

**PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TENTANG
KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP AKHLAK MAHASISWA PENDIDIKAN
AGAMA ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Ilmu Pendidikan Agama Islam



Oleh:

Karima Fajriyati Sa'adah

NIM: 2003016048

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Karima Fajriyati Sa'adah

NIM : 2003016048

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Program Studi : Pendidikan Agama Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**“ PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TENTANG
KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP AKHLAK MAHASISWA PENDIDIKAN
AGAMA ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG”**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri,
kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 10 Juni 2024

Pembuat Pernyataan



Karima Fajriyati Sa'adah

PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Prof. Dr. H. Harko Km.2 Ngaliyan, Semarang 50185
Telp. 024-7601293, Fax. 024-7615187

PENGESAHAN

Naskah skripsi dengan:

Judul : Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akitlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang

Nama : Karima Fajriyati Sa'adah

NIM : 2003016048

Program Studi : Pendidikan Agama Islam (PAI)

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Pendidikan Islam.

Semarang, 26 Juni 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua

Prof. Dr. H. Abdul Rohman, M.Ag
NIP. 196911051994031003

Penguji I

Prof. Dr. H. Abdul Kholiq, M.Ag
NIP. 197109151997041003

Pembimbing I

Dr. Hj. Lutfiyah, S.Ag, M.S.I
NIP. 197904222007102001



Sekretaris

Dr. Hj. Lutfiyah, S. Ag, M.S.I
NIP. 197904222007102001

Penguji 2

Dr. Kesen Binar, M.A
NIP. 198407232018011001

Pembimbing II

Aika Dyah Perwita, M.M
NIP. 198905182019032021

MOTTO

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

“Sampaikanlah yang (kamu terima) walaupun satu ayat”

NOTA PEMBIMBING

Semarang, 10 Juni 2024

Hal : **NOTA DINAS**

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

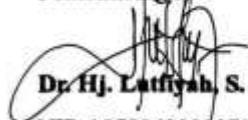
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang**
Nama : Karima Fajriyati Sa'adah
NIM : 2003016048
Jurusan : Pendidikan Agama Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Lutfiyah, S. Ag, M.S.I.

NIP. 197904222007102001

NOTA PEMBIMBING

Semarang, 10 Juni 2024

Hal : **NOTA DINAS**

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang**
Nama : Karima Fajriyati Sa'adah
NIM : 2003016048
Jurusan : Pendidikan Agama Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Pembimbing II,



Atika Dyah Perwita, M.M.

NIP. 198905182019032021

ABSTRAK

Judul : **PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP AKHLAK MAHASISWA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG**

Nama : **Karima Fajriyati Sa'adah**

NIM : 2003016048

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang. Penelitian yang dilakukan penulis termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Untuk menguji hipotesis peneliti, dilakukan analisis statistik dengan analisis regresi. Subjek penelitian sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *proportional random sampling*. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode angket serta metode wawancara.

Hasil dari analisis data yang ditemukan menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram dan akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang, dengan analisis data yang ditemukan dari persamaan regresi linier sederhana yaitu $\hat{Y} = 2,679 + 0,921X$ yang berarti memiliki pengaruh signifikan. Selanjutnya, hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $11,179 > 1,987$, menunjukkan angka signifikan. Persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram berpengaruh sebesar 58,70% terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo, dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,587, artinya konten dakwah media sosial berpengaruh terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang.

Kata Kunci: *Konten Dakwah, Media Sosial Instagram, Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam.*

TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أو

ai = أي

iy = إي

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik, dan hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul: “Pengaruh Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang” dengan baik dan tepat waktu. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang selalu kita nantikan syafa’atnya diakhirat kelak.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memudahkan penulisan skripsi ini. Tentunya banyak pihak yang membantu dan berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini, baik secara moril maupun materil. Maka pada kesempatan ini, dengan rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan jajarannya atas fasilitas akademik dan non akademik yang telah disediakan
2. Bapak Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan fasilitas akademik dan non akademik khususnya di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.

