



## MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @NUNUZOO DAN PENGARUHNYA TERHADAP SIKAP KEAGAMAAN FOLLOWER

Muhlisoh<sup>1</sup>, Ade Fadli Fachrul<sup>2</sup>

<sup>1</sup>STID Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta

Email: [muchlishoh@gmail.com](mailto:muchlishoh@gmail.com)

<sup>2</sup>STID Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta

Email: [affamedia379@gmail.com](mailto:affamedia379@gmail.com)

### Keywords

Instagram, Preaching, Religious Attitude, Nunuzoo, Followers

### ABSTRACT

*The study entitled the influence of the intensity of accessing the @nunuzoo dakwah instagram account on religious attitudes aims to determine how much influence the use of Instagram social media has on the religious attitudes of its followers. The research conducted is a quantitative research type. The population of the study was the followers of the @nunuzoo instagram account. The research conducted is a quantitative research type. The population of the study was the followers of the @nunuzoo instagram account as many as 431,000 followers with a sampling technique using simple random sampling with the slovin formula, there were 80 respondents. While for primary data using a questionnaire, data processing used by utilizing Microsoft Excel Software. Data analysis in this study used a normality test, a simple linear test, a correlation coefficient test and a determination coefficient test. Based on the results of the study, it shows that there is an influence of the intensity of accessing Instagram on the religious attitudes of followers. With a significant value of 76.6% while the remaining 23.4% is the contribution of other variables not studied by the researcher.*

Kata Kunci	ABSTRAK
Instagram, Dakwah, Sikap Kegamaan, Nunuzoo, Follower	<p>Penelitian yang berjudul pengaruh intensitas mengakses akun instagram dakwah @nunuzoo terhadap sikap keagamaan ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap sikap keagamaan followersnya. Penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah follower akun instagram @nunuzoo Penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah followers akun instagram @nunuzoo sebanyak 431.000 ribu followers dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan rumus slovin terdapat sebanyak 80 responden. Sedangkan untuk data primer menggunakan kuesioner, pengolahan data yang digunakan dengan memanfaatkan Software Microsoft Excel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji linier sederhana, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya terdapat pengaruh intensitas mengakses Instagram terhadap sikap keagamaan followers. Dengan nilai signifikan sebesar 76,6% sedangkan sisanya 23,4% adalah kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.</p>

## A. Pendahuluan

Di era kemajuan ilmu teknologi dan pengetahuan, perkembangan dakwah dan teknologi semakin menyebar luas.<sup>1</sup> Salah satu produk dari kemajuan teknologi komunikasi adalah internet. Adanya internet mempermudah manusia untuk saling berbagi informasi dan bersosialisasi sehingga terciptalah media sosial, yaitu sebuah media online berbasis aplikasi.<sup>2</sup> Selain dapat dinikmati dengan segala keadaan dan mengingat bahwasanya dakwah tidak hanya dilakukan di atas mimbar semata, saat ini pemanfaatan teknologi sudah banyak dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.<sup>2</sup> Kehidupan manusia saat ini dihadirkan dengan zaman yang semakin modern, dengan media sosial yang banyak diminati oleh berbagai kalangan untuk berbagi informasi dan berkomunikasi melalui lisan, tulisan, audio sampai visual karena lebih praktis.<sup>3</sup> Demikian dengan keadaan masyarakat yang ketika menemukan fenomena yang sedang viral dan tidak jelas sumbernya untuk bisa

<sup>1</sup> Sunaryanto, "Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Shalat Jum'at," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 12, no. 2 (2022): 1-20, <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i2>; Sunaryanto, Sofyan Rizal, dan Edi Mulyono, "Reading the Ideology of Salafi Da'wah: Media Technology Perspective," *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* Vol. 23, no. 1 (2023): 21-46, <http://doi.org/10.24042/ajsk.v23i1.14466>.

<sup>2</sup> Indraswari Ayu Fahmi, "Kematangan Sosial Dengan Intensitas Mengakses Media Sosial Pada Remaja" (Skripsi S1, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, 2019), h. 19.

<sup>3</sup> Thea Rahmani, "Penggunaan Media Sosial sebagai Penguasaan Dasar-dasar Fotografi Ponsel (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kofipon)" (Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), h. 1.

menyesuaikan diri sebab semua tidak terlepas dari peran dan pengaruh media sosial terhadap kehidupan di masyarakat.<sup>4</sup>

Salah satu media sosial yang kerap banyak digunakan adalah Instagram, keberadaan Instagram dapat memberi rekomendasi sebagai media sosial yang efektif dalam komunikasi.<sup>5</sup> Laporan terbaru platform manajemen media sosial Hootsuite mengungkapkan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia secara efektif menggunakan media sosial pada Januari 2021. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia berkembang 10 juta atau sekitar 6,3% dibandingkan Januari 2020 lalu. Pada periode yang sama, pengguna internet di Indonesia berkembang 27 juta atau 15,5 % menjadi 202,6 juta.<sup>6</sup> Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif dari media sosial Instagram. Instagram sebagai sarana media berupa gambar dan video, jelas merupakan media yang luas untuk dimanfaatkan termasuk dalam berdakwah.<sup>7</sup>

Dakwah dengan memanfaatkan internet lebih terjangkau karena lebih mudah diakses karena tidak membutuhkan mimbar sebagai tempat berceramah.<sup>8</sup> Kemudahan berdakwah menggunakan internet memunculkan konten kreator yang mengusung tema dakwah dengan menyelipkan humor di dalamnya agar dakwah terkesan menarik disimak dan tentunya tidak membuat jemu bagi penontonnya.<sup>9</sup> Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang Islam. Pada era modern saat ini menggunakan Instagram sebagai salah satu sarana dakwah. Saat ini, beragam konten yang disajikan oleh Instagram mulai dari konten kreatif dan positif salah satunya yaitu dakwah.<sup>10</sup> Aktivitas dalam berdakwah adalah kewajian bagi setiap umat muslim, dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125.

---

<sup>4</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia," *Publicana* 9, no. 1 (2022): 140–57, <https://doi.org/10.36563/publicana.v9i1.79>.

<sup>5</sup> Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja," *Communication* 8, no. 1 (2017): h. 64, <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>.

<sup>6</sup> Conney Stephanie, "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia 'Melek' Media Sosial," diakses 24 Agustus 2024, [https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial#google\\_vignette](https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial#google_vignette).

<sup>7</sup> Misroji dan Rahma Syafirah, "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa," *El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 20, no. 11 (2024): 112–33.

<sup>8</sup> Saida Nafisah Abdullah dan Yayah Nurhidayah, "Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo," *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 1 (2019): 114, <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5145>.

<sup>9</sup> Nur Ahmad, "Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah," *Addin: Media Dialektika Ilmu Islam* 8, no. 2 (2014): h. 341.

<sup>10</sup> Umi Kulsum dan Deden Mauli Darajat, "Strategi Konten Dakwah Salafi di Instagram," *Al-Mubin: Islamic Scientific Journal* Vol. 4, no. 1 (2021): 9–27, <https://doi.org/10.51192/almubin.v4i1.91>.

Hal ini juga dimanfaatkan oleh beberapa akun-akun Instagram dakwah Salah satu konten kreator Indonesia yang memanfaatkan Instagram yaitu Nurul Azka dengan nama akun Instagram @Nunuzoo.<sup>11</sup> Seorang mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Jakarta Angkatan tahun 2015. Pemilik akun @Nunuzoo ini memiliki lebih dari 431.000 followers atau pengikutnya, serta terdapat sekitar 317 baik foto maupun video terhitung hingga tanggal 9 maret 2022.<sup>12</sup> Akun @Nunuzoo mengemas fenomena di Instagram bukan hanya sekedar hiburan saja tetapi untuk menyampaikan pesan dakwah lainnya, seperti pemahaman yang mendalam mengenai ajaran agama. Sasaran dakwah pada akun Nunuzoo sendiri adalah pengguna aktif Instagram.<sup>13</sup>

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini mengajukan rumusan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh intensitas mengakses akun Instagram dakwah @nunuzoo terhadap sikap keagamaan followers? Berapa persentase pengaruh intensitas mengakses akun Instagram dakwah @nunuzoo terhadap sikap keagamaan followers?

## B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis korelasional yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara satu variabel dengan satu atau lebih variabel lainnya berdasarkan koefisien korelasi.<sup>14</sup> Pada penelitian korelasional ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau korelasi antara intensitas mengakses akun Instagram dakwah @Nunuzoo (X) dengan sikap keagamaan (Y) pada *followers*nya. Tempat penelitian ini dilakukan dengan observasi pada akun Instagram @Nunuzoo sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan terhitung pada bulan Maret sampai Juli 2022.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sehingga keseluruhan subjek penelitian bukan hanya orang, tapi juga objek, dan benda-benda alam yang lain.<sup>15</sup> Populasi dari

---

<sup>11</sup> Azhfar Muhammad Robbani dan Rhafidilla Vebrynda, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah (Strategi Nurul Azka Dalam Mengelola Akun@ Nunuzoo)" (Publikasi Ilmiah S1, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019).

<sup>12</sup> Mu'alifatul Jannah, "Analisis Pesan Dakwah Komedi Melalui Media Instagram pada 9 Postingan Akun @nunuzoo Tahun 2020 sebagai Komunikasi Persuasif" (Skripsi S1, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022), h. 30-35.

<sup>13</sup> Beby Indah Ayu Lestari Sutarjo, Nashiruddin Pilo, dan Andi Hasriani, "Pesantren Dakwah Pada Vidgram (Studi Akun @Nunuzoo)," *Relinesia: Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia* 3, no. 1 (2024): 178-86.

<sup>14</sup> Daniel Muijs, *Quantitative Research in Education with SPSS* (London: SAGE Publications, 2004); William Lawrence Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (Edinburgh: Pearson Education Limit, 2014).

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 80.

penelitian ini adalah para followers atau pengikut di akun instagram @Nunuzoo sebanyak 431.000 ribu *followers* berdasarkan data per April 2022. Metode yang digunakan peneliti untuk menentukan jumlah sampel adalah teknik *simple random sampling* atau acak sederhana, merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel ditentukan secara acak tanpa memperhatikan stara yang ada dalam populasi itu.<sup>16</sup> Untuk mempermudah Peneliti memperoleh besarnya jumlah sampel, maka peneliti menggunakan perhitungan dengan bantuan rumus Slovin.

$$n = \frac{431.000}{(431.000) \times (0,1)2 + 1}$$

$$n = \frac{431.000}{5,3}$$

$$n = 81,32 = 82 \text{ (dibulatkan)}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan batas kesalahan sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan rumus slovin ini, maka diperoleh jumlah sampel penelitian yang digunakan yaitu berjumlah 82 orang followers akun Instagram @Nunuzoo.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Instrumen penelitian yaitu Skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Kemudian dengan Skala Likert tersebut, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Sehingga indikator tersebut dijadikan titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan ataupernyataan. Adapun kategori jawaban menggunakan skala likert yang terdiri dari lima alternatif jawaban, untuk pertanyatan atau pertanyaan positif Sedangkan pertanyaan negatif skor berlaku sebaliknya.

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran**

Positif		Negatif	
Sangat Setuju	5	Sangat Tidak Setuju	1
Setuju	4	Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3	Cukup Setuju	3

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 82.

Tidak Setuju	2	Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Setuju	5

Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek, semakin baik sikap beragama followersnya, semakin rendah skor yang diperoleh subjek, semakin buruk sikap beragama followersnya.

Tabel 3.2 Skala Intensitas

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		Fav	Unfav	
<b>Perhatian</b>	Ketertarikan dalam mengakses	1,2,3,4,5		5
<b>Penghayatan</b>	Pemahaman dan Penyerapan dalam mengakses	6,7,8,9		4
<b>Durasi</b>	Rentang waktu menonton	10,11,12		3
<b>Frekuensi</b>	Tingkat keseringan dalam mengakses	13,14,15		3
<b>Total</b>				15

Tabel 3.3 Skala Sikap Keagamaan

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		Fav	Unfav	
<b>Kognitif</b>	Pemahaman mengenai aqidah, ibadah dan akhlak	16,17,18,19, 20,21,22		7
<b>Afektif</b>	Penghayatan terhadap aqidah, ibadah dan akhlak	23,24,25,26, 27,28		6
<b>Konatif</b>	Kecenderungan berperilaku sesuai aqidah, ibadah dan akhlak	29,30,31,32, 33,34		6
<b>Jumlah</b>				19

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Hasil Uji Validitas Data

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan bantuan *Software Microsoft Excel* pada tingkat signifikansi 5% (0.05) dan nilai (n) atau jumlah sampel

sebanyak 82 responden sehingga menjadi (n-2), yaitu  $82-2= 80$ . Oleh karena itu, nilai r tabel (0,05; 80) sebesar 0,3061. Adapun uji validitas variabel X dan Y, sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Intensitas)

Variabel x	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1	0.569711	0.3061	Valid
2	0.517497	0.3061	Valid
3	0.871256	0.3061	Valid
4	0.853392	0.3061	Valid
5	0.817009	0.3061	Valid
6	0.59963	0.3061	Valid
7	0.248362	0.3061	Tidak Valid
8	0.47593	0.3061	Valid
9	0.262302	0.3061	Tidak Valid
10	0.853406	0.3061	Valid
11	0.834254	0.3061	Valid
12	0.842684	0.3061	Valid
13	0.677239	0.3061	Valid
14	0.68213	0.3061	Valid
15	0.68702	0.3061	Valid

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Sikap Keagamaan)

Variabel Y	R Hitung	R tabel	Kesimpulan
1	0.816197	0.3061	Valid
2	0.838604	0.3061	Valid
3	0.760287	0.3061	Valid
4	0.761108	0.3061	Valid
5	0.684275	0.3061	Valid
6	0.793609	0.3061	Valid
7	0.821829	0.3061	Valid
8	0.640442	0.3061	Valid
9	0.722974	0.3061	Valid
10	0.882415	0.3061	Valid
11	0.673779	0.3061	Valid
12	0.785205	0.3061	Valid
13	0.789482	0.3061	Valid
14	0.84235	0.3061	Valid
15	0.856074	0.3061	Valid
16	0.802841	0.3061	Valid
17	0.93795	0.3061	Valid
18	0.850488	0.3061	Valid
19	0.855709	0.3061	Valid

Hasil uji instrumen di atas menyatakan bahwa dari 34 pertanyaan terdapat 2 pertanyaan yang tidak valid dan yang valid yang 32. Diantaranya 13 pertanyaan valid pada

variabel X dan 19 pertanyaan valid yang valid dari variabel Y. Maka akan diuji validitas 32 pertanyaan kepada 80 responden followers akun Nunuzoo.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas Data

Adapun hasil uji reabilitas variabel pengaruh intensitas mengakses dakwah di Instagram berdasarkan perhitungan menggunakan *Software Microsoft Excel* diperoleh hasil tabel output sebagai berikut:

Tabel 3 6 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel

Pengambilan Kesimpulan		
Nilai Yangdi tetapkan	Nilai CronbachAlpha	Kesimpulan
0,70	0.904	Reliabel

Adapun hasil uji reabilitas sikap keagamaan followers berdasarkan berdasarkan perhitungan menggunakan *Software Microsoft Excel* diperoleh hasil tabel output sebagai berikut:

Tabel 3 7 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Y

Pengambilan Kesimpulan		
Nilai Yangdi tetapkan	Nilai CronbachAlpha	Kesimpulan
0,07	0,9677	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.4 dan 3.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa *Cronbach Alpha* sebesar 0.904 dari 13 pertanyaan (Variabel X), sedangkan 0,9677 dari 19 pertanyaan (Variabel Y). Dan hasilnya dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk kedua variabel dikatakan raliabel, karena diperoleh nilai *Cronbach Alpha*  $> 0$ .

## 3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak normal. Pada uji normalitas ini peneliti menggunakan bantuan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 3.8 Output Uji Normalitas

Statistik	Test HB
N	80
Rata-rata ( $\bar{x}$ bar)	130.7875
Simpangan baku	20.50791372
D	0.82695892
Ks Tabel	0,150

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,150 dengan alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari nilai alpha sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### 4. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hal ini peneliti menggunakan bantuan *Software Microsoft Excel* dengan melihat hasil pengujian regresi linier sederhana yang diperoleh, sebagai berikut:

Tabel 3.9 Output Uji Regresi Linear Sederhana

<b>Hasil Statistik</b>	
$\Sigma x$	4079
$\Sigma y$	6384
$\Sigma x_2$	215641
$\Sigma y_2$	519574
$\Sigma xy$	333220
A	28.461
B	1.006

Berdasarkan hasil dari tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 28.461 dan nilai variabel intensitas mengakses akun instagram dakwah (koefisien regresi) sebesar 1.006. Maka persamaan regresi dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = 28.461 + 1.006 X$$

Dari persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta sebesar 28.461 artinya nilai yang diperoleh sikap keagamaan dan nilai yang diperoleh koefisien regresi X sebesar 1.006 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai intensitas, maka nilai sikap keagamaan (Y) bertambah sebesar 1.006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

#### 5. Uji Koefisien Korelasi

Pada uji koefisien korelasi ini, peneliti menggunakan bantuan *Microsoft Excel* dengan teknik *Statistik Pearson Corellation Product Moment*. Maka didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 3.10 Output Uji Koefisien Koerelasi

No	Nilai Statistik	
1	$N \sum XY$	26657600
2	$(\sum X)(\sum Y)$	26040336
3	$N \sum X^2$	17251280
4	$\sum X^2$	16638241
5	$N \sum Y^2$	41565920
6	$\sum Y^2$	40755456
7	$N \sum X^2 - \sum X^2$	613039
8	$N \sum y^2 - \sum y^2$	810464
9	$N \sum X^2 ^ 0.5$	782.9680709
10	$N \sum Y^2 ^ 0.5$	900.2577
$(N \sum X^2 ^ 0.5) * (N \sum Y^2 ^ 0.5)$		704873.1
<b>Total r<sub>xy</sub></b>	<b>0.875709</b>	

Berdasarkan pada tabel 4.13 di atas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh intensitas mengakses akun instagram dakwah berpengaruh terhadap sikap keagamaan *followers* akun instagram @Nunuzoo. Hal ini dilihat dari hasil nilai *sig* < 0.5 (*sig* = 0.8757). Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh intensitas mengakses akun instagram dakwah berpengaruh positif terhadap sikap keagamaan pada *followers* akun instagram @Nunuzoo.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Pada uji koefisien determinasi ini, peneliti menggunakan bantuan *Microsoft Excel* Maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.11 Output Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi	
Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi
0.875	76.6

Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh intensitas mengakses akun instagram dakwah terhadap sikap keagamaan *followers* sebesar 76,6% sedangkan sisanya 23,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar Intensitas Mengakses instagram yang tidak diteliti oleh peneliti.

## D. Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan statistik terhadap data yang dikumpulkan maka hasil yang diperoleh peneliti dari uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,826 dengan alpha 0,05 hal ini menyatakan bahwasanya nilai signifikan lebih besar dari nilai alpha, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Dalam uji regresi linier sederhana terdapat nilai constant sebesar 28.461 kemudian nilai koefisien regresi sebesar 1.006. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap penambahan 1% nilai intensitas artinya nilai sikap keagamaan bertambah 1.006. Dalam uji korelasi terlihat arah dan kekuatan pengaruh antara variabel intensitas mengakses (X) terhadap variabel sikap keagamaan (Y) dengan nilai sig 0.875.

Maka dapat disimpulkan dari hasil uji regresi sederhana dan nilai korelasi bahwa arah pengaruh variabel intensitas mengakses (X) terhadap variabel sikap keagamaan (Y) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Dalam uji koefisien determinasi terdapat nilai R Square sebesar 0.766 dimana artinya terdapat pengaruh X terhadap Y sebesar 76,6%. Sedangkan sisanya 23,4% adalah kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## Daftar Pustaka

- Abdullah, Saida Nafisah, dan Yayah Nurhidayah. "Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 1 (2019): 114. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5145>.
- Ahmad, Nur. "Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah." *Addin: Media Dialektika Ilmu Islam* 8, no. 2 (2014): 319–44.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Publicana* 9, no. 1 (2022): 140–57. <https://doi.org/10.36563/publicana.v9i1.79>.
- Fahmi, Indraswari Ayu. "Kematangan Sosial Dengan Intensitas Mengakses Media Sosial Pada Remaja." Skripsi S1, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, 2019.
- Jannah, Mu'alifatul. "Analisis Pesan Dakwah Komedi Melalui Media Instagram pada 9 Postingan Akun @nunuzoo Tahun 2020 sebagai Komunikasi Persuasif." Skripsi S1, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022.
- Kulsum, Umi, dan Deden Mauli Darajat. "Strategi Konten Dakwah Salafi di Instagram." *Al-*

*Mubin; Islamic Scientific Journal* Vol. 4, no. 1 (2021): 9–27.  
<https://doi.org/10.51192/almubin.v4i1.91>.

Misroji, dan Rahma Syafirah. "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa." *El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 20, no. 11 (2024): 112–33.

Muijs, Daniel. *Quantitative Research in Education with SPSS*. London: SAGE Publications, 2004.

Neuman, William Lawrence. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Edinburgh: Pearson Education Limit, 2014.

Prihatiningsih, Witanti. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja." *Communication* 8, no. 1 (2017): 51–65. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>.

Rahmani, Thea. "Penggunaan Media Sosial sebagai Penguasaan Dasar-dasar Fotografi Ponsel (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kofipon)." Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Robbani, Azhfar Muhammad, dan Rhafidilla Vebrynda. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah (Strategi Nurul Azka Dalam Mengelola Akun@ Nunuzoo)." Publikasi Ilmiah S1, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019.

Stephanie, Conney. "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia 'Melek' Media Sosial." Diakses 24 Agustus 2024.  
[https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial#google\\_vignette](https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial#google_vignette).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sunaryanto. "Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Shalat Jum'at." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 12, no. 2 (2022): 1–20.  
<https://doi.org/10.35905/komunida.v12i2>.

Sunaryanto, Sofyan Rizal, dan Edi Mulyono. "Reading the Ideology of Salafi Da'wah: Media Technology Perspective." *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* Vol. 23, no. 1 (2023): 21–46.  
<http://doi.org/10.24042/ajsk.v23i1.14466>.

Sutarjo, Beby Indah Ayu Lestari, Nashiruddin Pilo, dan Andi Hasriani. "Pesan Dakwah Pada Vidgram (Studi Akun @Nunuzoo)." *Relinesia: Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia* 3, no. 1 (2024): 178–86.