikap, serta praktik keberagaman siswa. Analisis dilakukan dengan menghubungkan teori media baru dan perilaku keagamaan remaja, yang mencakup dimensi keyakinan, praktik ibadah, pengalaman religius, dan pengetahuan agama. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa media sosial Instagram berpengaruh terhadap remaja Rohis di SMA Perintis Satu Bandar Lampung melalui pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia. Kehadiran

¹⁶ Ferlitasari, Suhandi, and Rosana, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Prilaku Keagamaan Remaja."

Instagram membuat remaja Rohis dapat terdorong menampilkan perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai Islami dengan menggunakan fitur seperti hashtag (#), mention, follow, like, dan komentar. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh Instagram pada perilaku beragama remaja mencapai 11,9%. Artinya, perilaku remaja dalam beragama dapat dijelaskan sebesar 11,9% oleh penggunaan konten maupun fitur Instagram. Dengan demikian, remaja perlu bijak dalam memanfaatkan Instagram, menjadikannya sebagai sarana positif, khususnya untuk dakwah. Hasil pemikiran ini mengatakan dg tegas kalau Instagram bukan hanya berfungsi sebagai alat hiburan dan komunikasi, melainkan juga sebagai media dakwah yang berefek bagi generasi muda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran dakwah perlu dioptimalkan dengan menghadirkan konten yang kreatif, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan spiritual remaja agar dapat memberikan pengaruh positif yang berkelanjutan terhadap perilaku keagamaan mereka.¹⁷

Ke-dua, penelitian yang dilakukan oleh Dimiyati berfokus pada intensitas mengakses akun dakwah @gusmuschannel dan kaitannya dengan religiusitas

¹⁷ Ferlitasari, Suhandi, and Rosana.

followers. Hasil dari penelitiannya menunjukkan jika dakwah melalui akun Instagram @gusmuschannel, memberikan efek terhadap perilaku keberagamaan para pengikutnya. Pengaruh tersebut muncul melalui intensitas akses yang dilakukan followers terhadap konten-konten dakwah yang disajikan. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai (R) sebesar 0,519 dengan (R^2) sebesar 26,9%. Hal demikian berarti perilaku keberagamaan followers dapat dijelaskan sebesar 26,9% oleh intensitas mengakses akun @gusmuschannel. Dengan demikian, semakin sering pengguna Instagram mengakses konten dakwah yang ditampilkan, semakin besar pula peluang terbentuknya perilaku keberagamaan yang positif. Oleh karenanya, pengguna digadang-gadang dapat memanfaatkan akun dakwah di Instagram, seperti @gusmuschannel, sebagai sarana pembelajaran dan penguatan nilai-nilai keislaman. Temuan ini menegaskan bahwa akun dakwah berbasis figur tokoh agama di media sosial memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat kualitas keberagamaan, karena kedekatan simbolik antara dai dengan audiens mampu menghadirkan otoritas moral sekaligus inspirasi spiritual.¹⁸

¹⁸ Dimiyati, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @Gusmuschannel Terhadap Perilaku Beragama Followersnya."

Ke-tiga, Penelitian Fitria menunjukkan bahwa religiusitas dianggap mampu terpengaruh oleh bermacam faktor, diantaranya terdapat kredibilitas pendakwah dan terpaan konten media dakwah. Studinya memperlihatkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki keterkaitan dalam meningkatkan religiusitas remaja. Penelitian tersebut menggunakan landasan Teori Psikologi Kognitif sebagai *grand theory* yang menjelaskan bagaimana proses berpikir memengaruhi sikap dan perilaku keagamaan. Sebagai *middle theory*, digunakan Teori *Stimulus Organisme Response* dengan menekankan hubungan antara asupan konten dakwah, proses internal dalam diri individu, serta respon berupa perilaku religius. Selanjutnya, Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility*) dan Teori Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*) dipakai sebagai *applied theory* untuk menjelaskan bagaimana kepercayaan terhadap pendakwah serta intensitas terpaan pesan dakwah melalui media sosial dapat memberikan pengaruh langsung terhadap audiens. Memakai total 96 responden remaja muslim di Pekanbaru, penelitian ini menemukan bahwa kredibelnya dai dan terkaman dakwah media sosial secara bersama-sama mengasih kontribusi 32% terhadap peningkatan religiusitas kalangan remaja. Temuan ini menguatkan pandangan

bahwa kualitas pendakwah serta intensitas akses dakwah digital memainkan peranan penting dalam membentuk religiusitas remaja.¹⁹

Ke-empat, Penelitian Maftuhah menyoroti kontribusi media sosial terhadap peningkatan pemahaman keislaman pada gen milenial. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok mampu menyediakan konten keagamaan yang menarik, interaktif, dan mudah diakses yang selaras sama karakteristik gen milenial yang lebih menyukai informasi berbentuk visual, ringkas, dan kontekstual. Tidak semata-mata berperan sebagai media dakwah, Medsos juga berperan dalam membangun identitas beragama yang moderat melalui penyebaran nilai-nilai Islam yang inklusif dan toleran. Namun demikian, penelitian ini juga menggarisbawahi adanya tantangan yang cukup besar, terutama terkait risiko penyebaran informasi agama yang tidak sahih, bias, hingga potensi radikalisasi. Oleh karena itu, literasi digital dan pengawasan konten keagamaan menjadi hal yang sangat

¹⁹ Fitria, Rasyid, and Zulkarnain, "Pengaruh Kredibilitas Pendakwah Dan Terpaan Media Sosial Dakwah Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Kota Pekanbaru."

penting agar media sosial tetap menjadi medium edukasi yang positif. penelitiannya menekankan pentingnya memanfaatkan media sosial secara bijaksana dan kontekstual, sehingga generasi milenial dapat memperoleh pemahaman agama Islam yang lebih mendalam, moderat, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan perspektif baru dengan menekankan konten moderasi beragama sebagai salah satu pendekatan strategis untuk mengatasi persoalan hoaks dan penyebaran paham ekstrem di dunia digital. Dengan demikian, media sosial dapat diposisikan sebagai instrumen dakwah sekaligus sarana penguatan nilai-nilai Islam yang sejalan dengan kebutuhan generasi muda di era masyarakat 5.0.²⁰

Ke-lima, Penelitian yang dilakukan oleh Gatha Daffa Wichaksana, Sarwo Edy, dan Didi Permadi menyoroti bagaimana Instagram, ikut berperan dalam membentuk perilaku keagamaan mahasiswa. penelitian mereka menguji pengaruh intensitas penggunaan akun dakwah pada perilaku imitatif mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara intensitas mengakses akun dakwah di

²⁰ Rida Faizah Maftuhah, "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam Di Kalangan Generasi Milenial," *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 4, no. 1 (2024): 38–52.

Instagram dengan perilaku imitatif mahasiswa, dengan koefisien korelasi sebesar 0,727. Semakin tinggi intensitas mahasiswa dalam mengakses akun dakwah, semakin kuat pula kecenderungan mereka untuk meniru perilaku yang ditampilkan dalam konten dakwah tersebut. Penelitian ini menggunakan teori (SOR) untuk menjelaskan mekanisme pengaruh, di mana akun dakwah berperan sebagai stimulus, mahasiswa sebagai organisme, dan perilaku imitatif sebagai respon.²¹

Ke-enam, Asmuni dan Irawan (2025) melalui penelitian yang mengarah pada media sosial sebagai faktor pembentuk persepsi keagamaan generasi muda menekankan bagaimana media sosial telah menjadi ruang dominan bagi anak muda dalam mengakses informasi keagamaan. Dengan pendekatan studi literatur, penelitian ini menemukan bahwa adanya peran penting sosmed dalam membangun cara pandang generasi muda terhadap agama melalui konten digital yang interaktif dan mudah diakses. Media sosial membuka peluang untuk penyebaran dakwah yang lebih luas, cepat, dan kreatif, sehingga pesan-pesan keagamaan dapat

²¹ Gatha Daffa Wichaksana, Sarwo Edy, and Didi Permadi, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Komunikasi Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Imitatif Mahasiswa FISIP Universitas Pancasakti Tegal," *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 2, no. 1 (2022): 75–89, <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v3i1.3164>.

menjangkau audiens lintas batas ruang dan waktu. Namun, penelitian ini juga mengingatkan akan tantangan serius yang muncul, seperti maraknya misinformasi, polarisasi pemahaman, hingga potensi lahirnya intoleransi akibat penerimaan informasi tanpa sikap kritis. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital keagamaan yang kuat serta pendampingan dari keluarga dan lembaga pendidikan agar generasi muda mampu memfilter informasi dengan bijak. Dengan demikian, media sosial dapat dimanfaatkan secara positif sebagai sarana pembelajaran agama yang inklusif, moderat, dan kontekstual, sekaligus menjadi medium penting dalam memperkuat karakter keagamaan generasi muda di era digital.²²

Ke-tujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Emawati (2020) mengkaji pengaruh akses terhadap akun @nuonline_id terhadap religiusitas mahasiswa. penelitian yang dilakukan terhadap anggota KMNU UNY 2019. Fokus penelitian tersebut adalah untuk mengetahui sejauh mana intensitas mengakses akun @nuonline_id berhubungan dengan tingkat religiusitas

²² Hadiqoh Asmuni and Wahyu Eka Irawan, "Peran Media Sosial Dalam Membentuk Persepsi Keagamaan Di Kalangan Generasi Muda," *Ejournal.Stiblambangan.Ac.Id* 14, no. 1 (2025): 90–99, <https://ejournal.stiblambangan.ac.id/index.php/momentum/article/view/201>.

para mahasiswa. Landasan teori yang digunakan adalah konsep intensitas mengakses Instagram serta Teori (SOR) yang menggulawentahkan bagaimana pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat menjadi stimulus, lalu diproses oleh individu sebagai organisme, hingga akhirnya melahirkan respons berupa perilaku religius. Dari segi metodologi, menggunakan deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan kuesioner.. Analisis data dilakukan dengan metode statistik parametrik, khususnya analisis Pearson Product Moment. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan antara intensitas akses terhadap konten dakwah di Instagram dengan tingkat religiusitas mahasiswa.²³

Ke-delapan, Penelitian yang dilakukan oleh Lira Alifah Bilqis menyoroiti Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram dan prestasi akademik PAI dalam memmbentuk tingkat Religiusitas (Penelitian di Kelas IX SMP Negeri 1 Solokanjeruk). Religiusitas sendiri dipahami sebagai cerminan perilaku individu dalam menerapkan pengetahuan keagamaan pada kehidupan sehari-hari, dengan tujuan menjadikan manusia yang

²³ Yuliana Emawati, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instragam Nuonline_Id Terhadap Religiusitas Anggota Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (Kmnu) Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2019" 2507, no. February (2020): 1–9.

senantiasa taat terhadap perintah dan larangan Tuhan. Namun, hasil studi pendahuluan di kelas IX SMP Negeri 1 Solokanjeruk menunjukkan masih ada siswa yang belum sepenuhnya mampu mencerminkan nilai-nilai keagamaan, meskipun mereka telah memperoleh pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) dengan capaian akademik yang cukup baik. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa intensitas pemakaian Instagram, serta prestasi belajar PAI dapat berpengaruh terhadap tingkat religiusitas peserta didik. Hipotesis yang diajukan adalah adanya pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap religiusitas siswa. Dengan pendekatan kuantitatif korelasional, penelitian ini melibatkan 42 siswa kelas IX SMP Negeri 1 Solokanjeruk yang memiliki akun Instagram. Instrumen dapat dari observasi, angket, tes, wawancara, serta studi pustaka, sedangkan analisisnya memakai pendekatan statistik secara kuantitatif serta pendekatan logika dan analisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram berada pada kategori rendah dengan skor 2,71, sedangkan prestasi belajar PAI tergolong tinggi dengan nilai rata-rata 84,78. Tingkat religiusitas siswa justru menunjukkan kategori sangat tinggi dengan skor 4,14. Adapun pengaruh intensitas pemakaian Instagram dan prestasi akademik

PAI terhadap religiusitas hanya sebesar 2,12% dengan koefisien korelasi 0,215781. Temuan ini memperlihatkan bahwa meskipun pemakaian media sosial rendah dan prestasi PAI tinggi, faktor-faktor tersebut hanya memberikan kontribusi kecil terhadap tingkat religiusitas siswa. Hal ini menandakan adanya variabel lain yang lebih dominan dalam membentuk religiusitas peserta didik, sehingga menjadi ruang bagi penelitian lanjutan.²⁴

Ke-sembilan, penelitian oleh Ginting (2024) meneliti dampak konten dakwah pada platform TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa FDK jurusan KPI UINSU. Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena bahwa TikTok, yang awalnya populer sebagai media hiburan, kini juga dimanfaatkan oleh para da'i sebagai sarana dakwah digital untuk menjangkau muda mudi, lebih khusus kalangan millennial dan GenZ. Berlandaskan pada Teori Media Effects, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 646 mahasiswa KPI FDK UINSU. Sampel penelitian diperoleh melalui teknik cluster random TikTok berpengaruh signifikan terhadap religiusitas mahasiswa, dengan kontribusi pengaruh sebesar 22,7%.

²⁴ Lira Alifah Bilqis, *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas* (digilib.uinsgd.ac.id, 2020), <https://digilib.uinsgd.ac.id/33386/>.

Temuan ini menegaskan bahwa kehadiran dakwah di media sosial mampu meningkatkan religiusitas generasi muda, meskipun jelas ada faktor pembeda di luar media yang turut membentuk religiusitas mereka. Penelitian ini juga menyarankan agar media sosial semakin dipopulerkan sebagai sarana dakwah kreatif, sehingga minat anak muda terhadap ajaran agama dapat meningkat seiring dengan penguatan religiusitas mereka.²⁵

Ke-sepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Abokhodair et al. (2020) mengkaji fenomena ekspresi religius melalui media sosial dengan fokus pada praktik berbagi konten Al-Qur'an. Studi ini berangkat dari pengamatan bahwa platform sosial media sekarang tidak hanya diperuntukkan komunikasi sosial atau hiburan, melainkan sebagai ruang religius baru di mana umat Muslim mengekspresikan keyakinan dan keterikatan spiritual mereka melalui aktivitas digital. Media sosial tidak hanya menjadi sarana bagi pengguna untuk berekspresi, mengeksplorasi identitas, dan membangun komunitas, tetapi juga berkembang sebagai ruang baru bagi praktik dan ekspresi keagamaan.

²⁵ Dwiva Ramadani Ginting et al., "Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara," *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan* 1, no. 3 (2024): 90–95.

Penelitian yang dilakukan mengenai fenomena berbagi ayat-ayat Al-Qur'an di Twitter Arab menunjukkan bagaimana media sosial mampu menopang bentuk pengalaman dan ritual keagamaan yang baru. Studi ini menggunakan metode campuran (mixed-method), yakni analisis kuantitatif terhadap 2,6 juta cuitan berisi ayat Al-Qur'an serta analisis kualitatif mengenai tujuan pengguna dalam membagikan ayat tersebut. Hasil penelitian menegaskan bahwa ekspresi keagamaan daring melalui praktik berbagi ayat Al-Qur'an tidak hanya memperluas kehidupan beragama yang biasa dilakukan secara luring, tetapi juga melahirkan bentuk-bentuk ekspresi baru. Di antara tujuan tersebut adalah untuk melakukan amal kebaikan, bersedekah, mengenang orang yang telah meninggal, serta menunjukkan solidaritas. Temuan dari survei responden Muslim Arab menunjukkan bahwa mereka memandang media sosial sebagai ruang yang "abadi" melampaui kehidupan pribadi, sehingga dianggap efektif untuk menjalankan praktik keagamaan tertentu seperti membaca Al-Qur'an, berdoa (doa/du'a), dan amal jariyah. Analisis kuantitatif juga menegaskan komitmen ini, di mana ayat-ayat yang paling sering dibagikan berkaitan dengan tema akhirat, kasih sayang Allah, dan hukum syariah. Sebaliknya, ayat-ayat yang berkaitan

dengan jihad relatif jarang dibagikan, sehingga menepis representasi media tertentu yang sering mengaitkan penggunaan media sosial Muslim dengan narasi ekstremisme.²⁶

Ke-sebelas, penelitian oleh Rahmawati et al., (2024) menganalisis hubungan antara akses konten Islam di media sosial dengan perilaku religius mahasiswa. Fokus pada penelitiannya mengkaji efek media sosial pada keagamaan mahasiswa, baik dari sisi dampak positif maupun negatif, serta faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini mengandalkan kajian pustaka serta observasi terhadap penggunaan media sosial dalam kehidupan mahasiswa, khususnya dalam konteks keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya sosial media mengambil peran yang lumayan signifikan pada penguatan religiusitas. Hal tersebut tampak dari tersedianya akses terhadap konten-konten keagamaan, terbentuknya komunitas religius daring, serta meningkatnya pengetahuan agama mahasiswa melalui interaksi digital. Namun, penelitian ini juga menyoroti adanya tantangan yang ditimbulkan

²⁶ Norah Abokhodair, Abdelrahim Elmadany, and Walid Magdy, "Holy Tweets: Exploring the Sharing of Quran on Twitter," *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 4, no. CSCW2 (2020), <https://doi.org/10.1145/3415230>.

media sosial, seperti penyebaran informasi palsu (hoaks) yang dapat menyesatkan, serta potensi distraksi yang mengalihkan perhatian mahasiswa dari aktivitas ibadah. Oleh karena itu, kesimpulan yang ditarik adalah pentingnya pengelolaan media sosial secara bijak agar manfaat positifnya dapat dimaksimalkan dalam mendukung perkembangan religiusitas mahasiswa. Sebagai tindak lanjut, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan literasi digital agama, pendidikan agama yang bersifat kritis, serta pendampingan intensif dalam penggunaan media sosial. Hal ini diharapkan dapat membantu mahasiswa mengoptimalkan media sosial sebagai sarana dakwah, pembelajaran, sekaligus penguatan nilai-nilai keagamaan.²⁷

Ke-dua belas, penelitian oleh Yeni Yasyah Sinaga (2024) menyoroti pengaruh konten dakkwah di Tik Tok terhadap mahasiswa dalam hal keagamaan. Studi yang dilakukan di IAI Diniyyah Pekanbaru dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, melibatkan 92 mahasiswa sebagai responden menggunakan teknik purposive random sampling. dan analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian

²⁷ Julia Rizqi Rahmawati et al., “Dampak Media Sosial Terhadap Religiusitas Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta,” *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 SE-Articles (December 30, 2024): 168–82, <https://doi.org/10.61132/hikmah.v2i1.584>.

menunjukkan adanya pengaruh positif antara dakwah melalui TikTok terhadap religiusitas mahasiswa. Nilai koefisien regresi memperlihatkan bahwa setiap peningkatan 1% intensitas religiusitas berhubungan dengan kenaikan partisipasi sebesar 0,538. pengaruh antara variabel independen (dakwah TikTok) dan variabel dependen (religiusitas) adalah sebesar 35,1%. Penelitiannya menyimpulkan kalau dakwah melalui TikTok memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Hasil uji hipotesis juga menegaskan H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga TikTok dapat dipandang sebagai sarana efektif untuk menyampaikan dakwah dan memperkuat nilai-nilai keagamaan di kalangan mahasiswa.²⁸

Ke-tiga belas, penelitian oleh Sakhira Rafa Aliyah et al. (2024) membahas pengaruh kredibilitas sumber terhadap tingkat kepercayaan followers. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas akun Instagram @herbyuss terhadap tingkat kepercayaan followers dalam menerima informasi. Landasan teori yang digunakan adalah *Source Credibility Theory* yang

²⁸ Yeni Yasyah Sinaga, "Dakwah Tiktok : Pengaruhnya Terhadap Religiusitas Mahasiswa," *Problem Dakwah Di Daerah Minoritas Muslim* 8, no. 2 (2024): 156–73.

menekankan bahwa kepercayaan audiens dipengaruhi oleh kredibilitas sumber yang menyampaikan pesan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner berbasis Google Form. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk pernyataan maupun pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden, untuk mengukur persepsi mereka terhadap kredibilitas akun serta tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan. Data juga diperkuat dengan tinjauan literatur yang relevan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kredibilitas akun Instagram @herbyuss berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan followers dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 50,7%. Artinya, lebih dari separuh variasi kepercayaan followers dapat dijelaskan oleh kredibilitas akun tersebut. Uji hipotesis parsial (uji t) juga mendukung hasil ini, dengan nilai t-hitung sebesar 20,227 > t-tabel 1,9659 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa kredibilitas akun Instagram @herbyuss memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan followers. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks citizen journalism, kredibilitas sumber menjadi faktor kunci yang menentukan tingkat

kepercayaan audiens terhadap informasi yang diterima melalui media sosial.²⁹

Ke-empat belas, penelitian oleh Entin Suhartini (2021) berfokus pada pengaruh akun dakwah YouTube terhadap religiusitas remaja. Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratification yang menekankan bahwa audiens secara aktif memilih dan memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan tertentu, dalam hal ini kebutuhan akan informasi keagamaan, motivasi spiritual, serta hiburan bernuansa Islami. Penelitian yang dilakukan di Link. Luwung Sawo, Kecamatan Citangkil, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh akun dakwah YouTube terhadap sikap religiusitas remaja di era digital 4.0. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 77 responden remaja, yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%. Hasil analisis data menggunakan regresi linier sederhana menunjukkan bahwa akun dakwah YouTube berpengaruh terhadap religiusitas remaja. Hal ini

²⁹ Sakhira Rafa Aliyah et al., “Kredibilitas Sumber Dan Pengaruh Akun Instagram @ Herbyuss Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers” 9, no. 4 (2024): 829–44.

dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 6,005, lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,77, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah melalui YouTube terbukti memiliki pengaruh terhadap pembentukan sikap religius remaja. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa media sosial berbasis video tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berperan sebagai sarana dakwah efektif yang dapat mendukung perkembangan religiusitas generasi muda di era digital.³⁰

Ke-lima belas, penelitian oleh Riska Azimalia, Ahmad Khairul Nuzuli, dan Suriyadi (2023) mengkaji pengaruh intensitas akses konten dakwah di Instagram dan moralitas remaja. Fenomena meningkatnya kecanduan game online dan judi online di kalangan pemuda menimbulkan keprihatinan, terutama terkait dampaknya terhadap moralitas remaja. Dari latar belakang tersebut, penelitian dilakukan untuk mengkaji pengaruh akses dakwah melalui Instagram dan komunikasi dakwah di lingkungan keluarga terhadap moralitas remaja. Fokus penelitian ini adalah remaja di

³⁰ Entin Suhartini et al., "Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Sikap Religiusitas Remaja Di Link. Luwung Sawo Citangkil," *Adz-Zikr Jurnal Pendidikan Agama Islam* 06, no. 2 (2021): 52–64, <http://ejournal.stitalkhairiyah.ac.id/index.php/adzzikr/52>.

Desa Baru Semerah yang berusia 12–18 tahun, memiliki akun Instagram, serta pernah mengakses konten dakwah di platform tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori, dengan jumlah sampel 85 responden menggunakan teori *media effect*. Teknik analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas mengakses dakwah di Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap moralitas remaja. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), yang menandakan bahwa hipotesis alternatif diterima. Lebih lanjut, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa intensitas mengakses dakwah di Instagram memberikan kontribusi sebesar 77,6% terhadap pembentukan moralitas remaja di Desa Baru Semerah. Angka tersebut tergolong tinggi, sehingga memperlihatkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, merupakan sarana dakwah yang efektif dalam menarik perhatian remaja sekaligus menanamkan nilai moral yang positif. Penelitian ini menegaskan pentingnya kreativitas para da'i dalam memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Instagram, dengan fitur-fiturnya yang interaktif dan dekat dengan dunia remaja, dapat dijadikan sarana

strategis untuk membangun moralitas serta membentengi generasi muda dari pengaruh negatif dunia digital.³¹

Ke-enam belas, penelitian oleh Hutomo (2020) berfokus pada pengaruh intensitas akses akun dakwah @Rumaysho.com terhadap sikap keberagamaan. Landasan yang digunakan adalah Teori Intensitas Menonton (Ajzen) dan New Media. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara teoritik pengaruh intensitas mengakses akun Instagram dakwah @Rumayshocom terhadap sikap keberagamaan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 89 responden. Analisis data dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS Statistics 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara intensitas mengakses Instagram dakwah @Rumayshocom terhadap sikap keberagamaan dengan kekuatan hubungan pada kategori sedang (0,545). Besarnya pengaruh variabel intensitas terhadap sikap keberagamaan tercatat sebesar 29,8%, yang berarti

³¹ Riska Azimalia, Ahmad Khairul Nuzuli, and Suriyadi, "Pengaruh Mengakses Dakwah Di Instagram Terhadap Moralitas Remaja Di Desa Baru Semerah Riska," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2023): 53–62, <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/14260>.

semakin sering individu mengakses konten dakwah, semakin meningkat pula sikap keberagamaannya. Secara lebih rinci, berdasarkan skor rata-rata indikator, dimensi kognitif mendominasi sikap keberagamaan, diikuti dimensi afektif dan konatif. Hal ini menandakan bahwa konten dakwah @Rumayshocom mampu menumbuhkan pemahaman terhadap pesan-pesan agama (kognitif), mendorong perasaan religiusitas (afektif), serta membentuk kecenderungan berperilaku sesuai dengan ajaran Islam (konatif). Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa Instagram dakwah dapat menjadi media efektif dalam membangun sikap keberagamaan, asalkan dikelola secara kreatif, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.³²

Ke-tujuh belas, penelitian oleh Syah (2019) mengkaji pengaruh dakwah media sosial YouTube terhadap religiusitas mereka. Populasi penelitian adalah seluruh siswa-siswi MA Al-Muhtadi yang berjumlah 153 orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik simple random sampling, sehingga diperoleh 50 responden. Pemilihan teknik ini dimaksudkan agar

³² Hadijah Titesi Nur Hutomo, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram Dakwah Rumayshocom Terhadap Sikap Keberagaman," 2020.

penelitian lebih mudah dilaksanakan tanpa banyak klasifikasi khusus, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih maksimal. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Saifuddin Azwar (2015), pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menekankan analisis pada data numerik (angka) yang diolah menggunakan metode statistik. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji signifikansi dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dakwah media sosial YouTube berpengaruh signifikan terhadap variabel religiusitas siswa. Selain itu, berdasarkan uji t diperoleh nilai t hitung $2,024 > t$ tabel $2,011$, yang kembali menegaskan bahwa dakwah media sosial YouTube memiliki pengaruh terhadap tingkat religiusitas siswa. Namun demikian, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa religiusitas siswa tidak hanya dipengaruhi oleh media sosial YouTube semata. Faktor lingkungan sekitar, khususnya guru, pembina, dan orang tua, memiliki peran penting dalam membentuk sikap keberagamaan siswa. Hal ini dikarenakan siswa cenderung mencontoh perilaku yang mereka lihat secara langsung dari figur-figur terdekat. Dengan demikian, meskipun dakwah melalui YouTube berkontribusi dalam

meningkatkan religiusitas, peran pendidikan langsung dari lingkungan sekitar tetap menjadi faktor dominan.³³

Ke-delapan belas, penelitian oleh Kiki Wulandari (2020) mengkaji pengaruh kredibilitas endorses dai dalam iklan terhadap minat beli produk. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) sebagai teknik analisis, karena model konseptual yang dibangun melibatkan dua variabel dependen dan tiga variabel independen. Model seperti ini tidak dapat dianalisis dengan regresi linier berganda sehingga SEM dipilih karena memungkinkan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel sekaligus secara simultan. Tujuan utama penelitian adalah untuk mengetahui apakah daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan keahlian (*expertise*) berpengaruh terhadap sikap terhadap iklan, serta apakah sikap terhadap iklan berpengaruh terhadap minat beli. Populasi penelitian adalah masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan layanan provider Telkomsel. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan software AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan

³³ A M Syah, "Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube Terhadap Religiusitas Remaja Di MA. Al-Muhtadi Sendanggun," *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2019): 20–36.

terbukti signifikan. Pertama, variabel *attractiveness* berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap iklan dengan nilai t-hitung = 6,526 > t-tabel = 1,96 dan koefisien regresi sebesar 0,198. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik endorser, semakin positif pula sikap konsumen terhadap iklan. Kedua, variabel *trustworthiness* juga berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap iklan dengan t-hitung = 3,872 > 1,96 dan koefisien regresi sebesar 0,102, yang berarti meningkatnya tingkat kepercayaan endorser akan memperkuat sikap konsumen terhadap iklan. Ketiga, variabel *expertise* berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap iklan dengan nilai t-hitung = 6,802 > 1,96 dan koefisien regresi sebesar 0,161, sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi keahlian endorser, semakin positif sikap konsumen terhadap iklan. Keempat, variabel sikap terhadap iklan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan t-hitung = 7,482 > 1,96 dan koefisien regresi sebesar 0,953. Dengan demikian, sikap positif terhadap iklan akan meningkatkan minat beli konsumen. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa kredibilitas endorser (dalam hal ini Ustadz Maulana sebagai dai) yang mencakup daya tarik, kepercayaan, dan keahlian berpengaruh signifikan dalam membentuk sikap positif terhadap iklan. Selanjutnya,

sikap positif tersebut memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan minat beli konsumen Telkomsel di DIY.³⁴

Ke-sembilan belas, penelitian oleh Ananda Musthofa, Rino Rinaldo, dan Elvia Fardiana (2023) menelaah pengaruh terpaan media dan kredibilitas sumber terhadap kebutuhan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan channel YouTube FitnessFAQs dan kredibilitas sumber terhadap kebutuhan informasi anggota komunitas Baramora street workout. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 68 responden yang merupakan seluruh anggota komunitas Baramora. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel terpaan channel YouTube FitnessFAQs terhadap kebutuhan informasi komunitas. Sebaliknya, variabel kredibilitas sumber terbukti berpengaruh terhadap kebutuhan informasi komunitas Baramora. Lebih lanjut, secara simultan kedua variabel independen terpaan channel YouTube FitnessFAQs dan kredibilitas sumber berpengaruh terhadap kebutuhan informasi anggota komunitas street workout tersebut. Temuan ini

³⁴ Kiki Wulandari, "Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorses DAI Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Pada Produk Telkomsel," *Bahtera Inovasi* 4, no. 1 (2020): 1–9, <https://doi.org/10.31629/bi.v4i1.2754>.

memperlihatkan bahwa meskipun intensitas terpaan konten YouTube tidak secara langsung berpengaruh, faktor kredibilitas sumber menjadi kunci penting dalam menentukan apakah informasi yang disampaikan akan memenuhi kebutuhan audiens. Hal ini menegaskan pentingnya kualitas dan kepercayaan terhadap komunikator dalam mengoptimalkan peran media sosial sebagai sumber informasi.³⁵

Ke-duapuluh, penelitian oleh Fauzi & Samatan (2022) mengkaji pengaruh terpaan media dan kredibilitas sumber terhadap minat berpolitik.. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan program Mata Najwa dan kredibilitas sumber terhadap minat berpolitik generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Hasil analisis uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel terpaan program Mata Najwa berpengaruh terhadap minat berpolitik, dengan nilai t-hitung (2,976) > t-tabel (1,661) dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Demikian pula variabel kredibilitas sumber juga berpengaruh signifikan, dengan nilai t-hitung (6,218) > t-tabel (1,661)

³⁵ Ananda Musthofa, Rino Rinaldo, and Elvia Fardiana, "Pengaruh Terpaan Chanel Youtube Fitnessfaqs Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Kebutuhan Informasi Komunitas Baramora Street Workout," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 02 (2023): 125–33, <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.683>.

dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sementara itu, hasil uji simultan (uji F) memperoleh nilai F-hitung (49,979) $>$ F-tabel (3,09), yang berarti terpaan program Mata Najwa dan kredibilitas sumber secara bersama-sama memengaruhi minat berpolitik generasi Z. Besarnya pengaruh kedua variabel independen terhadap minat berpolitik ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,515, yang berarti 51,5% minat berpolitik dipengaruhi oleh terpaan program dan kredibilitas sumber, sedangkan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa program televisi dengan kredibilitas sumber yang tinggi dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk minat politik generasi muda, khususnya generasi Z.³⁶

Tabel 1: Tinjauan Pustaka

No	Penulis & Tahun	Judul	Metode	Teori	Hasil Temuan
1	Ferlitasari et al., 2020	Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung)	Kuantitatif (survei, kuesioner)	Teori New Media	Instagram berpengaruh 11,9% terhadap perilaku keagamaan remaja melalui fitur hashtag, like, komentar, dll.
2	Dimiyati, 2024	Pengaruh Intensitas Mengakses Akun @gusmuschannel	Kuantitatif (survei,	Teori S-O-R, Jarum Hipodermik	Intensitas akses berpengaruh 26,9% terhadap

³⁶ Muhammad Fauzi and Nuryati Samatan, "Pengaruh Terpaan Program Acara Mata Najwa Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Minat Berpolitik Generasi Z," *Borobudur Communication Review* 2, no. 2 (2022): 84–90, <https://doi.org/10.31603/bcrev.5575>.

		terhadap Religiusitas Followers	Google Form)		perilaku keberagamaan, meski kategori rendah.
3	Fitria et al., 2021	Pengaruh Kredibilitas Pendakwah & Terpaan Media Sosial Dakwah terhadap Religiusitas Remaja Pekanbaru	Kuantitatif (regresi linier berganda)	Teori Psikologi Kognitif, S-O-R, <i>Source Credibility</i> , Hypodermic Needle	Kredibilitas pendakwah & terpaan dakwah berkontribusi 32% terhadap religiusitas remaja (signifikan).
4	Maftuhah, 2024	Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam Generasi Milenial	Kualitatif (studi pustaka)	Teori Media Sosial	Media sosial efektif untuk pemahaman agama, tapi ada risiko hoaks & radikalisme; perlu literasi digital.
5	Gatha Daffa Wichaksana et al., 2022	Pengaruh Intensitas Akun Dakwah Instagram terhadap Perilaku Imitatif Mahasiswa	Kuantitatif (survei, kuesioner)	Teori S-O-R	Intensitas akses berpengaruh signifikan; korelasi 0,727 dan kontribusi 72,7% pada perilaku imitatif.
6	Asmuni & Irawan, 2025	Peran Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Keagamaan Generasi Muda	Kualitatif (studi literatur)	Teori Media Sosial	Media sosial membentuk persepsi agama, namun ada risiko misinformasi & intoleransi; perlu literasi digital.
7	Yuliana Emawati, 2020	Pengaruh Akses Akun @nuonline_id terhadap Religiusitas Mahasiswa	Kuantitatif (deskriptif, kuesioner)	Teori S-O-R, Intensitas Mengakses Instagram	Ada hubungan positif intensitas akses dengan religiusitas mahasiswa NU UNY.
8	Bilqis, 2020	Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram & Prestasi Belajar PAI terhadap Religiusitas Siswa SMP	Kuantitatif (korelasi)	Teori Religiusitas	Pengaruh Instagram & prestasi PAI hanya 2,12% terhadap religiusitas; faktor lain lebih dominan.
9	Ginting et al., 2024	Pengaruh Dakwah TikTok terhadap Religiusitas Mahasiswa KPI UINSU	Kuantitatif (regresi linier sederhana)	Teori Media Effects	Konten dakwah TikTok berpengaruh signifikan; kontribusi 22,7% terhadap religiusitas mahasiswa.
10	Abokhodair et al., 2020	Ekspresi Religius melalui Berbagai Ayat Al-Qur'an di Twitter Arab	Mixed-method (analisis big data & survei)	Teori New Media	Berbagai ayat memperluas praktik ibadah & melahirkan ekspresi baru; ayat tentang akhirat & rahmat lebih populer.

11	Rahmawati et al., 2024	Pengaruh Media Sosial terhadap Religiusitas Mahasiswa UNJ	Kualitatif (deskriptif, observasi)	Teori Media Sosial & Literasi Digital	Media sosial memperkuat religiusitas tapi juga memunculkan hoaks & distraksi; perlu literasi agama digital.
12	Yasyah Sinaga, 2024	Pengaruh Dakwah TikTok terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru	Kuantitatif (regresi linier sederhana)	Teori Media Dakwah	Dakwah TikTok berpengaruh signifikan; kontribusi 35,1% terhadap religiusitas mahasiswa.
13	Aliyah et al., 2024	Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss terhadap Kepercayaan Followers	Kuantitatif (kuesioner Google Form)	<i>Source Credibility Theory</i>	Kredibilitas akun berpengaruh signifikan; kontribusi 50,7% terhadap kepercayaan followers.
14	Suhartini et al., 2021	Pengaruh Akun Dakwah YouTube terhadap Religiusitas Remaja di Era 4.0	Kuantitatif (deskriptif, regresi sederhana)	Uses and Gratification Theory	YouTube berpengaruh signifikan; F hitung $6,005 > 2,77$; dakwah YouTube efektif membentuk religiusitas remaja.
15	Azimalia et al., 2023	Pengaruh Dakwah Instagram & Komunikasi Keluarga terhadap Moralitas Remaja	Kuantitatif (regresi sederhana)	Teori Media Effect	Intensitas akses dakwah Instagram berpengaruh 77,6% terhadap moralitas remaja (sangat tinggi).
16	Hutomo, 2020	Pengaruh Intensitas Akses Akun @Rumayshocom terhadap Sikap Keberagamaan	Kuantitatif (regresi sederhana)	Teori Intensitas Menonton, Teori New Media	Pengaruh positif 29,8%; korelasi sedang (0,545); dimensi kognitif paling dominan.
17	Syah, 2019	Pengaruh Dakwah YouTube terhadap Religiusitas Siswa MA Al-Muhtadi	Kuantitatif	Teori Media Dakwah	YouTube berpengaruh signifikan; t hitung $2,024 > 2,011$; tapi lingkungan (guru, orang tua) tetap dominan.
18	Wulandari, 2020	Pengaruh Kredibilitas Endorser (Ustadz Maulana) dalam Iklan terhadap Minat Beli	Kuantitatif (SEM dengan AMOS)	<i>Source Credibility Theory (Attractiveness, Trustworthiness, Expertise)</i>	Semua variabel berpengaruh signifikan; sikap positif terhadap iklan meningkatkan minat beli.
19	Musthofa et al., 2023	Pengaruh Terpaan YouTube FitnessFAQs & Kredibilitas Sumber terhadap	Kuantitatif (deskriptif, kuesioner)	Teori Media & <i>Source Credibility</i>	Kredibilitas sumber berpengaruh signifikan; terpaan

		Kebutuhan Informasi Baramora			YouTube tidak signifikan, tapi keduanya berpengaruh simultan.
20	Fauzi & Samatan, 2022	Pengaruh Terpaan Program Mata Najwa & Kredibilitas Sumber terhadap Minat Politik Gen Z	Kuantitatif (survei, uji t & uji F)	Teori Media Effects, <i>Source Credibility</i>	Terpaan & kredibilitas berpengaruh signifikan; kontribusi 51,5% terhadap minat politik Gen Z.

Sumber : Olah data peneliti

Secara keseluruhan, hasil dari 20 penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk religiusitas, moralitas, sikap keberagamaan, bahkan minat berpolitik generasi muda. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga berkembang sebagai ruang baru untuk dakwah, pendidikan agama, serta pembentukan identitas religius.

Beberapa penelitian (Ferlitasari et al., 2020; Dimiyati, 2024; Wichaksana et al., 2022; Azimalia et al., 2023) menegaskan bahwa intensitas akses terhadap akun dakwah berkontribusi pada peningkatan perilaku imitasi, moralitas, serta religiusitas remaja. Semakin sering generasi muda mengakses konten dakwah, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menampilkan perilaku sesuai ajaran agama. Penelitian lainnya (Maftuhah, 2024; Asmuni & Irawan, 2025; Rahmawati et al., 2024) menyoroiti bahwa media sosial juga

berfungsi sebagai ruang edukasi digital yang efektif dalam menyebarkan nilai moderasi, toleransi, dan pemahaman agama yang kontekstual. Namun, tantangan serius tetap ada, seperti risiko hoaks, misinformasi, radikalisme, dan distraksi dari aktivitas ibadah. Dalam konteks yang lebih luas, penelitian oleh Fauzi & Samatan (2022) menunjukkan bahwa media massa seperti program Mata Najwa juga mampu memengaruhi minat politik generasi Z, sementara Abokhodair et al. (2020) membuktikan bahwa berbagi ayat Al-Qur'an di Twitter Arab membentuk bentuk baru ekspresi religius di ruang digital.

Selain intensitas akses, faktor kredibilitas sumber juga terbukti memainkan peran penting (Fitria et al., 2021; Aliyah et al., 2024; Wulandari, 2020). Kredibilitas pendakwah atau komunikator menentukan tingkat kepercayaan audiens terhadap informasi, dan berkontribusi signifikan dalam memperkuat kualitas keberagaman maupun keputusan, baik dalam ranah religius maupun konsumtif.

Seluruh penelitian ini mengindikasikan bahwa media sosial merupakan instrumen strategis dalam pembentukan religiusitas, moralitas, dan kesadaran sosial generasi muda, selama dimanfaatkan secara kreatif, kredibel, dan bijak. Optimalisasi konten dakwah

yang edukatif, moderat, dan relevan menjadi kunci dalam memaksimalkan dampak positif media sosial di era digital. Dengan demikian, kajian pustaka ini memperlihatkan adanya kesinambungan sekaligus ruang kosong (*research gap*). Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menekankan pada platform dakwah tertentu atau aspek religiusitas secara umum, namun belum banyak yang mengkaji pengaruh intensitas mengakses akun @dawuhguru dan kredibilitas sumber terhadap religiusitas santri dalam konteks pesantren kreatif. terutama terkait kajian simultan mengenai intensitas mengakses akun dakwah tertentu (dalam hal ini akun @dawuhguru) dan kredibilitas sumber dakwah terhadap religiusitas santri. Belum banyak penelitian yang menempatkan akun dakwah berbasis tradisi kultural seperti @dawuhguru sebagai subjek utama, padahal akun ini memiliki kekhasan dalam penyampaian dakwah yang khas pesantren, berbasis nilai-nilai tradisi Islam Nusantara, dan memiliki daya tarik tersendiri di kalangan anak muda.

Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi ilmiah dengan mengisi kekosongan dalam literatur sebelumnya melalui pendekatan yang menggabungkan dua variabel utama intensitas akses dan kredibilitas sumber dalam konteks akun dakwah.

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana interaksi antara media sosial dan karakteristik komunikator dakwah memengaruhi tingkat religiusitas santri, khususnya dalam ranah dakwah digital kontemporer. Inilah yang menjadi pijakan penting bagi penelitian ini untuk menawarkan perspektif baru, sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam kajian dakwah digital dan penguatan religiusitas di kalangan santri.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN menguraikan konteks penelitian dengan memaparkan latar belakang masalah terkait perkembangan zaman yang menuntut pesantren melakukan inovasi agar nilai religiusitas yang diajarkan tetap relevan dengan kebutuhan generasi muda yang hidup di era digital dan serba cepat dengan meningkatnya konsumsi konten dakwah digital di kalangan santri. Fokus pembahasan diarahkan pada munculnya pola dakwah berbasis media sosial, khususnya melalui akun Instagram @Dawuhguru, yang menggabungkan pesan visual dan nasihat singkat, serta bagaimana hal tersebut berdampak pada santri Pesantren Kreatif Baitul Kilmah. Bab ini merumuskan masalah penelitian, tujuan, serta manfaat penelitian, baik

secara teoritis maupun praktis. Selain itu juga disajikan kajian penelitian terdahulu untuk mempertegas posisi, celah, dan nilai kebaruan penelitian ini.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR memaparkan teori-teori yang menjadi landasan konseptual penelitian, seperti teori komunikasi dakwah, teori S-O-R, teori kredibilitas sumber, teori uses and effect, konsep intensitas akses media, dan konsep religiusitas. Selanjutnya disusun kerangka berpikir yang menunjukkan hubungan antar variabel, yaitu intensitas mengakses akun @Dawuhguru dan kredibilitas sumber terhadap religiusitas santri. Pada bagian akhir dirumuskan hipotesis yang akan diuji melalui penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN menguraikan prosedur teknis penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei. Penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh atau total sampling yang artinya adalah peneliti mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sampel dalam penelitian, karena jumlah populasinya kurang dari 100, peneliti memutuskan untuk mengambil keseluruhan populasi menjadi sampel penelitian, yaitu berjumlah 70 orang. Selanjutnya dijelaskan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, tahap-tahap uji validitas dan reliabilitas instrumen, serta teknik analisis data yang mencakup uji

asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis (Uji t dan Uji F). Pada bab ini juga dijelaskan definisi operasional variabel: Intensitas Mengakses Akun @Dawuhguru, Kredibilitas Sumber, dan Religiusitas Santri.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian utama laporan yang menyajikan gambaran data penelitian, hasil perhitungan statistik, pengujian hipotesis, serta pembahasan mendalam mengenai temuan penelitian. Hasil analisis diinterpretasikan dengan mengaitkan teori-teori sebelumnya serta riset-riset yang relevan, sehingga diperoleh penjelasan komprehensif tentang pengaruh akses konten dakwah digital dan kredibilitas sumber terhadap tingkat religiusitas santri.

BAB V PENUTUP Bab ini berisi rangkuman hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan yang bersifat ringkas dan padat. Selain itu juga diuraikan keterbatasan penelitian serta rekomendasi praktis maupun akademis untuk penelitian selanjutnya. Bagian akhir laporan dilengkapi dengan Daftar Pustaka dan Lampiran yang mendukung keseluruhan hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Intensitas Mengakses Akun Instagram @Dawuhguru berpengaruh secara signifikan terhadap religiusitas santri Pesantren Kreatif Baitul Kilmah. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi berada pada angka $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $-3.078 < t$ tabel 1.996, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima. Meskipun arah koefisien regresi menunjukkan nilai negatif, hasil ini bukan berarti semakin sering santri mengakses akun tersebut maka religiusitasnya menurun, melainkan menunjukkan adanya pola hubungan yang bersifat kompleks antara pola konsumsi dakwah digital dan bentuk internalisasi nilai keagamaan. Nilai R Square sebesar 0,122 menunjukkan bahwa variabel intensitas mengakses akun Instagram @Dawuhguru mampu menjelaskan 12,2% variasi tingkat religiusitas, sedangkan sisanya sebesar 87,8%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

2. Kredibilitas Sumber Akun @Dawuhguru berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap religiusitas santri Pesantren Kreatif Baitul Kilmah. Berdasarkan hasil uji t, nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$, serta t hitung $3.626 > t$ tabel 1.996 , sehingga hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima. Artinya, persepsi santri terhadap kredibilitas akun @Dawuhguru baik dari segi keahlian, kejujuran, karakter moral, maupun integritas dakwah terbukti mampu meningkatkan religiusitas mereka. Semakin tinggi tingkat kepercayaan santri terhadap sumber dakwah tersebut, semakin besar pula pengaruhnya dalam membentuk pemahaman dan pengamalan ajaran agama. Nilai R Square sebesar $0,162$ menunjukkan bahwa variabel kredibilitas sumber mampu menjelaskan $16,2\%$ variasi tingkat religiusitas, sedangkan sisanya sebesar $83,8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.
3. Secara simultan, intensitas mengakses akun @Dawuhguru dan kredibilitas sumber berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas santri

Pesantren Kreatif Baitul Kilmah. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta F hitung $30,170 \geq F$ tabel $3,132$, sehingga hipotesis alternatif (H_{a3}) diterima. Kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan proporsi pengaruh sebesar $47,4\%$ terhadap religiusitas santri, sedangkan sisanya $52,6\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti lingkungan keluarga, kegiatan pesantren, dan pergaulan sebaya.

Pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @Dawuhguru (X1) terhadap tingkat religiusitas tergolong rendah, yaitu sebesar $12,2\%$, yang menunjukkan keterbatasan peran media sosial dalam membentuk religiusitas. Hal ini dipengaruhi oleh pola penggunaan Instagram yang singkat, dominasi konten hiburan, serta faktor eksternal lain di luar media sosial. Sebaliknya, kredibilitas sumber (X2) memberikan kontribusi yang lebih besar, yakni $16,2\%$, menegaskan bahwa kepercayaan terhadap sumber dakwah berperan penting dalam meningkatkan religiusitas. Secara simultan, kedua variabel memberikan pengaruh sebesar $47,4\%$, yang menunjukkan bahwa intensitas akses media sosial dan kredibilitas sumber saling melengkapi dalam

membentuk religiusitas, dengan kredibilitas sumber sebagai faktor yang lebih dominan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan baik bagi praktisi dakwah digital, pengelola pesantren, maupun peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut.

1. Bagi Pengelola Akun @Dawuhguru

Penting untuk terus mempertahankan konsistensi dalam penyampaian konten dakwah, baik dari segi frekuensi maupun kualitas materi yang disampaikan. Keberlanjutan konten yang edukatif, moderat, dan berbasis sanad keilmuan akan semakin memperkuat posisi akun ini sebagai rujukan dakwah digital yang kredibel. Pengelola juga disarankan untuk memperluas variasi konten, misalnya melalui kajian tematik, sesi tanya jawab seputar agama, atau bentuk konten interaktif lainnya yang memungkinkan partisipasi aktif dari para santri dan pengikut. Keteladanan moral dan integritas dalam menyampaikan pesan perlu tetap dijaga, mengingat kredibilitas sumber merupakan faktor yang terbukti sangat berpengaruh dalam membentuk religiusitas audiens.

2. Bagi Pesantren Kreatif Baitul Kilmah

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam mengintegrasikan pemanfaatan akun @Dawuhguru sebagai bagian dari media pembelajaran pendamping bagi santri. Pemanfaatan dakwah digital dapat memperkaya literasi keagamaan santri sekaligus meningkatkan minat mereka dalam mempelajari agama melalui medium yang dekat dengan keseharian mereka. Pesantren dapat mengembangkan program mentoring atau diskusi terstruktur yang berbasis pada konten @Dawuhguru, sehingga santri tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan mampu mengkritisi dan memahami pesan dakwah secara lebih mendalam. Dengan adanya arahan tersebut, santri dapat dibimbing untuk tetap selektif dalam memilih sumber dakwah digital agar terhindar dari misinformasi, hoaks keagamaan, maupun penyimpangan tafsir yang kerap berseliweran di media sosial.

3. Bagi Santri atau Pengguna Media Sosial

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa penggunaan media dakwah digital sebaiknya dilakukan dengan selektif dan bertanggung jawab. Santri diharapkan memprioritaskan konten dari

sumber yang kredibel, memiliki kapasitas keilmuan yang jelas, serta menunjukkan akhlak yang baik dalam dakwahnya. Selain itu, santri perlu mengintegrasikan materi dakwah digital dengan praktik dalam kehidupan sehari-hari, sehingga pesan agama yang diperoleh tidak berhenti pada tingkat kognitif semata, tetapi terserap dalam sikap, perilaku, serta penghayatan spiritual.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini tentu tidak luput dari keterbatasan, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi religiusitas, seperti budaya pesantren, motivasi belajar agama, peran keluarga, atau tingkat literasi digital. Penggunaan pendekatan kualitatif atau mixed-method dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya dan mendalam terkait dinamika pengalaman religius santri dalam memanfaatkan media dakwah digital. Selain itu, penelitian di masa mendatang juga dapat mengeksplorasi platform dakwah lain seperti YouTube, TikTok, atau Telegram untuk membandingkan efektivitas pesan dakwah digital di berbagai media

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu disampaikan sebagai dasar refleksi dan rujukan bagi penelitian mendatang.

1. Keterbatasan Variabel Penelitian

Keterbatasan pertama terletak pada penggunaan variabel penelitian yang hanya mencakup intensitas mengakses akun @Dawuhguru dan kredibilitas sumber sebagai prediktor religiusitas. Padahal, religiusitas merupakan konsep multidimensi yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal maupun internal, seperti lingkungan keluarga, pola pendidikan pesantren, motivasi religius, dan interaksi sosial antar santri. Dengan ruang lingkup variabel yang terbatas, penelitian ini belum mampu menjelaskan faktor-faktor determinan religiusitas secara menyeluruh.

2. Keterbatasan Instrumen dan Metode Pengukuran

Keterbatasan selanjutnya berkaitan dengan penggunaan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian memiliki potensi subjektivitas dan rentan terhadap bias sosial, di mana responden cenderung memberikan jawaban yang dianggap baik

atau ideal. Metode ini juga tidak memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam fenomena yang dialami responden secara personal dan kontekstual. Dengan demikian, kedalaman makna religiusitas dan pengalaman spiritual santri belum terpotret secara komprehensif.

3. Keterbatasan Sampel dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan di satu lokasi penelitian, yaitu Pesantren Kreatif Baitul Kilmah, dengan jumlah responden sebanyak 70 orang. Keunikan kultur, kurikulum, dan lingkungan sosial pesantren tersebut membatasi kemampuan peneliti dalam melakukan generalisasi temuan ke pesantren lain dengan karakteristik berbeda. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu ditafsirkan secara hati-hati dan tidak secara langsung digeneralisasikan ke konteks pendidikan Islam yang lebih luas.

4. Keterbatasan Media yang Diteliti

Keterbatasan terakhir terletak pada ruang lingkup media yang diteliti. Penelitian ini hanya terfokus pada satu akun dakwah digital, yaitu Instagram @Dawuhguru. Padahal, santri juga berpotensi mendapatkan paparan keagamaan dari berbagai platform digital lainnya seperti TikTok, YouTube, WhatsApp, atau bahkan kajian tatap muka. Dengan

tidak diukurnya keragaman sumber dakwah tersebut, penelitian ini belum mengungkap secara penuh ekosistem dakwah digital yang diakses oleh santri dalam kehidupan sehari-hari.



DAFTAR PUSTAKA

- A, Puja Dikusuma MardianandDimas Aji Prastio. "Kredibilitas Da' I Dalam Dakwah Digital : Pendekatan Teori." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 15, no. 1 (2025). <https://doi.org/https://10.47766/liwauldakwah.v15i1.6013>.
- Abokhodair, Norah, Abdelrahim Elmadany, and Walid Magdy. "Holy Tweets: Exploring the Sharing of Quran on Twitter." *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 4, no. CSCW2 (2020). <https://doi.org/10.1145/3415230>.
- Aisyah, Siti Nur, and Michael Jibrael Rorong. "Pengaruh Kredibilitas Konten Edukasi Kanal Youtube Kok Bisa? Terhadap Kebutuhan Informasi Followers." *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 5, no. 5 (2023). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i5.7880>.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Question." *Wiley*, no. 2 (2020): 314–24. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>.
- Aliyah, Sakhira Rafa, Oki Achmad Ismail, Universitas Telkom, Citizen Journalism, and Tingkat Kepercayaan. "Kredibilitas Sumber Dan Pengaruh Akun Instagram @Herbyuss Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers" 9, no. 4 (2024): 829–44.
- Alkautsar, Nadya Kinasih, and Dian Widya Putri. "Pengaruh Terpaan Media Terhadap Kesadaran Mahasiswa Tentang Protokol Kesehatan Covid-19 3M (Memakai Masker , Mencuci." *Journal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1, no. 2 (2021): 135–42.

- Andi Rahmat Abidin, Mustika Abidin. “Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran.” *Al-iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 2 (2021): 74–90.
- Anfira, Rizki Firdausi; Afandi, Nur Aziz; Sayekti, Fatma Puri. “Religiusitas Santri Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah Spiritualita.” *Jurnal Tasawuf Dan Psikoterapi Islam* 6, no. 2 (2022): 82–89.
- Anisa Nabila Rezki, Agus Naryoso, Tandyo Pradekso. “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Tingkat Stres,” 2024.
- Armiah, S, N Falikhah, S Ant, N Amaly, S Ikom, and M M Kom. *Media Sosial Dan Sharing Konten Islam. Researchgate.Net*, 2025.
https://www.researchgate.net/profile/Nur-Falikhah/publication/388768552_Media_Sosial_dan_Sharing_Konten_Islam/links/67a56a36461fb56424cc9fb1/Media-Sosial-dan-Sharing-Konten-Islam.pdf.
- Asmuni, Hadiqoh, and Wahyu Eka Irawan. “Peran Media Sosial Dalam Membentuk Persepsi Keagamaan Di Kalangan Generasi Muda.” *Ejournal.Stiblambangan.Ac.Id* 14, no. 1 (2025): 90–99.
<https://ejournal.stiblambangan.ac.id/index.php/momentum/article/view/201>.
- Azimalia, Riska, Ahmad Khairul Nuzuli, and Suriyadi. “Pengaruh Mengakses Dakwah Di Instagram Terhadap Moralitas Remaja Di Desa Baru Semerah Riska.” *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2023): 53–62.
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/14260>.
- Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian,

and Dan Teknologi Republik Indonesia. Pendidikan, Kebudayaan, Riset. *KBBI*, 2016. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Entri/Intensitas>.

Baran, Stanley J, and Dennis K Davis. *Mass Communication Theory*, 2016.

Bilqis, Lira Alifah. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas*. digilib.uinsgd.ac.id, 2020. <https://digilib.uinsgd.ac.id/33386/>.

Carl, I, Janis Hovland, L Irving, and Harold H Kelley. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press, 2023.

Caydam, Ozden Dedeli. "Persons Scale and the Beliefs about Obese Persons Scale Validity and Reliability of the Turkish Version of the Attitudes toward Obese Persons Scale and the Beliefs about Obese Persons Scale," no. October 2014 (2015). <https://doi.org/10.5430/cns.v2n4p105>.

Dimiyati, Achmad. "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @Gusmuschannel Terhadap Perilaku Beragama Followersnya," 2024, 1–10.

Djuarsa Sendjaja, Sasa. "Materi Pokok Teori Komunikasi." Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1994.

Dwi Arista, Fiansi, Abdur Razzaq, Muhamad Yudistira Nugraha, Ilmu Komunikasi, and Uin Raden Fatah Palembang. "Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z." *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa 2*, no. 3 (2025): 2025. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>.

- Effendy, Onong Uchjana. “Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi,” n.d.
- El-Menouar, Yasemin. “The Five Dimensions of Muslim Religiosity . Results of an Empirical Study.” *Method, Data, Analyses* 8, no. 1 (2014): 53–78. <https://doi.org/10.12758/mda.2014.003>.
- Faridah. “Analisis Implementasi Keteladanan Dai Dalam Efektivitas Dakwah Di Era Kontemporer.” *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani* 1, no. 1 (2015): 93–109. <https://doi.org/10.47435/mimbar.v1i1.272>.
- Fauzi, Muhammad, and Nuryati Samatan. “Pengaruh Terpaan Program Acara Mata Najwa Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Minat Berpolitik Generasi Z.” *Borobudur Communication Review* 2, no. 2 (2022): 84–90. <https://doi.org/10.31603/bcrev.5575>.
- Febriani, Evi, Naila Zahra Hafizha, Nia Anjani, Niken Aulia Salsabila, and Nofidah Sari. “Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Moderasi Beragama Di Kalangan Generasi Muda” 9 (2025): 916–22.
- Ferlitasari, Reni, Suhandi, and Ellyya Rosana. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Prilaku Keagamaan Remaja.” *Sosio Religia: Jurnal Sosiologi Islam* 01, no. 02 (2020): 2–3.
- Fitria, Nuzila, Anuar Rasyid, and Zulkarnain. “Pengaruh Kredibilitas Pendakwah Dan Terpaan Media Sosial Dakwah Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Kota Pekanbaru.” *Medium* 8, no. 2 (2021): 55–64. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(2\).6056](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(2).6056).
- Gail M. Sullivan, Anthony R. Artino. “Analyzing and Interpreting Data From Likert-Type Scales,” no.

December (2013): 541–42.

Gatha Daffa Wichaksana, Sarwo Edy, and Didi Permadi. “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Komunikasi Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Imitatif Mahasiswa FISIP Universitas Pancasakti Tegal.” *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 2, no. 1 (2022): 75–89. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v3i1.3164>.

Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi-4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

———. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.

Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006. <https://books.google.co.id/books?id=JmlunQAACAAJ>.

Ghozali, Imam. “Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016,” 2007.

Ginting, Dwiva Ramadani, Fadlan Habib, Mansyursyah, and Rusydi Auliya Siregar. “Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara.” *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan* 1, no. 3 (2024): 90–95.

Gregorius Genep Sukendro, Nigar Pandrianto, Roswita Oktavianti, Wulan Purnama Sari. *Komunikasi Anak Muda Untuk Perubahan Sosial. Komunikasi Anak Muda Untuk Perubahan Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022.

Hadijah Titesi Nur Hutomo. “Pengaruh Intensitas Mengakses

Akun Instagram Dakwah Rumayshocom Terhadap Sikap Keberagaman,” 2020.

Heidi A. Campbell dan Ruth Tsuria. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media (2nd Edition)*. 2nd ed. Routledge, 2021.

Höllinger, Franz, and Anja Eder. “Functional Equivalence and Validity of Religiousness Indicators in Cross-Cultural Comparative Surveys.” *Methodological Innovations* 9 (January 1, 2016): 2059799115622756. <https://doi.org/10.1177/2059799115622756>.

Hovland, Carl I, and WALTER We. “The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness*.” *Public Opinion Quarterly* 15, no. 4 (January 1, 1951): 635–50. <https://doi.org/10.1086/266350>.

International Conference on Media and Communication (MENTION 2019). Centre of Research in Media and Communication Faculty of Social Sciences and Humanities Universiti Kebangsaan Malaysia, n.d.

Islam, Jamid, and Zillur Rahman. “Examining the Effects of Brand Love and Brand Image on Customer Engagement: An Empirical Study of Fashion Apparel Brands.” *Journal of Global Fashion Marketing* 7 (January 2, 2016): 45–59. <https://doi.org/10.1080/20932685.2015.1110041>.

Ismail, Hasan. “Pondok Pesantren Kreatif Semi Modern Di Kota Malang,” 2023. https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/107545%0Ahttps://eprints.ums.ac.id/107545/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf.

Julia Rizqi Rahmawati, Dela Ayu Puspita, Muhammad Zikri Azis, and Abdul Fadhil. “Dampak Media Sosial Terhadap Religiusitas Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.” *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1

SE-Articles (December 30, 2024): 168–82.
<https://doi.org/10.61132/hikmah.v2i1.584>.

Kaouter Saied, Meksi Gaied. “The Persuasive Effectiveness of Famous and Non Famous Endorsers in Advertising.” *IBIMA Business Review* 2010 (2010): 1–13.
<https://doi.org/10.5171/2010.474771>.

Kriyantono, Rachmat, and S Sos. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media, 2014.

Kunto, Ari. *Suharsimi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rikena Cipta. 4th ed., 1998.

Lamos, Charlos Miguel, Ross Joseph Gore, Ivan Puga-Gonzalez, and F LeRon Shults. “Dimensionality and Factorial Invariance of Religiosity among Christians and the Religiously Unaffiliated : A Cross-Cultural Analysis Based on the International Social Survey Programme.” *PLOS ONE*, 2019, 1–36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216352>
 352 May.

Lemos, Carlos Miguel, Ross Joseph Gore, Ivan Puga-Gonzalez, and F. LeRon Shults. *Dimensionality and Factorial Invariance of Religiosity among Christians and the Religiously Unaffiliated: A Cross-Cultural Analysis Based on the International Social Survey Programme*. *PLoS ONE*. Vol. 14, 2019.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216352>.

Li, Zongya, and Yiyi Yin. “Attractiveness, Expertise and Closeness: The Effect of Source Credibility of the First Lady as Political Endorser on Social Media in China.” *Global Media and China* 3, no. 4 (December 1, 2018): 297–315. <https://doi.org/10.1177/2059436418819228>.

Lim, Merlyna. “Life Is Local in the Imagined Global

- Community: Islam and Politics in the Indonesian Blogosphere.” *Journal of Media and Religion* 11, no. 3 (2012): 127–40. <https://doi.org/10.1080/15348423.2012.706144>.
- Maftuhah, Rida Faizah. “Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam Di Kalangan Generasi Milenial.” *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 4, no. 1 (2024): 38–52.
- McCroskey, James C, and Jason J Teven. “Goodwill: A Reexamination of the Construct and Its Measurement.” *Communication Monographs* 66, no. 1 (March 1, 1999): 90–103. <https://doi.org/10.1080/03637759909376464>.
- Mosadeghrad, Ali Mohammad. “Methodology of Conceptual Review in the Health System” 80, no. 1 (2022): 1–15.
- Musthofa, Ananda, Rino Rinaldo, and Elvia Fardiana. “Pengaruh Terpaan Chanel Youtube Fitnessfaqs Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Kebutuhan Informasi Komunitas Baramora Street Workout.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 02 (2023): 125–33. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.683>.
- Nuriyasfina Suduro, and Nuruddin. “Lingkungan Pesantren Dan Tingkat Religiusitas Masyarakat.” *Indonesian Society and Religion Research* 1, no. 2 (2024): 110–15. <https://doi.org/10.61798/isah.v1i2.165>.
- Pertiwi Sutrisno, Agnes, and Ira Dwi Mayangsari. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” *Jurnal Common* 5, no. X (2021): 119–20.
- Petty, Richard E, and John T Cacioppo. “The Elaboration Likelihood Model of Persuasion.” edited by Leonard B T - *Advances in Experimental Social Psychology*

- Berkowitz, 19:123–205. Academic Press, 1986.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2).
- Pornpitakpan, Chanthika. “The Persuasiveness of Source Credibility: A Critical Review of Five Decades’ Evidence.” *Journal of Applied Social Psychology* 34, no. 2 (February 1, 2004): 243–81.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02547.x>.
- Rasyid, Abdul. “Surat Kabar Kota Medan Era 4.0.” *Komunikas Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam* 6, no. 2 (2019): 127–37.
- Ridwan Maulana Rifqi Muzakky, Rijaal Mahmuudy, and Andhita Risko Faristiana. “Transformasi Pesantren Menghadapi Era Revolusi Digital 4.0.” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 3 (2023): 241–55.
<https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i3.371>.
- Robbins, Richard. “Religion and Society in Tension. By Charles Y. Glock and Rodney Stark. Chicago: Rand McNally and Company, 1965. Pp. Xii, 306. No Price Indicated.” *Sociology of Religion* 27, no. 3 (October 1, 1966): 173–75. <https://doi.org/10.2307/3710391>.
- Saroglou, Vassilis. “Believing, Bonding, Behaving, and Belonging: The Big Four Religious Dimensions and Cultural Variation.” *Journal of Cross-Cultural Psychology* 42, no. 8 (September 2, 2011): 1320–40.
<https://doi.org/10.1177/0022022111412267>.
- Severin, W J, and J W Tankard. *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media: Pearson New International Edition*. Pearson Education, 2014.
<https://books.google.co.id/books?id=gl1TDwAAQBAJ>.

- Singarimbun, Masri. “Metode Penelitian Survei,” 1995.
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis. *Mass Communication Theory*. Edited by Erin Pass. 6th ed. Michael Rosenberg, n.d.
- Stark, Rodney, and Charles Y Glock. *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. Vol. 1. Univ of California Press, 1970.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. . Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Suhartini, Entin, Rudi Hartono, Sekolah Tinggi, Ilmu Tarbiyah, and Al-Khairiyah Cilegon. “Pengaruh Akun Dakwah Youtube Terhadap Sikap Religiusitas Remaja Di Link. Luwung Sawo Citangkil.” *Adz-Zikr Jurnal Pendidikan Agama Islam* 06, no. 2 (2021): 52–64. <http://ejournal.stitalkhairiyah.ac.id/index.php/adzzikr/52>.
- Supriyadi, and Ilham Fadli. “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Belanja Terhadap Intensi Belanja Online.” *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)* 2019, no. 3 (2022): 408–15. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i3.312>.
- Susianti, Oni Marlina. “Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan.” *Jurnal Pendidikan Rokania* 9, no. 1 (2024): 18–30.
- Syah, A M. “Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube Terhadap Religiusitas Remaja Di MA. Al-Muhtadi Sendangagun.” *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2019): 20–36.
- Widiandari, Febri, Nailurrohmah Khoiri, and Assya Syahnaz.

“Penguatan Nilai-Nilai Religiusitas Remaja Pada Era Digital.” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5, no. 4 (2023): 1661–67.
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i4.5051>.

Wulan Dary, Pipit Fitiyah. “Pengaruh Konten Media Sosial Dan Kualitas Informasi Pada Fenomena # Presiden3periode Terhadap Persepsi.” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2023): 29–32.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1409>.

Wulandari, Kiki. “Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorses DAI Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Pada Produk Telkomsel.” *Bahtera Inovasi* 4, no. 1 (2020): 1–9.
<https://doi.org/10.31629/bi.v4i1.2754>.

Yaqin, Mukhammad Khaqqul. “Analisis Wacana Norman Fairclough Tentang Dakwah Islam Akun Instagram Dawuh Guru,” 2021, 99.

Yasir, Pengantar Ilmu Komunikasi. “Sebuah Pendekatan Kritis Dan Komprehensif.” *Sleman: Deepublish*, 2020.

Yasyah Sinaga, Yeni. “Dakwah Tiktok : Pengaruhnya Terhadap Religiusitas Mahasiswa.” *Problem Dakwah Di Daerah Minoritas Muslim* 8, no. 2 (2024): 156–73.

Yuliana Emawati. “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instragram Nuonline_Id Terhadap Religiusitas Anggota Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (Kmnu) Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2019” 2507, no. February (2020): 1–9.

Yunus Abu Bakar, M, Jl Ahmad Yani No, Jemur Wonosari, Kec Wonocolo, and Jawa Timur. “The Role of Islamic Boarding School Education in Shaping Students’ Religious Character Amid the Challenges of Globalization.” *Hikmah* 22, no. 1 (2025): 83–100.