

Pengaruh Mengakses Dakwah Di Instagram terhadap Moralitas Remaja Di Desa Baru Semerah

Riska Azimalia^{a,1,*}, Ahmad Khairul Nuzuli^{a,2}, Suriyadi^{a,3}

^a Institut Agama Islam Negeri Kerinci, Sungai Penuh 37112, Indonesia

¹ riskaazimalia2324@gmail.com*; ² ahmadkhairulnuzuli@iainkerinci.ac.id; ³ suriyadiahmaddinah@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: Januari 2023

Direvisi : Februari 2023

Disetujui: Maret 2023

Kata Kunci:

Dakwah

Instagram

Moral Remaja

ABSTRAKSI

Abstrak:

Banyaknya pemuda yang kecanduan game online, judi online. Dari latar belakang ini peneliti tertarik untuk melihat apakah ada pengaruh antara mengakses dakwah di Instagram dan Komunikasi dakwah di lingkungan keluarga terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatori. Sampel dalam penelitian ini adalah 85 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. Hasil penelitian menemukan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X) berpengaruh positif terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y)

Abstract:

Youths who are addicted to online games, online gambling. From this background, researchers are interested in seeing whether there is an influence between accessing da'wah on Instagram and da'wah communication in the family environment on the morality of adolescents in Baru Semerah Village. The research method used is explanatory quantitative research. The sample in this study were 85 people who had the following criteria: 1). Teenagers who live in Baru Semerah Village. The youth category is individuals aged 12-18 years. 2). Have an Instagram account; 3). Ever accessed a da'wah account on Instagram. The research analysis uses Simple Linear Regression Analysis with the help of SPSS. The results of the study found that the intensity of accessing Da'wah on Instagram (X) had a positive effect on Adolescent Morality in Baru Semerah Village (Y).

Keywords:

Da'wah

Social Media

Youth Morale

I. Pendahuluan

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 diterapkan dilingkungan keluarga, dimana nilai-nilai kehidupan pertama kali mereka dapatkan. Dewasa ini banyak orang tua yang kurang dalam memberi kontrol dan pendidikan yang baik dikepada perilaku anak (Ningrum, 2015).

Salah satu hal yang dapat membantu dalam menurunkan degradasi 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 instagram 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 dai bahwa Instagram adalah platform media sosial dengan kekuatan viral yang luar biasa, dan kesadaran para dai bahwa ini adalah era audio visual. Dakwah di Instagram pun 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. Seperti banyaknya pemuda yang kecanduan game online, judi online. Selain itu masih banyak orang tua yang bekerja sebagai Tenaga Kerja Indoneisa (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 dan Komunikasi dakwah di lingkungan keluarga terhadap moralitas remaja di Desa Baru Semerah.

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 Dara Awal Fajriyah, Irfan Safrudin, Parihat Kamil pada tahun 2017 yang berjudul Pola Komunikasi Dakwah dalam Membentuk Keberagamaan Keluarga (Studi Kasus Pada Keluarga Una Djunaedi di Majalaya). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga pendekatan komunikasi dakwah yang dilakukan di dalam lingkungan keluarga, yaitu : 1). Kesetaraan dalam lingkungan keluarga; 2). Pemberian studi tauladan dan nasehat; 3). Keterbukaan antar anggota keluarga (Fajriyah et al., 2017).

Keempat, penelitian Firdaus pada tahun 2016 yang berjudul Membangun Dinamika Dan Efektivitas Dakwah Dalam Keluarga (Analisis Awal Dakwah Nabi Muhammad Saw). Metode di dalam penelitian ini adala kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Hasil penelitain menunjukkan bahwa pada dasarnya dakwah di lingkungan keluarga merupakan ajaran yang diterapkan langsung oleh Rasulullah (Firdaus, 2016).

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

II. Metode Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigm 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).

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).

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 Intagram dan pernah mengakses konten dakwah di media sosial. 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 85 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). Analisis di dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dibantu oleh aplikasi statistic SPSS.