3. Ibu Dr. Fihris, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Program Studi Pendidikan Agama Islam beserta jajarannya yang telah memberikan fasilitas akademik dan non akademik khususnya di program studi Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Aang Kunaepi, M. Ag., selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. H. Mustopa Halmar, M. Ag, selaku Dosen Wali Akademik yang telah memberikan bimbingan sejak awal perkuliahan.
6. Ibu Dr. Hj. Lutfiyah, M. Ag, dan Ibu Atika Dyah Perwita, M. M. selaku dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang yang memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh pendidikan di jurusan Pendidikan Agama Islam.
8. Murobbi Rukhi, Abah Prof. Dr. KH. Imam Taufiq. M.Ag., dan Umi Prof. Dr. Hj. Arikhah, M. Ag., selaku pengasuh pondok pesantren Darul Falah Besongo Semarang yang selalu memberikan doa, ilmu, motivasi, nasihat, dan dukungan.
9. Kedua Orangtua tercinta Bapak Drs. H. Akhmad Munhari dan Ibu Hj. Zulaekah, S.Ag., yang selalu mendoakan, memberikan

limpahan kasih sayang, motivasi, nasihat, dan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis.

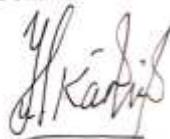
10. Saudara kandung penulis, Fitri Nur Handayani, AH., yang selalu menguatkan, mendoakan dan memberikan motivasi kepada penulis.
11. Seluruh Mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang, terutama yang sudah berkenan menjadi responden pada penelitian ini, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
12. Teman terbaik penulis, Nurul Habibah, Virda Wirdatul, Himmatur Rofi'ah, Sani Mei Arini, Firda Shagira, Kholishna Fatihatur Rohmah, yang senantiasa menjadi teman curhat, memberikan semangat, dukungan, saran, serta memberikan motivasi kepada penulis agar skripsi dapat selesai secara tepat waktu dan berjuang agar siap menghadapi sidang secara bersama.
13. Seluruh santriwati Darul Falah Besongo khususnya asrama C5, terutama teman sekamar penulis Khilda Athiyah dan Rufaidah Hilman, yang senantiasa menjadi teman curhat, memberikan semangat, doa dan dukungan, dalam penyusunan skripsi ini.
14. Teman-Teman PAI-B 2020, Al-Ghuroba' 2020, KKN MIT-16 Posko 40, yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
15. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Karima Fajriyati Sa'adah. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih

tetap memilih berusaha sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan namun tetap memilih berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun kamu berada. Apapun kurang lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Atas kerendahan hati, peneliti menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi. Tak lupa peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Harapan besar peneliti semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi peneliti dan bagi para pembaca.

Semarang, 10 Juni 2024

Penulis



Karima Fajriyati Sa'adah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
NOTA PEMBIMBING	v
NOTA PEMBIMBING	vi
ABSTRAK.....	vii
TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Deskripsi Teori.....	14
B. Kajian Pustaka Relevan.....	52
C. Rumusan Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	59
B. Tempat dan Waktu Penelitian	59
C. Populasi dan Sampel Penelitian	60

D. Variabel Penelitian.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	70
F. Uji Coba Instrumen	72
G. Teknik Analisis Data	78
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	83
A. Gambaran Umum.....	83
B. Deskripsi Responden	92
C. Deskripsi Variabel	96
D. Uji Asumsi.....	123
E. Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana	125
F. Hasil Uji Hipotesis	126
G. Analisis Hasil Penelitian.....	130
H. Keterbatasan Penelitian	164
BAB V PENUTUP.....	166
A. Kesimpulan	166
B. Saran	167
C. Penutup	168
DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	174
RIWAYAT HIDUP	277

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Populasi Penelitian
Tabel 3.2	Sampel Penelitian
Tabel 3.3	Operasional Variabel X
Tabel 3.4	Operasional Variabel Y
Tabel 3.5	Hasil Validitas Instrumen Konten Dakwah Media Sosial Instagram
Tabel 3.6	Hasil Validitas Instrumen Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo
Tabel 3.7	Tingkat Reliabilitas
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Konten Dakwah Media Sosial Instagram
Tabel 3.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Akhlak Mahasiswa PAI
Tabel 4.1	Daftar Responden
Tabel 4.2	Para Da'i atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram mudah dimengerti
Tabel 4.3	Para Da'i atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram selalu menarik dan up to date
Tabel 4.4	Memiliki akun media sosial Instagram dan mengaksesnya setiap hari
Tabel 4.5	Mengikuti akun dakwah di Instagram
Tabel 4.6	Mengikuti lebih dari satu akun dakwah di Instagram

