

PENGARUH AKUN INSTAGRAM @HANEENAKIRA TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PARA *FOLLOWERS*-NYA

Nur Afni Nasution

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah para *followers*, pemahaman akidah dan juga sikap sosial terhadap sesama (*hablumminannas*) dan motivasi diri/*self healing* para *followers* instagram @haneenakira. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana, dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan tentang bagaimana pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku keagamaan *followers*-nya. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa akun instagram @haneenakira berpengaruh terhadap perilaku ibadah para *followers*-nya, baik itu ibadah salat, puasa, sedekah, dan juga. Akun instagram @haneenakira juga berpengaruh terhadap pemahaman akidah para *followers*-nya. Dengan melihat akun instagram tersebut, para *followers* lebih paham akan akidah Islam sehingga para *followers* lebih mendekatkan diri kepada Allah serta meyakini setiap takdir yang telah ditetapkan Allah didalam kehidupannya. Selain itu, akun instagram @haneenakira juga berpengaruh terhadap sikap sosial kepada sesama (*hablumminannas*), yang menjadikan para *followers* suka dalam membantu orang lain dan berbuat baik kepada sesama. Dengan melihat konten-konten akun instagram @haneenakira, para *followers* juga lebih mencintai diri sendiri, mencintai lingkungan sekitar, lebih percaya diri dan tidak *insecure*. Akun instagram @haneenakira juga berpengaruh terhadap motivasi diri para *followers*, baik itu rasa semangat dalam menggapai cita-cita, lebih mengerti arti dari rasa syukur, sabar dan ikhlas.

Kata kunci : Instagram, Perilaku Keagamaan, Followers

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan media online yang membuat para pengguna menjadi mudah untuk berpartisipasi, berbagi, dan mengembangkan kreativitas di blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya (Cahyano, 2016, p. 142). Menurut riset terbaru *Hootsuite* dan *We Are Social*, Januari 2021, total pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta. Dibandingkan laporan tahun 2020 lalu, jumlah ini mengalami peningkatan 16% sekitar 27 juta. Sekitar 73,7% masyarakat Indonesia melek internet. Pengguna aktif media sosial di Indonesia kurang lebih 170 juta, dan Indonesia menduduki peringkat ke-9 dari 47 negara dalam daftar 10 besar negara kecanduan media sosial.

Dewasa ini, media sosial juga dijadikan sebagai alat dakwah karena memberikan berbagai kemudahan, dengan penyampaian dakwah yang lebih cepat, singkat, simpel dan luas. Instagram yang merupakan *platform* media sosial yang juga dijadikan senjata propaganda karena dengan instagram bisa berbagi gambar dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, video, dan menambahkan efek digital ke dalamnya sebelum membagikannya di *platform* media sosial. (Ridwan, 2019, p. 196)

Instagram merupakan aplikasi yang umum digunakan oleh generasi milenial saat ini. Menurut laporan tahun 2021 dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, instagram menjadi peringkat ketiga media sosial yang banyak dipakai pengguna internet di Indonesia, dengan jumlah 85 juta pengguna, yang didominasi oleh rentang usia 18-34 tahun. Para pemuda yang merupakan salah satu pengguna aktif instagram. Para pemuda cenderung mengikuti akun instagram yang mereka sukai. Ketika kaum pemuda mengakses dan mendengarkan serta melihat postingan-postingan dakwah di media sosial instagram, telah terjadi pemberian informasi antara

pengelola akun instagram dengan penerima informasi dakwah tersebut. Sehingga hal tersebut memiliki dampak dan pengaruh bagi kaum muda. Pengaruh tersebut dapat berupa perubahan pola pikir atau perilaku. Apalagi ketika pengguna instagram mengikuti akun-akun dakwah, maka pengetahuan keagamaannya akan bertambah dan itu akan mempengaruhi perilaku keagamaannya. Perilaku keagamaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku yang berhubungan dengan ibadah, pemahaman akidah, sikap sosial terhadap sesama dan juga motivasi diri/*self healing*.