Definisi operasional penelitian ini, terdiri dari dua variabel. 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 mengonsumsi konten dakwah di Instagram?; 3). Sejauh mana pemahaman anda terhadap konten dakwah di Instagram?; 4). Apakah anda sering membagi ulang postingan dakwah di Instagram?; 5). Apakah anda sering menjadikan postingan dakwah di Instagram sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain?. Sedangkan untuk variabel 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?; 3). Apakah anda sering melakukan judi online?; 4). Apakah anda sering berkelahi atau tawuran di masyarakat?; 5). Apakah anda sering membantu orang tua anda bekerja?; 6). Apakah anda sering menerima nasehat dari orang tua anda?

III. Penyajian dan Analisis Data

A. Dakwah di Instagram

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 kemaslahatn dunia dan akhirat, mencegah kemungkaran, dan membawa kebahagiaan (Karim, 2016).

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).

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

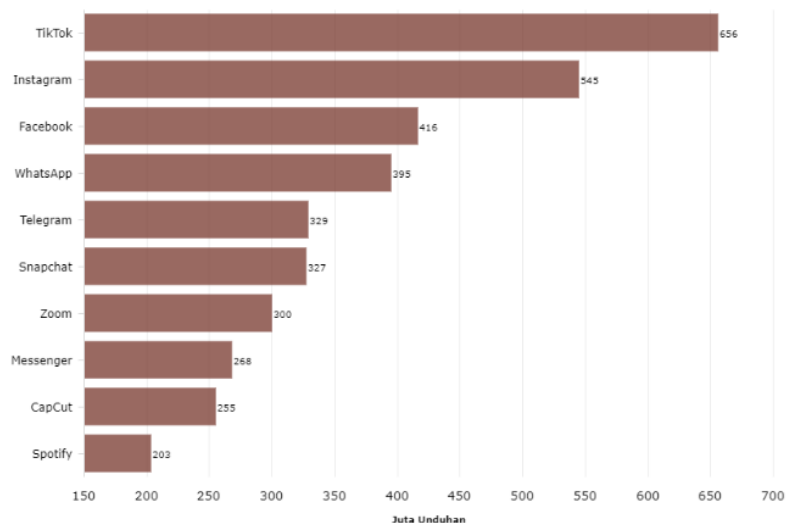


Fig. 1. Aplikasi Yang Paling Banyak Didownload Tahun 2021 (Sumber : Apptopia)

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).

B. Moral Remaja

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 prespektif moral remaja dikatakan merosot dikarenakan oleh media sosial dan kurangnya komunikasi dengan orang tua (Ningrum, 2015)..

C. Teori Efek Media

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).

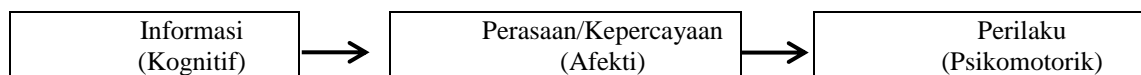


Fig. 2. Visualisasi Teori Efek media

Dalam gambar 2 di atas 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.

D. 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:

Table 1. Uji Validitas Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

No	Variabel	Item	Correlated Item-Total Corelation	Valid
1	Intensitas Mengakses Dakwah di	X1	0.314	√

	<i>Instagram (X)</i>	X2	0.459	√
		X3	0.375	√
		X4	0.528	√
		X5	0.315	√
2	<i>Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah (Y)</i>	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.

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

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

Dalam penelitian ini, semua variabel independen dan dependen diuji reliabilitas, yang ditunjukkan pada tabel di atas. 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.

E. Temuan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram dan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

Kategorisasi variabel intensitas mengakses dakwah di Instagram, yaitu sangat rendah, rendah, tinggi dan sangat sangat tinggi.

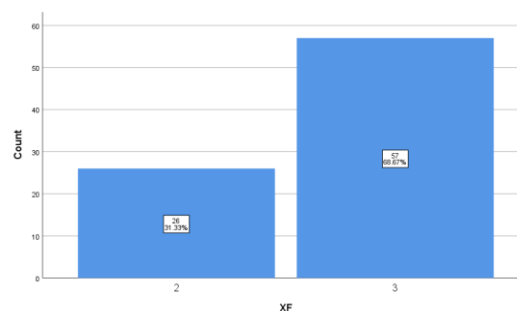


Fig. 3. Temuan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram

Dari gambar 3 dapat disimpulkan bahwa mayoritas intensitas mengakses dakwah di Instagram pada pemuda Desa baru semerah berada pada kategori tinggi yakni 57 orang atau 68.67%. Hanya 26 orang atau 31.33% yang berada pada kategori rendah.

Kategorisasi variabel Tingkat Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah, yaitu sangat tidak baik, tidak baik, baik dan sangat sangat baik.

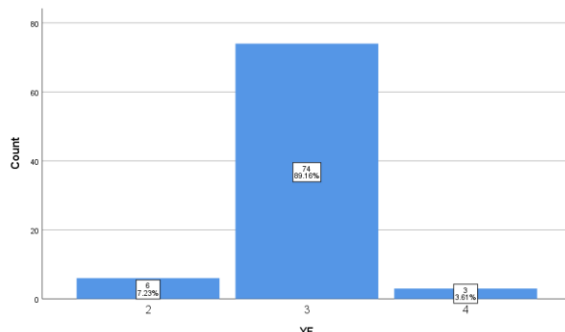


Fig. 4. Temuan Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram

Dari gambar 3 disimpulkan Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah berada pada kategori baik yakni 74 orang atau 89.16% dari total responden sebanyak 83 orang.

F. 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).

Table 3. Uji Regresi Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram terhadap Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah

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

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui Sig/signifikasi 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 citra jokowi adalah 0. 724, sehingga dapat ditarik persamaan sebagai berikut :

$$Y = 6.108 + 0.724 X^2$$

Melalui persamaan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa :

Nilai $a = 6.108$ menunjukkan bahwa nilai dari Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah. Tanpa adanya variabel Intensitas Mengakses Dakwah di Instagram (X_2), Moralitas Remaja di Desa Baru Semerah sudah memiliki nilai sebesar 6.108 (konstanta).

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.

G. 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

Table 4. 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 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.

H. Diskusi

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.

IV. Kesimpulan

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.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah di Instagram berhasil dalam menarik perhatian remaja. Para da'i harus bisa bersaing dan berlomba dalam berkreaitifitas menggunakan media Instagram sebagai sarana dakwah, karna Instagram merupakan media yang efektif bagi remaja.

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/>.
- Azman, Z. (2021). Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial. *Jurnal Khobar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 193–205. <https://doi.org/https://doi.org/10.37092/khobar.v3i2.350>
- Dewi, S. S., S, B. A. M., & Muzaki, A. (2021). *Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Milenial*. KPI IAIN Kediro.
- 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.)).
- Fajriyah, D. A., Safrudin, I., & Kamil, P. (2017). Pola Komunikasi Dakwah Dalam Membentuk Keberagamaan Keluarga (Studi Kasus Pada Keluarga Una Djunaedi Di Majalaya). *Prosiding komunikasi penyiaran islam*, 3(2), 169–174. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.7751>
- Firdaus, F. (2016). Membangun Dinamika Dan Efektivitas Dakwah Dalam Keluarga (Analisis Awal Dakwah Nabi Muhammad Saw). *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani*, 2(1), 122–135. <https://doi.org/10.47435/mimbar.v2i1.266>
- 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>
- 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). Kemerosotan Moral Di Kalangan Remaja: Sebuah penelitian Mengenai Parenting Styles dan Pengajaran Adab. *Jurnal UNISI*, 28(2), 19–20.

- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah melalui Instagram. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>
- 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 Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran*, 4(1), 173–190. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v1i2.2912>

Copyright Holder:

©Rizka Azimalia, Ahmad Khairul Nuzuli, Suriyadi

First Publication Right:

Jurnal Al-I'lam

This Article is licensed under:

