

Pengaruh Instagram sebagai Tren Media Dakwah terhadap Sikap Keagamaan

Fiska Amalia*, M. Wildan Yahya

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*fiskaaamalia@gmail.com, wildanbinyahya@unisba.ac.id

Abstract. The purpose of this study is to determine how much influence the @Ridwan.r_one Instagram account has on the followers' worship behavior, understanding of faith and also morals towards others (hablumminannas). In this study using quantitative research methods with data analysis techniques using simple linear regression, with a descriptive approach to describe how the influence of the @Ridwan.r_one Instagram account on the religious attitudes of its followers. From the research results obtained that the @Ridwan.r_one Instagram account affects the worship behavior of its followers, be it prayer, reading the Koran, alms, and also, the @Ridwan.r_one Instagram account affects the understanding of the faith of its followers. By looking at the Instagram account, the followers understand more about the Islamic faith so that the followers are closer to Allah and believe in every destiny that has been determined by Allah in their lives. In addition, the @Ridwan.r_one Instagram account also affects social attitudes towards others (hablumminannas), which makes followers like to help others and do good to others.

Keywords: *Dakwah, Instagram.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun Instagram @Ridwan.r_one terhadap perilaku ibadah para followers, pemahaman akidah dan juga akhlak terhadap sesama (hablumminannas). 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 @Ridwan.r_one terhadap sikap keagamaan followers-nya. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh terhadap perilaku ibadah para followers-nya, baik itu ibadah salat, membaca Al-quran, sedekah, dan juga, akun Instagram @Ridwan.r_one berpengaruh terhadap pemahaman akidah para followers-nya. Dengan melihat akun Instagram tersebut, para followers lebih paham akan akidah Islam sehingga para followers lebih mendekatkan diri kepada Allah serta meyakini setiap takdir yang telah ditetapkan Allah didalam kehidupannya. Selain itu, akun instagram @Ridwan.r_one juga berpengaruh terhadap sikap sosial kepada sesama (hablumminannas), yang menjadikan para followers suka dalam membantu orang lain dan berbuat baik kepada sesama).

Kata Kunci: *Dakwah, Instagram.*

A. Pendahuluan

Dakwah Islam yang hakikatnya adalah amar ma'ruf nahi munkar merupakan perihal utama jika dilihat dari kehidupan sosial yang sepatutnya ada di dalam masyarakat. Sangat penting, gerakan dakwah harus mampu mengikuti perkembangan global yang sangat dinamis di era modern. Oleh karena itu, dibutuhkan juga seorang da'i yang mampu berperan aktif dalam menyesuaikan dengan perubahan yang ada, terutama dalam hal media yang digunakan oleh para penggerak dakwah.

Rasullah SAW selalu mengajarkan kita bagaimana cara berdakwah dengan baik terutama dakwah yang disesuaikan pada perkembangan zaman. Penyebaran ajaran agama Islam telah menjadi mudah karena perkembangan zaman saat ini, terutama di era kemajuan teknologi dan komunikasi. Seperti jaringan medsos atau media sosial yang juga banyak diakses oleh semua orang, termasuk anak-anak, remaja, dan orang tua.

Media informasi dikelompokkan menjadi dua berdasarkan bentuk penyampainnya. Diantaranya adalah media cetak dan media elektronik. Tidak hanya kedua media tersebut yang sampai saat ini masih bertahan, terdapat juga media baru yang sangat populer di masyarakat yang dapat memberikan ribuan, puluhan, hingga ratusan ribu informasi dalam hitungan detik. Media tersebut merupakan Internet.

Salah satu media sosial yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia dan sering digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah adalah Instagram. Para pendakwah menggunakan pendekatan berbagi foto atau video singkat untuk menyampaikan ide-ide mereka dengan tujuan untuk memotivasi dan mengingatkan orang lain kepada kebaikan.

Indonesia merupakan negara ke-4 dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak mengalahkan Negara Rusia, Turki, Jepang dan Inggris. Total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 56 juta atau 20.97 persen dari total populasi. Sebanyak 130 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, 48% dari total, menggunakan perangkat mobile seperti smartphone.

Pada setiap harinya, rata-rata pengguna media sosial di Indonesia menghabiskan waktu menggunakan internet melalui berbagai perangkat selama 8 jam dan 36 menit. Sementara itu, waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial melalui berbagai perangkat adalah sekitar 3 jam dan 26 menit. Berdasarkan survei, ditemukan bahwa persentase pengguna internet yang menggunakan platform media sosial adalah sebagai berikut: Youtube digunakan oleh 88% pengguna internet, Whatsapp digunakan oleh 83% pengguna internet, Facebook digunakan oleh 81% pengguna internet, dan Instagram digunakan oleh 80% pengguna internet.

Kehadiran media sosial telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang keilmuan, terutama dalam ilmu komunikasi. Dengan adanya media sosial dan pertumbuhan pengguna media sosial yang pesat, fakta menarik terungkap mengenai seberapa kuat dampak dan kebutuhan internet dalam kehidupan kita. Akhirnya, banyaknya penggunaan media sosial mulai digunakan untuk berbisnis, menjalin relasi, berbagi informasi, bidang jurnalisme, termasuk untuk berdakwah.

Saat seseorang mengakses dan mengonsumsi konten dari akun dakwah di Instagram, seperti membaca, melihat, dan mendengarkan postingan-postingan yang ada, hal ini dapat dianggap sebagai terjadinya komunikasi antara admin akun dakwah sebagai pemberi informasi dan pengguna akun dakwah sebagai penerima informasi. Kegiatan komunikasi ini tentunya akan menghasilkan efek dan pengaruh pada pengguna yang menerima informasi tersebut.

Dakwah tidak hanya terbatas pada pidato dari mimbar ke mimbar yang disampaikan oleh ustadz atau ustadzah. Sebaliknya, dakwah merupakan tugas dan kewajiban bagi setiap Muslim agar selalu mengajak manusia ke arah yang benar dan baik. Sesuai dengan firman Allah pada Q.S. Ali-Imran: 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar merekalah orang-orang yang beruntung.”

Dakwah melalui media sosial atau medsos dinilai sangat efektif dalam penyebarannya, mudah, dan juga cepat. Seperti akun Instagram @Ridwan.r_one yang bergerak dibidang dakwah dan dalam mengemas pesan dakwahnya memiliki konsep yang cukup menarik yaitu dalam bentuk foto yang diberi sentuhan gambar kartun islami dengan tujuan menarik perhatian audiens/followers agar tidak bosan terhadap cara penyampaian dakwahnya. Akun ini mempunyai followers sebanyak 23,3 ribu dengan jumlah 50 unggahan. Setiap unggahan rata – rata mencapai 50 ribu sampai 300 ribu likes. Akun ini menyeru dakwahnya terkesan tidak menggurui dan dapat dengan mudah diterima oleh followers-nya.

Perlu diketahui Materi dakwah meliputi pesan-pesan dakwah yang merupakan pesan dari seorang da'i yang disampaikan kepada mad'u. Pentingnya pesan dakwah tidak bisa diabaikan dalam menjalankan dakwah dan memiliki peran yang sangat menentukan terhadap keberhasilannya. Efektivitas kegiatan dakwah dapat dinilai berdasarkan sejauh mana pesannya informatif, mendidik, dan relevan dengan masyarakat. Pesan dakwah dapat mengantarkan mad'u ke tujuan yang dituju jika pesan yang disampaikan dikelola sangat baik. Pengelolaan pesan dalam dakwah berkaitan dengan tujuan dakwah yang ingin dicapai (hadfu) dan standar kompetensi yang ingin diwujudkan. Pesan dakwah yang disampaikan harus sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai serta mencerminkan standar kompetensi yang diharapkan. Dengan demikian, pengelolaan pesan dalam dakwah melibatkan pemilihan, penyusunan, dan penyampaian pesan yang tepat guna untuk mencapai tujuan dakwah dan memenuhi standar kompetensi yang ditetapkan. Jadi, da'i harus memperhatikan relevansi antara perumusan tujuan dan penggunaan media (washilah).