Salah satu Akun dakwah yang cukup terkenal dikalangan pemuda-pemuda yang sedang hijrah yaitu akun instagram @haneenakira, dengan jumlah pengikut 640.000. Pemilik akun tersebut adalah istri dari ustadz Hanan Attaki yang juga aktif dalam berdakwah. Haneen Akira menjadikan akun instagram pribadinya menjadi sarana untuk menyampaikan dakwah kepada para *followers*-nya. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah para *followers*-nya, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instgram @haneenakira terhadap pemahaman akidah para *followers*-nya, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap sikap sosial kepada sesama (*habblumminannas*) dan motivasi diri (*self healing*) para *followers*-nya.

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana pengaruh akun Instagram @haneenakira terhadap perilaku keagamaan pengikutnya dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah cara untuk menjawab masalah penelitian termasuk data numerik dan proses statistik (Wahidmurni, 2017). Sedangkan studi deskriptif menggambarkan keadaan, konteks sosial, atau hubungan tertentu dengan sangat rinci. (Silalahi, 2015, p. 115)

Populasi penelitian adalah keseluruhan (*universum*) penelitian, dan dapat berupa orang, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya (Bungin, 2017, p. 109). Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers* atau pengikut akun instagram @haneenakira sebanyak 640.000 *followers* (pengikut). Sedangkan Sampel mewakili sebagian dari ukuran dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2016, p. 80).

Penelitian ini juga menggunakan sampel *non-probabilitas*, yaitu pendekatan pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau kemungkinan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. *Purposive sampling* juga digunakan dalam penelitian ini. Yang merupakan pendekatan pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan. Adapun kriteria-kriteria responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berusia 17-29 tahun
- b. Telah mengikuti akun instagram @haneenakira minimal 3 bulan
- c. Menonton video @haneenakira minimal 30 detik per postingan

Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 100 orang *followers* instagram @haneenakira diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{640.000}{1 + 640.000 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{640.000}{1 + 6400}$$
$$n = \frac{640.000}{6401}$$

$n = 99,9843774$ digenapkan menjadi 100

Pengujian instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas yang diperoleh hasil bahwa seluruh variabel X dan variabel Y memiliki data yang valid dan juga reliable.

Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah a) Uji normalitas, digunakan untuk mengetahui sebaran data dalam variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian, karena data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal (Sujarweni, 2015, p. 52). b) Uji Linearitas, digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear antara dua variabel dalam penelitian. c) Uji Regresi Linear Sederhana, bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel terhadap variabel lain. d) Uji T, dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner untuk memperoleh data yang lengkap. Kuesioner disebar sebanyak 100, dimana responden merupakan *followers* dari akun instagram @haneenakira. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku keagamaan para *followers*-nya. Identitas responden yang didata adalah jenis kelamin dan juga usia. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Akun Instagram @haneenakira merupakan variabel independen dan perilaku keagamaan merupakan variabel dependen.

Dalam penelitian ini terdapat indikator yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan instrumen penelitian. Adapun indikator tersebut terbagi menjadi empat indikator dalam setiap variabel. Untuk variabel X, indikator tersebut adalah intensitas penggunaan instagram, aktivitas mengikuti akun dakwah di instagram, kualitas konten instagram @haneenakira, dan instagram @haneenakira sebagai *platform sharing* dakwah. Adapun indikator perilaku keagamaan atau variabel Y adalah perilaku ibadah, pemahaman akidah dan juga sikap sosial terhadap sesama (*hablumminannas*) dan motivasi diri/*self healing*.

Adapun hasil uji regresi linear sederhana terhadap perilaku ibadah diperoleh nilai constant sebesar 7.283, sedangkan koefisien regresi sebesar 0,438, sehingga diperoleh persamaan $Y = a + bX$, $Y = 7.283 + 0,143X$. Dapat diartikan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel akun instagram @haneenakira, maka nilai perilaku ibadah bertambah sebesar 0,438. Dan koefisien tersebut bernilai positif. sehingga pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,001. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @haneenakira berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku ibadah para *followers*-nya. Dan diperoleh nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,317, koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,100. Yang berarti bahwa pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah adalah sebesar 10%. Sedangkan sisanya 90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan hasil uji regresi linear sederhana terhadap pemahaman akidah diperoleh nilai constant sebesar 5.874, sedangkan koefisien regresi sebesar 0,179, sehingga diperoleh persamaan $Y = a + bX$, $Y = 5.874 + 0,179X$. Dapat diartikan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel akun instagram @haneenakira, maka nilai pemahaman akidah bertambah sebesar 0,179. Dan koefisien tersebut bernilai positif. sehingga pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @haneenakira terhadap pemahaman akidah menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @haneenakira

berpengaruh secara signifikan terhadap pemahaman akidah *followers*-nya . Dan diperoleh nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,421, koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,177. Yang berarti bahwa pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap pemahaman akidah adalah sebesar 17,7%. Sedangkan sisanya 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk hasil uji regresi linear sederhana terhadap sikap sosial kepada sesama dan motivasi diri/*self healing* diperoleh nilai constant sebesar 15.041, sedangkan koefisien regresi sebesar 0,278, sehingga diperoleh persamaan $Y = a + bX$, $Y = 15.041 + 0,278X$. Dapat diartikan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel akun instagram @haneenakira, maka nilai sikap sosial terhadap sesama dan motivasi diri bertambah sebesar 0,278. Dan koefisien tersebut bernilai positif. Sehingga pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @haneenakira terhadap pemahaman akidah menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @haneenakira berpengaruh secara signifikan terhadap sikap sosial kepada sesama dan motivasi diri (*self healing*) para *followers*-nya. Dan diperoleh nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,359, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,129 yang berarti bahwa pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap sikap sosial kepada sesama dan motivasi diri adalah sebesar 12,9%. Sedangkan sisanya 87,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Dalam penelitian ini juga diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 1.987. Untuk perilaku ibadah diperoleh T_{hitung} 3.305, untuk pemahaman akidah diperoleh T_{hitung} 4.597, dan untuk sikap sosial terhadap sesama (*habblumminannas*) atau motivasi diri diperoleh T_{hitung} 3.807. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa akun instagram @haneenakira berpengaruh terhadap perilaku ibadah, pemahaman akidah, dan sikap sosial terhadap sesama (*habblumminannas*) atau motivasi diri karena nilai T_{hitung} lebih besar dari nilai T_{tabel} .

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa akun instagram @haneenakira berpengaruh terhadap perilaku ibadah para *followers*-nya, baik itu ibadah salat, puasa, sedekah, dan juga. Akun instagram @haneenakira juga berpengaruh terhadap pemahaman akidah para *followers*-nya. Dengan melihat akun instagram tersebut, para *followers* lebih paham akan akidah Islam sehingga para *followers* lebih mendekatkan diri kepada Allah serta meyakini setiap takdir yang telah ditetapkan Allah di dalam kehidupannya.

Selain itu, akun instagram @haneenakira juga berpengaruh terhadap sikap sosial kepada sesama (*habluminnanas*), yang menjadikan para *followers* suka dalam menolong orang lain dan berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan melihat konten-konten akun instagram @haneenakira, para *followers* juga lebih mencintai diri sendiri, mencintai lingkungan sekitar, lebih percaya diri dan tidak *insecure*. Akun instagram @haneenakira juga berpengaruh terhadap motivasi diri para followers, baik itu rasa semangat dalam menggapai cita-cita, lebih mengerti arti dari bersyukur, sabar dan ikhlas.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku keagamaan, yaitu perilaku ibadah, pemahaman akidah dan juga sikap sosial kepada sesama dan motivasi diri, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah para followersnya, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu sebesar 0,438 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah followersnya dengan tingkat pengaruh sebesar 10%.

2. Dari hasil penelitian pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap pemahaman akidah para followersnyadiperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu sebesar 0,179 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari akun instagram @haneenakira terhadap pemahaman akidah followersnya dengan tingkat pengaruh sebesar 17,7%.
3. Dari hasil penelitian pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap sikap sosial kepada sesama dan motivasi diri (*self healing*)diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu sebesar 0,278 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari akun instagram @haneenakira terhadap sikap sosial kepada sesama dan motivasi diri (*self healing*) dengan tingkat pengaruh sebesar 12,9%.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Cetakan ke-9. Jakarta: Kencana.

Cahyano, Ageng Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tulungagung.

Ridwan, Muhammad dkk. 2019. *Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa*. Jurnal Al-Misbah Vol.15 No.2.

Wahidmurni. 2017. *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

Ulber Silalahi. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.

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

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta