

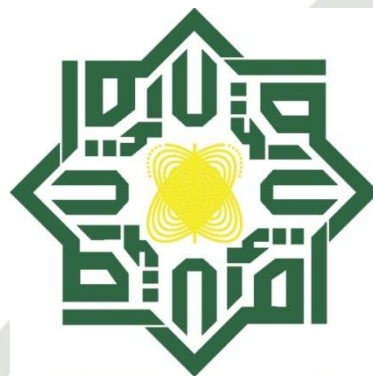


UIN SUSKA RIAU

No. 6883/KOM-D/SD-S1/2024

**PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN INSTAGRAM
adhidayatofficial TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022
UIN SUSKA RIAU**

- ©Hascipta milik UIN S
Hascipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

FERI FADILAH
NIM. 12040312745

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


**PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN INSTAGRAM
@adihidayatofficial TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGGARAN 2022 UIN SUSKA
RIAU**

Disusun oleh:

Feri Fadilah
NIM. 12040312745

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 8 Juli 2024

Dosen Pembimbing


Darmawati, M.I.Kom
NIP. 199205122023212048

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Feri Fadilah
NIM : 12040312745
Judul : Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adhidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 22 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Juli 2024



Dr. Innon Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19871118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag., M. Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III,

Rohayati, S.Sos, M. I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Sekretaris/ Penguji II,

Dewi Sukartik, S.Sos., M. Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

Penguji IV,

Rusyda Fauzana, S.S., M. Si
NIP. 19840504 201903 2 011

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Feri Fadilah
NIM : 12040312745
Judul : Pengaruh Konten Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 13 Maret 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Maret 2024
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I

Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19860526 202321 1 013

Penguji II

Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 130 417 019



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : FERI FADILAH

NIM : 12040312745

Tempat/ Tgl. Lahir : Kampar, 9 September 2001

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* **Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @Adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*)~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 26 September 2024

Yang membuat pernyataan



Feri Fadilah

NIM. 12040312745



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 8 Juli 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : FERI FADILAH
NIM : 12040312745
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN INSTAGRAM
@adihidayatofficial TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022
UIN SUSKA RIAU

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Darmawati, M.I.Kom
NIP./NIK. 199205122023212048

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

ABSTRAK

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama : Feri Fadilah
Studi Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau.

Media sosial instagram kini banyak digunakan sebagai media dakwah. Hal itu terlihat banyak akun dakwah yang bermunculan di media sosial instagram, salah satunya yaitu akun dakwah bernama @adihidayatofficial. Akun tersebut menyajikan konten-konten dakwah yang menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang diharapkan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku keagamaan para *followers* nya. Maka dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten dakwah akun Instagram @adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode survey dan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier sederhana dengan olah data menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 29. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 252 mahasiswa dan sampel yang digunakan sebanyak 72 mahasiswa. Hasil penelitian berdasarkan uji regresi linier sederhana diperoleh nilai Sig. $0,001 < 0,05$. Dan dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung $(7,154) > t$ tabel $(1,997)$. Yang artinya H_0 diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Nilai R^2 sebesar 0,403. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial (X) terhadap perilaku keagamaan mahasiswa (Y) adalah sebesar 40,3%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 59,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Konten dakwah, instgaram, perilaku keagamaan, Teori S-O-R



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Name

: **Feri Fadilah**

Department

: **Communication Sciences**

Title

: **The Influence of the Da'wah Content of the Instagram Account @adihidayatofficial on the Religious Behavior of Communication Science Students Class of 2022 at UIN Suska Riau.**

Instagram social media is now widely used as a medium for preaching. This can be seen from the many da'wah accounts that have appeared on Instagram social media, one of which is a da'wah account called @adihidayatofficial. This account presents preaching content that conveys religious messages which are expected to influence the religious attitudes and behavior of its followers. So this research aims to find out how the da'wah content of the Instagram account @adihidayatofficial influences the religious behavior of Communication Science Students Class of 2022 at UIN Suska Riau. This research uses a quantitative approach method. The data collection technique is by survey method and using a questionnaire. The data analysis used was a simple linear regression test with data processing using the IBM SPSS version 29 application. The population in this study was 252 students and the sample used was 72 students. The research results based on a simple linear regression test obtained a Sig value. $0.001 < 0.05$. And from the results of the t test, the calculated t value ($7.154 > t$ table 1.997) is obtained. Which means H_a is accepted and H_o is rejected, it can be concluded that there is a significant influence between the preaching content of the @adihidayatofficial Instagram account on the religious behavior of communication science students class of 2022 at UIN Suska Riau. The R Square value is 0.403 . This value means that the influence of the da'wah content of the @adihidayatofficial Instagram account (X) on student religious behavior (Y) is 40.3% , while the remaining 59.7% is influenced by other factors.

Keywords: *Da'wah content, instagram, religious behavior, S-O-R theory*

KATA PENGANTAR



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil karya ini tanpa menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berjudul **"Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adhidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau"** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag sebagai Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd sebagai Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D sebagai Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. H. Arwan M.Ag selaku Plt. Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sekaligus sebagai Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.

11. Ibu Darmawati M.Ikom selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan penuh perhatian dalam membimbing, memberikan arahan, dan koreksi dalam penyusunan skripsi.
 12. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan motivasinya kepada penulis dari awal semester 1 sampai saat ini.
 13. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sulaiman dan Alm. Ibu Sumikem, beserta kedua saudara kandung, Kak Evi Irmayani dan Fitri Andriani yang selalu memberikan doa, motivasi, nasehat dan dukungan yang penuh kepada penulis.
 14. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang bersedia menjadi responden dalam penelitian penulis.
 15. Teman-teman mahasiswa Broadcasting kelas K yang selalu mendampingi dari awal hingga akhir perkuliahan, memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
 16. Teman-teman Mahasiswa KKN, Mahasiswa Magang, Sahabat dan teman-teman yang ada di kampung yang selalu menghibur dan men-support dalam penyelesaian skripsi ini.
 17. Dan semua pihak yang telah membantu baik secara materil maupun moril dalam penyelesaian skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penulisannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Aamiin yaa Rabbal'amin.

Pekanbaru, 8 Juli 2024
Penulis,

Feri Fadilah
Nim. 12040312745

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah	6
1.2.1 Konten Dakwah	7
1.2.2 Instagram	7
1.2.3 @adihidayatofficial	7
1.2.4 Perilaku Keagamaan	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Akademis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Teori <i>Uses and Effect</i>	14
2.2.2 Konten Dakwah	15
2.2.3 Media Sosial	16
2.2.4 Instagram	17
2.2.5 Perilaku Keagamaan	19

2.3 Konsep Operasional	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.3 Populasi Dan Sampel	26
3.3.1 Populasi Penelitian	26
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Kuesioner (Angket).....	28
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.5.1 Uji Validitas	28
3.5.2 Uji Reliabilitas	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	30
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	31
4.1 Deskripsi Akun Instagram @adihidayatofficial.....	31
4.2 Logo dan Tampilan Akun Instagram @adihidayatofficial	32
4.3 Program Kajian Dakwah Akun @adihidayatofficial	33
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Hasil Penelitian	34
5.1.1 Identitas Responden.....	34
5.1.2 Frekuensi jawaban responden variabel Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial .	36
5.1.3 Frekuensi jawaban responden variabel Perilaku Keagamaan (Y).....	45
5.2 Pengujian Data	55
5.2.1 Hasil Uji Validitas.....	55
5.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	56
5.2.3 Uji Normalitas	57



UIN SUSKA RIAU

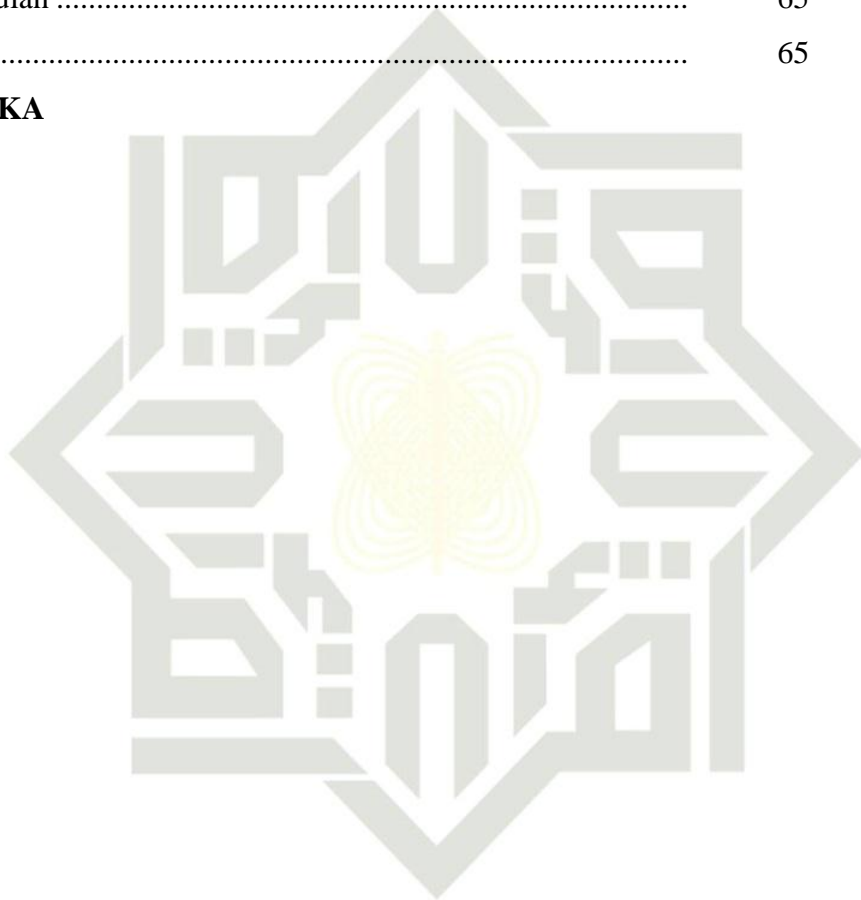
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

5.2.4 Uji Linearitas.....	58
5.2.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	59
5.2.6 Koefisien Determinasi.....	60
5.2.7 Uji Hipotesis.....	60
5.3 Pembahasan.....	61
SAB VI PENUTUP	65
6.1 Kesimpulan	65
6.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

<p>© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau State Islami University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p>Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau State Islami University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p>1. Dilarang memperjualbelikan karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Tabel 2.1 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian 22</p> <p>Tabel 3.1 Skala Likert Negatif 28</p> <p>Tabel 3.2 Tingkat Reliabel 29</p> <p>Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 34</p> <p>Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Umur 34</p> <p>Tabel 5.3 Responden berdasarkan konsentrasi 35</p> <p>Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Tingkat Semester 35</p> <p>Tabel 5.5 Apakah kamu mengikuti (Follow) akun instagram @adihidayatofficial 35</p> <p>Tabel 5.6 Informasi yang disampaikan dalam konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial selalu akurat 36</p> <p>Tabel 5.7 Pesan dakwah yang disampaikan di akun Instagram @adihidayatofficial mudah dipahami 37</p> <p>Tabel 5.8 Topik yang disampaikan dalam konten dakwah @adihidayatofficial selalu relevan dengan kehidupan sehari-hari saya 37</p> <p>Tabel 5.9 Akun @adihidayatofficial menyajikan berbagai tema dakwah yang bervariasi 38</p> <p>Tabel 5.10 Konten dakwah yang ditampilkan memiliki visual yang menarik dan mendukung pesan yang disampaikan 38</p> <p>Tabel 5.11 Saya lebih sering melihat konten dakwah di akun @adihidayatofficial dalam bentuk video 39</p> <p>Tabel 5.12 Gambar atau poster yang diposting di akun @adihidayatofficial menarik dan informatif 40</p> <p>Tabel 5.13 Saya selalu membaca caption yang menyertai setiap postingan dakwah di akun @adihidayatofficial 40</p> <p>Tabel 5.14 Saya lebih sering mengikuti konten dakwah di Instagram Stories @adihidayatofficial dibandingkan postingan biasa . 41</p> <p>Tabel 5.15 Saya sering mengikuti siaran langsung (live streaming) dakwah di akun @adihidayatofficial 41</p>
---	---



Tabel 5.16	Saya selalu memberikan like pada postingan dakwah	42
Tabel 5.17	Saya berinteraksi dengan memberikan komentar pada konten dakwah yang saya lihat di akun Instagram @adihidayatofficial.....	43
Tabel 5.18	Sesekali saya membagikan atau me-repost konten dakwah.	43
Tabel 5.19	Saya berinteraksi dalam sesi live dakwah di Instagram, baik dengan bertanya atau menyapa	44
Tabel 5.20	Saya menggunakan fitur direct message (fitur mengirim pesan pribadi) untuk berdiskusi tentang konten dakwah yang saya lihat di akun Instagram tersebut	44
Tabel 5.21	Setelah melihat konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya semakin sering berpartisipasi dalam kegiatan organisasi keagamaan	45
Tabel 5.22	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mendorong saya untuk mengambil peran aktif dalam kepengurusan organisasi keagamaan	46
Tabel 5.23	Setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya lebih bersemangat memberikan ide dalam merencanakan program keagamaan	47
Tabel 5.24	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial membuat saya lebih peduli terhadap sesama	47
Tabel 5.25	Saya lebih memperhatikan sikap sopan santun dalam berinteraksi setelah melihat konten dakwah di akun @adihidayatofficial.....	48
Tabel 5.26	Setelah menyaksikan konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya lebih berusaha bersikap jujur dalam setiap tindakan.....	49
Tabel 5.27	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mengajarkan saya untuk lebih menghormati perbedaan pendapat	49
Tabel 5.28	Setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya menjadi lebih rendah hati dalam bergaul.....	50



Tabel 5.29	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial membantu saya lebih terbuka dalam menerima kritik dari orang lain...	50
Tabel 5.30	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial, mendorong saya untuk lebih sering ikut serta dalam acara keagamaan di masyarakat	51
Tabel 5.31	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mendorong saya untuk ikut serta dalam kegiatan sosial berbasis agama	52
Tabel 5.32	Saya merasa lebih termotivasi untuk berkontribusi dalam acara keagamaan di lingkungan saya setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial.....	52
Tabel 5.33	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial membuat saya lebih sering mengucapkan syukur setelah mendapatkan nikmat.....	53
Tabel 5.34	Saya menjadi lebih positif dalam menghadapi ujian hidup setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial.....	54
Tabel 5.35	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mengajarkan saya untuk lebih menghargai nikmat-nikmat kecil dalam hidup.....	54
Tabel 5.36	Hasil Uji Validitas Variabel Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial (X)	55
Tabel 5.37	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Keagamaan (Y).....	56
Tabel 5.38	Uji Reliabilitas Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial (X)	57
Tabel 5.39	Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Keagamaan (Y).....	57
Tabel 5.40	Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 5.41	Uji Linearitas.....	58
Tabel 5.42	Uji Regresi Linear Sederhana	59
Tabel 5.43	Uji koefisien determinasi	60
Tabel 5.44	Uji t	61

DAFTAR GAMBAR

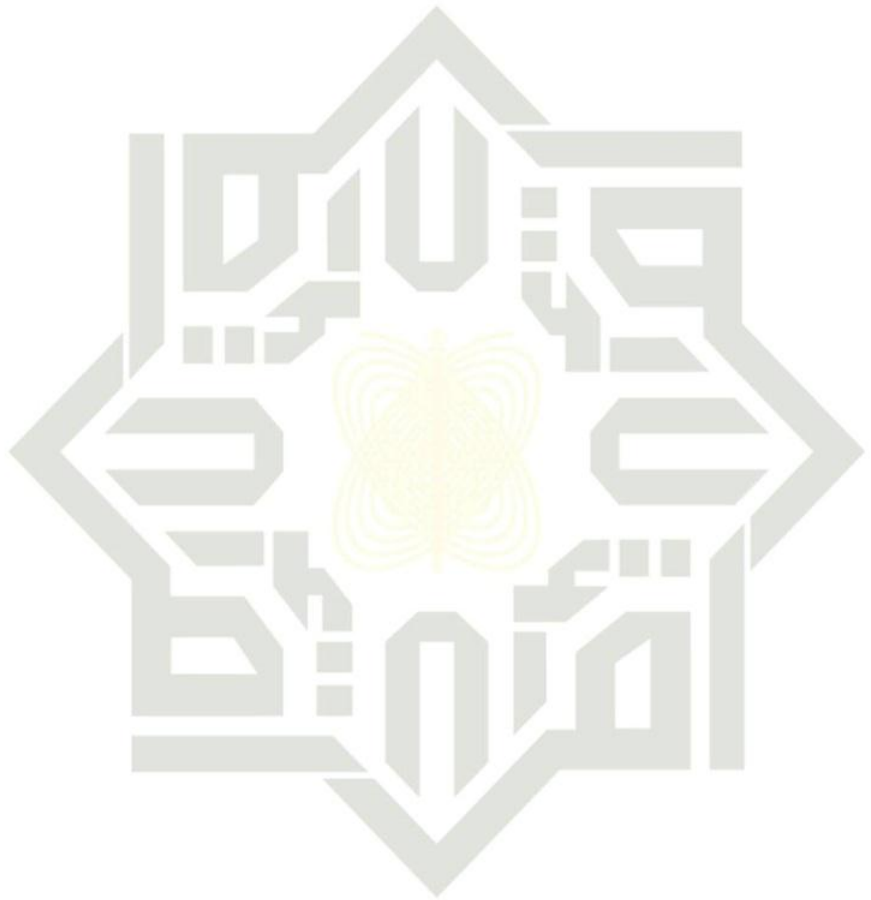
<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang memperbanyak atau menyalin karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Gambar 1.1 Instagram User In Indonesia December 2022</p> <p>Gambar 1.2 Pra Riset dengan Mentimeter.web.....</p> <p>Gambar 1.3 Pra Riset dengan Mentimeter.web.....</p> <p>Gambar 1.4 Pra Riset dengan Mentimeter .web.....</p> <p>Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran</p> <p>Gambar 4.1 Logo akun instagram @adihidayatofficial</p> <p>Gambar 4.2 Tampilan akun instagram @adihidayatofficial</p> <p>Gambar 4.3 Foto (Program Satu Hari Bersama Al-Quran) di akun @adihidayatofficial</p> <p>Gambar 4.4 Foto (Program Safari Dakwah) di akun @adihidayatofficial</p>	<p>2</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>24</p> <p>32</p> <p>32</p> <p>33</p> <p>33</p>
--	--	---

Hak Cipta dan Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Rekapitulasi variabel (X) Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adihididayatofficial
- Lampiran 3. Rekapitulasi Variabel (Y) Perilaku keagamaan 79



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, teknologi telah mengalami kemajuan yang begitu pesat. Pesatnya kemajuan teknologi tersebut telah dirasakan oleh masyarakat luas yang berada di perkotaan maupun masyarakat yang berada jauh dari pusat pemerintahan. Kemajuan tersebut telah menciptakan kemudahan yang tentu membantu para penggunanya. Kemudahan yang banyak dirasakan yaitu dalam bidang informasi dan komunikasi. kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi fase baru bagi masyarakat untuk mendapat informasi secara mudah, hingga penghalang-penghalang informasi dengan sendirinya menghilang akibat adanya keinginan kuat dari pengguna yang ingin mengetahui lebih jauh apa yang terjadi di sekitarnya (Septiani Rosana, 2010).

Hadirnya teknologi dan komunikasi di tengah-tengah masyarakat saat ini di latar belakang dengan adanya internet. Internet adalah suatu jaringan yang selalu terhubung dengan perangkat satu dengan perangkat lain yang dapat dimanfaatkan untuk kelancaran komunikasi dan juga proses penyebaran informasi penting melalui perangkat komputer. Tetapi di era yang terus mengalami kemajuan seperti sekarang ini internet tidak hanya terkoneksi dengan perangkat komputer saja tapi juga dapat terhubung pada perangkat lain seperti *handphone / android* (Wibawanto, 2018). Sedangkan Sibero mengatakan bahwa internet disebut juga sebagai “jaringan alam” atau suatu jaringan yang menyebar luas hingga dapat menghubungkan antar komputer di seluruh dunia (Kusuma wardhani, Segara, & Supriadi, 2019). Melihat pengertian tersebut dapat digambarkan bahwa internet begitu penting dan sangat membantu aktivitas manusia dalam proses komunikasi dan penyebaran informasi.

Internet menjadi sebuah produk teknologi komunikasi, meski internet sudah mengalami perkembangan sejak puluhan tahun yang lalu, namun hingga saat ini keberadaannya sangat dibutuhkan oleh hampir semua masyarakat luas. Hal itu terlihat berdasarkan hasil suvey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa penetrasi internet di indonesia telah mencapai 78,19 % pada 2023 atau mencapai 215.262.156 jiwa dari total populasi sebesar 275.773.901 jiwa (APJII, 2023). Bukti ini menunjukkan bagaimana internet telah mengalami kemajuan dan menjadi bagian integral dari aktivitas sehari-hari masyarakat indonesia. Terlebih di tambah dengan munculnya berbagai macam media sosial yang mampu menambah kemudahan masyarakat dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi.

Media Sosial yang beragam jenisnya merupakan media berbasis internet yang memberikan penggunanya kemudahan dalam berinteraksi dan

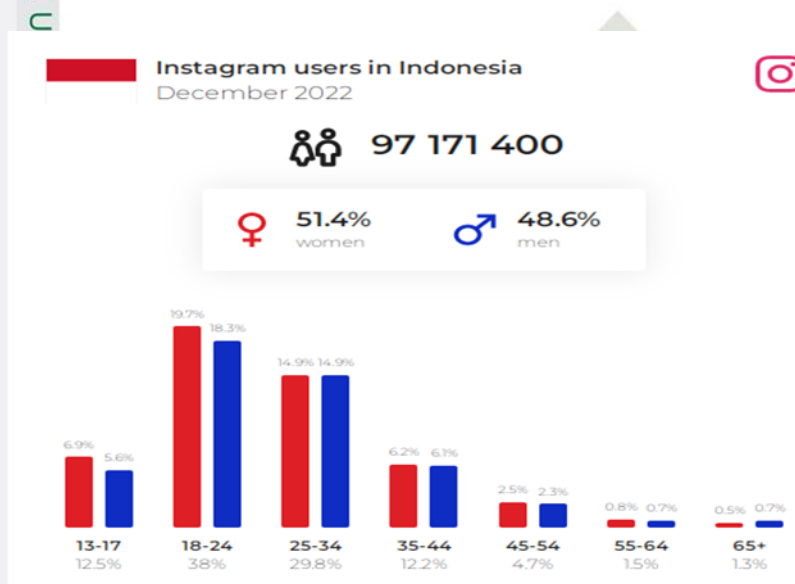


2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

mengekspresikan diri, baik secara informal maupun publik, dengan beragam warna dan gaya yang menonjolkan nilai-nilai yang dihasilkan pengguna (Mulyono, 2021). Salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat yaitu Instagram. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang memungkinkan penggunanya dapat melakukan berbagi foto maupun video, unggahan foto ataupun video yang dilengkapi dengan caption dan hastag (Girsan & Sipayung, 2021). Hal itu menjadikan instagram banyak diminati oleh masyarakat luas baik dari kalangan laki-laki maupun perempuan.



Gambar 1.1 Instagram User In Indonesia December 2022

Sumber: (NapoleonCat, 2022)

Berdasarkan gambar di atas, data dari Napoleon Cat mengenai pengguna Instagram di Indonesia pada Desember 2022, terdapat 97.171.400 pengguna Instagram di Indonesia atau sekitar 34,5% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia. Mayoritas pengguna dari mereka adalah perempuan sebanyak 51,4 %, sedangkan laki-laki sebanyak 46,6 %. Banyaknya pengguna instagram saat ini, tidak sedikit juga masyarakat yang menggunakan instagram untuk berbagai macam hal seperti media untuk berbisnis, sarana pendidikan, media hiburan, bahkan instagram sering dimanfaatkan sebagian masyarakat muslim untuk sarana berdakwah (Munandar, 2023). Sebab, dakwah melalui media sosial seperti instagram merupakan cara yang cukup efektif dilakukan mengingat banyaknya masyarakat yang selalu dekat dengan media sosial. Sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan mudah dan secara meluas kepada masyarakat.

Dakwah sendiri merupakan suatu aktivitas yang mengarah pada suatu bentuk ajakan kepada orang dalam melakukan kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik yang disampaikan secara lisan, tulisan, lukisan,



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

maupun perbuatan dengan metode dan media yang berlandaskan dengan prinsip Islam dengan tujuan meraih kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat (Perbajati, 2021). Selain itu dakwah merupakan upaya seorang muslim untuk menyebarkan ajaran-ajaran islam ke muka bumi yang penyampaiannya diwajibkan kepada setiap muslim, yang mukalaf sesuai dengan kemampuannya (Maullasari, 2018). Karena merupakan suatu kebenaran, maka dakwah harus tersebar secara meluas dan panyampaian kebenaran tersebut merupakan tanggung jawab seluruh umat islam. Sesuai dengan misinya “*Rahmatan lil Alamin*”, islam menunjukkan dengan wajah menarik agar umat yang lain beranggapan dan berpandangan bahwa kedatangan islam tidak sebagai ancaman bagi keberadaan mereka melainkan sang pembawa kedamaian dan ketentraman dalam kehidupan mereka sekaligus sebagai pembimbing menuju kesenangan hidup di dunia dan di akhirat (Ridwan, Nurdin, & Fitriingsih, 2019).

Namun di era perkembangan teknologi sekarang ini penyampaian dakwah dapat memanfaatkan salah satu media sosial seperti yang telah di sebutkan sebelumnya, yaitu instagram. Saat ini terlihat banyak umat muslim mulai dari para *stadz*, tokoh agama dan umat muslim lainnya yang berdakwah melalui media sosial instagram. Hal itu terbukti dengan banyaknya akun dakwah di instagram yang didalamnya memuat konten-konten dakwah. Sebab, karena instagram merupakan merupakan situs jejaring sosial yang mengutamakan berbagi video atau gambar kepada pengguna lainnya (Lukiani et al., 2021). Jadi instagram sangat cocok digunakan umat muslim dalam proses penyampaian pesan dakwah.

Seperti yang dilakukan oleh akun instagram @adihidayatofficial yang merupakan akun resmi yang dimiliki oleh Ustadz Adi Hidayat. Ustadz Adi Hidayat sendiri merupakan tokoh publik yang tidak hanya aktif berdakwah dalam cara pengajian saja, namun beliau juga berdakwah melalui media sosial seperti instagram dengan nama akun @adihidayatofficial. Dalam menyampaikan pesan dakwah akun ini terus memposting konten-konten mengenai dakwah islami. Materi dakwah yang disampaikan juga beragam seperti pentingnya sholat, manfaat bersedekah, berbakti kepada orang tua, motivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik, dan lain sebagainya.

Hingga pada 2024 saat ini akun @adihidayatofficial memiliki 5,1 juta pengikut, jumlah tersebut meningkat setiap bulannya. Akun ini sudah memposting 1.189 postingan yang dimana pada setiap postingannya selalu dibanjiri *like* dan *comment*. Bahkan tidak sedikit juga pada setiap postingannya mampu mencapai 1 juta lebih *like*. Banyaknya respon yang didapat dari postingan akun ini menandakan para pengguna instagram memiliki antusias yang besar terhadap postingan dakwah islami.

Ketika seseorang mengakses dakwah di instagram baik dengan membaca, melihat sekaligus mendengarkan postingan-postingan dari akun dakwah tersebut,



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

maka hal itu dapat di katakan telah terjadi proses komunikasi antara pembuat konten atau pemilik akun dakwah instagram dengan penerima pesan dakwah yaitu orang yang mengakses secara langsung akun dakwah tersebut. Hal itu kemungkinan besar menimbulkan respon, efek dan pengaruh kepada penerima informasi tersebut (Ridwan et al., 2019).

Dalam penelitian ini yang menjadi penerima informasi atau sasaran dakwah di Instagram adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Karena mahasiswa merupakan pengguna yang cukup aktif di instagram. Mahasiswa memiliki sifat keingintahuan yang tinggi dalam hal ini mahasiswa mulai dapat berfikir kritis terhadap ajaran agamanya. Untuk memenuhi keingintahuan mereka banyak mencari informasi mengenai agama yang mereka minat salah satunya adalah mencari pengetahuan keagamaan melalui media sosial khususnya instagram. Namun hal itu perlu dicari tahu apakah mereka mengikuti (follow) akun instagram @adihidayatofficial dan juga mencari tahu seberapa sering mereka melihat atau mendengar konten dakwah di instagram terkhususnya pada akun dakwah @adihidayatofficial.

Untuk menjawab itu, peneliti telah melakukan pra riset kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 guna untuk melihat apakah ada permasalahan tersebut. Untuk itu peneliti menggunakan Mentimeter.web dengan memberikan pertanyaan “Apakah kamu mengikuti (Follow) akun dakwah instagram @adihidayatofficial?” berdasarkan hasil pra riset dengan Mentimeter tersebut dapat dilihat sebagian besar mahasiswa mengikuti akun tersebut dan juga ada yang tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Apakah kamu mengikuti (follow) akun dakwah instagram @adihidayatofficial ?

84 responses



Gambar 1.2 Pra Riset dengan Mentimeter.web Sumber. (Mentimeter, 2024)

Selanjutnya perlu dicari tahu seberapa sering mahasiswa melihat konten dakwah pada akun instagram tersebut dengan mengajukan pertanyaan yaitu “Apakah Kamu Sering Melihat Postingan Atau Konten Dakwah Ustadz Adi



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mengakses konten atau postingan dakwah pada akun instagram @adihidayatofficial. Peneliti menggunakan Mentimeter.web dengan memberikan pertanyaan yaitu “Apakah Dengan Melihat/ Mendengarkan Postingan Dakwah di akun Instagram @adihidayatofficial Dapat Mempengaruhi Dan Meningkatkan Perilaku Keagamaan Kamu ?” Berdasarkan hasil pra riset dengan mentimeter terdapat beragam tanggapan, diantaranya seperti (iya, tentu berpengaruh, sangat berpengaruh, insyaallah meningkat, benar sekali, tidak) dan lebih lengkapnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Apakah dengan melihat konten dakwah di akun instagram @adihidayatofficial dapat mempengaruhi dan meningkatkan perilaku keagamaan kamu?

80 responses



Gambar 1. 4 Pra Riset dengan Mentimeter .web

Sumber: (Mentimeter, 2024)

Karena hasil jawaban tersebut masih bersifat sementara, maka peneliti perlu melakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan kebenarannya dan melihat seberapa besar pengaruh konten dakwah di instagram terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau**”

1.2 Penegasan Istilah

Penegasan Istilah merupakan upaya memberikan definisi yang tepat terhadap istilah-istilah atau konsep-konsep yang digunakan dalam suatu penelitian. Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami istilah-istilah dalam penelitian ini, maka penulis menjabarkan pengertian dari judul “Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @Adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau” sebagai berikut:

1.2.1 Konten Dakwah

© Konten dakwah adalah suatu isi, informasi atau pesan-pesan yang mengandung nilai keagamaan dan disampaikan oleh seorang pendakwah melalui media online/ media sosial (Munandar, 2023).

1.2.2 Instagram

Instagram berasal dari dua kata, yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instan, yang berarti pengguna aplikasi ini mampu membagikan foto maupun video secara instan. Sedangkan “gram” berasal dari kata telegram, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video dengan cepat (Feroza & Misnawati, 2021). Instagram adalah salah satu platform media sosial yang memungkinkan penggunanya dapat melakukan berbagi foto maupun video, unggahan foto ataupun video yang dilengkapi dengan caption dan hastag (Girsang & Sipayung, 2021).

1.2.3 @adihidayatofficial

@adihidayatofficial merupakan sebuah akun di instagram yang bergerak dibidang dakwah dengan jumlah pengikut sebanyak 5,1 juta dan memiliki sebanyak 1.189 postingan. Akun tersebut mulai bergabung pada Oktober 2016 dengan pengisi meteri dakwah yaitu Ustadz Adi Hidayat.

1.2.4 Perilaku Keagamaan

Perilaku keagamaan adalah rangkaian perbuatan atau tindakan yang didasarkan pada prinsip-prinsip agama islam atau sebagai bagian dari menjalankan aturan agama. Contoh perilaku keagamaan termasuk meninggalkan segala sesuatu yang dilarang oleh agama, seperti meninggalkan minum-minuman keras, berzina, berjudi, dan hal-hal buruk lainnya. Begitu pula faktor-faktor yang diperlukan untuk mengikuti aturan agama, seperti mendirikan shalat 5 waktu, puasa, zakat, dan membantu orang lain dalam hal amal juga (Pratama, Siraj, & Yusuf, 2019).

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian yaitu untuk mengetahui “Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau”

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diajukan rumusan masalah yaitu Seberapa Besar Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@Adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau ?

5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jabarkan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @Adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau.

6. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini, diantaranya:

1.6.1 Manfaat Akademis

- Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji topik yang serupa, baik dari sisi konten dakwah, perilaku keagamaan, maupun penggunaan media sosial dalam konteks keagamaan.
- Penelitian ini dapat menambah literatur dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai penggunaan media sosial dalam penyebaran dakwah dan dampaknya terhadap perilaku keagamaan mahasiswa.

1.6.2 Manfaat Praktis

- Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang pentingnya selektif dalam mengonsumsi konten di media sosial, serta memanfaatkan platform tersebut untuk meningkatkan pengetahuan dan praktik keagamaan mereka.
- Penelitian ini dapat membantu para dai dan pengelola akun dakwah di media sosial untuk merancang konten yang lebih efektif dalam mempengaruhi perilaku keagamaan audiensnya. Dengan mengetahui elemen-elemen konten yang paling berdampak, mereka dapat mengoptimalkan pesan dakwah yang disampaikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam rangka mengetahui dan memudahkan penelitian ini secara keseluruhan, penulis melampirkan sistem penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional, kerangka pemikiran, dan hipotesis.



UIN SUSKA RIAU

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMABARAN UMUM

Bab ini berisikan penjelasan gamabaran umum akun penelitian

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan penjelasan hasil penelitian dan pembahasan

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
SiikkuJIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat kajian terdahulu yang memiliki keterikatan sebagai penelitian yang akan dilakukan, kajian terdahulu ini bertujuan sebagai acuan/pedoman terhadap isi dan judul peningkatan kualitas proses dan hasil pelaksanaan penelitian, adapun berikut penelitiannya yaitu:

Penelitian oleh Anjani Naka Murti dalam scripsinya yang berjudul “Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @berani.hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja.” Dalam penelitian ini memberikan hasil/kesimpulan bahwa pengaruh pesan dakwah pada akun instagram @berani,hijrah terhadap perilaku beragama remaja berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai signifikansi sebesar (0,000) dengan nilai alpha (0,05). Hal tersebut dikarenakan responden memahami pesan-pesan yang disampaikan setelah mereka mengakses akun @berani.hijrah. selanjutnya besarnya pengaruh pesan dakwah pada akun instagram @berani.hijrah (X) terhadap perilaku beragama remaja (Y) dapat diketahui dengan melihat nilai R Square sebesar 0,467 yang artinya bahwa efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral berpengaruh terhadap perilaku beragama remaja sebesar 46,7%. Sedangkan sisanya 53,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini (Murti, 2020). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabelnya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan perilaku beragama sednagnkn penelitian penulis menggunakan perilaku keagamaan. Penelitian oleh Hanifah Munandar dalam scripsinya yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Di Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo.” Dalam penelitian ini memberikan hasil /kesimpulan bahwa berdasarkan hasil dari uji regresi linier sederhana dengan hasil t hitung = 5,637 dan dibandingkan dengan t tabel = 1,671. Maka dapat disimpulkan bahwa t hitung > t tabel. Sehingga Ha diterima artinya ada pengaruh antara konten dakwah di instagram terhadap akhlak mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 IAIN Ponorogo. Sedangkan berdasar hasil dari koefisien determinasi sebesar 0,340 atau sama dengan 35,40%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel konten dakwah di instagram terhadap akhlak mahasiswa sebesar 35,40% sedangkan sisanya 64,60% dipengaruhi oleh faktor lain (Munandar, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu terletak pada variabel X

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



yang sama-sama menggunakan media sosial instagram. perbedaannya terletak pada variabel Y, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan akhlak sedangkan penelitian penulis menggunakan perilaku keagamaan.

Jurnal penelitian oleh Yummil Hasan, dkk yang berjudul “Pengaruh Instagram (Jejaring Sosial) Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.” Dalam penelitian ini memberikan hasil/ kesimpulan bahwa berdasarkan hasil olahan dari SPSS.25 dari uji t didapatkan nilai untuk pengaruh instagram (jejaring sosial) (X) terhadap perilaku keagamaan mahasiswa (Y), yang diperoleh nilai signifikansi (sig) sebesar $0,634 > 0,05$. Atau $t \text{ hitung} = 0,481 > t \text{ tabel} = 1,66105$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh instagram (jejaring sosial) terhadap perilaku keagamaan mahasiswa KPI di fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang (Hasan, Pramida, Usman, & Hermawati, 2022). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan jenis penelitian Kuantitatif, sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu hanya meneliti pengaruh dari media sosial instagram, sedangkan penelitian penulis meneliti konten dakwah yang terdapat pada sebuah akun instagram yaitu @adihidayatofficial.

Penelitian oleh Hanifah Wiga Tresani dalam scripsinya yang berjudul “Pengaruh Video Dakwah Di Akun Media Sosial (Instagram) Terhadap Sikap Keagamaan Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Tumijajar Tahun Ajaran 2018/2019.” Dalam penelitian ini memberikan hasil/ kesimpulan bahwa berdasarkan pada uji hipotesis dengan uji-t diperoleh nilai Sig. $< 0,05$ (5%) yaitu pada paired sampel T-test karena data penelitian tersebut homogen. Pada paired sampel T-test diperoleh $0,000 < 0,05$ maka terdapat perbedaan sikap keagamaan siswa, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh video dakwah di aplikasi instagram terhadap sikap keagamaan peserta didik di SMA Negeri 1 Tumijajar (Tresani, 2019). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu membahas terhadap sikap keagamaan sedangkan penelitian penulis membahas terhadap perilaku keagamaan.

Jurnal penelitian oleh Nabila Setiawan dan Muhammad Fauzi Arif yang berjudul “Pengaruh Video Dakwah Pada Akun Tiktok @Faizinaufal Terhadap Kesadaran Followers.” Dalam penelitian ini memberikan hasil/ kesimpulan bahwa berdasarkan pengolahan data penelitian yang dilakukan menggunakan koefisien determinasi, menunjukkan bahwa variabel X atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

independen yaitu video dakwah pada akun TikTok @faizinaufal terhadap kesadaran beragama followers yang mana dalam penelitian ini ada 3 dimensi yaitu, dimensi keyakinan, dimensi peribadatan dan dimensi pengalaman, jika ditinjau dari hasil nilai R-Square 40,3% yang terdapat pada tabel XVII, serta pada hasil uji hipotesis yang tercantum dalam tabel XV dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh video dakwah pada akun TikTok @faizinaufal (X) terhadap kesadaran beragama followers (Y). Dari pernyataan diatas bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima (Nabiila Setiawan & Muhammad Fauzi Arif, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan kedua penelitian ini yaitu pada variabel X nya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan media sosial TikTok sedangkan pada penelitian penulis menggunakan media sosial instagram.

Penelitian oleh Hesy Febria Rofiana dalam scripsinya yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Youtube Terhadap Perilaku Keagamaan Santri Ponpes Darun Najah Jerakah Tugu Semarang.” Dalam penelitian ini memberikan hasil/ kesimpulan bahwa berdasarkan hasil dari pengaruh intensitas penggunaan youtube terhadap perilaku keagamaan santri putri ponpes Darun Najah Jerajah Tugu Semarang dapat diwakili oleh besarnya koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka R^2 (R Square) adalah sebesar 1,2%, yang artinya besar pengaruh variabel independen terhadap dependen adalah 1,2%, sisanya sebesar 98,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Dalam penelitian ini berarti perilaku keagamaan santri 1,2% dipengaruhi oleh intensitas penggunaan youtube, dan sisanya 98,8% dipengaruhi faktor-faktor lain (Rofiana, 2020). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana sama-sama membahas terhadap perilaku keagamaan. Sedangkan perbedaan kedua penelitian ini yaitu pada variabel X nya, pada penelitian terdahulu berfokus menggunakan media sosial youtube sedangkan penelitian penulis berfokus menggunakan media sosial Instagram.

7. Jurnal penelitian oleh Riska Azimalia, dkk yang berjudul “Pengaruh Mengakses Dakwah Di Instagram Terhadap Moralitas Remaja Di Desa Baru Semerah.” Pada penelian ini memberikan hasil/ kesimpulan bahwa berdasarkan hasil perhitungan statistik regresi linier sederhana diperoleh hasil sig/signifikansi senilai 0,000 atau probabilitas lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas mengakses dakwah di instagram (X) berpengaruh positif terhadap moralitas remaja di desa baru semerah 77,6%, hal ini menandakan kontribusinya tergolong tinggi. Ini menunjukkan bahwa intensitas mengakses dakwah di instagram mempunyai kontribusi yang tinggi terhadap moralitas remaja di desa baru semerah (Azimalia, Nuzuli, &



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suriyadi, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan kedua penelitian ini yaitu pada variabel Y nya, yang mana penelitian terdahulu membahas terhadap moralitas remaja sedangkan penelitian penulis membahas terhadap perilaku keagamaan.

Jurnal penelitian oleh Fiska Amalia dan M. Wildan Yahya yang berjudul “Pengaruh Instagram Sebagai Tren Media Dakwah Terhadap Sikap Keagamaan.” Dalam penelitian ini memberikan hasil/ kesimpulan bahwa akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh terhadap perilaku ibadah para followers-nya, baik itu ibadah solat, membaca al-quran, sedekah, dan juga, akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh terhadap pemahaman akidah para followers-nya. Dengan melihat akun Instagram tersebut, para followers lebih paham akan akidah Islam sehingga para followers lebih mendekatkan diri kepada Allah serta meyakini setiap takdir yang telah ditetapkan Allah dalam kehidupannya. Selain itu, akun instagram @Ridwan.r_one juga berpengaruh terhadap sikap sosial kepada sesama (habluminnas), yang menjadikan para followers suka dalam membantu orang lain dan berbuat baik kepada sesama (Fiska Amalia & M. Wildan Yahya, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel Y nya. Pada penelitian terdahulu berfokus terhadap sikap keagamaan sedangkan penelitian penulis berfokus terhadap perilaku keagamaan.

Jurnal penelitian oleh Khairun Nisa, Achmad Syarifuddin dan Anang Walian yang berjudul “Pengaruh Dakwah Melalui Akun Instagram @Ustadzadhidayat_Lc Terhadap Peningkatan Wawasan Keislaman Anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMAS) Palembang.” Dalam penelitian ini memberikan hasil/ kesimpulan bahwa terdapat pengaruh dakwah melalui akun instagram terhadap peningkatan wawasan keislaman, hal ini terbukti bahwa nilai R square pada tabel adalah 0,238 yang menunjukkan bahwa variabel wawasan keislaman (Y) dipengaruhi oleh variabel dakwah melalui instagram (X) sebesar 23,8% dan sisanya sebesar 73,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti (Nisa, Syarifuddin, & Walian, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu pada variabel X nya sama-sama menggunakan media sosial instagram. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel Y nya, yang mana penelitian terdahulu berfokus terhadap peningkatan wawasan keislaman sedangkan pada penelitian penulis berfokus terhadap perilaku keagamaan.

10. Jurnal Penelitian oleh M. Ridwan, Nurdin, dan Fitriingsih yang berjudul “Pengaruh Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Palu.” Dalam penelitian ini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan hasil/ kesimpulan bahwa berdasarkan hasil olahan statistik yang dibantu dengan program SPSS 16 for window, yang menunjukkan bahwa dakwah di instagram (X) berpengaruh signifikansi terhadap perilaku keagamaan (Y) mahasiswa komunikasi penyiaran islam dengan nilai sig lebih kecil dari nilai (a) yaitu $0.000 < 0.05$ dengan besaran pengaruhnya adalah sebesar 0.526 atau 52.6%, sedangkan sisanya 47, 6% dijelaskan oleh variabel independen yang lain yang tidak termasuk dalam penelitian (Ridwan et al., 2019). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada variabel Y nya dimana sama-sama meneliti terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada dakwah di instagram saja, sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada konten dakwah di sebuah akun instagram, yaitu akun @adihidayatofficial.

2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Uses and Effect

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effect*. Teori ini menghubungkan pengguna, media, audiens, dan efek (hasil). Teori *uses and effects* merupakan penggabungan yang terdiri dari teori uses and gratification dengan teori tradisional effects. Teori ini adalah salah satu teori komunikasi massa yang pertama kali dicetuskan Sven Windahl (1979) Jika teori uses and gratification menjelaskan bagaimana penggunaan media didasari oleh kebutuhan manusia untuk kepuasan individu, teori *uses and effects* tidak hanya menjelaskan mengenai hal tersebut tetapi juga efek apa yang terjadi kepada individu dari penggunaan media. Menurut teori ini, penggunaan media massa memberikan pengetahuan dalam mempersepsi suatu isi informasi dari media serta menimbulkan sikap dan perubahan perilaku seorang individu (Mediana, Yusup, & Arindawati, 2020).

Jika dikaitkan dengan penelitian, teori *Uses and Effects* sangat relevan dalam menjelaskan hubungan antara konten dakwah di Instagram dan perubahan perilaku keagamaan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Mahasiswa secara aktif menggunakan konten dakwah (*Uses*) untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan informatif mereka. Setelah mengakses konten tersebut, mereka menunjukkan perubahan perilaku keagamaan (*Effect*), sesuai dengan tujuan dakwah yang disampaikan oleh akun @adihidayatofficial. Teori ini memberikan landasan yang kuat untuk memahami bagaimana konsumsi media sosial (Instagram) bisa mempengaruhi aspek-aspek penting dalam kehidupan keagamaan mahasiswa.



2.2.2 Konten Dakwah

a. Pengertian Konten Dakwah

Secara bahasa, konten berasal dari kata bahasa Inggris yaitu (*content*) yang memiliki arti isi atau kandungan (Indah Sari, 2016). Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) mendefinisikan bahwa konten adalah sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik (Pusat Bahasa, 2008). Sedangkan menurut Simarmata dalam jurnal yang ditulis oleh Indah Sari menjelaskan bahwa konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain (Indah Sari, 2016). Hal itu umumnya merujuk pada isi dari status Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube dan berbagai platform media sosial lainnya.

Sementara itu, Dakwah adalah suatu aktivitas yang mengarah pada suatu bentuk ajakan kepada orang dalam melakukan kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik yang disampaikan secara lisan, tulisan, lukisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang berlandaskan dengan prinsip Islam dengan tujuan meraih kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat (Purbajati, 2021). Dakwah merupakan upaya seorang muslim untuk menyebarkan ajaran-ajaran islam ke muka bumi yang penyampaianya diwajibkan kepada setiap muslim, yang mukalaf sesuai dengan kemampuannya (Maullasari, 2018). Selain itu dakwah merujuk pada ajakan manusia agar senantiasa bertakwa kepada sang pencipta dan para rasul-Nya dengan baik dan benar dan diiringi dengan menjauhi segala perbuatan yang dilarang untuk kemaslahatan hidup di dunia dan diakhirat (Yusuf, Zain, & Fuadi, 2017).

Jadi dapat disimpulkan bahwa konten dakwah merujuk kepada materi atau pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial mengenai tujuan keagamaan, pendidikan, atau pencerahan rohani dalam islam. Selain itu konten dakwah adalah suatu isi, informasi atau pesan-pesan yang mengandung nilai keagamaan dan disampaikan oleh seorang pendakwah atau seorang ustadz melalui media online/ media sosial (Munandar, 2023).

b. Materi/ Pesan Dakwah

Materi atau pesan dakwah adalah kandungan pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Yang secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Pesan Akidah, meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada kita-kitab-Nya, Iman kepada rasul-rasulnya, Iman kepada hari kakhir, Iman kepada Qadha-Qadar.
- b) Pesan Syariah, meliputi ibadah serta muamalah.
- c) Pesan akhlak, meliputi akhlak terhadap Allah dan akhlak terhadap makhluk (Ridlo, 2021).

2.2.3 Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai media online di mana pengguna dapat berkontribusi, berbagi, dan membuat materi dengan mudah Contohnya termasuk blog, jejaring sosial (Facebook, Youtube, Myspace, dan Twitter), wiki, forum, dan dunia maya. Jejaring sosial adalah jenis media sosial yang paling sering digunakan orang, karena memungkinkan pengguna membuat situs web pribadi dan terhubung dengan teman untuk bertukar informasi dan berkomunikasi (Purbohastuti, 2019). Media sosial adalah media online yang memungkinkan sekelompok orang atau individu saling berinteraksi satu sama lain dengan berbagi informasi, bertukar pendapat, dan peminatan (Anwar, 2017).

Hal serupa juga di dapat dari sumber lain, bahwa media sosial adalah media yang menjadi sarana atau alat yang dapat digunakan dalam membantu interaksi manusia dan menggunakan teknologi berbasis Web yang menjadikan komunikasi menjadi diskusi interaktif (Rafiq, 2015). Novitasari mengungkapkan bahwa media sosial memungkinkan seseorang untuk saling berinteraksi satu sama lain, terutama dengan hanya dengan memakai smartphone dan juga internet. Namun, ia juga mengatakan bahwa penggunaan berlebihan perangkat tersebut akan menyebabkan seseorang bertindak tidak empati pada kondisi lingkungannya, baik dalam keluarga ataupun masyarakat (Yulianti, Sukamto, & Subekti, 2023).

Menurut Nasrullah media sosial memiliki karakteristik khusus yaitu sebagai berikut:

1. Jaringan
 Jaringan adalah infrastruktur yang mengoneksikan komputer dengan perangkat keras lainnya. Karena setiap komputer dapat terkoneksi satu sama lain, termasuk pertukaran data, konektivitas ini diperlukan.
2. Informasi (*Information*)
 Informasi adalah komponen penting di media sosial karena memungkinkan pengguna membuat konte, menciptakan identitas, dan berinteraksi berdasarkan informasi.
3. Arsip (*Archive*)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagi pemakai media online/media sosial, arsip menunjukkan bahwa informasi telah tersimpan dan bias dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

4. Interaksi (Interaktivitas)

Media sosial membangun jaringan pengguna melalui interaksi. Jaringan ini lebih dari sekedar hubungan pertemanan atau pengikut (follower), tetapi juga bergantung pada interaksi antara pengguna.

5. Simulasi Sosial (*Simulation Of Society*)

Media sosial berfungsi sebagai media untuk masyarakat (*Society*) yang berlangsung di dunia virtual. Dalam banyak kasus, pola dan karakteristik media sosial berbeda dari struktur masyarakat yang sebenarnya.

6. Konten Oleh Pengguna (*User-generated content*)

Konten di media sosial sepenuhnya milik pengguna atau pemilik akun dan berasal dari kontribusi mereka sendiri. UGC membangun kolaborasi dalam budaya media baru yang memungkinkan pengguna berpartisipasi. Ini berbeda dengan media lama (tradisional), di mana khalayak sebatas menjadi objek atau sasaran pasif untuk menyebarkan pesan (Siregar, 2022).

2.2.4 Instagram

Instagram berasal dari dua kata, yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instan, yang berarti pengguna aplikasi ini mampu membagikan foto maupun video secara instan. Sedangkan “gram” berasal dari kata telegram, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video dengan cepat (Feroza & Misnawati, 2021). Secara sederhananya instagram merupakan situs jejaring sosial yang mengutamakan berbagi video atau gambar kepada pengguna lainnya (Lukiani et al., 2021). Selain itu instagram memungkinkan penggunanya saling melihat keseharian pengguna yang di unduh di instagram dan bisa saling berkomunikasi walaupun tidak saling mengenal di dunia nyata, kemudian komunikasi dua arah ini membangun perasaan kedekatan sesama pengguna (Hamzah, Bahriarti, & Sultan, 2023).

Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbasis fotografi yang mulai diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat itu meraih popularitas dengan mampu meraup 25 ribu pengguna di hari pertama. Keunggulan fitur pada aplikasi ini yaitu terdapat fitur *Feed* instagram. *Feed* yang terdapat pada aplikasi instagram merupakan tampilan gambar/foto yang ada pada profil pengguna instagram yang dapat dilihat pertama kali oleh pengguna saat mengunjungi akun instagram milik pengguna lainnya, semakin banyak jumlah foto yang di unggah maka akan

semakin banyak pula feed yang dimiliki oleh seseorang tersebut (Arta Mevia Setiyana Putri & Surya Patria, 2022). Selain itu terdapat banyak lagi fitur-fitur yang dimiliki pada aplikasi Instagram, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Profil dan Bio

Pada fitur ini Instagram telah melakukan pembaruan desain. Pembaruan ini mengubah tampilan profil dan bio di Instagram, yang mana Instagram lebih memfokuskan pada *followers* (pengikut) dan *following* (yang diikuti) serta mempersingkat bio, berbeda dengan yang sebelumnya yang lebih menekankan informasi di bio profil. Bahkan saat ini, para pengguna juga mendapatkan manfaat dengan bio profil yang lebih sederhana.

2. Unggah Foto Dan Video

Filter untuk foto dan video memungkinkan pengguna untuk menambahkan efek dan mempercantik tampilan foto dan video sebelum diunggah ke halaman utama pengikut/*followers*. Dalam fitur unggah foto dan video di Instagram, pengguna dapat memilih foto atau video dari galeri atau album di smartphone mereka, atau menggunakan kamera langsung dari fitur tersebut.

3. Fitur Instagram *Stories*

Fitur Instagram *Stories* sangat populer di Indonesia dan menjadi favorit untuk keperluan promosi. Menurut Instagram, ada 400 juta Instagram *Stories* yang diunggah di Indonesia, menjadikannya sebagai negara dengan jumlah pembuat Instagram *Stories* terbesar di dunia. Para pelaku usaha di Indonesia juga memanfaatkan fitur ini dengan baik, mereka menciptakan konten *stories* yang menarik dan menggunakan data dari Instagram Insight untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

4. *Caption*

Caption merupakan tulisan yang terkait dengan foto atau video yang diunggah. Dengan menulis keterangan yang menarik, pengguna bisa menarik perhatian *followers* untuk membaca seluruh isi *caption* tersebut.

5. Komentar

Komentar dapat ditemukan di bagian tengah foto atau video. Komentar digunakan untuk memberikan pendapat atau tanggapan terhadap postingan yang menarik. Pengguna bisa menggunakan *aerobba* atau tanda @ untuk menyebutkan nama pengguna lain dalam komentar agar pengguna tersebut dapat melihatnya.

6. *Hashtags*

Hashtag adalah simbol pagar di Instagram yang membantu pengguna mengelompokkan foto atau video yang diunggah agar pengguna lain dapat menemukannya dengan mudah sesuai dengan tema atau gambar yang diinginkan. Misalnya, ketika memasarkan produk, dengan menambahkan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hashtag di setiap foto yang diunggah, foto atau video tersebut akan tergabung dengan postingan lain dari akun lainnya secara otomatis.

7. *Like*
Salah satu fitur di Instagram adalah memberikan like atau tanda suka ketika followers tertarik dengan unggahan foto atau video pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan menekan emoticon love yang terletak di kanan bawah foto atau video, atau dengan men-tap dua kali pada unggahan tersebut
8. *Actifity*
Fitur ini memberikan informasi tentang berapa lama Anda menggunakan aplikasi Instagram. Dengan fitur Activity, Anda dapat melihat seberapa banyak waktu yang telah Anda habiskan untuk menggunakan aplikasi tersebut.
9. *Direct Message (DM)*
Fitur Direct Message memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara pribadi dengan orang lain tanpa harus melibatkan publik.
10. *Geotagging (Tag Lokasi)*
Geotagging merupakan proses menambahkan informasi lokasi pada foto yang diunggah ke platform online. Dengan demikian, pengikut dapat mengetahui lokasi di mana foto tersebut diambil.
11. *Story Archive*
Instagram sebelumnya telah mengenalkan fitur Archive yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan postingan yang telah diunggah ke dalam arsip pribadi. Dengan fitur ini, pengguna dapat menghapus foto atau video secara sementara ke dalam arsip pribadi dan mengembalikannya kapan pun yang diinginkan (Antasari & Pratiwi, 2022)

2.2.3 Perilaku Keagamaan

a. Pengertian Perilaku Keagamaan

Pengertian perilaku keagamaan dapat di jelaskan dengan cara mengartikan perkata. Kata perilaku sendiri dalam kamus Antropologi yaitu seluruh perlakuan manusia yang diakibatkan oleh dorongan organisme, tuntutan lingkungan alam dan nilai-nilai kebudayaan (Suyono, 1985, p. 315). Sedangkan perilaku di dalam kamus sosiologi sama dengan “Action” artinya rangkaian atau tindakan (Soekanto, 1985, p. 7). Perilaku merupakan respons psikologis individu terhadap lingkungannya, yang mewujudkan dalam bentuk aktif atau pasif yang nyata atau yang dibayangkan (Saebani, 2016). Menurut Bimo Walgito perilaku adalah aktivitas yang ada pada individu atau organisasi yang tidak timbul dengan sendirinya, melainkan akibat dari stimulus yang



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diterima oleh organisasi yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun internal (Walgito, 1994, p. 15).

Sedangkan Keagamaan berasal dari kata “agama” yang memiliki awalan kata “ke” dan akhiran “an” sehingga menyatu menjadi Keagamaan (D. Setiawan, 2022). Mengenai pengertian Keagamaan maka dapat dijelaskan terlebih dahulu apa itu agama. Agama berasal dari kata latin “religio” yang memiliki arti obligation/ kewajiban. Agama dalam Encyclopedia of Philosophy ialah mempercayai adanya tuhan yang selalu hidup, yaitu kepada jiwa dan kehendak-Nya yang mengatur seluruh alam semesta dan memiliki kedekatan moral dengan umat manusia (Masduki & Warsah, 2020, p. 5). Selain itu agama ialah suatu kepercayaan yang bersifat mengatur segala peraturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT melalui perantara yaitu para Nabi-Nya yang membimbing hidup manusia mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat (Masduki & Warsah, 2020, p. 36).

Perilaku keagamaan adalah rangkaian perbuatan atau tindakan yang didasarkan pada prinsip-prinsip agama islam atau sebagai bagian dari menjalankan aturan agama (Pratama et al., 2019). Selain itu Perilaku keagamaan ialah tindakan yang merujuk pada seberapa besar kepercayaan seseorang kepada Tuhan, kepercayaan ini menunjukkan bahwa seseorang memiliki keyakinan beragama, mendorong mereka untuk mengikuti perintah agama mereka, berperilaku secara moral sesuai dengan norma agama mereka, dan melakukan tindakan keagamaan lainnya (Setiawan et al. 2020). Perilaku keagamaan mencakup sejauh mana seseorang mematuhi ajaran-ajaran agama dengan cara merasakannya dan mengamalkannya dalam berpikir, bersikap, dan berperilaku baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Hal ini didasarkan pada ajaran agama yang dipahami melalui dimensi keberagaman, seperti keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan, serta konsekuensi atau pengamalan yang dijalankan (W, 2022).

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku keagamaan adalah hal yang merujuk pada segala tindakan, praktik, dan sikap yang terkait dengan kepercayaan dan kegiatan keagamaan seseorang atau kelompok.

b. Bentuk-Bentuk Perilaku Keagamaan

Menurut Jalaluddin dan Walgito adapun bentuk-bentuk perilaku sosial keagamaan sebagai berikut. (Hasbi W, 2022)

1. Aktif Dalam Organisasi Keagamaan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Salah satu ciri seseorang yang memiliki perilaku sosial yang baik adalah aktif dalam organisasi keagamaan di lingkungannya. Keterlibatan dalam suatu organisasi sangat penting untuk membentuk kepribadian sosial seseorang, karena melalui berorganisasi, seseorang dapat belajar cara berinteraksi dengan orang lain secara positif, bersosialisasi, dan belajar untuk menghargai sesama.

2. Berakhlak Mulia

Seseorang yang memiliki akhlak yang baik akan cenderung suka memberi, membantu, mudah memaafkan kesalahan orang lain, dan mampu menghargai sesama. Hal ini menunjukkan bahwa individu tersebut memiliki kesadaran sosial dan keagamaan yang tinggi.

3. Menghargai Terhadap Sesama dan Tidak Angkuh

Saling menghargai dan tidak angkuh merupakan prinsip penting dalam kehidupan sosial manusia. Kita tidak bisa hidup sendiri dan selalu membutuhkan orang lain. Oleh karena itu, kita harus saling menghargai dan tidak mudah menyakiti orang lain. Setiap manusia diciptakan oleh Allah dalam keadaan yang berbeda-beda, dengan perbedaan tersebut kita bisa saling melengkapi. Oleh karena itu, kita harus bisa saling menghargai orang lain yang mungkin berbeda dengan kita.

4. Ikut Serta Dalam Kegiatan Keagamaan Di Masyarakat

Mengambil bagian dalam kegiatan keagamaan di masyarakat merupakan suatu kewajiban bagi setiap individu. Dalam kehidupan bersosialisasi, kita harus aktif berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan bersama dan menegaskan bahwa kita adalah bagian dari lingkungan sosial yang kita tempati.

Adapun Hamdan Arraiyah dan Jejen Musfah dalam buku pendidikan islam menyatakan bahwa yang termasuk bentuk-bentuk perilaku keagamaan adalah:

1. Senantiasa bersyukur atas segala nikmat yang telah diberikan oleh Allah meskipun sedang mengalami musibah, tidak ada rasa iri atas kenikmatan orang lain
2. Seseorang yang berperilaku keagamaan tidak bersikap tinggi hati, tidak sombong, rendah hati, ikhlas melaksanakan ibadah, bersedekah tanpa pamrih, tidak riya, sabar dalam melaksanakan kewajiban, serta sabar dalam menghadapi cobaan (Arraiyyah & Mustafah, 2016, p. 34).

2.3 Konsep Operasional

Agar dapat diukur dan dapat dilakukan sebuah penelitian, peneliti perlu menjabarkan sebuah konsep dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Pada Akun Instagram @Adihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau”. Proses ini adalah pergeseran dari konsep abstrak ke hal-hal yang nyata. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu, Variabel (X) yaitu pengaruh konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial, sedangkan variabel (Y) yaitu perilaku keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Kemudian dikembangkan kembali untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian, maka peneliti membuat variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator
Konten Dakwah Akun Instagram @Adihidayatofficial (X)	Postingan baik dalam bentuk gambar, tulisan dan video yang disebarakan melalui sebuah akun media sosial Instagram @Adihidayatofficial yang berisi pesan-pesan agama islam atau nilai-nilai keagamaan.	• Konten dakwah instagram	1. Keakuratan informasi 2. Kualitas pesan dakwah 3. Relevansi topik dakwah 4. Keberagaman tema dakwah 5. Visualisasi konten
		• Bentuk konten dakwah	1. Konten dakwah dalam bentuk video 2. Konten dakwah dalam bentuk gambar atau poster 3. Konten dakwah dalam bentuk tulisan atau caption 4. Konten dakwah story (instagram stories) 5. Konten live streaming
		• Interaksi dengan konten	1. Likes pada konten dakwah 2. Komentar pada

1. Dilarang menjiplak atau menyalin seluruhnya tanpa menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

		<p>Tindakan atau sikap yang mencerminkan keyakinan dan praktek-praktek keagamaan seseorang</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aktif dalam organisasi keagamaan • Berakhlak mulia • Menghargai terhadap sesama dan tidak angkuh • Ikut serta dalam kegiatan keagamaan di masyarakat • Senantiasa bersyukur 	<p>konten dakwah</p> <ol style="list-style-type: none"> Pembagian (repost/share) konten dakwah Partisipasi dalam sesi live dakwah Penggunaan Direct Massage (DM) untuk diskusi <ol style="list-style-type: none"> Keikutsertaan dalam kegiatan organisasi Peran dalam kepengurusan Kontribusi dalam merencanakan program <ol style="list-style-type: none"> Kepedulian terhadap sesama Sopan santun dalam berinteraksi Kejujuran dalam setiap tindakan <ol style="list-style-type: none"> Menghormati perbedaan pendapat Kerendahan hati dalam pergaulan Keterbukaan dalam menerima kritik <ol style="list-style-type: none"> Partisipasi dalam acara keagamaan Partisipasi dalam kegiatan sosial keagamaan Kontribusi dalam acara keagamaan lokal <ol style="list-style-type: none"> Mengucap syukur setelah mendapatkan
--	--	--	---	---



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

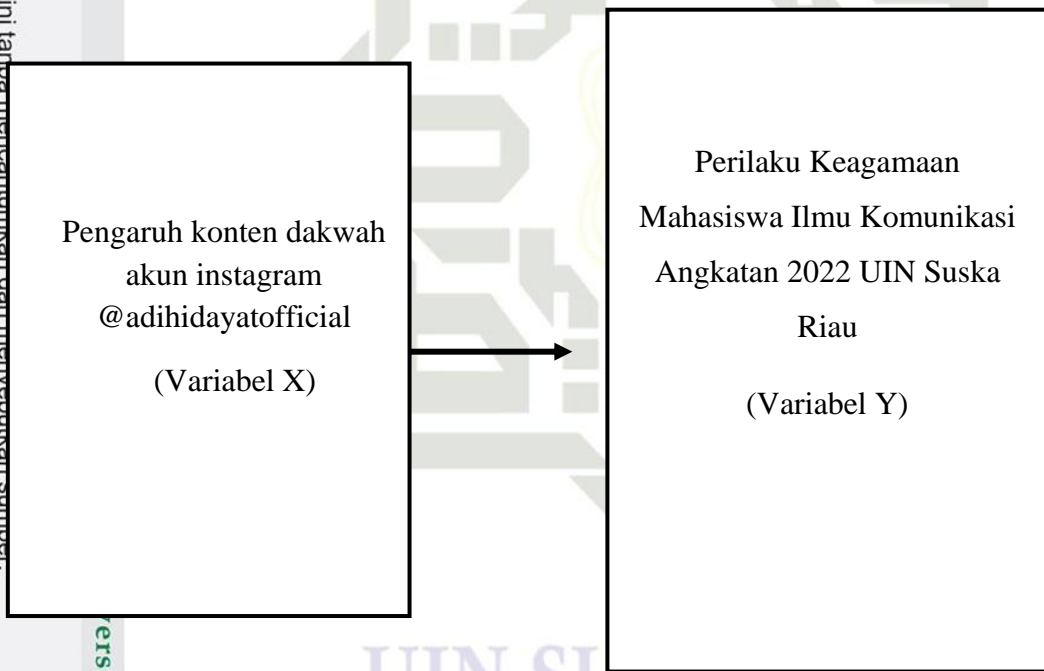
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

			nikmat 2. Sikap positif dalam menghadapi ujian hidup 3. Menghargai nikmat kecil
--	--	--	---

4. Kerangka Pemikiran

Untuk memahami seperti apa Pengaruh Konten Dakwah Di Instagram terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Perlu dipahami terlebih dahulu seperti apa kerangka pemikiran yang sistematis terkait penelitian ini. Adapun kerangka pemikiran dalam merumuskan masalah ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Pada Gambar kerangka pemikiran di atas, panah yang mengarah dari variabel X ke variabel Y menunjukkan bahwa konten dakwah dari akun Instagram @adihidayatofficial dihipotesiskan memiliki pengaruh terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. Panah ini menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat di mana variabel X (konten dakwah) mempengaruhi variabel Y (perilaku keagamaan).



2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan bagian penting dari penelitian, yang perlu dirancang sejak awal penelitian. Karena hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, yang diharapkan dapat memandu jalan penelitian (Yam Faufik, 2021). Jadi berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini

1. **Hipotesis Alternatif (Ha)**
Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Antara Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial Dengan Perilaku Keagamaan Mahasiswa Umu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau.
2. **Hipotesis Nol (Ho)**
Tidak Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Konten Dakwah Akun Instagram @adihidayatofficial Dengan Perilaku Keagamaan Mahasiswa Umu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau.

1. **Hak Cipta dan Dilarang:**
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian yang berjudul Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram dihidayatofficial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan riset yang dalam proses penelitiannya banyak menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan informasi, pengertian, hingga pada hasil akhirnya (Machali, 2021). Sedangkan Menurut Creswell bahwa penelitian kuantitatif melihat bagaimana teori tertentu berkorelasi dengan variabel (Kusumastuti et al. 2020).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Menurut Fraenkel serta Wallen, penelitian survei ialah riset dengan mengumpulkan data dari sesuatu ilustrasi dengan menayakannya melalui angket ataupun wawancara untuk menggambarkan bermacam aspek pada suatu populasi (Maidiana, 2021). Metode survei memakai angket atau kuisioner untuk instrumen saat penyusunan informasi. Data atau informasi didapat melalui sampel yang mewakili bermacam populasi, setelah itu akan memperoleh informasi dan selanjutnya akan di olah menggunakan aplikasi SPSS (Maulidina, 2020).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan langsung di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi yang merupakan salah satu fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang beralamat di Panam, Jl. H.R. Soebrantas No. 155 Km 15, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru. Dan Penelitian akan dilakukan selama kurang lebih 2 bulan setelah seminar proposal.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi ialah keseluruhan komponen penelitian yang mencakup objek dan subjek yang mempunyai ciri-ciri tertentu. Populasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori: populasi terbatas dan tak terbatas, populasi homogen dan heterogen, dan populasi target dan survey (Amin et al., 2023). Dengan istilah lain bahwa populasi adalah semua individu atau kasus atau objek, dimana hasil suatu penelitian dapat digeneralisasikan (Swarjana, 2022). Populasi memiliki karakteristik dan tersebar luas, populasi harus ditentukan dengan batasan yang jelas tentang siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak unit yang diperkirakan ada. Untuk membatasi sebaran populasi yang luas, maka dapat menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi (Roflin et al. 2021:1).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada penelitian ini, peneliti menetapkan populasi yaitu Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau terkhusus angkatan tahun 2022. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa jumlah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 sebanyak 252 orang.

3.3.2 Sampel

Sederhananya, sampel adalah bagian dari populasi yang berfungsi sebagai sumber informasi sebuah riset. Istilah lainnya, sampel adalah sebagian dari populasi untuk menggambarkan seluruh populasi (Amin et al., 2023). Cramer dan Howitt mendefinisikan bahwa sampel adalah seluruh permasalahan yang ditarik dari populasi atau seluruh kasus yang lebih besar, biasanya untuk melihat karakteristik pada populasi yang lebih besar (Swarjana, 2022, p. 13). Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Purposive Sampling. Purposive Sampling ialah langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam memastikan kriteria responden mana saja yang dapat diseleksi menjadi sampel (Lenaini, 2021).

Adapun kriteria yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2022
2. Memiliki akun media sosial Instagram
3. Mengikuti (Mem- *follow*) akun instagram @adihidayatofficial

Penelitian ini mengambil sampel dari jumlah populasi penelitian. Dan untuk mengetahui jumlah sampel tersebut maka dapat ditentukan yaitu dengan rumus Slovin. Berikut rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (252 orang)

e = Nilai Presisi (10% = 0,1)

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{252}{1+ 252 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{252}{1+ 252 (0,01)}$$

$$n = \frac{252}{1+ 2,52}$$



Hak Cipta dan Lindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{252}{3,52}$$

n = 71,59 Dibulatkan menjadi 72 Orang

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu:

3.4.1 Kuesioner (Angket)

Pengertian sederhananya Kuesioner ialah alat pengumpulan data primer dengan metode survey dengan memberikan pertanyaan kepada responden (Agus 2021). Pengertian lain yaitu Kuesioner atau sering pula disebut angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden. Selanjutnya, kuesioner tersebut diisi oleh para responden sesuai dengan yang mereka kehendaki secara independen dengan tanpa adanya paksaan (Herlina, 2019).

Agar informan mudah memahami ketika menjawab, kuesioner atau angket penelitian menggunakan bentuk skala likert. Skala likert ialah skala yang di pakai untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok yang bersangkutan dengan sebuah peristiwa atau fenomenal sosial (Pranatawijaya, Widiatry, Priskila, & Putra, 2019). Pada riset ini, peneliti memakai lima kategori bobot penilaian. Hal itu telah diuraikan ke dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Skala Likert Negatif

kategori	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	ST	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah produk dari validasi. Validasi adalah suatu prosedur yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data empiris untuk memperkuat kesimpulan yang diberikan oleh skor instrumen. Uji Validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa tepat suatu uji menjalankan fungsinya, serta apakah alat ukur yang



dihasikan benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur (Darma, 2020, p. 7).

Langkah menguji validitas butir pertanyaan pada kuesioner yaitu mencari hitung (korelasi pearson) dengan menggunakan rumus:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r : Koefisien korelasi yang dicari
- N : Jumlah individu dalam sampel
- X : Angka mentah untuk variabel X
- Y : Angka mentah untuk variabel Y

Teknik yang digunakan dalam pengujian validitas pada penelitian ini yaitu menggunakan r hitung. Hasil r hitung dari output SPSS dalam setiap pernyataan akan dibandingkan dengan r tabel dan untuk nilai signifikansi 5% atau 0,05. Untuk mengetahui kevalidan butir kuesioner dapat dilihat:

- a. Jika r hitung > r tabel, (alat ukur yang digunakan valid)
- b. Jika r hitung ≤ r tabel (alat ukur yang digunakan tidak valid) (Janna & Herianto, 2021)

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk menentukan apakah data yang diberikan dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas pada hakikatnya mengukur variabel-variabel yang digunakan melalui pertanyaan/ pernyataan yang dipakai (Darma, 2021, p. 17). Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat signifikan . Untuk melakukan uji tersebut, peneliti menggunakan bantuan SPSS 29.

Tabel 3.2 Tingkat Reliabel

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,02	Kurang reliabel
0,02 – 0,40	Agak reliabel
0,40 – 0,60	Cukup reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat reliabel

Untuk tingkat atau nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,60. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Bila nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel
- b. Bila nilai *Cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Darma, 2021)

c. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu dari sekian banyak proses yang harus diselesaikan dalam suatu penelitian. tentu saja proses analisis data dilakukan setelah data diperoleh dari lapangan (Sutisna, 2020). Menurut sugiyono pendekatan analisis data ialah mengkategorikan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data seluruh responden berdasarkan variabel, menampilkan data dari setiap variabel yang diperiksa, kemudian melakukan perhitungan untuk menyelesaikan rumusan masalah (Riyadi, 2020). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana merupakan suatu metode statistika yang dapat dipakai untuk menjelaskan adanya hubungan antara satu variabel bebas (independent) dengan satu variabel terikat (dependent) (Susanti, Sukmawaty, & Salam, 2019, p. 8). Dalam pendekatan analisis ini peneliti akan menjelaskan hubungan antara variabel bebas (X) yaitu pengaruh konten dakwah di instagram dengan variabel terikat (Y) yaitu perilaku keagamaan mahasiswa. hal itu dapat dihitung dengan persamaan regresi linier dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependent

X = Variabel independent

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Kemudian untuk mencari nilai a dan b menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Deskripsi Akun Instagram @adihidayatofficial

Instagram merupakan situs jejaring sosial yang mengutamakan berbagi foto atau gambar kepada pengguna lainnya. Selain itu Instagram memungkinkan penggunanya saling melihat keseharian pengguna yang diunggah di Instagram dan saling berkomunikasi walaupun tidak saling mengenal di dunia nyata, kemudian komunikasi dua arah ini membangun perasaan kedekatan sesama pengguna (Hamzah et al., 2023). Pada aplikasi Instagram banyak memiliki fitur-fitur menarik seperti Instagram Story, IGTV, unggah foto dan video, *hashtag*, dan banyak fitur dan kemudahan berjejaring lainnya. Dengan banyaknya fitur yang dimiliki pada aplikasi Instagram membuat persona Instagram mampu melekat di hati penggunanya. Hingga pada tahun 2010 meraih popularitas dengan 25 ribu pengguna di hari pertama.

Di Indonesia, penggunaan Instagram berkembang dengan sangat pesat. Jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia mengalami peningkatan hal itu berdasarkan data dari Napoleon Cat mengenai pengguna Instagram di Indonesia pada Desember 2022, terdapat 97.171.400 pengguna Instagram di Indonesia atau sekitar 34,5% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia (NapoleonCat, 2022). Di Indonesia pengguna Instagram tidak hanya sebatas meng-*upload* foto dan *tren* gaya hidup si pengguna pribadinya. Namun, kini Instagram dapat dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbagai macam hal, seperti media untuk berbisnis, sarana pendidikan, media hiburan, bahkan kini Instagram sudah populer digunakan untuk media berdakwah.

@adihidayatofficial merupakan sebuah akun Instagram yang bergerak aktif dibidang dakwah. Akun Instagram @adihidayatofficial merupakan akun resmi yang dimiliki oleh seorang Ustadz yang namanya sudah sangat familiar di dengar di Indonesia, yaitu Ustadz Adi Hidayat. Akun ini bergabung sejak Oktober 2016 dan akun ini sudah terverifikasi pada Agustus 2019 lalu. Pada 2024 ini akun @adihidayatofficial telah memiliki jumlah pengikut (*followers*) sebanyak 5,1 juta orang, dengan 25 mengikuti dan sudah mencapai 1.100 lebih postingan. Di dalam ribuan postingan yang telah di *upload*, pesan dakwah di sampaikan langsung oleh Ustadz Adi Hidayat dengan materi pembahasan yang beragam, meliputi tentang akidah, syariah, akhlak dan materi keagamaan lainnya.

Di dalam akun @adihidayatofficial juga terdapat postingan jadwal kajian rutin dan program-program yang di jalani Ustadz Adi Hidayat, seperti Program Safari Dakwah, Kajian Subuh dan Program SHBA (Satu Hari Bersama Al-Quran).



4.2 Logo dan Tampilan Akun Instagram @adihidayatofficial

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Gambar 4. 1 Logo akun instagram @adihidayatofficial



Gambar 4. 2 Tampilan akun instagram @adihidayatofficial



4.3 Program Kajian Dakwah Akun @adihidayatofficial

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Gambar 4. 3 Foto (Program Satu Hari Bersama Al-Quran) di akun @adihidayatofficial



Gambar 4. 4 Foto (Program Safari Dakwah) di akun @adihidayatofficial

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku keagamaan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau, hal itu dilihat pada hasil uji regresi linier sederhana yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dari hasil uji hipotesis diperoleh nilai t hitung = 7,154 dan t tabel = 1,997. Jika dibandingkan terlihat bahwa t hitung (7,154) > t tabel (1,997). Yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak, hal itu dapat disimpulkan bahwa terbukti adanya pengaruh konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Besarnya pengaruh konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial (X) terhadap perilaku keagamaan mahasiswa (Y) dapat diketahui dengan melihat nilai *R Square* sebesar 0,403. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial (X) terhadap perilaku keagamaan mahasiswa (Y) adalah sebesar 40,3%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 59,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas maka penelitian memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini menemukan bahwa konten dakwah memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keagamaan. Oleh karena itu, penting bagi pembuat konten dakwah untuk terus meningkatkan kualitas konten dan berinteraksi secara aktif dengan audiens. Melibatkan audiens dalam diskusi dan memberikan respons terhadap komentar dan pertanyaan dapat meningkatkan keterlibatan dan dampak positif konten dakwah.
2. Untuk mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau agar dapat terus meningkatkan aktivitas keagamaan tidak hanya secara online tetapi juga secara offline melalui kegiatan-kegiatan keagamaan di kampus atau komunitas.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi penelitian tidak hanya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi tetapi juga pada jurusan lain di UIN Suska Riau atau universitas lainnya untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- Arif, M. (2021). Analisis Perkembangan Motorik Halus Usia 5-6 Tahun Pada Era New Normal. *Sport Science and Education Journal*, 2(1), 21–26.
- Arifin, M. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Arhasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan fitur instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran kedai babakkeroyokan di kota palu. 9(2), 176–182.
- Arwan, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137.
- APJII. (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Retrieved February 21, 2024, from APJII website: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Arriyayah, H., & Mustafah, J. (2016). *Pendidikan Islam*. Depok: Prenadamedia Group.
- Arta Mevia Setiyana Putri, A., & Surya Patria, A. (2022). Perancangan Referensi Gaya Berpakaian Thrifting Melalui Feed Instagram. *Jurnal Barik*, 3(2), 125–137.
- Azimalia, R., Nuzuli, A. K., & Suriyadi. (2023). Pengaruh Mengakses Dakwah Di Instagram terhadap Moralitas Remaja Di Desa Baru Semerah. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi ...*, 6(2), 53–62.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. Jakarta: GUEPEDIA.
- Fauziah, S. N. (2015). Perilaku Keagamaan Islam Pada Anak Usia Dini. *JPUD: Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 9(2), 303–318.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61.
- Fiska Amalia, & M. Wildan Yahya. (2023). Pengaruh Instagram sebagai Trend Media Dakwah terhadap Sikap Keagamaan. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 3(2), 265–271.
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 416.



Hamzah, I. H., Bahfiarti, T., & Sultan, M. I. (2023). Personal Branding Pt. Vale Indonesia Di Instagram. *Al-KALAM : JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 10(2), 88.

Harlan, Y., Pramida, C., Usman, U., & Hermawati, H. (2022). Pengaruh Instagram (Jejaring Sosial) Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. *AL MUNIR: Jurnal Komunksi Dan Penyiaran Islam*, 13, 213–289.

Helina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Indah Sari. (2016). *Konten Ilegal (Illegal Content): Sebuah Tindak Pidana Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Uu Ite)*.

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, (18210047), 1–12.

Kusumastuti, A., & Ahmad Mustamil Khoiron dan Taofan Ali Achmadi. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.

Kusumawardhani, A., Segara, A. A., & Supriadi, W. (2019). Peran Orang Tua Dalam Pengawasan Penggunaan Internet Pada Anak. *Jurnal Abdikarya, Vol 3(3)(03)*, hlm 234.

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.

Lukiani, E. R. M. L., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Arifin, Z., Surindra, B., Irmayanti, E., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Peran Instagram dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 97–104.

Machal I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*.

Maidiana, M. (2021). ALACRITY : Journal Of Education. *Journal Of Education*, 1(2), 20–29.

Masduki, Y., & Warsah, I. (2020). *Psikologi Agama*. Palembang: TUNAS GEMILANG PRESS.

Maulidina, R. (2020). Pola Perilaku Pengguna Internet Dalam Mengonsumsi dan Menyebarluaskan Berita dan Informasi Pada Generasi X, Y, dan Z, 2020. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.

Maulassari, S. (2018). Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam (Bki). *Ilmu Dakwah*, 38(1), 162–188.

Mediana E., Yusup, E., & Arindawati, W. A. (2020). Pengaruh Konten TikTok



@Jeromepolin98 Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Generasi Z. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3489–3496.

Mentimeter. (2024a). Meeting Feedback Survey. Retrieved May 11, 2024, from <https://www.menti.com/aludjzy6r7v2>

Mentimeter. (2024b). Meeting Feedback Survey. Retrieved May 11, 2024, from <https://www.menti.com/alhrx2r52art>

Mentimeter. (2024c). Mentimeter. Retrieved May 11, 2024, from <https://www.menti.com/ald47pv9iimh>

Mulyono, F. (2021). Dampak Media Sosial bagi Remaja. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 57–65.

Munandar, H. (2023). *Pengaruh konten dakwah di instagram terhadap akhlak mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2020 iain ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponogoro.

Murti, A. N. (2020). *pengaruh pesan dakwah pada akun instagram @berani.hijrah terhadap perilaku beragama remaja*. UIN Syarif Hidayatullaah Jakarta.

Nabiila Setiawan, & Muhammad Fauzi Arif. (2023). Pengaruh Video Dakwah pada Akun Tiktok @Faizinaufal terhadap Kesadaran Followers. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 35–42.

NapoleonCat. (2022). Instagram users in Indonesia December 2022. Retrieved February 21, 2022, from NapoleonCat website: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>

Nisa, K., Syarifuddin, A., & Walian, A. (2023). Pengaruh Dakwah Melalui Akun Instagram @ Ustadzadhidayat _ Lc Terhadap Peningkatan Wawasan Keislaman Anggota Ikatan Remaja Masjid Agung (IRMA) Palembang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(8), 3671–3678.

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.

Pratama, S., Siraj, A., & Yusuf, M. (2019). Pengaruh budaya religius dan self regulated terhadap perilaku kegamaan siswa. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 331–346.

Purbajati, H. I. (2021). Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 8(2), 202–214.

Purbohasuti, A. W. (2019). Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 237.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

UIN Suska Riau



Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (4th ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Pratiq, A. (2015). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. 18–29.

Ridlo, M. (2021). Dakwah Islam Dalam Perspektif Komunikasi Massa. *El-Hamra*, 6(1), 1–8.

Rizwan, M., Nurdin, & Fitriingsih. (2019). Pengaruh Dakwah di Instagram terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15(2), 193–220.

Riadi, A. (2020). *Pengaruh Terpaan Media Online Detik.Com Melalui Berita Kampanye #2019gantipresiden Tahun 2018 Terhadap Keputusan Memilih Presiden 2019 Pada Mahasiswa Universitas Sahid Surakarta*. Universitas Sahid Surakarta.

Rofiana, H. F. (2020). *Pengaruh intensitas penggunaan Youtube terhadap perilaku keagamaan santri putri ponpes Darun Najah Jerakah Tugu Semarang* (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang). Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Roffin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

Soebani, B. A. (2016). *Perspektif Perubahan Sosial*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

Septiani Rosana, A. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, Vol. 5(No. 2), 145.

Setiawan, D. (2022). *Peran Aktivitas Dakwah Melalui Jamaah Tahlil Dalam Meningkatkan Keagamaan Masyarakat Desa Mangunrejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri*. IAIN Kediri.

Setiawan, P., Salim, D. P., & Indris, M. (2020). *PERILAKU KEAGAMAAN SISWA MUSLIM DI SMPN 1 DAN SMPN 2 AIRMADIDI*. 24–42.

Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, (1), 71–82.

Soekanto, S. (1985). *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Rajawali.

Susanti, D. S., Sukmawaty, Y., & Salam, N. (2019). *Analisis Regresi Dan Korelasi*. Malang: CV IRDH.

Sutisna, I. (2020). *Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. Universitas Negeri Gorontalo, 1(1), 1–15.

Suyono, A. (1985). *Kamus Antropologi*. Jakarta: Akademi Persindo.

Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam*

Penelitian. Yogyakarta.

- H. W. (2019). *Pengaruh video dakwah di akun media sosial (instagram) terhadap sikap keagamaan peserta didik di SMA Negeri 1 Tumijajar Tahun Ajaran 2018/2019*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- H. (2022). Perilaku Keagamaan Masyarakat Desa Besoangin Utara Kecamatan Tutar Kabupaten Polewali Mandar. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 19(1), 76–86.
- lgito, B. (1994). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wawanto, A. (2018). Penggunaan Internet dalam Perpustakaan. *Pustakaloka*, 10(2), 191.
- am, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2), 96–102.
- zulianti, S. F., Sukanto, S., & Subekti, E. E. (2023). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Anak Di Sd Negeri Bugangan 03 Semarang. *Wawasan Pendidikan*, 3(1), 318–326.
- usuf, M., Zain, A., & Fuadi, M. (2017). Identifikasi Ayat-Ayat Dakwah Dalam Al-Qur`an. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 1(2), 167.
1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Pengaruh konten dakwah akun insatgram @adihidayatofficial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :
 Jenis Kelamin :
 Umur :
 Konsentrasi :
 Semester :

Apakah kamu mengikuti (*follow*) akun instagram @adihidayatofficial ?

- Iya
- Tidak

Petunjuk Pengisian:

Silahkan isi pertanyaan dibawah ini dengan memilih salah satu dari 5 alternatif jawaban yang menurut anda paling sesuai. Berikut keterangan pengisian:

STS : Sangat Setuju
 TS : Tidak Setuju
 N : Netral
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

Variabel konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial (X)

No	Konten Dakwah Instagram					
	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	Informasi yang disampaikan dalam konten dakwah akun instagram @adihidayatofficial selalu akurat					
2	Pesan dakwah yang disampaikan di akun Instagram @adihidayatofficial mudah dipahami					
3	Topik yang disampaikan dalam konten dakwah @adihidayatofficial selalu relevan dengan kehidupan sehari-hari saya					



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

4	Akun @adihidayatofficial menyajikan berbagai tema dakwah yang bervariasi					
	Konten dakwah yang ditampilkan memiliki visual yang menarik dan mendukung pesan yang disampaikan					

Bentuk Konten Dakwah

No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih sering melihat konten dakwah di akun @adihidayatofficial dalam bentuk video					
2	Gambar atau poster yang diposting di akun @adihidayatofficial menarik dan informatif					
3	Saya selalu membaca caption yang menyertai setiap postingan dakwah di akun @adihidayatofficial					
4	Saya lebih sering mengikuti konten dakwah di Instagram Stories @adihidayatofficial dibandingkan postingan biasa					
5	Saya sering mengikuti siaran langsung (live streaming) dakwah di akun @adihidayatofficial					

Interaksi dengan Konten

No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu memberikan 'like' pada postingan dakwah yang saya lihat di akun Instagram @adihidayatofficial					
2	Saya berinteraksi dengan memberikan komentar pada konten dakwah yang saya lihat di akun Instagram @adihidayatofficial					
3	Sesekali Saya membagikan atau me-repost konten dakwah yang saya lihat di akun Instagram @adihidayatofficial					
4	Saya berinteraksi dalam sesi live dakwah di Instagram, baik dengan bertanya atau menyapa					
5	Saya menggunakan fitur direct message (fitur mengirim pesan pribadi) untuk berdiskusi tentang konten dakwah yang saya lihat di akun Instagram tersebut					

Variabel Perilaku Keagamaan (Y)

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
3. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
4. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
5. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aktif dalam Organisasi Keagamaan						
No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	Setelah melihat konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya semakin sering berpartisipasi dalam kegiatan organisasi keagamaan					
2	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mendorong saya untuk mengambil peran aktif dalam kepengurusan organisasi keagamaan					
3	Setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya lebih bersemangat memberikan ide dalam merencanakan program keagamaan					

Berakhlak Mulia						
No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial membuat saya lebih peduli terhadap sesama					
2	Saya lebih memperhatikan sikap sopan santun dalam berinteraksi setelah melihat konten dakwah di akun @adihidayatofficial					
3	Setelah menyaksikan konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya lebih berusaha bersikap jujur dalam setiap tindakan					

Menghargai terhadap sesama dan tidak angkuh						
No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mengajarkan saya untuk lebih menghormati perbedaan pendapat					
2	Setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial, saya menjadi lebih rendah hati dalam bergaul					



2. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial membantu saya lebih terbuka dalam menerima kritik dari orang lain					
---	---	--	--	--	--	--

Ikut serta dalam Kegiatan Keagamaan di Masyarakat

No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	konten dakwah di akun @adihidayatofficial, mendorong saya untuk lebih sering ikut serta dalam acara keagamaan di masyarakat					
2	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mendorong saya untuk ikut serta dalam kegiatan sosial berbasis agama					
3	Saya merasa lebih termotivasi untuk berkontribusi dalam acara keagamaan di lingkungan saya setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial					

Senantiasa Bersyukur

No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		SS	S	N	TS	STS
1	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial membuat saya lebih sering mengucapkan syukur setelah mendapatkan nikmat					
2	Saya menjadi lebih positif dalam menghadapi ujian hidup setelah mengikuti konten dakwah di akun @adihidayatofficial					
3	Konten dakwah di akun @adihidayatofficial mengajarkan saya untuk lebih menghargai nikmat-nikmat kecil dalam hidup					

Lampiran 2. Rekapitulasi variabel (X) Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @adihididayatofficial

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No Responden	Konten dakwah															Total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
2	5	5	5	3	4	3	3	3	2	3	1	3	4	4	4	52
3	3	1	2	4	2	4	4	4	5	4	5	3	2	2	3	48
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
5	2	2	2	5	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2	4	44
6	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	26
7	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	42
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
9	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	65
10	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	48
11	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	2	3	50
12	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	53
13	1	1	1	5	1	2	4	4	3	4	2	1	4	1	1	35
14	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	56
15	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	22
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
17	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	53
18	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	50
19	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	60
20	5	3	4	4	5	3	3	5	4	4	5	3	4	2	1	55
21	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	47
22	3	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	3	3	54
23	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	54
24	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	48
25	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	52
26	3	3	3	4	2	5	4	4	3	3	4	5	3	2	2	50
27	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	1	1	1	2	37
28	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
29	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	2	2	38
30	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	58
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
32	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	45
33	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	67
34	2	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	1	3	2	3	42
35	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	2	3	48
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
37	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	43
38	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	46
39	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	3	2	3	2	2	55

40	1	4	3	5	4	3	4	5	5	4	5	3	5	3	2	56
41	3	4	3	3	5	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	58
42	2	4	1	3	1	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	42
43	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	55
44	1	1	2	3	1	1	1	3	3	3	4	1	2	1	1	28
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
46	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
48	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	40
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
50	3	3	3	5	5	5	4	3	3	3	5	3	5	3	1	54
51	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	60
52	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	26
53	2	2	2	5	3	4	4	4	4	4	5	2	3	2	3	49
54	3	2	4	4	4	4	4	4	2	2	5	2	2	2	2	46
55	2	2	3	4	1	3	4	4	4	4	3	1	1	1	3	40
56	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	2	2	48
57	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	63
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
59	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	56
60	4	3	1	5	2	5	5	5	4	5	5	2	5	2	1	54
61	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
62	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
63	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	40
64	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	48
65	2	3	4	4	2	3	3	5	4	4	5	2	4	1	1	47
66	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	65
67	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
68	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	58
69	3	2	2	4	3	2	3	4	3	2	3	2	2	1	2	38
70	2	2	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	46
71	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	3	2	3	30
72	3	1	1	2	2	1	1	3	1	3	3	3	2	1	4	31

1. Dilarang menutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3. Rekapitulasi Variabel (Y) Perilaku keagamaan

No Responden	Perilaku Keagamaan															Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	
1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	54
2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	42
3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	63
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
5	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	2	36
6	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	42
7	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	51
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
9	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	68
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	58
11	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	5	4	63
12	4	5	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	56
13	4	5	4	4	5	4	4	2	2	2	5	2	2	2	2	49
14	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	61
15	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	36
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
17	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	49
18	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	2	2	3	45
19	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	66
20	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
21	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	50
22	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	56
23	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	53
24	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	48
25	5	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	53
26	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	54
27	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	48
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
29	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	45
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	72
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
32	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	50
33	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	71
34	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	51
35	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	66
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
37	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	73

- © Hak Cipta Dindingi Undang-Undang
- Hak Cipta Dindingi Undang-Undang
1. Di larang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

40	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	2	5	5	4	60
41	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	67
42	4	4	4	3	2	2	3	3	3	2	4	2	4	4	4	2	46
43	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	53
44	2	4	3	3	3	1	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	41
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
46	4	5	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	51
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
49	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	2	2	2	2	46
50	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
51	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
52	3	5	3	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	49
53	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	53
54	5	5	5	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	57
55	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	70
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
57	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	63
58	1	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	47
59	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	57
60	3	4	2	4	4	3	4	2	4	3	4	1	3	4	5	50	
61	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	61
62	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	50
63	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	52
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
65	5	5	5	5	5	3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	3	66
66	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	69
67	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
68	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
69	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	51
70	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
71	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	36
72	4	4	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	36

1. Dilarang menutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.