Anak muda seringkali tertarik untuk mengikuti akun Instagram yang mereka sukai. Ketika mereka mengakses dan melihat postingan dakwah di media sosial Instagram, terjadi pertukaran informasi antara pengelola akun Instagram dan penerima informasi dakwah. Hal ini memberikan dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap kaum muda. Pengaruh tersebut dapat berupa perubahan pola pikir dan perilaku. Terlebih lagi, ketika pengguna Instagram mengikuti akun dakwah, pengetahuan agama mereka akan bertambah dan ini akan berpengaruh pada berbagai aspek perilaku mereka yang beragama. Perilaku keagamaan yang diteliti dalam penelitian ini mencakup perilaku yang terkait dengan pelaksanaan ibadah, pemahaman iman, dan akhlak terhadap orang lain.

Dakwah akun ini membahas tentang realita anak muda jaman sekarang, yang disampaikan dalam bentuk visual dan dituangkan dalam bentuk komik dakwah. Adapun materi dakwah yang diunggah oleh akun @Ridwan.r_one mencakup ajaran agama islam yang diklasifikasikan dalam materi: ibadah, akidah, dan akhlak. Hal ini membuat saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Terhadap Sikap Keagamaan (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ridwan.r_one)”

B. Metodologi Penelitian

Analisis dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan kuesioner dan dianalisis menggunakan skala Likert dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *followers* akun @Ridwan.r_one yang berjumlah 23.500.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 100 *followers*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dan studi pustaka.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Akun Instagram @Ridwan.r_one

1. Intensitas Penggunaan Instagram

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden, yang merupakan pengikut akun Instagram dakwah @Ridwan.r_one, ditemukan bahwa terdapat pernyataan mengenai “Penggunaan addict media sosial Instagram dari pada media sosial lain” yang memiliki skor tertinggi, dapat dilihat pada tabel 3.7. hal ini menandakan bahwa mayoritas responden adalah pengguna media sosial Instagram. Dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan pengetahuan dengan cara yang efektif melalui media sosial Instagram.

2. Aktivitas Mengikuti Akun Dakwah di Instagram

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden, yang merupakan pengikut akun Instagram dakwah @Ridwan.r_one, ditemukan bahwa terdapat pernyataan mengenai “Ketertarikan dalam penyampaian dakwah melalui Instagram” yang memiliki skor tertinggi, dapat dilihat pada tabel 3.12. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat tertarik untuk menggunakan akun dakwah tersebut sebagai media berdakwah di era teknologi modern untuk memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan tentang ajaran agama islam melalui pesan dakwah yang disampaikan.

3. Kualitas Konten Instagram @Ridwan.r_one

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden, yang merupakan pengikut akun Instagram dakwah @Ridwan.r_one, ditemukan bahwa terdapat pernyataan mengenai “Apakah konten dakwah @Ridwan.r_one dan konten dakwah lainnya sama-sama mudah dipahami” yang memiliki skor tertinggi, dapat dilihat pada tabel 3.18. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan @Ridwan.r_one dan konten dakwah lainnya begitu mendalam tentang masalah agama dan pokok-pokok ajaran agama islam sehingga khalayak dapat memahaminya dengan mudah.

4. Instagram @Ridwan.r_one sebagai platform sharing dakwah

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden, yang merupakan pengikut akun Instagram dakwah @Ridwan.r_one, ditemukan bahwa terdapat pernyataan mengenai “Suka men-share konten dakwah @Ridwan.r_one karena bermanfaat bagi semua kalangan” yang memiliki skor tertinggi, dapat dilihat pada tabel 3.24. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan @Ridwan.r_one sangat bermanfaat sebagai media dakwah dan sehingga responden suka men-share konten dakwah tersebut agar penguasaan dan pemahaman mengenai pesan dakwah yang di share akan membentuk suatu pengetahuan baru bagi semua kalangan.

Sikap Keagamaan

1. Aspek Kognitif

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden, yang merupakan pengikut akun Instagram dakwah @Ridwan.r_one, ditemukan bahwa terdapat pengaruh akun Instagram @Ridwan.r_one terhadap perilaku Akidah para followers-nya. Pada uji regresi sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu 0,425. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @Ridwan.r_one terhadap pemahaman akidah menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,006. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh secara signifikan terhadap pemahaman akidah followersnya.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa, sangat diperhatikan kecenderungan untuk berperilaku sesuai dengan pokok ajaran agama Islam mengenai akidah, yang merupakan dasar yang harus dimiliki oleh setiap muslim. Pesan dakwah yang diterima responden juga mendorongnya untuk memiliki keyakinan yang kuat dan selalu berusaha mengaplikasikannya dalam hidupnya.

2. Aspek Afektif

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden, yang merupakan pengikut akun Instagram dakwah @Ridwan.r_one, ditemukan bahwa terdapat pengaruh akun Instagram @Ridwan.r_one terhadap perilaku ibadah para followers-nya. Pada uji regresi sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu 0,376. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @Ridwan.r_one terhadap perilaku ibadah diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,008. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku ibadah para followers-nya.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa, materi dakwah @Ridwan.r_one bertujuan untuk membuat penghayatan ibadah mudah dipahami sehingga dapat diterapkan dan berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, pesan dakwah @Ridwan.r_one mendorong penerima untuk beribadah sesuai dengan perintah Allah Subhanahu wa ta'ala dengan menjalankan segala perintah-Nya.

3. Aspek Konatif

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden, yang merupakan pengikut akun Instagram dakwah @Ridwan.r_one, ditemukan bahwa terdapat pengaruh akun Instagram @Ridwan.r_one terhadap perilaku akhlak para followers-nya. Pada uji regresi sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu 0,391. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @Ridwan.r_one terhadap akhlak menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,001. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh secara signifikan terhadap akhlak followersnya.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa, pemahaman tentang ruang lingkup akhlak lebih dominan, pemahaman mengenai akidah dan ibadah juga harus ditanamkan pada umat muslim agar terciptanya keseimbangan diantara ketiganya.

Jika teori jarum hipodermik, yang digunakan dalam penelitian ini maka seseorang (da'i) harus melakukan dakwah secara konsisten. Ini dilakukan untuk memungkinkan penerima pesan dakwah (mad'u) untuk internalisasi, sehingga dapat mengubah cara seseorang berpikir dan bertindak ke arah yang lebih baik. Namun, berdasarkan teori ini, ada tiga kemungkinan pesan dakwah yang disampaikan kepada mad'u: ditolak, ragu-ragu, atau diterima.

Dianggap sebagai media yang sangat aktif dalam mempengaruhi khalayak melalui konten Instagram @Ridwan.r_one. seperti jarum yang disuntikkan ke orang-orang yang tidak dapat dipengaruhi, memberikan efek atau pengaruh. Dan Dengan mengikuti akun dakwah @Ridwan.r_one, responden dapat menyerap informasi dengan baik, yang berdampak pada sikap keagamaan. Perspektif keagamaan termasuk perilaku ibadah, pemahaman akidah, dan akhlak.

D. Kesimpulan

Berdasarkan Analisa hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pembahasan tentang “Pengaruh Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Terhadap Sikap Keagamaan (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ridwan.r_one)”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku ibadah followers akun Instagram @Ridwan.r_one.
 - a. Perilaku ibadah yang di dalamnya meliputi ibadah melaksanakan sholat, ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.25. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, ibadah shalat mereka semakin meningkat.
 - b. Perilaku ibadah yang di dalamnya meliputi ibadah rajin membaca Al-quran, ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.26. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, mereka semakin rajin membaca Al-qur'an.
 - c. Perilaku ibadah yang di dalamnya meliputi ibadah bersedekah, ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.27. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, mereka menjadi senang bersedekah.

Pada uji regresi sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu 0,376. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @Ridwan.r_one terhadap perilaku ibadah diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,008. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku ibadah para followers-nya.

2. Perilaku akidah followers akun Instagram @Ridwan.r_one.
 - a. Perilaku akidah yang di dalamnya meliputi keyakinan akan takdir yang telah ditetapkan Allah SWT, ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.34. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, semakin yakin akan takdir yang telah ditetapkan Allah SWT.
 - b. Perilaku akidah yang di dalamnya meliputi mempersiapkan kematian, ditinjau pada

presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.37. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, membuat mereka untuk mempersiapkan kematian.

- c. Perilaku akidah yang di dalamnya meliputi arti sabar, syukur, ikhlas, percaya kepada ketentuan Allah SWT, ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.38. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, lebih mengerti arti sabar, syukur, ikhlas, percaya kepada ketentuan Allah SWT.

Pada uji regresi sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu 0,425. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @Ridwan.r_one terhadap pemahaman akidah menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,006. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh secara signifikan terhadap pemahaman akidah followersnya.

3. Perilaku akhlak followers akun Instagram @Ridwan.r_one.
 - a. Perilaku akhlak yang di dalamnya meliputi bersikap positif terhadap sesama (habblumminnannas), ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.4. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one paham bagaimana bersikap positif terhadap sesama (habblumminnannas).
 - b. Perilaku akhlak yang di dalamnya meliputi berbuat baik dan menolong terhadap sesama, ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.42. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, semakin senang berbuat baik dan menolong terhadap sesama.
 - c. Perilaku akhlak yang di dalamnya meliputi memiliki sifat tawadhu, rendah hati, dan kasih sayang terhadap sesama, ditinjau pada presentase data yang dapat dilihat pada tabel 3.43. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas followers akun @Ridwan.r_one dengan melihat konten dakwah @Ridwan.r_one, menjadi pribadi yang memiliki sifat tawadhu, rendah hati, dan kasih sayang terhadap sesama.

Pada uji regresi sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu 0,391. Berdasarkan hasil pengujian variabel akun instagram @Ridwan.r_one terhadap akhlak menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,001. Dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga akun instagram @Ridwan.r_one berpengaruh secara signifikan terhadap akhlak followersnya.

Berdasarkan pengolahan data penelitian menggunakan koefisien determinasi, terlihat bahwa variabel X atau independen, adalah akun Instagram @Ridwan.r_one, sedangkan variabel Y atau dependen, adalah sikap keagamaan yang mana penelitian ini difokuskan pada 3 jenis sikap keagamaan yaitu perilaku ibadah, perilaku akidah, dan akhlak terhadap sesama, jika ditinjau dari hasil nilai R-Square dan pada hasil uji hipotesis dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh pada akun Instagram @Ridwan.r_one (X) terhadap sikap keagamaan (Y).

Acknowledge

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Terhadap Sikap Keagamaan (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ridwan.r_one)”. Shalawat beriringan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk dan arahan ke jalan yang benar.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Bandung. Dalam proses penulisan skripsi ini, izinkan penulis mengucapkan terimakasih beriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan dari Allah SWT kepada:

1. Kedua orangtua, Bapak Imam Sulistiyanto dan Ibu Iis Kustini yang senantiasa memberikan dukungan materi, doa restu dan juga keridhaan dalam setiap langkah penulis.
2. Dr. Ida Afidah, Dra., M. Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah.
3. Dr. Rodliyah Khuza'i, Dra., M.Ag. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Prof. Dr. M. Wildan Yahya, Drs., M. Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, pembelajaran, dan atas segala waktu yang dicurahkan untuk membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Asep Ahmad Siddiq, Drs. M.Si. sebagai pembimbing skripsi II yang senantiasa memberikan motivasi, semangat dan juga bimbingan dalam pengerjaan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
6. Ridwan, selaku Founder akun Instagram @Ridwan.r_one yang telah banyak membantu dengan maksimal dalam memenuhi berbagai kebutuhan penelitian dalam segala hal.
7. Ukhti-ukhti tersayang, Risna Dara, Rizqi Nurul Azizah, Anisa Wiguna, dan Khanza Khairunnisa Zain yang menjadi teman berjuang dalam setiap keadaan serta yang selalu membawa keceriaan. Dan juga senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta masukan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
8. Rizqi Dwi Kurniawan, yang telah banyak memberikan dukungan moril serta masukan agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Adik tercinta, Virgiva Najwa Aurilia, yang membantu proses pengerjaan skripsi.
10. Keluarga besar mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2019 yang banyak memberi dukungan moril bagi peneliti, baik selama masa perkuliahan berlangsung dan selama proses penyusunan penelitian Skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi serta pengetahuan yang bermanfaat bagi semua pihak.

Daftar Pustaka

- [1] Wahyunanda Kusuma Pertiwi, Separuh Penduduk Indonesia Sudah "Melek" Media, <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial>, diakses pada tanggal 7 Oktober 2019.
- [2] Andi Dwi Riyanto, Hootsuite (We are Sosial): Indonesian Digital Report 2019, <https://andi.link/hootsuite-we-are-sosial-indonesian-digital-report-2019/>, diakses pada tanggal 7 Oktober 2019.
- [3] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional. (1996). Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka.
- [4] Kamaluddin, Pesan Dakwah, dalam Jurnal Kajian ilmu Keislaman, No. 2, Vol. 02, Tahun 2016.