

PENGARUH DAKWAH DI INSTAGRAM TERHADAP MORALITAS

REMAJA DI DESA BARU SEMERAH

SKRIPSI



Oleh

Riska Azimalia

NIM: 1910302005

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH

T.A 1444 H / 2022 M

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH DAKWAH DI INSTAGRAM TERHADAP MORALITAS
REMAJA DI DESA BARU SEMERAH**

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh

Riska Azimalia

NIM: 1910302005

Dosen Pembimbing I : Dr. Suriyadi, M.Ag

Dosen Pembimbing II : Ahmad Khairul Nuzuli, M.I.Kom

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH

T.A 1444 H / 2022 M

Dr. Suriyadi, M.Ag
Ahmad Khairul Nuzuli, M.I.Kom
Dosen Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Kerinci

Sungai Penuh, 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah
IAIN Kerinci
Di Sungai Penuh

AGENDA	
NOMOR :	1416
TANGGAL :	7 Feb 2023
DARAF :	

NOTA DINAS

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Riska Azimalia dengan NIM 1910302005 yang Berjudul: "Pengaruh Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah", telah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami harap skripsi itu bisa diterima dengan baik.

Demikian kami ucapkan terima kasih, semoga nota ini bisa digunakan sebagaimana mestinya.

وَعَلَيْكُمْ السَّلَامُ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Pembimbing I



Dr. Suriyadi, M.Ag

NIP : 197210111999031002

Pembimbing II



Ahmad Khairul Nuzuli, M.I.Kom

NIP : 199502252020121008

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Dakwah Di Instagram terhadap Moralitas Remaja Di
Desa Baru Semerah

Nama : Riska Azimalia

NIM : 1910302005

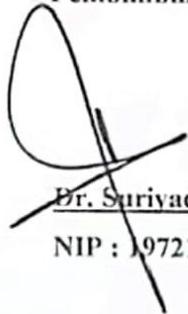
Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Menyetujui

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasah
Ushuluddin Adab dan Dakwah Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci

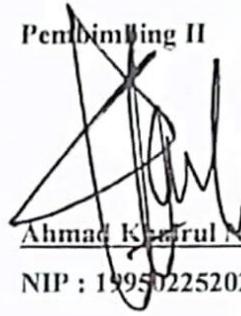
Pembimbing I



Dr. Surivadi, M.Ag

NIP : 197210111999031002

Pembimbing II

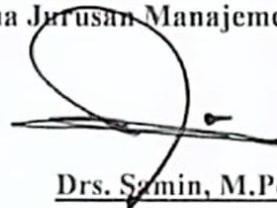


Ahmad Kharul Nuzuli, M.I.Kom

NIP : 199502252020121008

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Drs. Szmin, M.PdI

NIP : 19680852000031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS USLUHUDDIN ADAB DAN DAKWAH (FUAD)
Jalan Kapten Muradi Kec. Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh
Telp (0748) 21065 Fax (0748) 22114

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH DAKWAH DI INSTAGRAM TERHADAP MORALITAS REMAJA DI DESA BARU SEMERAH”, yang di susun oleh RISKHA AZIMALIA dengan NIM.1910302005, telah di uji dalam sidang munaqasyah Fakultas Usluhuddin Adab dan Dakwah Insitut Agama Islam (IAIN) Kerinci, pada hari Selasa tanggal 05 April 2023 dan dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Sosial (S. Sos) dan mecapai gelar Sarjan Program Strata Satu (S.1) pada jurusan Manajemen Dakwah.

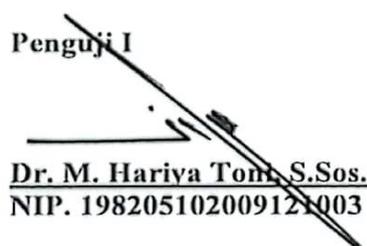
Kerinci, 05 April 2023

Tim Penguji

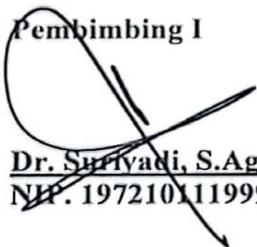
Ketua Sidang


Drs. Samin M.PdI
NIP.196808052000031002

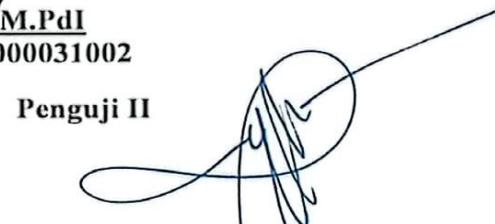
Penguji I


Dr. M. Hariya Tomi S.Sos. I., MA
NIP. 198205102009121003

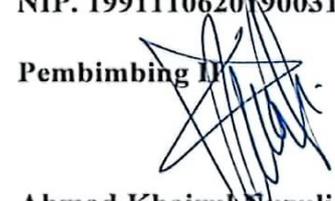
Pembimbing I


Dr. Suryadi, S.Ag, S.S, M.Ag
NIP. 197210111999031002

Penguji II


Adriansyah Muftitama, M.I.Kom
NIP. 1991110620190031010

Pembimbing II


Ahmad Khairul Nizuli, M.I.KOM
NIP. 199502252020121008

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSEMBAHAN

Ya rabbi

Tak henti-hentinya ku panjatkan rasa syukur dan terima kasihku kepada-Mu

Engkaulah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Yang tak henti-hentinya melimpahkan kasih dan memberikan rasa sayang serta kekuatan yang tiada tara Mak dan Bapak tercinta, terima kasih atas semua doa, harapan dan kepercayaan serta semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepadaku, yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu menasehatiku untuk menjadi lebih baik. Karya ini kupersembahkan sebagai rasa hormat dan terima kasih yang tiada terhingga kepada mak dan bapak karena selama ini belum bisa berbuat yang lebih baik, semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat mak dan bapak bangga, dan tentunya, juga kupersembahkan kepada kedua kakakku tercinta yang selalu memberikan dukungannya kepadaku.

MOTTO

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ مَنْ
سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِهِ وَالْمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ مَا نَهَى اللَّهُ عَنْهُ

Artinya: “Orang muslim yang baik adalah yang muslim lainnya aman dari gangguan ucapan dan tangannya, dan orang yang hijrah (termasuk kelompok muhajirin) adalah yang meninggalkan apa-apa yang dilarang Allah” (HR Bukhari)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan mendapat kemudahan. Selanjutnya, shalawat beriringan salam tidak lupa dihanturkan kepada suri tauladan yakni Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah”**, penulis tidak lepas dari bantuan, dorongan, motivasi yang tidak henti-henti dari banyak pihak, baik berupa bimbingan, pengarahan, dukungan, semangat dan do’a yang terus-menerus. Dengan tulus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang menyertai perjuangan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus penulis ingin mempersembahkan skripsi ini dan menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Orang tua, Ayah dan Ibu yang tak henti-hentinya mendoakan dan memotivasi untuk senantiasa bersemangat dan tak mengenal kata putus asa tanpa mengharapkan balas jasa dariku. Terima kasih atas segala dukungannya, baik secara material maupun spiritual hingga terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Asa’ari, M.Ag (Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci), Bapak Dr. Jalwis, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Bapak Dr. Suriyadi M.Ag selaku wakil Dekan I, Bapak Drs.

Ahmad Zuhdi, MA selaku wakil Dekan II, dan Bapak Drs. Fauzi, MA selaku wakil Dekan III yang telah memberi izin penelitian.

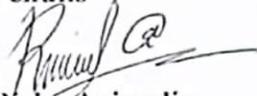
3. Bapak Drs. Samin, M,Pd.I Selaku Ketua Jurusan dan Bapak Aan Firtanosa, M.A Selaku sekretaris jurusan Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci,yang telah membantu dalam proses awal penulisan skripsi.
4. Dr. Suriyadi, S.Ag, S.S, M.Ag dan Ahmad Khairul Nuzuli, M.I Kom selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak dan ibuk dosen beserta karyawan dan karyawanati Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci, yang telah membekali peneliti dengan ilmu pengetahuan serta memberikan pelayanan dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.
6. Pihak perpustakaan dan seluruh staf akademik yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi.
7. Keluarga besar Program Studi Manajemen Dakwah angkatan 2019 yang telah memberikan semangat, dukungan dan informasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Serta semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Oleh karena itu, penulis terbuka akan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca sekalian, serta bernilai ibadah di sisi Allah SWT, kepada Allah SWT berserah diri semoga semua diberi rahmat dan selalu berada dalam lindungan-Nya.

Baru Semerah, 15 Januari 2023

Penulis



Riska Azimalia

NIM: 1910302005

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Riska Azimalia
NIM : 1910302005
Program : Manajemen Dakwah

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) yang saya susun berjudul “Pengaruh Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau plagiat karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis ini terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiat karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Sungai Penuh, 15 Januari 2023

Pembuat Pernyataan,



Riska Azimalia
NIM: 19103020005

ABSTRAK

Dakwah merupakan salah satu bentuk komunikasi, dimana informasi atau pesan yang disampaikan bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak penggunaannya. Selain itu, Instagram merupakan media sosial yang cocok untuk dijadikan medium dakwah. Fenomena dakwah di Instagram makin berkembang pesat. Instagram bisa digunakan untuk menyebarkan propaganda dan pemikiran. Dakwah di media sosial Instagram semakin marak, khususnya di Indonesia, terbukti dengan semakin berkembangnya para da'i yang memanfaatkan akun media sosial Instagram pribadinya untuk berdakwah. Desa Baru Semerah merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tanah Cogok, Kabupaten Kerinci. Dimana hasil pengamatan prapenelitian, peneliti melihat menurunnya moral remaja di desa tersebut. Seperti banyaknya pemuda yang kecanduan game online, judi online. Selain itu, masih banyak orang tua yang bekerja sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI) dan petani, sehingga tidak mempunyai waktu yang cukup untuk mengontrol dan berkomunikasi dengan sang anak. Dari latar belakang ini peneliti tertarik untuk melihat apakah ada pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatori. Sampel dalam penelitian ini adalah 83 orang yang mempunyai kriteria : 1). Remaja yang berdomisili di Desa Baru Semerah. Kategori remaja adalah individu berumur 12-18 Tahun. 2). Mempunyai akun Instagram; 3). Pernah mengakses akun dakwah di Instagram. Analisis penelitian menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana dengan bantuan SPSS untuk menguji pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah. Setelah dilakukan Uji SPSS, ditemukan hasil penelitian Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X) berpengaruh positif terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y).

Kata Kunci : Dakwah, Instagram, Moral Remaja

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN KEASLIAN	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Hipotesis Penelitian	10
G. Definisi Konseptual	10
H. Definisi Operasional	11
I. Metode Penelitian	12
BAB II TINJAUAN TEORITIS	19
A. Dakwah di Instagram	19
1. Pengertian Dakwah	19
2. Tujuan Dakwah	21
3. Strategi Dakwah	22
4. Unsur-Unsur Dakwah	26
5. Dakwah di Instagram	28
B. Moral Remaja	32
C. Teori Efek Dakwah	34

**BAB III TEMUAN PENELITIAN VARIABEL MENGAKSES DAKWAH
DI INSTAGRAM DAN VARIABEL MORALITAS REMAJA DI DESA
BARU SEMERAH..... 37**

- A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 37
- B. Temuan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram 40
- C. Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah..... 47

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN PENGARUH INTENSITAS
MENGAKSES DAKWAH DI INSTAGRAM TERHADAP MORALITAS
REMAJA DI DESA BARU SEMERAH..... 56**

- A. Uji Asumsi Klasik 56
- B. Uji Hipotesis Pengaruh Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram
terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah..... 59
- C. Pembahasan 65

BAB V PENUTUP 66

- A. Kesimpulan 66
- B. Saran 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 Uji Validitas Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah
- Tabel 3.2 Uji Reliabilitas Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah
- Tabel 4.1 Uji Autokorelasi
- Tabel 4.2 Uji Korelasi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram dengan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah
- Tabel 4.3 Tabel Koefisien Korelasi
- Tabel 4.4 Uji Regresi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah
- Tabel 4.5 Uji Koefisien Determinasi Menggunakan Regresi Linear Sederhana antara Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah



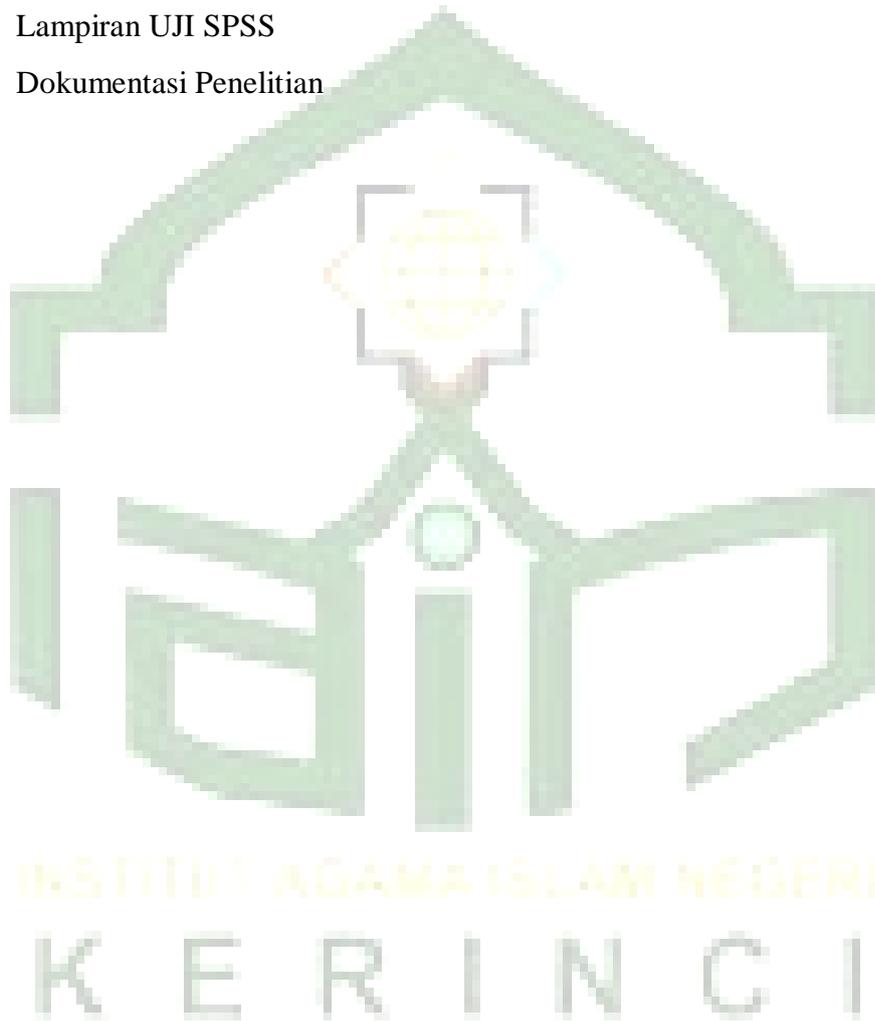
DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Visualisasi Pengaruh Antar Variabel
- Gambar 2.1 Aplikasi Yang Paling Banyak Didownload Tahun 2021
- Gambar 2.2 Visualisasi Teori Efek media
- Gambar 3.1 Tingkat Keseringan dalam mengakses konten dakwah di Instagram
- Gambar 3.2 Teingkat kedalaman dalam mengkonsumsi konten dakwah di Instagram
- Gambar 3.3 Tingkat pemahaman dalam mengkonsumsi konten dakwah di Instagram
- Gambar 3.4 Tingkat keseringan dalam membagi ulang postingan dakwah di Intagram
- Gambar 3.5 Tingkat keseringan dalam menjadikan postingan dakwah di Intagram sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain
- Gambar 3.6 Temuan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram
- Gambar 3.7 Tingkat Keseringan dalam melakukan ibadah di dalam kehidupan sehari-hari
- Gambar 3.8 Tingkat Keseringan dalam berpartisipasi aktivitas sosial di dalam masyarakat
- Gambar 3.9 Tingkat Keseringan dalam mengakses pornografi
- Gambar 3.10 Tingkat Keseringan dalam melakukan judi online
- Gambar 3.11 Keseringan dalam berkelahi atau tawuran di masyarakat
- Gambar 3.12 Tingkat Keseringan dalam membantu orang tua
- Gambar 3.13 Tingkat Keseringan dalam menerima dan menjalankan nasehat dari orang tua anda
- Gambar 3.14 Tingkat Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah
- Gambar 4.1 Hasil Uji heteroskedastisitas
- Gambar 4.2 Uji Normalitas

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR LAMPIRAN

1. Biodata Peneliti
2. Dokumentasi Prapenelitian
3. Daftar Pertanyaan
4. Tabel Coding
5. Lampiran Uji SPSS
6. Dokumentasi Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Remaja merupakan generasi penerus suatu peradaban. Kualitas sebuah peradaban sangat tergantung dari kualitas remaja di dalamnya. Namun, dengan perkembangan zaman dan teknologi, moral remaja justru semakin merosot. Hal ini dikarenakan masa remaja ada fase dimana seseorang ketidakpastian sehingga mendapat banyak pengaruh dari teknologi yang berujung terjebak pergaulan bebas, seks bebas, perjudian, pornografi, dan sebagainya. Selain pengaruh teknologi, merosotnya moral seorang remaja juga tergantung dari pendidikan yang diterpaikan dilingkungan keluarga, dimana nilai-nilai kehidupan pertama kali mereka dapatkan. Dewasa ini banyak orang tua yang kurang dalam memberi kontrol dan pendidikan yang baik kepada perilaku anak(Ningrum, 2015).

Salah satu hal yang dapat membantu dalam menurunkan dengeradasi moral pada kalangan remaja adalah dengan dakwah. Karena dakwah merupakan upaya yang dilakukan umat muslim dalam menyebarkan pesan-pesan dan ajaran-ajaran agama. Hal ini dilakukan dengan berbagai cara dan metode tergantung situasi perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Intinya dakwah adalah misi dalam menyebarkan ajaran islam sebagai pedoman hidup manusia(Iman, 2018).

Dakwah di kalangan remaja sangat dibutuhkan kedekatan emosional antara remaja dan medium dakwahnya. Sehingga secara emosional materi dakwah mudah dicerna oleh remaja (Muqsi, 2018).

Dakwah merupakan salah satu bentuk komunikasi, dimana informasi atau pesan yang disampaikan bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam. Kemajuan teknologi membawa banyak perubahan bagi umat manusia, termasuk dalam cara berdakwah. Hadirnya media sosial sebagai medium komunikasi juga ikut serta merta menjadi media dakwah. Hal ini disebabkan audiens dakwah sekarang secara psikologis sangat dekat dengan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Rohman, 2020).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak penggunanya. Selain itu, Instagram merupakan media sosial yang cocok untuk dijadikan medium dakwah. Instagram menawarkan kemudahan penggunanya untuk dapat mengunggah atau memposting foto, gambar, atau video. Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan lain-lain yang ia miliki sebagai pelengkap dalam berkomunikasi dengan dunia. Sehingga, dengan berbagai kemudahan yang diberikan inilah, banyak pendakwah-pendakwah menggunakan istagram sebagai medium dakwah(Dinillah & SF, 2019).

Fenomena dakwah di Instagram makin berkembang pesat. Instagram bisa digunakan untuk menyebarkan propaganda dan pemikiran. Dakwah di

media sosial Instagram semakin marak, khususnya di Indonesia, terbukti dengan semakin berkembangnya para Da'i yang memanfaatkan akun media sosial Instagram pribadinya untuk berdakwah. Hal ini didorong oleh banyaknya kaum milenial yang menggunakan dan menyukai Instagram, serta pemahaman para Da'i bahwa Instagram adalah platform media sosial dengan kekuatan viral yang luar biasa, dan kesadaran para Da'i bahwa ini adalah era audio visual. Dakwah di Instagrampun bisa dilakukan dengan *bil lisan*, *bil hal*, dan *bil qalam*. (1) Dakwah *bil lisan* bila diterapkan di Instagram, seperti siaran langsung ceramah atau pengajian melalui fitur Instagram *live*, mengunggah konten video dakwah melalui fitur Instagram TV dan video Instagram, dan melakukan diskusi atau tanya jawab melalui Instagram langsung (fitur pesan langsung). (2) Teknik dakwah *bil hal* di Instagram berupa mengunggah amalan ke dalam fitur foto Instagram dan cerita Instagram, serta membuat akun Instagram pribadi sebagai platform untuk berdakwah. (3) Pada Instagram, pendekatan dakwah *bil qalam* berbentuk penulisan konten dakwah pada caption Instagram dan fitur Instagram *story* (Mutiawati, 2018).

Media Instagram juga dianggap sebagai alat yang efektif sebagai media dakwah bagi kaum milenial. Hal ini dikarenakan rata-rata pengguna Instagram adalah anak muda yang berkisar 18 hingga 24 tahun. Para Da'i juga ikut mengambil peran dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi berdakwahnya melalui media sosial Instagram. Salah satu contohnya adalah Ustadz Hanan Attaki yang sudah memiliki pengikut 8.5 juta di Instagram.

Konten dakwahnya di Instagram juga dianggap menginspirasi bagi kaum milenial (Dewi et al., 2021).

Disisi lain kemampuan media sosial dalam mengakses khalayak yang sangat luas, sehingga dimanapun dan kapanpun bisa untuk diakses. Selain itu, fitur komentar memungkinkan *audies* memberikan tanggapan atau *feedback* terhadap konten dakwah yang diberikan, menjadikan dakwah di Instagram.

Desa Baru Semerah merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tanah Cogok, Kabupaten Kerinci. Dimana hasil pengamatan prapenelitian, peneliti melihat menurunnya moral remaja di desa tersebut. Adapun beberapa permasalahan moral di Desa Baru Semerah dari hasil wawancara dengan Kepala Desa, antara lain :

1. Pengaruh media sosial: Remaja Desa Baru Semerah juga terpapar dengan penggunaan media sosial yang semakin meningkat. Konten-konten negatif di media sosial seperti pornografi, kekerasan, dan narkoba dapat mempengaruhi moral remaja.
2. Pendidikan: Masih ada remaja Desa Baru Semerah yang putus sekolah atau tidak mendapatkan akses pendidikan yang memadai, sehingga mereka cenderung tidak memiliki pemahaman yang baik tentang moral dan etika.
3. Minimnya kegiatan positif: Terbatasnya kegiatan positif yang dapat diikuti oleh remaja Desa Baru Semerah, membuat mereka lebih mudah terpapar pada hal-hal negatif.

4. Keluarga: Beberapa keluarga Desa Baru Semerah masih kurang memberikan perhatian pada moral remaja, terutama pada masalah agama dan pergaulan.
5. Lingkungan: Adanya lingkungan sosial yang kurang mendukung seperti pergaulan bebas, peredaran narkoba dan minuman keras, dan kekerasan dapat mempengaruhi moral remaja.
6. Kurangnya pemahaman agama: Banyak remaja Desa Baru Semerah yang kurang memahami agama dan tidak memiliki pemahaman yang baik tentang moralitas yang diajarkan dalam agama.

Hasil wawancara dengan Kepala Desa Baru Semerah, mengatakan bahwa penyebab merosotnya terjadi karena pengaruh rendahnya pendidikan dan kurangnya perhatian orang tua,

“Penyebabnya merosotnya moral remaja di desa ini, karena terpengaruh game online dan kurangnya pendidikan. Faktor utamanya memang kurangnya perhatian orang tua, sebagian besar memang ekonominya kurang memadai, tidak mampu membiayai sekolah. Memang ada beberapa yang mampu karena merantau ke Malaysia, namun anak yang tinggal ke nenek kurang adanya perhatian untuk sekolah, orang tuanya mengirim uang sementara anaknya putus sekolah” (Wawancara Prapenelitian dengan Kepala Desa Baru Semerah)

Menurut Sekretaris Desa Baru Semerah, ada beberapa bentuk kemunduran moral pada remaja Desa Baru Semerah, seperti kurangnya kagiatan agama, merokok game online, dan bergadang.

“Pergaulan remaja seperti pergaulan, merokok, game online, dan pulang larut malam. Pemicunya yaitu minat remaja untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat keagamaan kurang. Selain itu, adanya pergaulan remaja dan campur tangan remaja-remaja lain di luar dari Desa

Baru Semerah" (Wawancara Prapenelitian dengan Sekretaris Desa Baru Semerah)

Ada beberapa alasan mengapa topik pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah dipilih menjadi judul penelitian, diantaranya :

1. Relevansi Topik: Topik ini sangat relevan dalam konteks Indonesia, di mana agama dan kepercayaan memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Remaja merupakan kelompok yang rentan dan terpengaruh oleh berbagai faktor lingkungan, sehingga penting untuk memahami bagaimana dakwah dapat mempengaruhi moral remaja (Siti Nurdjanah, 2019).
2. Potensi Dampak Sosial: Moral remaja yang baik sangat penting untuk membentuk generasi yang berakhlak mulia dan bertanggung jawab di masa depan. Dengan meneliti pengaruh dakwah terhadap moral remaja, kita dapat memahami bagaimana dakwah dapat menjadi salah satu faktor yang membentuk karakter dan moral remaja, sehingga dapat membantu membangun masyarakat yang lebih baik (Muharrami, 2019).
3. Perkembangan Dakwah di Era Digital: Dakwah saat ini semakin berkembang dengan adanya teknologi dan media sosial. Oleh karena itu, meneliti pengaruh dakwah terhadap moral remaja dapat membantu memahami bagaimana pengaruh dakwah dalam era digital dapat membentuk karakter dan moral remaja (N. E. W. Putri & Gde, 2019).

4. Isu Moralitas Remaja: Isu moralitas remaja menjadi perhatian banyak pihak, termasuk orang tua, pendidik, dan masyarakat umum. Dengan meneliti pengaruh dakwah terhadap moral remaja, kita dapat memberikan kontribusi pada pemahaman isu moralitas remaja dan memberikan solusi yang lebih tepat dan efektif (Setiawan, 2019).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, ada beberapa rumusan masalah yang ingin dibahas di dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagaimana tingkat intensitas remaja di Desa Baru Semerah dalam mengakses Dakwah di Instagram?
2. Bagaimana gambaran moralitas remaja di Desa Baru Semerah?
3. Apakah terdapat pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, ada beberapa rumusan masalah yang ingin dibahas di dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Ingin melihat intensitas remaja di Desa Baru Semerah dalam mengakses Dakwah di Instagram.
2. Ingin melihat gambaran moralitas remaja di Desa Baru Semerah.
3. Ingin melihat adanya pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menguji hipotesis yang telah disusun untuk melihat pengaruh dakwah di Instagram dan Komunikasi dakwah di lingkungan keluarga terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi pedoman dalam kehidupan keluarga dan masyarakat, baik dalam dakwah dilingkungan keluarga, maupun pemanfaatan media sosial untuk mengakses konten-konten dakwah.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi *state of the art*. Pertama, penelitian A. Nur Aisyah Rusnali pada tahun 2020 yang berjudul Media Sosial dan Dekadensi Moral Generasi Muda. Metode di dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa media sosial memberika pengaruh negatif terhadap moral Generasi muda. Mulai dari kriminalitas, pergaulan bebas, sampai pada penyalahgunaan obat-obat terlarang. Penelitian ini mendorong orang tua untuk memberikan pengawasan terhadap anak mereka dalam mengkonsumsi media sosial(Rusnali, 2020).

Kedua, penelitian Zainal Azman pada tahun 2021 yang berjudul *Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial*. Penelitian ini juga mengambil metode studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa dakwah dengan media sosial merupakan solusi yang tepat untuk generasi muda, karena lebih efektif dan praktis. Media sosial juga menjadi medium dakwah yang akrab dengan generasi muda yang berinteraksi dengan internet disetiap waktu (Azman, 2021).

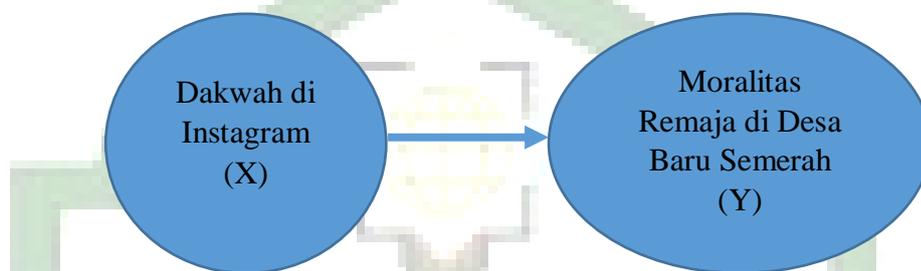
Ketiga penelitian, penelitian Wilga Secsio Ratsja Putri, Nunung Nurwati, Meilanny Budiarti S. pada tahun 2016 yang berjudul *Pengaruh Media Sosial terhadap perilaku remaja*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja menjadi hiperaktif dimedia sosial, sehingga gaya hidup merika di media sosial dianggap lebih populer, padahal di realitas kehidupan sehari-hari remaja cenderung merasa kesepian (Putri et al., 2016).

Keempat, penelitian Mardiana pada tahun 2020 yang *Media Sosial dan Komunikasi Dakwah pada Kalangan Remaja Di Sulawesi Tenggara*. Penelitian ini berfokus kepada uji pengaruh penggunaan media sosial terhadap komunikasi dakwah pada kalangan remaja di Sulawesi Tenggara. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan aktifitas komunikasi dakwah pada kalangan remaja (Mardiana, 2020).

Dari empat penelitian terdahulu hampir semuanya mengambil metode penelitian dengan prespektif kualitatif, studi kasus, dan studi pustaka. Sedangkan, penelitian yang peneliti teliti, lebih menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan ekplanatori.

F. Hipotesis Penelitian

Gambar 1.1: Visualisasi Pengaruh Antar Variabel



Berdasarkan kerangka visualisasi di atas dapat ditarik hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapatnya pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah
2. Tidak terdapatnya pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah

G. Definisi Konseptual

1. Dakwah di Instagram

Variabel mengakses dakwah di Instagram merujuk kepada intensitas remaja dalam mengakses konten dakwah di media sosial Instagram.

2. Moralitas Remaja

Moralitas remaja merujuk kepada perilaku pemuda di dalam masyarakat.

H. Definisi Operasional

1. Dakwah di Instagram

Variabel dakwah di Instagram berhubungan dari intensitas respondent didalam mengakses media Intagram. Intensitas berhubungan dengan waktu, intensitas, durasi, serta kedalaman pemahaman respondent terhadap konten dakwah di Instagram. Untuk mengukur mengakses dakwah di Instagram, peneliti menggunakan beberapa item operasional, diantaranya sebagai berikut :

1. Seberapa sering anda mengakses konten dakwah di Instagram?
2. Seberapa dalam anda mengkonsumsi konten dakwah di Instagram?
3. Sejauh mana pemahaman anda terhadap konten dakwah di Instagram?
4. Apakah anda sering membagi ulang postingan dakwah di Intagram?
5. Apakah anda sering menjadikan postingan dakwah di Intagram sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain.

2. Moralitas Remaja

Moralitas remaja berhubungan dengan perilaku remaja di tengah-tengah masyarakat. Moral juga merujuk pada standar perilaku berkenan dengan tata cara, adat, kebiasaan, nilai yang berlaku pada suatu kelompok sosial. Moral pada remaja ditentukan oleh budaya yang mempengaruhi nilai-nilai yang dimiliki oleh remaja tersebut, hal itu tergambarkan oleh

sikap dan perilakunya. Untuk operasional variabel moralitas remaja, peneliti menggunakan beberapa item operasional, diantaranya sebagai berikut :

1. Apakah anda sering melakukan ibadah di dalam kehidupan sehari-hari?
2. Apakah anda sering berpartisipasi aktivitas sosial di dalam masyarakat?
3. Apakah anda sering mengakses pornografi ?
4. Apakah anda sering melakukan judi online?
5. Apakah anda sering berkelahi atau tawuran di masyarakat?
6. Apakah anda sering membantu orang tua anda bekerja?
7. Apakah anda sering menerima nasehat dari orang tua anda?

I. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistic dengan pendekatan kuantitatif ekplanatif. Paradigm positivistic didasarkan pada hukum dan prosedur standar; ilmu dianggap deduktif di alam, berkembang dari umum dan abstrak ke konkret dan khusus; ilmu dianggap nomotetik, dengan hukum kausal yang bersifat universal dan melibatkan sejumlah variabel. Paradigma positivisme akhirnya melahirkan pendekatan kuantitatif (Muslim, 2018).

2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatori yang menghubungkan pola-pola yang berbeda namun terkait (Muslim, 2018). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana variabel pada objek yang diteliti lebih bersifat kausal daripada variabel bebas dan terikat. Carilah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan variabel-variabel tersebut (Sugiyono, 2018).

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah kategori luas dari objek dan subjek yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2018)

Populasi penelitian di dalam penelitian ini ada remaja desa baru semerah yang mempunyai akun Instagram dan pernah mengakses konten dakwah di media sosial.

b. Sampel

Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. *Teknik purposive sampling* digunakan karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2018). Penulis memilih teknik *Purposive Sampling*, yang menentukan pertimbangan atau

kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, sampel adalah narasumber yang memenuhi kriteria tertentu. Sebagai sampel penelitian digunakan kriteria sebagai berikut:

1. Remaja yang berdomisili di Desa Baru Semerah.
Kategori remaja adalah individu berumur 12-18 Tahun (Hurlock, 1998).
2. Mempunyai akun Instagram
3. Pernah mengakses akun dakwah di Instagram

Maka peneliti pilih 83 remaja yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini. Hal ini karena ukuran sampel yang layak dalam penelitian korelasional menurut Roscoe antara 30 sampai dengan 500. Dan batas minimal 30 responden sudah dianggap memiliki tingkat stabilitas yang baik (Sugiyono, 2018).

c. Jenis dan Sumber data

1. Data Primer

Data primer adalah informasi primer yang diperoleh dari sumber penelitian atau responden melalui kuesioner. Tujuan penggunaan data primer adalah untuk menguji validitas hipotesis.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber atau sumber sekunder. Data sekunder dapat diperoleh dari media terkait penelitian, buku, dokumen, dan website..

d. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

1. Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data angket adalah kumpulan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan berisi alternatif jawaban terstruktur yang harus diisi oleh responden.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden dan diisi.

e. Teknik Pengolahan Data

1. Editing

Editing dalam hal ini merujuk pada proses mengedit atau memperbaiki naskah hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden, termasuk mengoreksi kesalahan atau kekeliruan dalam penulisan jawaban, mengecek konsistensi jawaban, dan menghilangkan informasi yang tidak relevan atau kurang jelas.

2. Coding

Coding dalam penelitian kualitatif menggunakan kuesioner dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan

jawaban yang serupa berdasarkan tema atau topik tertentu, kemudian memberi label atau kode pada kelompok tersebut untuk mempermudah analisis data. Coding juga dapat dilakukan untuk mengidentifikasi pola atau tren tertentu dalam jawaban responden.

3. Skoring

Tindakan memberikan nilai numerik dalam menanggapi pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif untuk proses pengujian hipotesis. Nilai ini diperoleh dari skala pengukuran pada setiap item pertanyaan angket.

4. Tabulasi

Jawaban dikelompokkan secara teratur dan hati-hati untuk menghitung jumlah gejala yang termasuk dalam kategori tertentu dan menyajikannya dalam bentuk tabel.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran klarifikasi yang menilai keandalan setiap indikator yang dioperasionalkan. Pokok bahasan analisis isi adalah pengukuran untuk mencapai tingkat validitas yang tinggi. Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (construct validity), yaitu tingkat validitas ketika komponen-komponen konstruk konsisten satu sama lain. Validitas ini dicapai

dengan menguji konsistensi konsep (dan variabel) yang dioperasionalkan dengan hipotesis atau teori(Nuzuli, 2019)

Arikunto mencontohkan langkah-langkah pengujian validitas konstruk sebagai berikut:

1. Secara operasional mendefinisikan konsep yang akan diukur.
2. Untuk menguji alat ukur dengan meminta sejumlah responden mengisi kuesioner. Siapkan tabulasi jawaban.
3. menghitung nilai korelasi antara skor item dan skor variabel (Nuzuli, 2020).

Untuk melihat validitas sebuah item, kita akan mengujinya dengan angka Cronbach Alpha pada kolom *Correlated Item – Total Correlation* pada aplikasi *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*(Ghozali, 2018). Nilai korelasi negatif menunjukkan bahwa pertanyaan tersebut bertentangan dengan pertanyaan lainnya. Dapat dikatakan bahwa pertanyaan tersebut tidak valid atau tidak konsisten. (Nuzuli, 2019).

b. Uji Reliabilitas

Keandalan menggambarkan konsistensi hasil ketika suatu pengukuran (pengkodean) diulang dua kali atau lebih, baik oleh orang yang sama maupun oleh orang yang berbeda. Cronbach Alpha mengembangkan teknik analisis untuk pengujian reliabilitas. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha lebih*

besar dari 0,70, menurut Nunally. SPSS digunakan untuk melakukan perhitungan(Ghozali, 2018).

c. Analisis Regresi Sederhana

Analisis kuantitatif adalah metode menemukan pengetahuan yang menggunakan data dalam bentuk angka sebagai alat untuk menganalisis informasi tentang apa yang ingin Anda ketahui. Analisis regresi sederhana membandingkan variabel independen dengan variabel(Sugiyono, 2018). Rumus regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (Moral Remaja Desa Baru Semerah)

a = Konstanta

b = Koefisien untuk variable X

X = Variabel Independen (Intensitas mengakses dakwah di Instagram)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Dakwah di Instagram

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab *yad'u*, yang merupakan versi mashdar dari kata *da'a* dan berarti ajakan, ajakan atau ajakan. Seruan ini dapat dilakukan dengan suara, lisan, atau fisik. Tergantung bahasanya, dakwah bisa berarti ajakan berbuat baik atau berbuat jahat. Namun, dalam peradaban Islam, istilah dakwah lebih sering diartikan sebagai ikhtiar dan ajakan ke jalan kebenaran atau jalan Tuhan, bukan jalan setan. Bahkan dari perspektif ini, ajakan dan permohonan yang tidak dimaksudkan untuk mendorong orang lain ke jalan kebaikan tidak dianggap sebagai dakwah (Zulkarnaini, 2015).

Banyak ahli atau pakar dakwah yang telah memberikan definisi istilah menurut perspektifnya masing-masing, antara lain:

- a) Menurut Syech Ali Mahfudh, dakwah adalah mengajak manusia untuk berbuat kebaikan dan menyuruh mereka untuk berbuat baik dan mencegah mereka dari perbuatan jahat agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- b) M. Isa Anshary mendefinisikan dakwah Islamiyah sebagai transmisi dakwah Islam, meminta dan mengajak umat manusia untuk menerima dan mengimani doktrin dan pandangan dunia Islam.

c) M. Amin Rais berpendapat bahwa dakwah adalah segala upaya untuk mengubah masyarakat yang masih jahiliyah menjadi masyarakat yang Islami.

Dakwah memiliki dua makna mendasar, yaitu: Pertama, memiliki makna terbatas (*lughawy*) yaitu terbatas pada himbauan dan ajakan kepada kebaikan (*khair*) yang bentuknya umum dengan *bi al-lisan*, yaitu ceramah/ceramah, dan bisa juga *bi al-kitabah* (tulisan). Kedua, memiliki definisi yang komprehensif yang mencakup tidak hanya saran dan ajakan lisan, tetapi juga tindakan nyata (*dakwah bi al-hal*) yang dapat mengambil bentuk pendidikan, ekonomi, sosial, dan politik, antara lain.

Pengertian dakwah yang sempit (*bi al-lisan*) ini merujuk pada metode penyampaian dan pendampingan dakwah yang lebih terfokus pada ceramah agama, yang kini telah berkembang menjadi disiplin ilmu retorika. Dakwah operasional *al-lisan* (retorika) berkembang menjadi dakwah *al-kitabah*, yaitu melalui tulisan seperti di buku, surat kabar, dan terbitan lainnya.

Selain itu, dakwah *bi al-hal*, yaitu dakwah yang mengarah pada upaya mempengaruhi dan mengajak individu atau kelompok individu (masyarakat) dengan keteladanan dan kasih sayang, telah menjadi populer dengan sebutan dakwah pembangunan.

Dakwah adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk mengajak orang (masyarakat) kepada kebaikan dan melarang kemungkaran, baik

secara lisan, tulisan, lukisan, dan perbuatan, dengan menggunakan cara dan media yang sesuai dengan ajaran Islam, dengan tujuan untuk memajukan kebahagiaan manusia di dunia ini dan selanjutnya.

Secara historiografis, islamisasi nusantara terjadi sebagai akibat inisiatif dakwah. Tanpa upaya para *mubaligh*, komunitas Muslim terbesar di Indonesia seperti yang kita kenal sekarang ini tidak akan terbentuk.

Masih banyak umat Islam Indonesia yang melarat atau *mustadafin*. Mereka yang terus mengalami kemiskinan dan marginalisasi. Sehubungan dengan hal tersebut, saya yakin bahwa umat Islam di Indonesia telah mengambil keputusan yang tepat dengan mengupayakan pengembangan ekonomi umat Islam (Zulkarnaini, 2015).

Dakwah pada dasarnya adalah proses mengajak seseorang atau masyarakat untuk melakukan sesuatu dan meninggalkan yang lain. Dalam hal ini dakwah Islam merujuk pada upaya mengajak pada perintah Allah SWT demi kemaslahatan dunia dan akhirat, mencegah kemungkaran, dan membawa kebahagiaan (Karim, 2016).

2. Tujuan Dakwah

Dakwah harus dilakukan dengan tujuan yang jelas. Tujuan ini dapat diungkapkan sehingga jelas apa yang ingin dicapai melalui proses dakwah. Tujuan adalah komponen penting. Dengan tujuan tersebut, dapat dibuat strategi pelaksanaan dakwah. Artikulasi tujuan pelaksanaan dakwah membawa pada kesimpulan bahwa dakwah memiliki dua tujuan:

- 1) Tujuan langsung yang diarahkan langsung kepada masyarakat adalah untuk menaati petunjuk Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya.
- 2) Tujuan tidak langsungnya adalah mengembangkan kader da'i melalui pendidikan formal dan nonformal agar dapat diterjunkan di masyarakat.

3. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah rencana yang berisi serangkaian operasi yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Tujuan dakwah ada dua macam yaitu tujuan umum dan tujuan khusus (perantara). Mengubah sikap dan perilaku para mitra dakwah agar sesuai dengan ajaran Islam merupakan tujuan utama, yang menentukan arah keseluruhan dari segala upaya dakwah. Tujuan yang luas ini tidak dapat dicapai sekaligus karena mengubah sikap dan tingkah laku seseorang bukanlah tugas yang mudah. Oleh karena itu, diperlukan tingkat pencapaian. Tujuan pada setiap tingkat dikenal sebagai tujuan antara. Mitra dakwah yang telah menangkap pesan dakwah belum tentu diikuti pengalamannya.

Ada 3 (tiga) taktik atau strategi yang digunakan dalam dakwah, diantaranya:

- 1) *Al-hikmah* yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya, baik melalui perkataan maupun perbuatan, selama tidak bertentangan dengan hukum Allah SWT.

2) *Al-mau'izhah al-hasanah* (nasehat yang baik). Secara khusus, memberikan nasehat yang dapat diterima oleh orang lain ketika mengajak seseorang untuk menjalankan dinul Islam.

3) *Al-Mujadalah billati hiya ahsan* (berdiskusi dengan cara yang baik). Yaitu mengomunikasikan ide dengan menggunakan argumen atau pembenaran yang sesuai dengan keterampilan kognitif mereka.

Dari karakteristik kognitif hingga psikomotorik, seringkali melalui liku-liku kehidupan dan waktu yang lama. Sebagai ilustrasi, seseorang membaca buku tentang doa. Dia memahami kewajiban, tetapi dia tidak pernah berdoa. Dua tahun kemudian, dia didiagnosis menderita diabetes dan harus diamputasi. Ia lalu membuka buku yang telah ia pelajari sebelumnya untuk mempelajari tata cara sholat dan berdoa. Oleh karena itu, tujuan yang menjadi ukuran adalah tujuan yang unik. Tujuan khusus harus dapat dicapai, konkret, transparan dan terukur. Selain itu, tujuan yang ditentukan melibatkan beberapa tahapan. Tujuan utama dakwah berfungsi sebagai landasan untuk menyusun rencana dakwah dengan menyempurnakan setiap tujuan tertentu.

Di era globalisasi dan informasi modern, dakwah harus mampu menjangkau dan beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Dengan demikian, pengembangan dakwah memerlukan berbagai pendekatan strategis. Bahwa tugas dakwah merupakan tugas suci yang terhormat yang harus dikembangkan oleh setiap kita yang mengaku muslim.

Secara umum, ada dua teknik yang dapat diterapkan untuk pertumbuhan dakwah Islam: pertama, pendekatan dakwah ditentukan oleh hasil yang diinginkan. Kedua, rencana dakwah dilihat dari kacamata metode dakwah. Kedua taktik tersebut dalam penerapannya saling menguatkan atau melengkapi dan tidak perlu diterapkan secara kaku dan berurutan. Pendekatan Struktural Secara khusus, pembentukan dakwah dapat terjadi melalui jalur struktural resmi, seperti pemerintah. Prof Dr H Amien Rais telah melakukan pendekatan ini dengan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), *Cultural Approach*. Hal ini mengacu pada pengembangan dakwah melalui jalur budaya non formal, seperti jalur komunitas, budaya, sosial dan jalur non formal lainnya. Ini dibuat oleh KH Abdurrahman Wahid bekerja sama dengan Nahdhatul Ulama (NU).

Dari perspektif tujuan dakwah, telah disusun dua taktik dalam penyebaran dakwah Islam: *tawsi'ah* (meningkatkan jumlah umat Islam) dan *tarqiyah* (meningkatkan kualitas umat Islam). Tujuan dari strategi *tawsi'ah* adalah untuk memperbanyak jumlah umat Islam. Dalam hal ini, dakwah dilakukan di antara mereka yang belum memeluk Islam. Sedangkan strategi *tarqiyah* bertujuan untuk memperkuat keimanan dan ketakwaan mereka yang telah masuk Islam.

Arti penting strategi dakwah adalah pencapaian tujuan, sedangkan arti penting tujuan adalah pencapaian hasil yang diinginkan. Sangatlah penting untuk memfokuskan perhatian spesialis dakwah pada strategi dakwah, karena efektivitas kegiatan dakwah sangat bergantung pada

strategi dakwah itu sendiri. Dengan demikian, strategi dakwah makro dan mikro memiliki tujuan ganda, yaitu penyebaran pesan dakwah yang informatif, menarik, dan instruktif secara sistematis kepada khalayak sasaran untuk hasil terbaik.

Banyak tergantung pada strategi dakwah yang sebenarnya. Dengan demikian, strategi dakwah makro dan mikro memiliki tujuan ganda, yaitu penyebaran pesan dakwah yang informatif, menarik, dan instruktif secara sistematis kepada khalayak sasaran untuk hasil terbaik.

- a) Prinsip filosofis ini sebagian besar berfokus pada topik yang sangat relevan dengan tujuan proses atau operasi dakwah.
- b) Prinsip filosofis ini sebagian besar berfokus pada topik yang sangat relevan dengan tujuan proses atau operasi dakwah.
- c) Prinsip Sosiologis: Konsep ini mencakup perhatian yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, seperti politik pemerintah daerah, agama yang dominan di suatu daerah, sasaran dakwah filosofis, sasaran dakwah sosiokultural, dan lain-lain.
- d) Prinsip psikologis ini membahas masalah yang sangat terkait dengan kewajiban manusia. Seorang Da'i adalah individu manusia; karenanya, penerima dakwahnya pun memiliki ciri khas yang berbeda satu sama lain. Dalam proses melaksanakan dakwah, masalah psikologis harus diperhatikan.
- e) Pengertian efikasi dan efisiensi mensyaratkan bahwa dalam upaya dakwah harus dicari keseimbangan antara biaya, waktu, dan tenaga

yang diinvestasikan dengan hasil yang dihasilkan. Sehingga hasilnya bisa lebih optimal.

Seorang Da'i hanya perlu membuat dan menerapkan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi Mad'u sebagai tujuan dakwah dengan memperhatikan prinsip-prinsip tersebut di atas.

4. Unsur-Unsur Dakwah

Da'i adalah orang yang menyebarkan dakwah secara lisan, melalui tulisan, atau melalui tindakan individu, kelompok, atau lembaga. Da'i sering disebut sebagai pengkhotbah, merujuk pada mereka yang menanamkan keyakinan Islam. Namun, istilah *mubaligh* memiliki definisi yang sangat sempit, karena masyarakat cenderung memandangnya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam secara lisan, seperti penceramah, penceramah, dan lain-lain.

Seorang Da'i dituntut untuk memahami semua faktor yang terlibat dalam pelaksanaan dakwah, meliputi substansi dakwah, unsur manusia yang dihadapi, unsur kondisi (tempat dan waktu), unsur bentuk, dan cara berdakwah yang benar.

Seorang Da'i juga harus memiliki tiga ciri. Pertama, ia harus memiliki keimanan yang kuat dan kokoh agar orang-orang mudah menerima risalahnya. Da'i pribadi juga harus menjadi contoh. Ketiga, da'i harus peka terhadap lingkungan alam, selain mahir menilai situasi medan

dan memetik atau menyampaikan dakwahnya sesuai dengan lokasi, waktu, dan khalayak.

Mad'u dalam isim maf'ul *da'a* merujuk pada individu yang diajak atau dikenai tindakan dakwah. Mad'u adalah objek sekaligus subjek dakwah, yaitu setiap manusia. Siapa pun mereka, baik laki-laki atau perempuan, tua atau muda, bayi atau orang tua di ranjang kematiannya, mereka semua Mad'u dalam azan Islam. Dakwah juga ditunjukkan kepada non-Muslim, apakah mereka ateis, penganut pandangan agama, atau penganut agama lain; mereka semua gila. Hal ini karena tujuan kedatangan Islam adalah untuk membawa kebaikan bagi alam semesta. Jika dakwah hanya terbatas pada kalangan tertentu, maka Islam tidak akan terwujud sebagai rahmat bagi alam semesta.

Mad'u adalah individu atau organisasi yang menerima dakwah, baik itu muslim (muslim) maupun non muslim. Dakwah yang ditujukan kepada non-muslim (yang belum beragama Islam) berusaha meyakinkan mereka untuk memeluk Islam, sedangkan dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas keimanan, keislaman, dan ihsan di kalangan umat Islam. Konsekuensinya, tujuan dakwah (Mad'u) adalah kemanusiaan secara keseluruhan. Harus didahulukan maksud dan tujuan dakwah (Mad'u) dalam pelaksanaan dakwah, karena seorang da'i dituntut untuk mengetahui kondisi objek dan sasaran dakwah agar dapat memantapkan materi dan prosedur apa yang sesuai dan kondusif.

Sebelum menjalankan tugasnya, para Da'i lebih memilih untuk membiasakan diri dengan medan. Dengan mempelajari skenario lapangan, diyakini Da'i akan lebih memahami cara menghadapinya. Selain memberikan suntikan, seorang da'i bertanggung jawab untuk memilih obat yang tepat dan menentukan dosis berdasarkan diagnosis pasien. Sama pentingnya adalah menentukan teknik dan strategi terbaik untuk situasi dan kondisi tertentu.

5. Dakwah di Instagram

Pengertian media dakwah, atau arti istilah media menurut etimologinya, berasal dari kata latin “median” yang berarti alat perantara. Sementara media adalah bentuk jamak dari median, bentuk tunggalnya adalah median. Pengertian semantik media mencakup segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Oleh karena itu, media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan sebelumnya. Media dakwah ini dapat berupa produk (materi), individu, lokasi, dan sebagainya.

Sebagai semacam dominasi manusia atas *sunnatullah* yang menguasai alam, media juga merupakan produk dari pertumbuhan ilmu pengetahuan dan teknologi. Keberadaannya dalam kehidupan manusia memiliki wujud sosial, yang juga terkait dengan *sunnatullah*, entitas sosial yang mengatur kehidupan manusia.

Dalam menyampaikan ajaran (Islam) kepada umat manusia, seorang Da'i atau Da'i tidak akan lepas dari sarana atau media. Karena pada masa sekarang, dakwah lisan saja tidak cukup tanpa menggunakan teknologi komunikasi modern, seperti media sosial.

Dakwah di media sosial merupakan dampak dari perkembangan zaman dan teknologi. Pengguna media sosial yang kian hari makin bertambah membuat media sosial memiliki banyak manfaat. Salah satunya adalah untuk menebarkan kebaikan berupa dakwah (Sumadi, 2016) .

Maraknya teknologi di dunia modern tidak dapat diabaikan lagi, karena telah sangat membantu manusia dalam menghadapi segala tantangan hidup. Karena kemajuan teknologi yang sangat maju ini, sekarang lebih mudah bagi setiap orang untuk mempelajari apa yang terjadi di seluruh dunia, dan bahkan publikasi asing pun tersedia. Hampir semua wilayah di dunia telah dipengaruhi oleh media jaringan, oleh karena itu munculnya desa global sangat mungkin terjadi.

Banyak orang di dunia yang tidak mengerti apa itu media sosial, tetapi mereka lebih suka berkomunikasi menggunakan platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, dan lainnya. Namun, dibandingkan dengan platform media sosial lainnya, Instagram lebih populer di kalangan masyarakat, khususnya anak muda saat ini. Instagram terdiri dari dua istilah yang berdiri sendiri yaitu insta dan gram, dimana insta berasal dari kata instant dan gram berasal dari kata telegram,

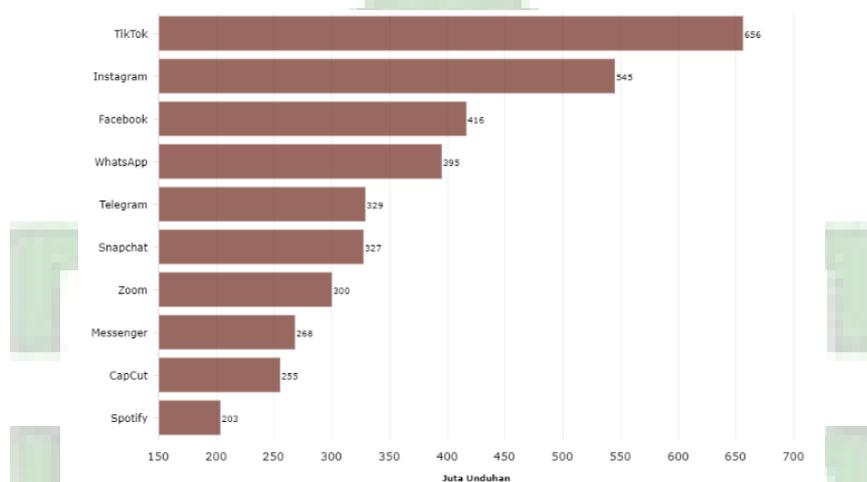
menandakan bahwa Instagram adalah sarana berkomunikasi berupa foto atau gambar dengan menggunakan program yang dapat diakses oleh orang lain.

Setelah Facebook, Instagram kini menjadi platform jejaring sosial paling populer di masyarakat. Sebelumnya hanya Facebook dan Twitter saja yang diketahui ada, sedangkan Instagram saat ini sedang booming. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang harus dimanfaatkan untuk dakwah. Instagram menarik bagi banyak pengguna karena kesederhanaan dan kemiripannya dengan platform media sosial lainnya. Ini adalah berita yang luar biasa bagi para da'i dan mubaligh yang memanfaatkan media sebagai alat dakwah. Instagram adalah media yang sangat populer di semua demografi, dengan miliaran pengguna aktif. Bahkan sekarang, ia memiliki sekitar 800 juta pengguna, dan basis penggunanya akan bertambah 200 juta per tahun.

Sebelum memposting foto dan video ke saluran Instagram mereka, pengguna dapat mengedit foto dan video yang dipublikasikan ke Instagram. Dengan memodifikasi foto dan video, pengguna dapat menyiarkan ide-ide luar biasa yang cukup menarik untuk mendapatkan pengikut pengguna. Realitanya, Instagram kini tidak hanya menjadi satu-satunya wadah teknologi informasi dan komunikasi, tetapi juga dapat dimasukkan ke dalam komunitas dakwah oleh para ulama dakwah media sosial (Nurrohmah, 2021).

Pemilihan media instagram sebagai objek penelitian, dikarenakan instagram salah satu media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia. Berdasarkan riset dari Apptopia, media sosial instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak diunduh setelah Tiktok (Angelia, 2022).

Gambar 2.1 : Aplikasi Yang Paling Banyak Didownload Tahun 2021 (Sumber : Apptopia)



Alasan lain pemilihan instagram sebagai objek penelitian adalah, instagram merupakan media sosial yang paling banyak diakses oleh generasi milenial dalam mengakses dakwah (Nurrahmi & Farabuana, 2020).

Munculnya platform media sosial Instagram yang banyak digunakan oleh banyak kalangan masyarakat untuk komunikasi dan pertukaran informasi tidak luput dari perhatian para juru kampanye dakwah untuk berdakwah. Instagram adalah platform yang memudahkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan layanan jejaring sosial dengan kontak mereka. Penggunaan fitur Instagram saat ini marak di kalangan pengguna Instagram, khususnya komunitas yang dikenal dengan *vidgram*

communicator. Biasanya, orang memposting video pribadi, informasi, komedi, fashion, dan hal lain yang menjadi topik perdebatan hangat. Hal inilah yang menjadi motivasi bagi para Da'i untuk memasukkan pesan dakwah dalam video Instagram mereka, karena video mereka dapat ditonton lebih dari satu juta kali (Dinillah & SF, 2019).

6. Moral Remaja

Masa remaja merupakan tahap peralihan antara masa kanak-kanak dan kedewasaan. Menurut beberapa sumber, masa remaja adalah masa "badai dan tekanan" (*storm and pressure*), di mana masa remaja mengalami banyak konflik dan kontradiksi yang tak terelakkan yang sangat mempengaruhi tingkah laku mereka. Hal ini didukung oleh penegasan Barnet bahwa di tengah badai dan tekanan yang terjadi pada remaja, ada tiga aspek krusial. Pertama, pertengkaran dengan orang tua mengenai batasan seperti sikap yang pantas, kapan pengawasan diperbolehkan, ke mana harus pergi, dan jam berapa pulang ke rumah. Kedua, gangguan mood seperti perasaan yang tidak biasa atau tidak nyaman, kecemasan, lekas marah, dan kehilangan fokus. Ketiga, kecenderungan untuk melakukan kegiatan berbahaya, seperti penggunaan narkoba, seks di luar nikah, aborsi, dan lain-lain, yang berpotensi merugikan diri sendiri atau orang lain.

Santrock (2003) menemukan, berdasarkan studi data demografis berbasis gender, bahwa anak laki-laki lebih cenderung terlibat dalam perilaku tidak bermoral terhadap anak perempuan, sedangkan anak perempuan lebih

cenderung melarikan diri, sedangkan laki-laki lebih cenderung melakukan kejahatan kekerasan. Selain itu, Gunarsa berpendapat bahwa remaja berada pada ambang antara masa kanak-kanak dan dewasa. Mereka sudah dewasa, tetapi jika mereka diminta untuk bertindak seperti orang dewasa, mereka gagal menunjukkan kedewasaan karena mereka kurang pengalaman dengan tubuh orang dewasa. Akibatnya, remaja biasanya tampak gelisah, bersemangat untuk mencoba segala hal yang tidak mereka ketahui, melamun/berfantasi, dan terlibat dalam aktivitas kelompok.

Sedangkan berdasarkan wilayah tempat tinggalnya, Gunarsa mengungkapkan bahwa sikap, kosa kata, gaya berpikir, dan tindakannya dipengaruhi oleh lingkungan sosial sekitarnya. Jika lingkungan memfasilitasi proses melalui kegiatan keteladanan, maka tidak akan menimbulkan masalah; Namun, lingkungan yang memberikan pengaruh buruk bagi remaja juga dapat memberikan pengaruh buruk bagi remaja. Selain itu, menurut Santrock, kualitas lingkungan sekitar rumah dapat berkontribusi terhadap kenakalan/kenakalan remaja. Santrock menambahkan bahwa tinggal di daerah dengan tingkat kejahatan yang tinggi, yang juga ditandai dengan kemiskinan dan keadaan hidup yang padat, dapat meningkatkan kemungkinan kenakalan remaja dan biasanya berada di lokasi yang tidak memadai.

Moral remaja dalam studi budaya merujuk pada apa yang dilakukan oleh manusia dalam interaksinya dengan manusia lain di dalam masyarakat. Moral juga merujuk pada standar perilaku berkenaan dengan tata cara, adat,

kebiasaan, nilai yang berlaku pada suatu kelompok sosial. Moral pada remaja ditentukan oleh budaya yang mempengaruhi nilai-nilai yang dimiliki oleh remaja tersebut, hal itu tergambarkan oleh sikap dan perilakunya (Rizal, 2017).

Moralitas remaja juga dipengaruhi oleh penerapan pendidikan agama di lingkungan pendidikan dan keluarga, interaksi dan keterbukaan dengan orang tua, dan juga pola pengasuhan orang tua (Adriansyah & Rahmi, 2012). Dewasa ini dalam banyak perspektif moral remaja dikatakan merosot dikarenakan oleh media sosial dan kurangnya komunikasi dengan orang tua (Ningrum, 2015).

7. Teori Efek Media

Media efek media menjelaskan efek teknologi komunikasi berupa media yang mempengaruhi perilaku dan cara berpikir manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Media adalah organisasi terstruktur yang menyediakan informasi kepada publik. Media berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan masyarakat yang lebih dewasa dan kontemporer. Penting juga adalah sejauh mana media mempengaruhi orang-orang sebagai pendengar tetap mereka. Menurut analisis tertentu, media memiliki dampak yang signifikan terhadap audiens. Misalnya, Adorno dan Horkheimer (1972) menggunakan propaganda persuasif media sebagai penjelasan atas Holocaust dan kekejaman lain yang terjadi selama Perang Dunia II. Bagus dan Herman (1988) percaya bahwa media merupakan sarana yang sangat efektif untuk mengkomunikasikan ideologi baru kepada individu masyarakat, seperti anak

muda, yang memiliki tingkat literasi media yang rendah. Ada dua perspektif dari mana teori yang ada dapat menjelaskan dampak media. Secara umum, sebagian besar gagasan yang menggambarkan dampak media berfokus pada perubahan perilaku yang dialami individu saat berinteraksi dengan media. Ada juga hipotesis yang menjelaskan dampak media dengan menggunakan persepsi sosial secara luas, dengan mempelajari pergeseran budaya yang berasal dari informasi yang diturunkan dari media. Hipotesis selanjutnya menjelaskan efek media pada masyarakat.

Teori efek media merupakan teori yang digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan pengaruh mengakses dakwah di media sosial dan moral remaja di Desa Baru Semerah.

Teori Efek media merupakan teori yang menjelaskan sebuah perilaku pada diri khalayak yang dipengaruhi oleh media masa, dimana media dapat membantu khalayaknya dalam mendapatkan informasinya (kognitif), merubah perasaannya (afektif) dan mempengaruhi perilakunya (psikomotorik) (Effendy, 2009).

Sedangkan Wilbur Schramm menjelaskan efek media massa adalah dimana informasi yang diperoleh khayalak dari media massa telah telah menstruktur dan mengorganisasikan realitas di benak khalayak, dan hal ini memperangurhi perilaku atau keputusan khalayak dalam suatu hal (Rakhmat, 2012).

Gambar 2.2 : Visualisasi Teori Efek media



Dalam gambar 2.2 diatas dapat kita lihat bahwa informasi yang dimaksud dalam visualisasi teori efek media masa mengacu kepada konten dakwah di Intagram. Ini akan mempengaruhi kepercayaan dan perasaan khalayak. Hal ini berujung ke perubahan perilaku khalayak, yakni perilaku moral positif.

BAB III
TEMUAN PENELITIAN
VARIABEL MENGAKSES DAKWAH DI INSTAGRAM DAN
VARIABEL MORALITAS REMAJA DI DESA BARU SEMERAH

Pada bab ini penulis akan menguraikan temuan penelitian intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah. Responden dalam penelitian ini adalah Remaja yang berdomisili di Desa Baru Semerah Kategori remaja adalah individu berumur 12-18 Tahun, mempunyai akun Instagram, dan pernah mengakses akun dakwah di Instagram. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 83 orang. Data disajikan dalam bentuk diagram yang menggambarkan jawaban responden item pertanyaan.

A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Aplikasi SPSS digunakan untuk melakukan uji validitas penelitian. Tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item-Total Correlation* menunjukkan validitas item yang digunakan di dalam penelitian. Pertanyaan tersebut bertentangan dengan pertanyaan lain jika ada nilai hasil angkanya negatif. Sehingga bahwa pertanyaan tersebut tidak sah atau bertentangan dengan pertanyaan lain dan tidak layak digunakan di dalam penelitian (Sugiyono, 2018). Dalam uji validitas dan reliabilitas penelitian ini digunakan sampel sebanyak 83 responden. Temuan validitas kedua variabel (X dan Y) disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Uji Validitas Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

No	Variabel	Item	<i>Correlated Item-Total Correlation</i>	Valid
1	Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X)	X1	0.314	√
		X2	0.459	√
		X3	0.375	√
		X4	0.528	√
		X5	0.315	√
2	Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y)	Y1	0.517	√
		Y2	0.449	√
		Y3	0.343	√
		Y4	0.546	√
		Y5	0.620	√
		Y6	0.385	√
		Y7	0.369	√

Tabel di atas menunjukkan apa yang terjadi ketika semua pertanyaan dalam kuesioner diuji. Dari tabel ini, Anda dapat melihat bahwa setiap pertanyaan memiliki nilai *Correlated Item-Total Correlation* yang positif. Sehingga diputuskan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid dan dapat digunakan dalam pengukuran.

Keandalan menunjukkan seberapa konsisten hasil ketika pengukuran (pengkodean) dilakukan oleh orang yang sama atau oleh orang yang berbeda lebih dari satu kali. Dalam penelitian ini, SPSS digunakan untuk menguji reliabilitas. Keandalan Uji statistik *Cronbach Alpha* menunjukkan reabel atau tidaknya variabel penelitian. Nunally dalam (Ghozali, 2018) mengatakan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*-nya lebih besar dari 0,70. Hasil dari uji reabilitas kedua variabel (X dan Y) tersebut ditunjukkan pada bagian selanjutnya.

Tabel 3.2 Uji Reabilitas Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Angka Standar Reliabel	Reliabel
1	Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X)	0.880	0.7	√
2	Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y)	0.701	0.7	√

Dalam penelitian ini, semua variabel independen dan dependen diuji reliabilitas, yang ditunjukkan pada tabel diatas. Dari tabel ini, Anda dapat melihat bahwa *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari

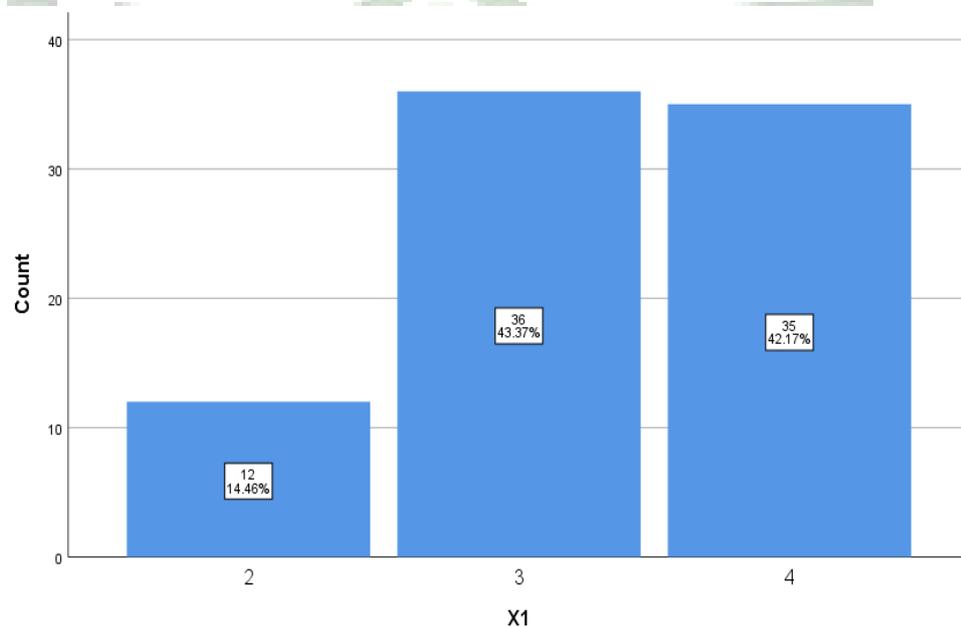
0,7. Jadi, diputuskan bahwa semua variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini reliabel dan layak untuk menguji hipotesis.

B. Temuan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram

1. Tingkat Keseringan dalam Mengakses Konten Dakwah di Instagram

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam mengakses konten dakwah di Instagram, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni: Tidak pernah (nilai 1), jarang (nilai 2), sering (nilai 3), dan sangat sering (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.1 Tingkat keseringan dalam mengakses konten dakwah di Instagram



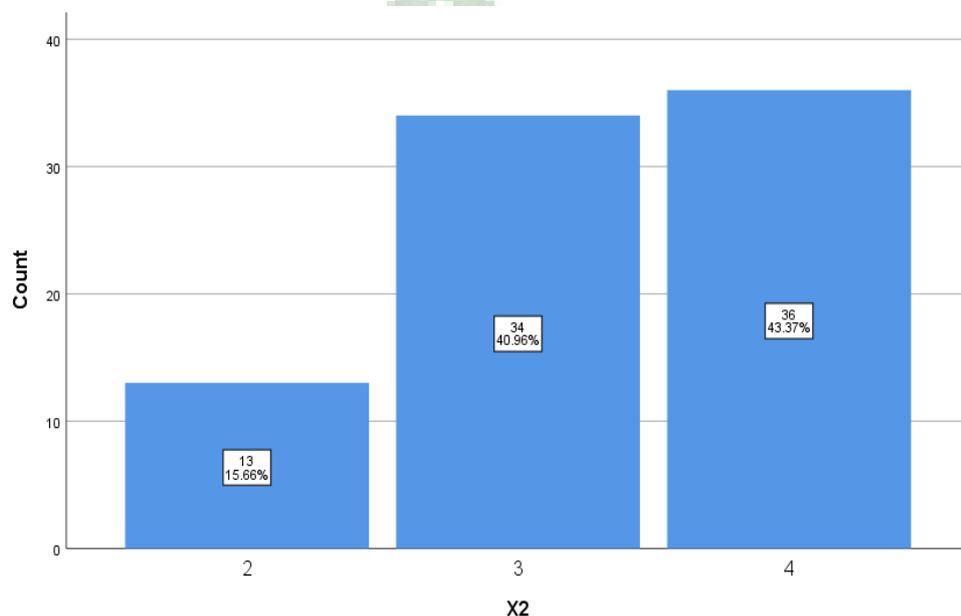
Dari Gambar 3.1 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan dalam mengakses konten dakwah di Instagram Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori sering (36 orang / 43, 37%) dan sangat

sering (35 orang / 42,17%), hanya sedikit responden yang berada pada kategori jarang, yakni 12 orang atau sekitar 14.46%.

2. Tingkat Kedalaman dalam Mengonsumsi Konten Dakwah di Instagram

Untuk menjawab item tingkat kedalaman dalam mengonsumsi konten dakwah di Instagram, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni: Sangat tidak dalam (nilai 1), tidak dalam (nilai 2), dalam (nilai 3), dan sangat dalam (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.2 Tingkat kedalaman dalam mengonsumsi konten dakwah di Instagram



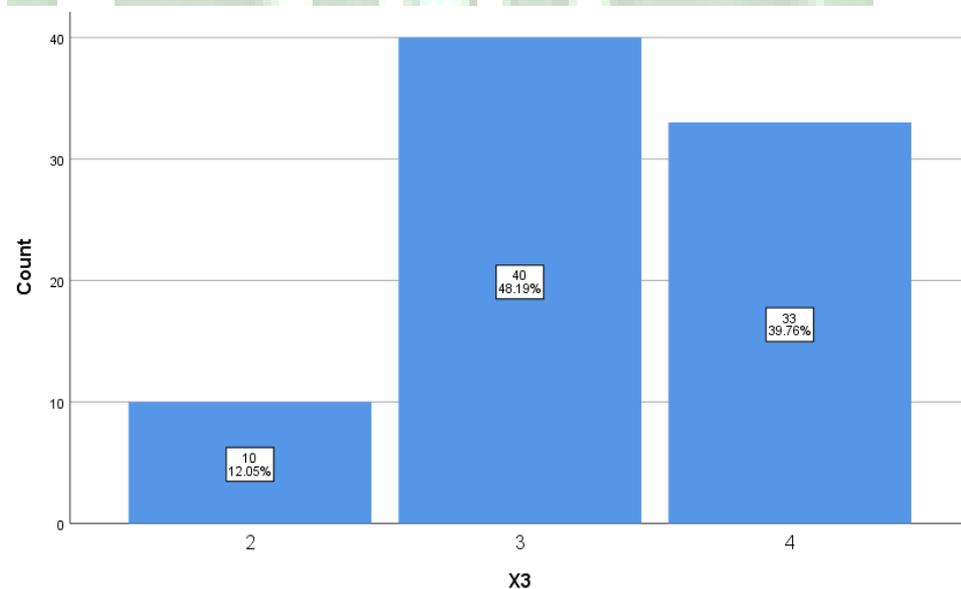
Dari Gambar 3.3 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat kedalaman dalam mengonsumsi konten dakwah di Instagram Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori dalam (34 orang / 40,96%) dan sangat

dalam (36 orang / 43.37%), hanya sedikit responden yang berada pada kategori tidak dalam, yakni 13 orang atau sekitar 15.66%.

3. Tingkat Pemahaman dalam Mengonsumsi Konten Dakwah di Instagram

Untuk menjawab item pemahaman dalam mengonsumsi konten dakwah di Instagram, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Sangat tidak paham (nilai 1), tidak paham (nilai 2), paham (nilai 3), dan sangat paham (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.3 Tingkat pemahaman dalam mengonsumsi konten dakwah di Instagram



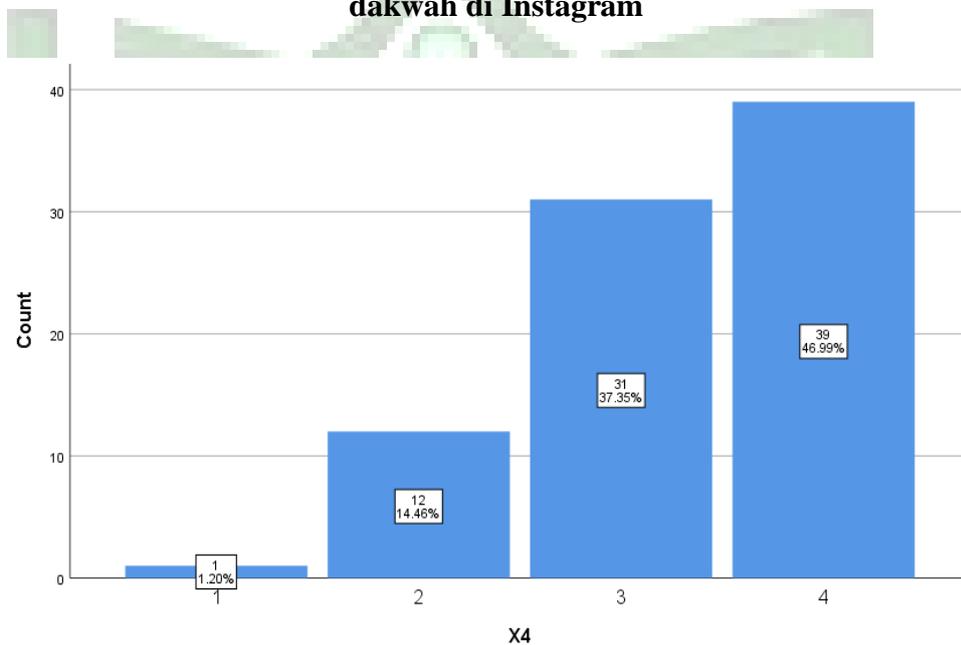
Dari Gambar 3.3 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat kedalaman dalam mengonsumsi konten dakwah di Instagram Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori paham (40 orang/ 48,19%) dan sangat

paham (33 orang / 39/76%), hanya sedikit responden yang berada pada kategori tidak paham, yakni 10 orang atau sekitar 12,05%.

4. Tingkat Keseringan dalam Membagi Ulang Postingan Dakwah di Instagram

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam membagi ulang postingan dakwah di Instagram, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni: Tidak pernah (nilai 1), jarang (nilai 2), sering (nilai 3), dan sangat sering (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.4 Tingkat keseringan dalam membagi ulang postingan dakwah di Instagram



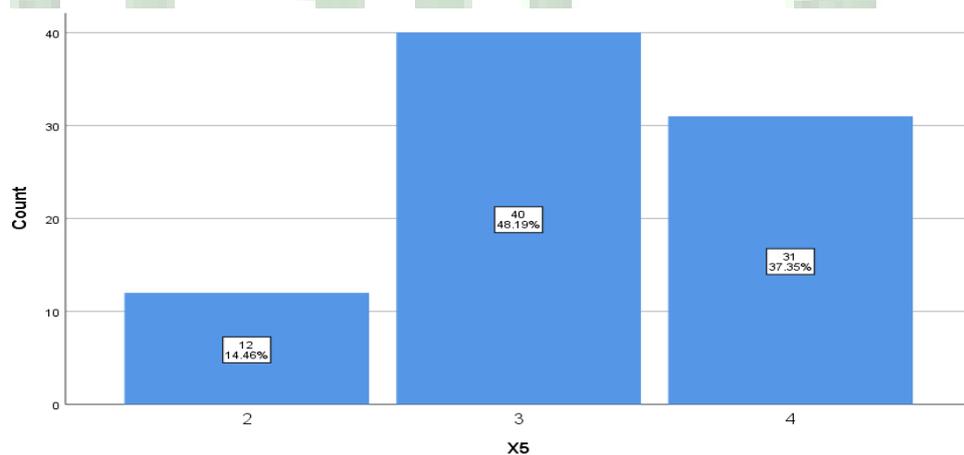
Dari Gambar 3.4 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan dalam membagi ulang postingan dakwah di Instagram pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori sering (31 orang / 37.35%) dan sangat

sering (39 orang / 46.99%), hanya sedikit responden yang berada di kategori jarang, yakni 12 orang atau sekitar 14.46%, dan hanya 1 orang / 1.20% yang berada pada kategori tidak pernah,

5. Tingkat Keseringan dalam Menjadikan Postingan Dakwah di Instagram sebagai Bahan Pembicaraan dengan Orang lain

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam menjadikan postingan dakwah di Instagram sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 1), jarang (nilai 2), sering (nilai 3), dan sangat sering (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.5 Tingkat keseringan dalam menjadikan postingan dakwah di Instagram sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain



Dari Gambar 3.4 dapat kita lihat bahwa mayoritas keseringan dalam menjadikan postingan dakwah di Instagram sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori

sering (40 orang / 48.19%) dan sangat sering (31 orang / 37.35%), hanya sedikit responden yang berada pada kategori jarang, yakni 12 orang atau sekitar 14.46%.

6. Temuan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram

Kategorisasi variabel intensitas mengakses dakwah di Instagram, yaitu sangat rendah, rendah, tinggi dan sangat sangat tinggi. Kategorisasi ini dilakukan dengan mengakumulasi skor dari lima item pertanyaan yang diajukan kepada responden. Dari akumulasi tersebut diperoleh skor tertinggi adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 5, selanjutnya kategorisasi tersebut ditempuh menggunakan rumus:

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

I = Lebar Interval

R = Rentang (Skor tertinggi-skor terendah)

K = Jumlah Interval Kelas

$$I = \frac{R}{K}$$

$$I = \frac{(20) - (5)}{4}$$

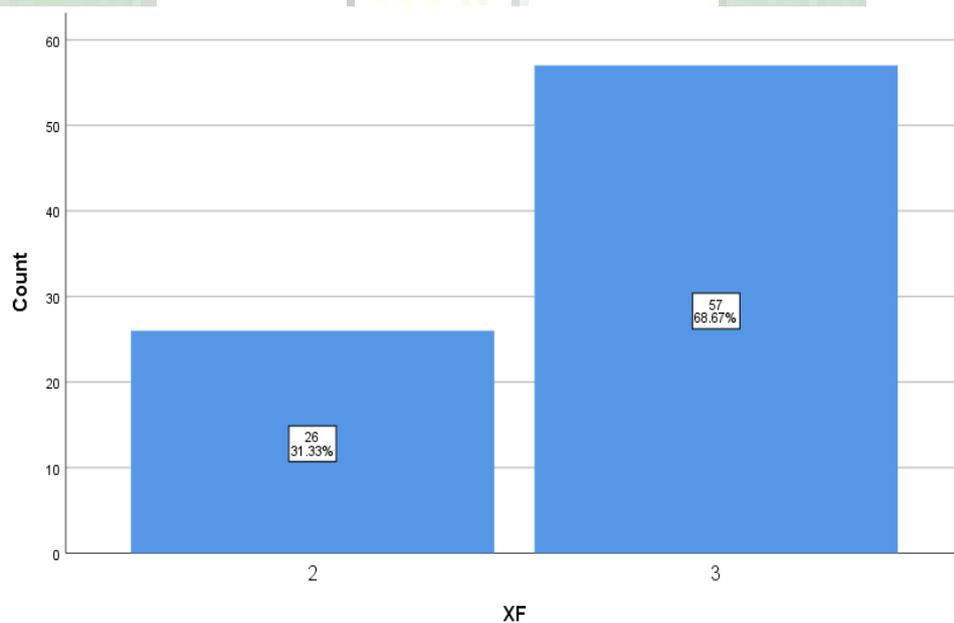
4

I = 3,75 dibulatkan menjadi 4

Dengan demikian kategorisasi dari intensitas mengakses dakwah di Instagram adalah sebagai berikut:

1. Skor 4-8 sangat rendah
2. Skor 9-13 rendah
3. Skor 14-18 tinggi
4. Skor 19-20 sangat tinggi

Gambar 3.6 Temuan intensitas mengakses dakwah di Instagram



Dari gambar 3.6 dapat disimpulkan bahwa mayoritas intensitas mengakses dakwah di Instagram pada remaja Desa baru semerah berada pada kategori tinggi yakni 57 orang atau 68.67%. Hanya 26 orang atau 31.33% yang berada pada kategori rendah.

C. Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

1. Tingkat Keseringan dalam melakukan ibadah di dalam kehidupan sehari-hari

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam melakukan ibadah di dalam kehidupan sehari-hari, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 1), jarang (nilai 2), sering (nilai 3), dan sangat sering (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.7 Tingkat keseringan dalam melakukan ibadah didalam kehidupan sehari-hari



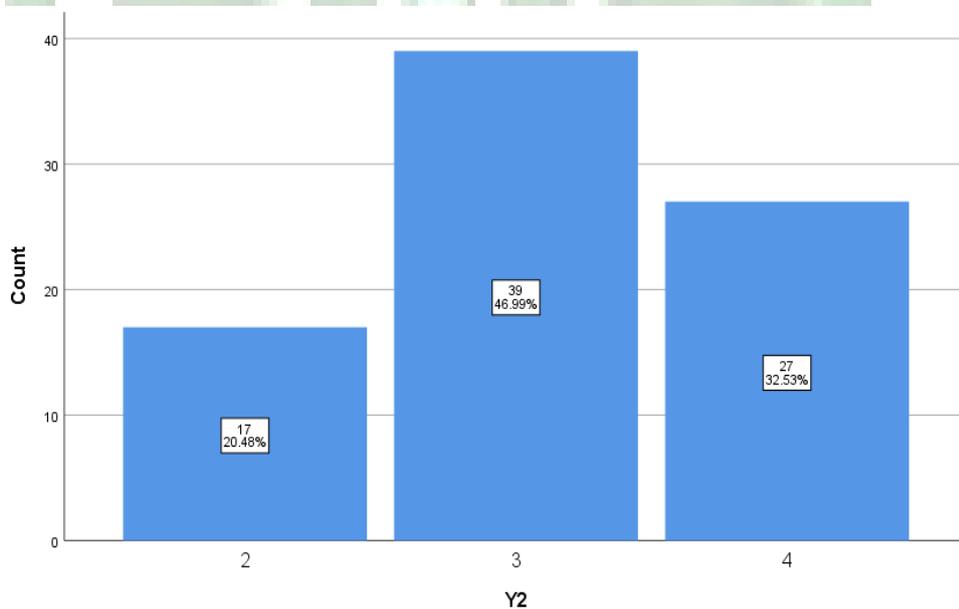
Dari Gambar 3.7 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan dalam melakukan ibadah di dalam kehidupan sehari-hari pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori sering (37 orang / 44.58 %) dan sangat sering (37 orang / 44.58 %), hanya sedikit responden yang

berada pada kategori jarang, yakni 8 orang atau sekitar 9.64%, hanya 1 orang / 1.20% yang berada pada kategori tidak pernah.

2. Tingkat Keseringan dalam berpartisipasi aktivitas sosial di dalam masyarakat

Untuk menjawab item tingkat keseringan berpartisipasi aktivitas sosial di dalam masyarakat, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 1), jarang (nilai 2), sering (nilai 3), dan sangat sering (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.8 Tingkat keseringan dalam berpartisipasi aktivitas sosial didalam masyarakat



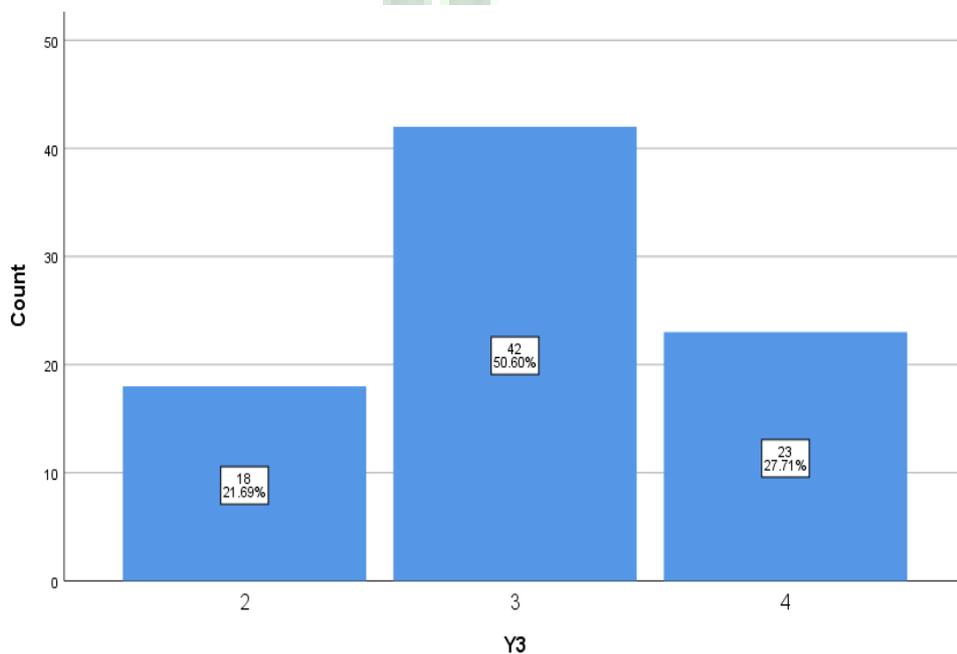
Dari Gambar 3.8 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan berpartisipasi aktivitas sosial di dalam masyarakat pada Remaja Desa Baru

Semerah berada pada kategori sering (39 orang / 46.99 %) dan sangat sering (27 orang / 32.53 %), hanya sedikit responden yang berada pada kategori jarang, yakni 17 orang atau sekitar 20.48%.

3. Tingkat Keseringan dalam Mengakses Pornografi

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam mengakses pornografi, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 4), jarang/hampir tidak pernah (nilai 3), sering (nilai 2), dan sangat sering (nilai 1). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.9 Tingkat keseringan dalam mengakses pornografi



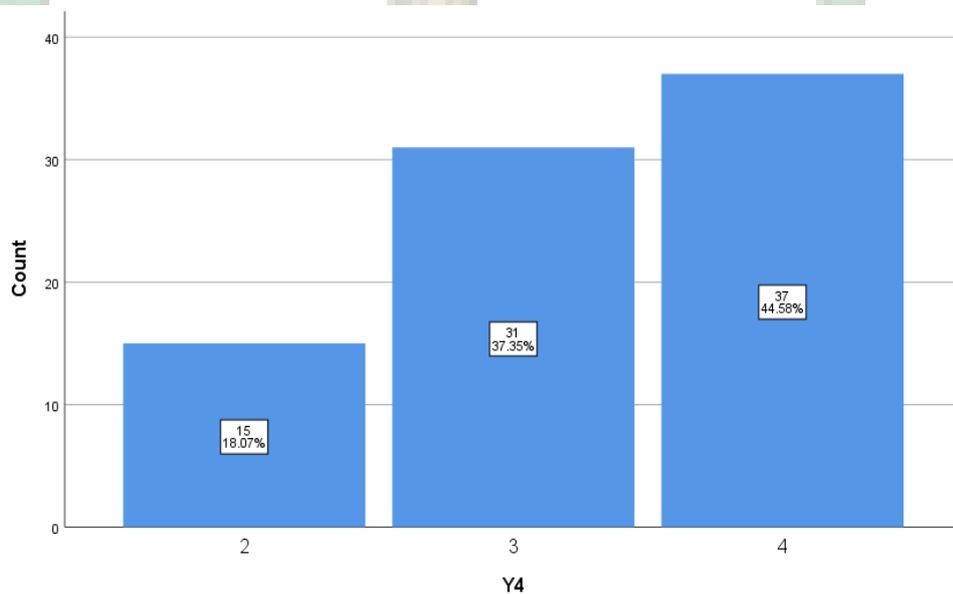
Dari Gambar 3.9 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan dalam mengakses pornografi pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori jarang/hampir tidak pernah 42 orang/ 50.60% dan

tidak pernah 23 orang/27.71%. hanya 18 orang/21.69% yang berada pada kategori sering.

4. Tingkat Keseringan dalam Melakukan Judi Online

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam melakukan judi online, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 4), jarang/hampir tidak pernah (nilai 3), sering (nilai 2), dan sangat sering (nilai 1). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.10 Tingkat keseringan dalam melakukan judi online

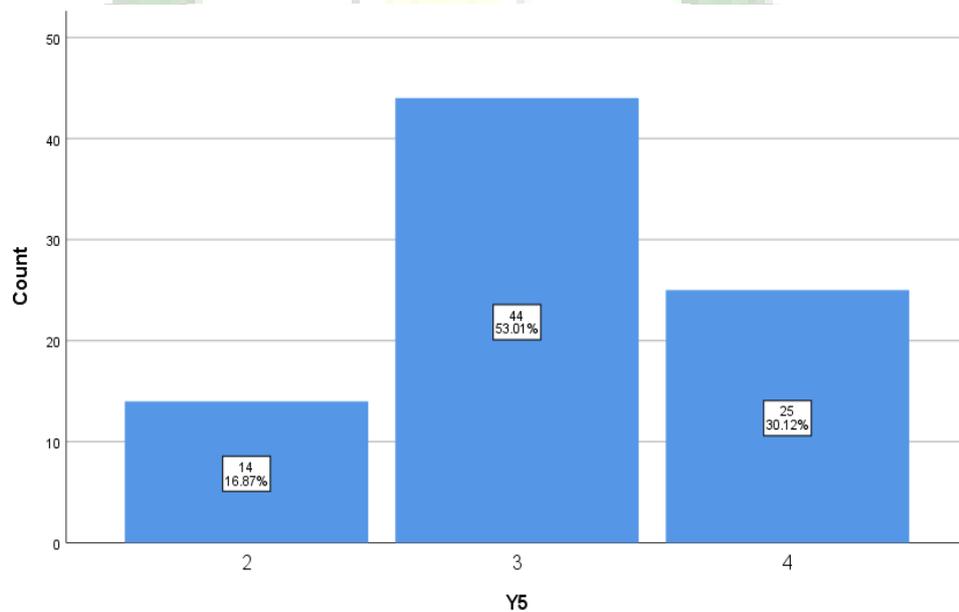


Dari Gambar 3.10 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan dalam mengakses pornografi pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori jarang/hampir tidak pernah 31orang/37.35% dan tidak pernah 37orang/44.58%. hanya 15 orang/18.07% yang berada pada kategori sering.

5. Tingkat Keseringan dalam Berkelahi atau Tawuran di Masyarakat

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam berkelahi atau tawuran di masyarakat, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 4), jarang/hampir tidak pernah (nilai 3), sering (nilai 2), dan sangat sering (nilai 1). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.11 Keseringan dalam berkelahi atau tawuran di masyarakat

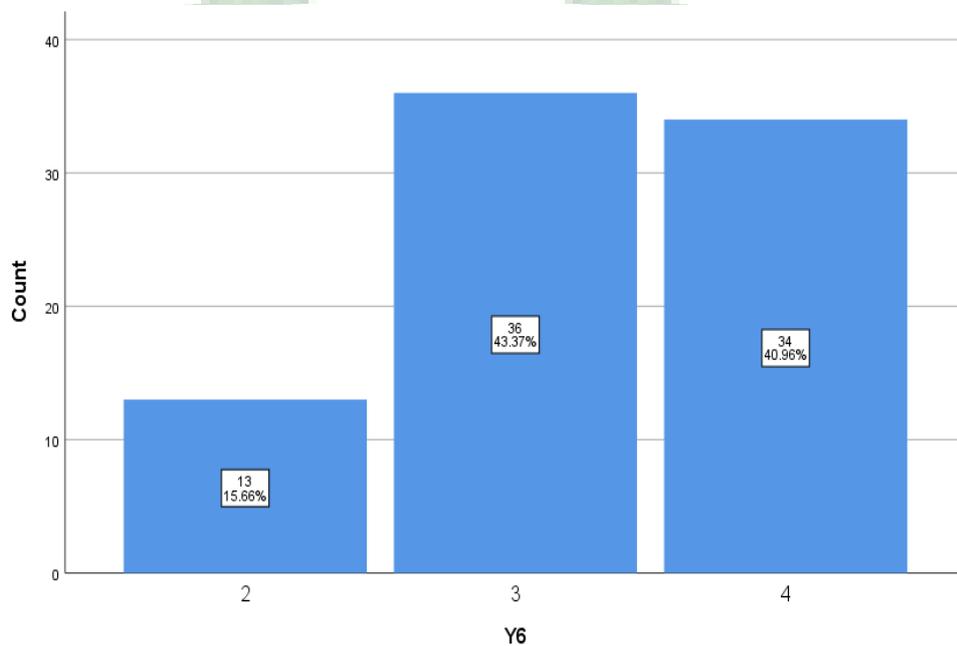


Dari Gambar 3.11 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan berkelahi atau tawuran di masyarakat, pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori jarang/hampir tidak pernah 44 orang / 53.01% dan tidak pernah 25orang/30.12%. hanya 14 orang/16.87% yang berada pada kategori sering.

6. Tingkat Keseringan dalam Membantu Orang Tua

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam membantu orang tua, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 1), jarang (nilai 2), sering (nilai 3), dan sangat sering (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.12 Tingkat keseringan dalam membantu orang tua

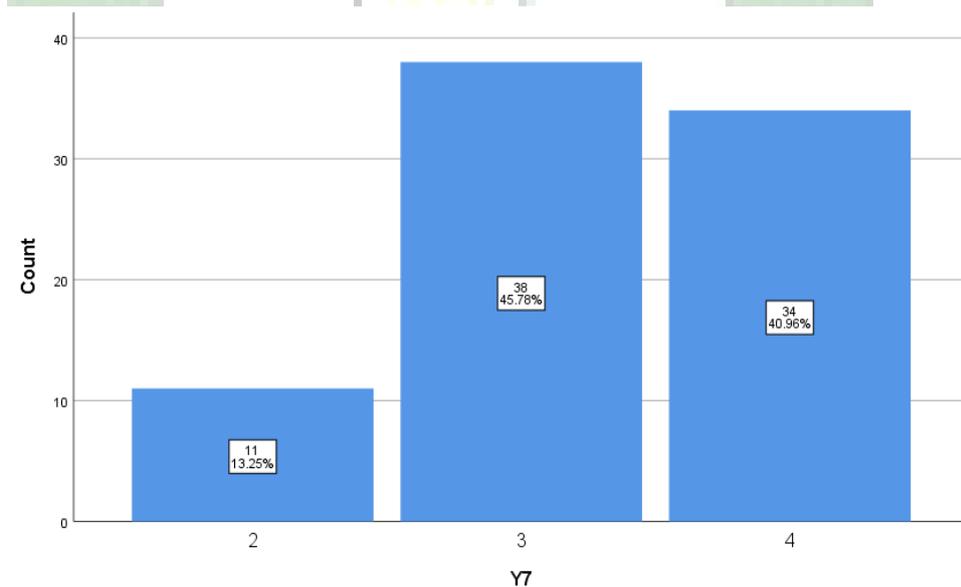


Dari Gambar 3.12 dapat kita lihat bahwa mayoritas tingkat keseringan dalam membantu orang tua pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori sering (36 orang / 43.37 %) dan sangat sering (34 orang / 40.96 %), hanya sedikit responden yang berada pada kategori jarang, yakni 13 orang atau sekitar 15.66%.

7. Tingkat Keseringan dalam Menerima dan Menjalan Nasehat dari Orang Tua Anda

Untuk menjawab item tingkat keseringan dalam menerima dan menjalan nasehat dari orang tua anda, peneliti membagi jawaban menjadi empat (4) yakni : Tidak pernah (nilai 1), jarang (nilai 2), sering (nilai 3), dan sangat sering (nilai 4). Adapun grafik presentasi jawaban 83 respondent di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 3.13 Tingkat keseringan dalam menerimadan menjalan nasehat dari orang tua anda



Dari Gambar 3.12 dapat kita lihat bahwa mayoritas dalam keseringan dalam menerima dan menjalan nasehat dari orang tua anda pada Remaja Desa Baru Semerah berada pada kategori sering (38 orang / 45.78 %) dan sangat sering (34 orang / 40.96 %), hanya sedikit responden yang berada pada kategori jarang, yakni 11 orang atau sekitar 13.25%.

8. Tingkat Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

Kategorisasi variabel Tingkat Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah, yaitu sangat tidak baik, tidak baik, baik dan sangat sangat baik. Kategorisasi ini dilakukan dengan mengakumulasi skor dari lima item pertanyaan yang diajukan kepada responden. Dari akumulasi tersebut diperoleh skor tertinggi adalah 28, sedangkan skor terendah adalah 7, selanjutnya kategorisasi tersebut ditempuh menggunakan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

I = Lebar Interval

R = Rentang (Skor tertinggi – skor terendah)

K = Jumlah Interval Kelas

$$I = \frac{R}{K}$$

$$I = \frac{(28) - (7)}{4}$$

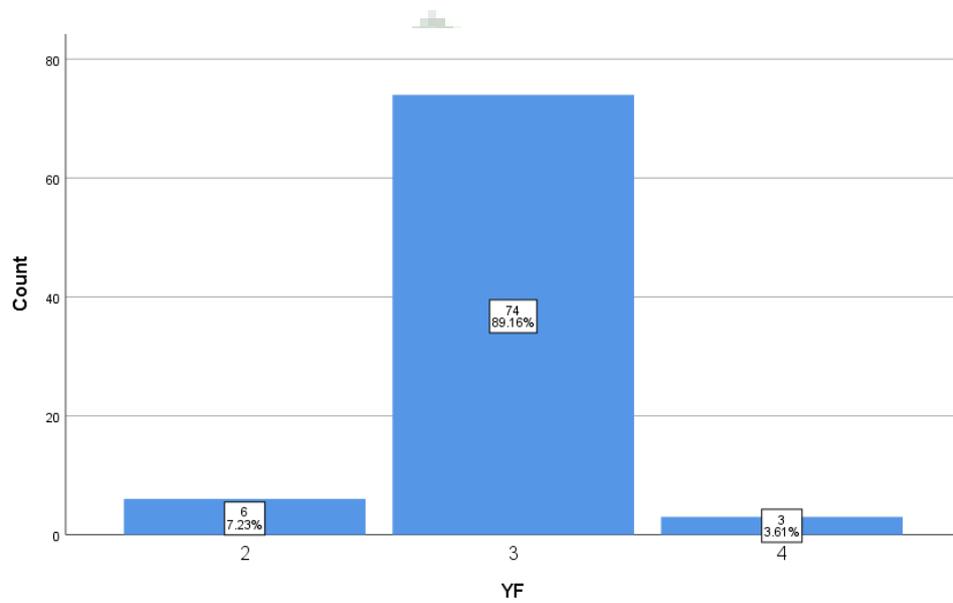
I = 5.25 dibulatkan menjadi 5

Dengan demikian kategorisasi dari tingkat moralitas remaja di Desa Baru Semerah adalah sebagai berikut:

1. Skor 7-12 sangat tidak baik

2. Skor 13-18 tidak baik
3. Skor 19-24 baik
4. Skor 25-28 sangat baik

Gambar 3.14 Tingkat moralitas remaja di Desa Baru Semerah



Dari gambar 3.14 disimpulkan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah berada pada kategori baik yakni 74 orang atau 89.16% dari total responden sebanyak 83 orang.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES DAKWAH DI INSTAGRAM

TERHADAP MORALITAS REMAJA DI DESA BARU SEMERAH

Pada bab ini peneliti menyajikan hasil dan analisis uji pengaruh Variabel bebas intensitas mengakses dakwah di intagram (X) terhadap variabel terikatnya adalah moralitas remaja Desa Baru Semerah (Y).

Sebelum melakukan uji regresi sederhana, peneliti melakukan asumsi klasik yang terdiri dari uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*. Uji asumsi klasik adalah syarat yang harus dilakukan sebelum melakukan uji regresi pengaruh antar variabel.

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Autokorelasi

Model regresi yang layak adalah model yang tidak menunjukkan autokorelasi (Ghozali, 2018). Uji Durbin-Watson dapat digunakan untuk menentukan autokorelasi. Adapun penyajian uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.194 ^a	.037	.776	2.011	1.736

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa DW adalah 1,736. Nilai DW yang sudah diketahui kemudian dibandingkan dengan Tabel DW. Dengan taraf signifikansi 5%, terdapat 83 sampel dan satu variabel bebas ($K=1$). Ketika nilai DW 1,736 dibandingkan dengan nilai tabel dan ternyata lebih besar dari batas atas (du) 1,6675 dan lebih kecil dari (4-du) 2,3325, Ho menyimpulkan bahwa baik autokorelasi positif maupun negatif tidak dapat diabaikan (Ghozali, 2018). Oleh karena itu, model regresi penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi.

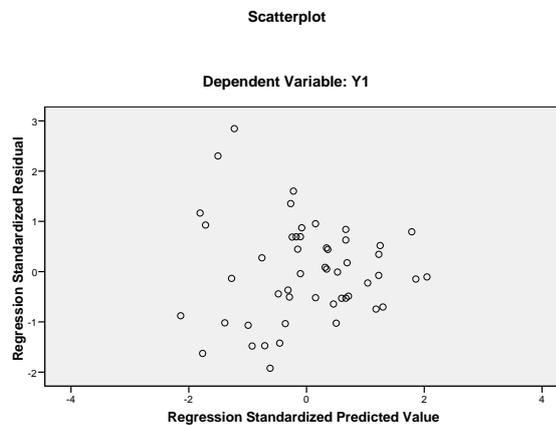
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dan residual antar observasi dalam model regresi. Homoskedastisitas adalah kondisi yang diperlukan untuk model regresi yang valid dan baik. Hal ini menyiratkan bahwa varians dan residual antar observasi adalah konstan (Ghozali, 2018).

Salah satu cara untuk menentukan heteroskedastisitas adalah dengan memeriksa *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID). Homoskedastisitas dapat ditentukan jika terdapat pola yang berbeda pada grafik *scatterplot* yang titik-titiknya terdistribusi di atas 0 pada sumbu Y. Dengan menggunakan grafik *scatterplot*, Uji Heteroskedastisitas digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji heteroskedastisitas



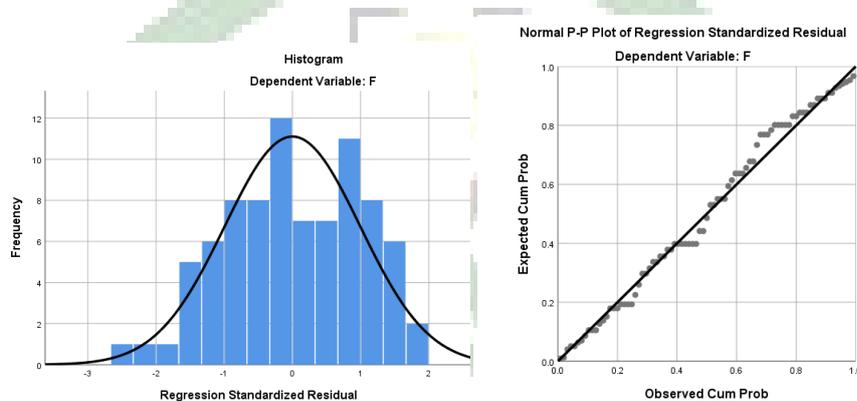
Output di atas menunjukkan bahwa titik-titik didistribusikan secara tersebar diatas dan di bawah 0 sepanjang sumbu Y. Oleh karena itu, tidak ada masalah heteroskedastisitas dengan model regresi. Sehingga bisa untuk dilanjutkan ke uji regresi.

3. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas menurut Ghozali (2011: 160), adalah untuk mengetahui apakah model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Dengan menggunakan metode analisis grafis yang tersedia di SPSS, uji normalitas dapat dilakukan dengan menampilkan keluaran histogram dan plot probabilitas normal. Ghozali (2011:163) menjelaskan bahwa normalitas dapat ditentukan dengan mengamati data (titik) pada sumbu diagonal grafik, serta dengan mengamati histogram dan residual. Normalitas terpenuhi dalam model regresi jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik

histogram, menunjukkan pola distribusi normal. Di sisi lain, model regresi dianggap melanggar asumsi normalitas jika data menyimpang secara signifikan dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal histogram, menunjukkan pola distribusi yang tidak normal. Adapun penyajian uji normalitas uji autokorelasi menggunakan histogram dan normal probability plot adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2 Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, data mengikuti arah garis diagonal atau histogram yang menunjukkan pola distribusi normal. Model untuk dilakukan uji regresi penelitian ini dianggap normal.

B. Uji Hipotesis Pengaruh Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

Sub bab ini menyajikan uji hipotesis pertama, yaitu terdapat pengaruh intensitas mengakses dakwah di Instagram terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan Regresi Linear Sederhana. Namun sebelumnya, dilakukan pengujian korelasi terlebih dahulu.

1. Uji Korelasi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram dengan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

Uji Korelasi mengukur kedekatan hubungan antara observasi dari suatu populasi dengan dua variasi (bivariat). Perhitungan ini mensyaratkan bahwa populasi asli sampel memiliki dua variasi dan mengikuti distribusi normal. Koefisien korelasi Pearson biasanya digunakan untuk mengukur korelasi antara dua interval atau rasio. Sub bab ini berisi uji korelasi Pearson antara Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram dengan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah.

Tabel 4.2 Uji Korelasi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram dengan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

		X	F
X	Pearson Correlation	1	.994(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	83	83
F	Pearson Correlation	.994(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	83	83

Dari tabel uji korelasi Pearson di atas, ditentukan nilai signifikan 0,000 atau kurang dari nilai krusial 0,05. Jadi H_0 ditolak dan hasil signifikan menunjukkan bahwa ada korelasi antara kedua variabel dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara Intensitas Akses Dakwah di Instagram (X) dengan Moralitas Pemuda di Desa Baru Semerah (Y). Nilai koefisien korelasi dapat ditentukan dengan menggunakan tabel di bawah ini.

Tabel 4.3
Tabel Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan
Kurang dari 0.20	Hubungan rendah sekali
0.20 – 0.39	Hubungan rendah tetapi pasti
0.40 – 0.70	Hubungan yang cukup berarti
0.71 – 0.90	Hubungan yang tinggi; kuat
Lebih dari 0.90	Hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan

Sumber : Rakhmat Kriantono (2008: 171)

Koefisien korelasi pada tabel 4.3 adalah 0,994, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel adalah substansial dan/atau kuat.

Indikator positif dan negatif menurut Trihendradi (2005:201) mencerminkan arah asosiasi. Simbol plus menunjukkan sifat hubungan yang searah. Jika satu variabel meningkat, begitu juga variabel lainnya. Simbol negatif menunjukkan kebalikan dari hubungan tersebut. Berdasarkan tabel hasil uji korelasi Pearson di atas, koefisien korelasinya adalah +. (positif). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah searah atau positif.

2. Uji Regresi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

Regersi linear sederhana digunakan pula untuk menguji hipotesis kedua yang dirumuskan sebagai berikut :

Ho : Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X) tidak berpengaruh terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y).

Ha : Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X) berpengaruh terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y).

Tabel 4.4 Uji Regresi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.108	7.081		1.547	.332
	X	.724	.126	.794	8.776	.000

a. Dependent Variable: F

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui Sig/signifikansi tertera 0.000 atau probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka Ho tolak dan dinyatakan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X) berpengaruh terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y). Selain itu diketahui pula konstanta sebesar 6.108 dan nilai dari Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram adalah 0.724, sehingga dapat ditarik persamaan sebagai berikut:

$$Y = 6.108 + 0.724 X$$

Melalui persamaan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa :

- a. Nilai a = 6.108 menunjukkan bahwa nilai dari Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah. Tanpa adanya variabel Intensitas Mengakses

Dakwah di Instagram (X2), Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah sudah memiliki nilai sebesar 6.108 (konstanta).

- b. Nilai koefisien regresi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (b) sebesar 0.724 memiliki pengaruh positif terhadap tingkat Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah. Apabila dibandingkan dengan konstanta sebesar 6.108 maka tampak koefisien regresi tersebut begitu kecil. Jadi, inferensi yang diambil adalah menolak H_0 sehingga Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram positif dan sangat signifikan terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah.

3. Koefisien Determinasi

Intinya, Koefisien Korelasi (R^2) mengevaluasi kapasitas model untuk menjelaskan variasi variabel terikat. Oleh karena itu, koefisien determinan mengukur proporsi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Jika nilai koefisien korelasi menurun (mendekati nol), hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin menurun. Dengan kata lain, tidak adanya R^2 menunjukkan bahwa faktor-faktor independen memiliki kapasitas yang sangat terbatas untuk menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika R^2 mendekati 100%, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam model regresi dapat memprediksi variabel dependen dengan hampir semua informasi yang diperlukan (Purwanto dan Sulistyastuti, 2007: 195).

Berikut tabel output uji regresi untuk mengetahui koefisien determinasi antara Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram dan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

Tabel 4.5 Uji Koefisien Determinasi Menggunakan Regresi Linear Sederhana antara Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.194 ^a	.037	.776	2.011

Dari uji tabel 4.5 dapat diketahui nilai Koefisien Determinasi sebesar 0.776. hal ini berarti Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram memberikan kontribusi pengaruh terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah $0.776 \times 100\% = 77.6\%$. Sementara sisanya, yaitu 22.4% dipengaruhi oleh variabel diluar Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram.

C. Pembahasan

Dengan hasil uji Regresi Linear Sederhana menggunakan SPSS menunjukkan hasil yang signifikan. Menunjukkan adanya pengaruh positif Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram memberikan kontribusi pengaruh terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah. Hal ini sejalan dengan teori efek media, yang berasumsi bahwa konten media bisa mempengaruhi perilaku seseorang (Effendy, 2009). Media juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memutuskan perilaku mana yang harus mereka lakukan

(Rakhmat, 2012). Secara tidak langsung remaja Desa Baru Semerah belajar dari konten-konten dakwah yang ada di media sosial instagram, hal itupun mempengaruhi perilaku dan moral mereka di kehidupan sehari-hari di dalam masyarakat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Pengaruh Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah* dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil questioner yang disebarakan ke responden, maka diketahui bahwa intensitas dalam mengakses konten dakwah di media sosial Instagram tergolong tinggi.
2. Berdasarkan hasil questioner yang disebarakan ke responden, maka dapat diketahui bahwa gambaran moralitas remaja di Desa Baru Semerah berada dalam kategori baik.
3. Berdasarkan hasil perhitungan statistik Regresi Linear 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 (Y). Intensitas mengakses dakwah di Instagram pengaruh 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.

B. Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah di Instagram berhasil dalam menarik perhatian remaja. Para da'i harus bisa bersaing dan berlomba dalam berkeaktifitas menggunakan media Instagram sebagai sarana dakwah, karna Instagram merupakan media yang efektif bagi remaja. Selain itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya, perlu adanya pengkajian dan pengembangan teori penelitian dengan flatform media sosial lain seperti Facebook, YouTube, dan TikTok.



DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, M. A., & Rahmi, M. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Moralitas Remaja Awal. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v1i1.2122>
- ANGELIA, D. (2022). 10 Aplikasi Paling Banyak Diunduh 2021, TikTok dan Instagram Teratas. <https://Goodstats.Id/>. <https://goodstats.id/article/capai-ratusan-juta-inilah-10-aplikasi-paling-banyak-diunduh-di-dunia-2021-08Whg>
- Azman, Z. (2021). Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 193–205. <https://doi.org/https://doi.org/10.37092/khabar.v3i2.350>
- Dewi, S. S., S, B. A. M., & Muzaki, A. (2021). Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Milenial. KPI IAIN Kediri. <http://kpi.iainkediri.ac.id/instagram-sebagai-media-dakwah-di-kalangan-milenial/>
- Dinillah, U., & SF, A. K. (2019). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah). *Jurnal Kaganga : Journal of Communcation Science*, 1(1), 54–55. <https://doi.org/https://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA/article/view/411/319>
- Effendy, O. U. (2009). *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek* (P. R. R. Offset (ed.)).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurlock, E. B. (1998). *Developmental Psychology Life Span Approach. Fifth Edition*. Tata Mc. Graw Hill.
- Iman, M. S. (2018). DAKWAH DAN MORALITAS PEMUDA (Analisis Gerakan Dakwah Jamaah Hadrah Nurul Mustofa dalam Membentengi Moral Pemuda). *Akademika*, 12(01). <https://doi.org/10.30736/adk.v12i01.151>
- Karim, A. (2016). DAKWAH MELALUI MEDIA: Sebuah Tantangan Dan Peluang. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 157–172. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i1.2911>
- Mardiana, M. (2020). MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI DAKWAH PADA KALANGAN REMAJA DI SULAWESI TENGGARA. *Jurnal Neo Societa*, 5(3), 303–319. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52423/jns.v5i3.11226>
- Muqsi. (2018). Hubungan Dakwah dan Komunikasi. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 2. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/jp.v1i1.2763>

- Muslim, M. (2018). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10).
<https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>
- Mutiawati, I. (2018). *Dakwah di media sosial : studi fenomenologi dakwah di Instagram*. Dakwah di media sosial : studi fenomenologi dakwah di Instagram.
- Ningrum, D. (2015). Kemerostan Moral Di Kalangan Remaja: Sebuah penelitian Mengenai Parenting Styles dan Pengajaran Adab. *Jurnal UNISI*, 28(2), 19–20. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpdl/article/view/6304/4167>
- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah melalui Instagram. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 1.
<https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>
- Nurrohmah, A. N. A. (2021). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI KASUS INSTAGRAM @PEMUDAHIJRAH). *Syiar*, 4(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.37567/syiar.v4i1.741>
- Nuzuli, A. K. (2019). Pengaruh Intensitas Membaca Travel.Detik.Com dan Interaksi dengan Kelompok Rujukan terhadap Minat untuk Berwisata. *JURNAL PIKMA PUBLIKASI ILMU KOMUNIKASI MEDIA DAN CINEMA*, 2(1), 162–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.24076/PIKMA.2019v1i2.389>
- Nuzuli, A. K. (2020). Faktor yang Memengaruhi Efektivitas Komunikasi antar Pemain Game Online PUBG. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(1), 20–41.
<https://doi.org/10.24815/jkg.v9i1.15775>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rizal, Y. (2017). Perilaku Moral Remaja dalam Perspektif Budaya. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, 1(1), 35.
<https://doi.org/10.17509/jomsign.v1i1.6050>
- Rohman, D. A. (2020). KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL. *Tatar Pasundan : Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2).
<https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>
- Rusnali, A. N. A. (2020). Media Sosial dan Dekadensi Moral Generasi Muda. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 29–37.
<https://doi.org/https://jpii.upri.ac.id/index.php/connected/article/view/5>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In ke-26. PT Alfabet.
- Sumadi, E. (2016). DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebajikan Tanpa

Diskrimasi. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran*, 4(1), 173–190.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v1i2.2912>

Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Dakwah Risalah*,
26(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jdr.v26i3.1271>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Riska Azimalia
NIM : 1910302005
Tempat Tanggal Lahir : Semerah, 23 Mei 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Alamat : Desa Baru Semerah Kecamatan Tanah Cogok



Orang Tua:

7. Ayah : Anwar Syamsi
Pekerjaan : Buruh Tani
Alamat : Desa Baru Semerah
8. Ibu : Asnizar
Pekerjaan : Buruh Tani
Alamat : Desa Baru Semerah

Riwayat Pendidikan :

No.	Jenjang Pendidikan	Tempat	Ijazah Terakhir
1.	MIN 2 Kerinci	Baru Semerah	2013
2.	MTsN 3 Kerinci	Semerah	2016
3.	MAN 1 Kerinci	Sebukar	2019
4.	S.1 IAIN Kerinci	Sungai Penuh	2019-Sekarang

DOKUMENTASI WAWANCARA PRAPENELITIAN
Dengan Kepala Desa dan Sekretaris Desa Baru Semerah



DAFTAR PERTANYAAN

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

1. Seberapa sering anda mengakses konten dakwah di Instagram?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

2. Seberapa dalam anda mengonsumsi konten dakwah di Instagram?
 - a) Sangat dalam
 - b) Dalam
 - c) Tidak dalam
 - d) Sangat tidak dalam

3. Sejauh mana pemahaman anda terhadap konten dakwah di Instagram?
 - a) Sangat paham
 - b) Paham
 - c) Tidak paham
 - d) Sangat tidak paham

4. Apakah anda sering membagi ulang postingan dakwah di Instagram?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

5. Apakah anda sering menjadikan postingan dakwah di Instagram sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

6. Apakah anda sering melakukan ibadah di dalam kehidupan sehari-hari?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

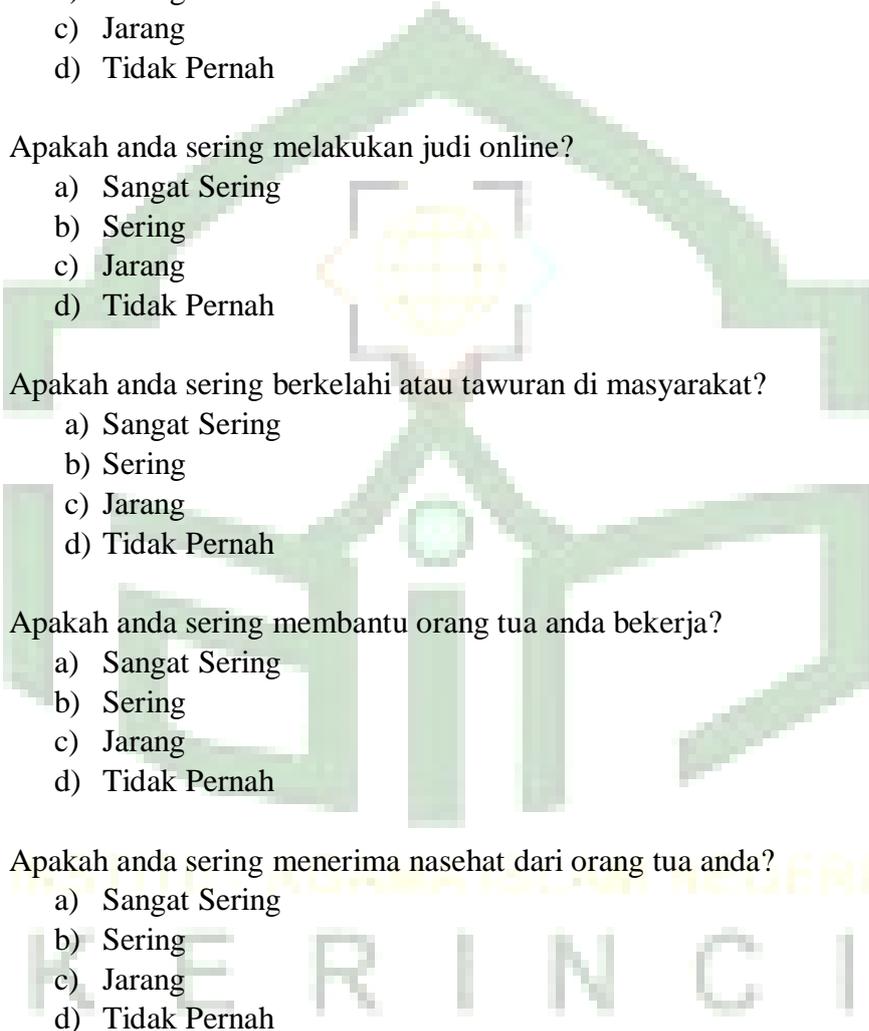
7. Apakah anda sering berpartisipasi aktivitas sosial di dalam masyarakat?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

 8. Apakah anda sering mengakses pornografi ?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

 9. Apakah anda sering melakukan judi online?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

 10. Apakah anda sering berkelahi atau tawuran di masyarakat?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

 11. Apakah anda sering membantu orang tua anda bekerja?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah

 12. Apakah anda sering menerima nasehat dari orang tua anda?
 - a) Sangat Sering
 - b) Sering
 - c) Jarang
 - d) Tidak Pernah
- 

TABEL CODING

1	Nama	Variabel X					Variabel Y							X	Y	XF	Y	
		X1	X2	X3	X4	X5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7					
2																		
3	Faizin	4	3	4	4	4	1	3	2	4	3	4	4	19	21	3	3	
4	Za	4	4	2	3	4	2	3	3	4	3	4	4	17	23	3	3	
5	Jelita	2	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	17	24	3	3	
6	Jesika	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	17	23	3	3	
7	Alia	3	4	3	4	3	3	2	2	4	2	3	4	17	20	3	3	
8	Baim	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	19	21	3	3	
9	Tiara	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	3	19	22	3	3	
10	Andika	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	14	25	2	3	
11	Taufik	3	2	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	16	23	3	3	
12	Bella	2	3	3	2	2	3	4	3	4	4	3	4	12	25	2	3	
13	Ica Ramadani	2	4	2	2	2	3	4	3	4	3	3	4	12	24	2	3	
14	Ipan	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	16	22	3	3	
15	Maisyaroh Ulfa	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	17	21	3	3	
16	Akhir hamali	4	4	4	3	2	3	4	2	4	4	4	4	17	25	3	3	
17	Selvi nasalia putri	4	2	4	4	2	3	2	3	4	3	3	4	16	22	3	3	
18	Fendi	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	2	4	14	25	2	3	
19	Sulis miyati	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	16	24	3	3	
20	Lensia	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	17	24	3	3	
21	Muhammad Abrar	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	18	21	3	3	
22	Raka elyandi	4	2	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	15	23	2	3	
23	Eldi	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	20	25	3	3	
24	Uli badni	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	14	20	2	3	
25	Aril	4	4	3	4	3	3	4	2	3	2	4	2	18	20	3	3	
26	Yunita	3	4	3	3	3	4	4	2	2	2	4	2	16	20	3	3	
27	Yola afrilia sari	4	4	4	3	4	3	2	3	2	4	3	4	19	21	3	3	
28	Yoli aprilia	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	18	24	3	3	
29	Adelia zahira putri	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	16	22	3	3	
30	Keysa Juna Maura	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	17	26	3	4	
31	Nabila Nurul Anggraini	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	16	25	3	3	
32	Febi	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	18	23	3	3	
33	Reci	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	15	23	2	3	
34	Akbar	4	2	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	14	26	2	4	
35	Eti	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	15	21	2	3	
36	Puji	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	16	20	3	3	
37	Mahendra	4	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	16	18	3	2	
38	Ali usman	4	4	3	4	3	2	4	3	4	2	3	2	18	20	3	3	
39	Cut adek Ramadhani	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	2	2	16	19	3	2	
40	Suci Disa sania	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	15	23	2	3	
41	Rani puspita sari	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	17	25	3	3	
42	Lili Nadia	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	16	22	3	3	
43	Lara Sulistya	4	2	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	15	25	2	3	
44	Sintia	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	16	24	3	3	
45	Latifa	3	4	3	2	3	4	2	2	3	4	3	3	15	21	2	3	
46	Muhammad Ilham	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	2	18	22	3	3	
47	Andes	2	4	4	2	4	3	4	3	2	3	4	2	16	21	3	3	
48	Liona	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	16	25	3	3	
49	Silpana	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	3	4	16	25	3	3	
50	Anelisa	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	17	22	3	3	
51	Roma	2	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	16	22	3	3	
52	Saidi	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	18	25	3	3	
53	Saldi	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	4	18	21	3	3	
54	Bunga	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	15	18	2	2	
55	Safrijon	4	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	19	22	3	3	
56	Neti	4	3	4	2	3	4	2	3	2	3	3	3	16	20	3	3	
57	Putra	4	4	2	3	2	4	3	4	4	4	3	3	15	25	2	3	
58	Nadi	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	19	20	3	3	
59	Sintia	3	3	3	2	4	4	2	3	2	3	4	2	15	20	2	3	
60	Alnilis Fitri	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	2	19	20	3	3	
61	Prengki	2	4	4	2	3	3	4	3	4	2	3	3	15	22	2	3	
62	Rahmadi Asman	3	2	3	3	2	3	3	3	4	2	2	4	13	21	2	3	
63	Jaka Surya	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	16	22	3	3	
64	Riska Azimalia	4	2	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	17	22	3	3	
65	Si rajul munir	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	14	22	2	3	
66	Ayu gustina	4	4	3	1	3	4	4	4	4	3	4	3	15	26	2	4	
67	Silpia Utari	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	16	24	3	3	
68	Amni	4	3	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	17	19	3	2	
69	Sella pima putri	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	17	23	3	3	
70	Boni satria	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	18	24	3	3	
71	Rapi	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	17	24	3	3	
72	Sahrul Nisam	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	17	24	3	3	
73	Yusuf Agra	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	15	21	2	3	
74	Natasya	3	2	2	4	2	3	3	3	4	3	4	4	13	24	2	3	
75	Givani Septia seles	4	2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	14	25	2	3	
76	Andre	4	2	2	3	4	4	3	3	4	2	2	3	15	21	2	3	
77	Pebrian	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	3	17	19	3	2	
78	rangga	3	4	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	15	22	2	3	
79	Rio	3	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	18	19	3	2	
80	Dadang	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	18	23	3	3	
81	Tomi	3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	4	4	15	24	2	3	
82	Mia	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	15	22	2	3	
83	Dana	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	19	25	3	3	
84	Opa	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	2	3	20	21	3	3	
85	Atika	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	18	24	3	3	

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	13.10	2.600	.314	.272
X2	13.10	2.381	.459	.201
X3	13.11	2.293	.375	.084
X4	13.08	2.225	.528	.124
X5	13.16	2.378	.315	.142

Reliability Statistics

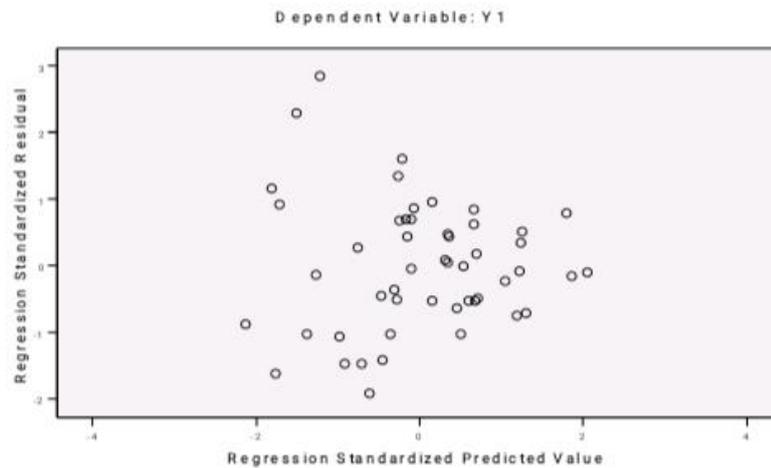
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	19.11	3.708	.517	.223
Y2	19.31	3.242	.449	.094
Y3	19.37	3.773	.343	.242
Y4	19.17	3.459	.546	.178
Y5	19.30	3.164	.620	.043
Y6	19.18	3.882	.385	.272
Y7	19.16	3.036	.369	-.001 ^a

Hasil Uji heteroskedastisitas

Scatterplot



Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.194 ^a	.037	.026	2.011	1.736

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: F

dl 1.6188

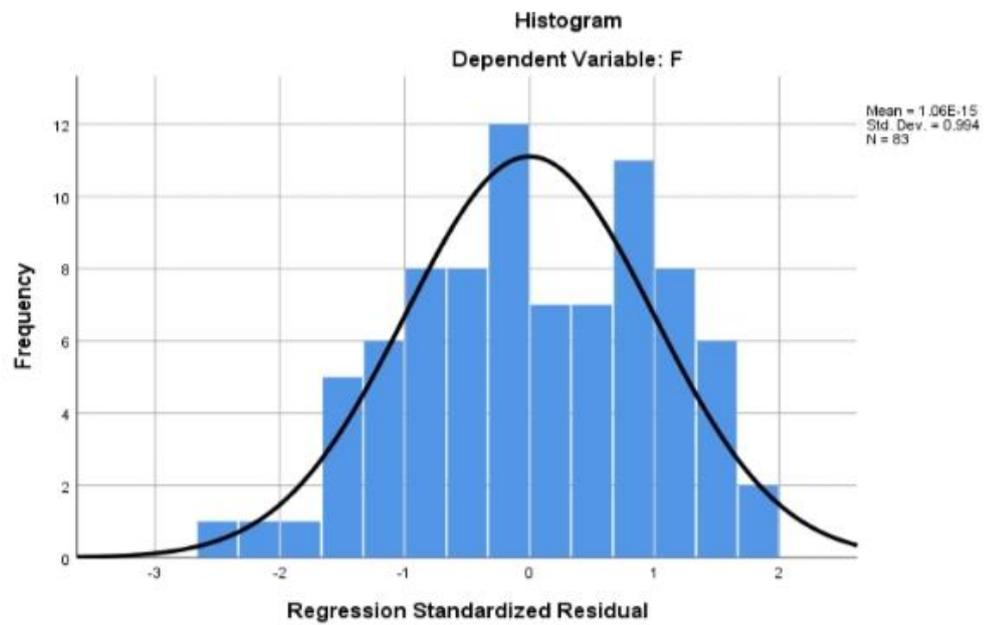
du 1.6675

4-du 2.3325

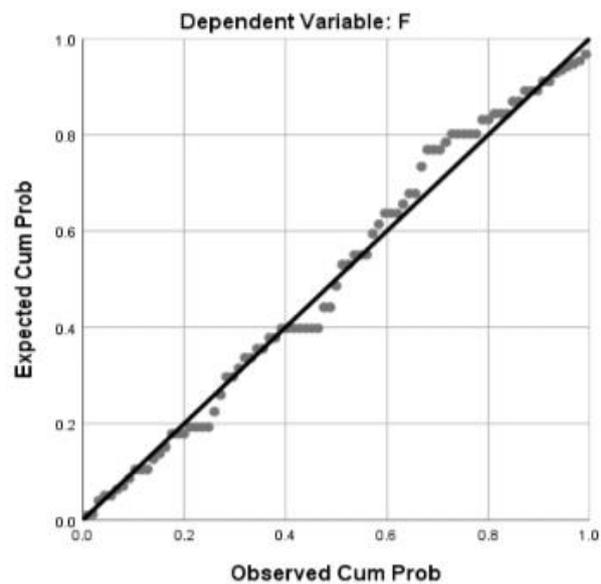
Uji Multikolinearitas

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X	.865	1.001

Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Correlations

		X	F
X	Pearson Correlation	1	.994(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	83	83
F	Pearson Correlation	.994(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	83	83

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.108	7.081		1.547	.332
	X	.724	.126	.794	8.776	.000

a. Dependent Variable: F

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DOKUMENTASI PENELITIAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

Jl Kapten Muradi Sungai Penuh Telp 1748-21065 Faks 0748-22114
Kode Pos 37112 Website www.iainkerinci.ac.id e-mail info@iainkerinci.ac.id

SURAT KEPUTUSAN

DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

Nomor : In 31/D 3/PP.00 9/194/2022

T E N T A N G

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING PROPOSAL SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
TAHUN 2022 / 2023**

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk memperlancar mahasiswa menyusun proposal skripsi, mahasiswa program S 1 IAIN Kerinci, maka dirasa perlu menetapkan dosen menjadi pembimbing proposal skripsi mahasiswa
2. Bahwa dosen yang namanya tersebut dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat** : 1. Peraturan Menteri Agama Nomor 48 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kerinci
2. Keputusan Menteri Agama Nomor 12 Tahun 2017 tentang Statuta IAIN Kerinci
3. Buku Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa IAIN Kerinci Tahun 2017
- Memperhatikan** : 1. Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah tentang Pengangkatan Pembimbing I dan II dalam Penulisan Proposal Skripsi mahasiswa IAIN Kerinci
2. Usul Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Nomor In 31/J 23/PP.009/0 10/2022 Tanggal 16 September 2022.

MEMUTUSKAN

**Menetapkan
PERTAMA**

: Menunjuk dan menugaskan kepada :

1. Nama : **Dr. Suriyadi, M.Ag.** Sebagai Pembimbing I
NIP : 19721011 199903 1 003
2. Nama : **Ahmad Khairul Nuzuli M.I.Kom.** Sebagai Pembimbing II
NIP : 199502252020121008

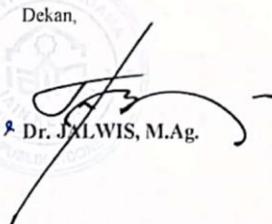
Untuk membimbing mahasiswa penyusun proposal skripsi/Tugas Akhir :

Nama : **Rizka Azimalia**
NIM : 1910302005
Jurusan : **MANAJEMEN DAKWAH**
Judul Proposal Skripsi : *Pengaruh Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah*

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

DITETAPKAN DI : SUNGAI PENUH
PADA TANGGAL : 20 SEPTEMBER 2022

Dekan,


Dr. J. L. WIS, M. Ag.

Tembusan :
1 Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
2 Ketua Jurusan
3 Dosen Pembimbing
4 Peringgal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jl Kapten Muradi Sungai Penuh Telp 1748-21065 Faks 0748-22114
Kode Pos 37112 Website www.iainkerinci.ac.id e-mail info@iainkerinci.ac.id

Nomor : In 31/D 1 3/PP 00 9/ 230-B /2022

27 September 2022

Lampiran : -

Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Kepala Desa Baru Semerah
Di

Tempat

Dengan hormat,

Melalui surat ini kami informasikan kepada Bapak bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang namanya tertera dibawah ini

Nama/ Nim : Rizka Azimalia
Nim : 1910302005
Jurusan : Manajemen Dakwah (MD)

Mebutuhkan informasi dan data di Desa Baru Semerah, dalam rangka Penelitian Skripsi dengan judul

"Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah"

Waktu yang diberikan mulai tanggal 27 September 2022 sampai dengan 27 November 2022 Demi kelancaran kegiatan tersebut kami mengharapkan bantuan dan perizinan dari Bapak

Demikianlah kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih



- Tembusan
- 1 Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (sebagai laporan)
 - 2 Arsip



**PEMERINTAH KABUPATEN KERINCI
KECAMATAN TANAH COGOK
DESA BARU SEMERAH**

Alamat : Jalan Masjid Nurul Falah Desa Baru Semerah Kode Pos 37171
website : <https://www.barusemerah.desa.id> e-mail : desabarusemerah2020@gmail.com

SURAT KETERANGAN TELAH PENELITIAN

Nomor : 141/ 177 /Kds-DBS/TC- 2022

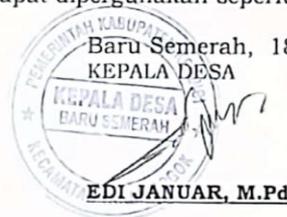
Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini, Kepala Desa Baru Semerah Kecamatan Tanah Cogok Kabupaten Kerinci dengan ini menerangkan bahwa :

NAMA : **RISKA AZIMALIA**
Nomor Induk Mahasiswa : 191002005
Fakultas / Jurusan : Usuluddin, Adab dan Dakwah/Manajemen Dakwah (MD)
Alamat : Desa Baru Semerah Kecamatan Tanah Cogok Kabupaten Kerinci
Judul Penelitian : Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Moralitas Remaja Di Desa Baru Semerah
Lokasi Penelitian : Desa Baru Semerah Kecamatan Tanah Cogok
Lama Waktu Penelitian : 27 September - 27 November 2022

Yang mana tersebut diatas telah selesai melakukan Penelitian / Survey di Desa Baru Semerah Kecamatan Tanah Cogok Kabupaten Kerinci untuk penyelesaian Studi karya ilmiah / Skripsi.

Demikianlah Surat Keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Baru Semerah, 18 November 2022
KEPALA DESA



EDI JANUAR, M.Pd