Tabel 4.7	Materi dakwah di Instagram beragam dan menarik
Tabel 4.8	Materi dakwah di Instagram relevan dengan kehidupan sehari-hari
Tabel 4.9	Materi dakwah di Instagram membantu dalam meningkatkan ketauhidan dan keimanan
Tabel 4.10	Materi dakwah di Instagram membuat termotivasi untuk selalu berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari
Tabel 4.11	Materi dakwah di Instagram membantu dalam meningkatkan pengetahuan saya tentang syariat Islam, seperti Sholat, puasa, zakat, haji, dll.
Tabel 4.12.	Konten dakwah di Instagram sering muncul di feed
Tabel 4.13	Menyimpan Quotes dakwah yang dibagikan lewat Instastory
Tabel 4.14	Menyimpan video singkat atau reels konten dakwah di Instagram
Tabel 4.15	Mengikuti live streaming kegiatan keagamaan di Instagram
Tabel 4.16	Memberikan tanda suka atau memberikan reaksi terhadap konten dakwah di Instagram
Tabel 4.17	Berinteraksi (komentar, share) pada konten dakwah di Instagram
Tabel 4.18	Menggunakan fitur pencarian untuk mengakses konten dakwah baru di Instagram

- Tabel 4.19 Metode dakwah ceramah yang disampaikan Da'i atau pendakwah di Instagram dapat menyentuh hati
- Tabel 4.20 Melihat Da'i (pendakwah) berdiskusi atau bertukar pikiran dengan influencer tentang konten dakwah di Instagram
- Tabel 4.21 Dengan melihat konten dakwah yang dibagikan oleh orang lain tentang konflik keagamaan (seperti peperangan Palestina antara Israel) di Instagram menjadi lebih bersyukur dalam menjalani hidup.
- Tabel 4.22 Bersabar apabila diberi ujian oleh Allah
- Tabel 4.23 Bersabar ketika orang lain menyakiti perasaan
- Tabel 4.24 Bersabar apabila berbeda pendapat dengan orang lain
- Tabel 4.25 Mensyukuri segala nikmat yang diberikan oleh Allah SWT
- Tabel 4.26 Mengucapkan Alhamdulillah ketika mendapatkan nilai baik
- Tabel 4.27 Merasa cukup atas nikmat yang telah diberikan Allah
- Tabel 4.28 Berusaha membantu teman ketika sedang mendapatkan musibah
- Tabel 4.29 Tidak mengungkit-ungkit ketika memberi sesuatu kepada teman/orang lain
- Tabel 4.30 Melaksanakan ibadah ikhlas karena Allah SWT

Tabel 4.31	Tidak merasa pintar dari teman-teman sekelas
Tabel 4.32	Menyapa teman dan dosen ketika berpapasan di kampus
Tabel 4.33	Tidak membeda-bedakan dalam berteman
Tabel 4.34	Menyisihkan uang saku untuk bersedekah
Tabel 4.35	Berbagi makanan kepada teman
Tabel 4.36	Menghargai pemberian orang lain jika tidak sesuai keinginan
Tabel 4.37	Memfokuskan ibadah hanya karena Allah bukan ingin mendapatkan sanjungan dari manusia
Tabel 4.38	Menyembunyikan amal kebaikan
Tabel 4.39	Mengendalikan hati agar tidak terbuai dengan pujian orang lain
Tabel 4.40	Berusaha mengendalikan emosi
Tabel 4.41	Berusaha bersikap diam apabila amarah sudah menguasai diri
Tabel 4.42	Hasil Uji Normalitas
Tabel 4.43	Hasil Uji Linieritas
Tabel 4.44	Hasil persamaan linier sederhana
Tabel 4.45	Hasil Uji Signifikansi
Tabel 4.46	Hasil Uji t
Tabel 4.47	Koefisien Determinasi
Tabel 4.48	Total Skor Angket Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)

- Tabel 4.49 Distribusi Frekuensi Hasil Angket Konten Dakwah Media Sosial Instagram
- Tabel 4.50 Kategori Hasil Angket Konten Dakwah Media Sosial Instagram
- Tabel 4.51 Total Skor Angket Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo
- Tabel 4.52 Distribusi Frekuensi Hasil Angket Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo
- Tabel 4.53 Kategori Hasil Angket Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Riset
Lampiran 2	Instrumen Angket Uji Coba
Lampiran 3	Data Skor Angket Uji Coba
Lampiran 4	Data Responden Angket Uji Coba
Lampiran 5	R-Tabel
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Instrumen
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen
Lampiran 8	Instrumen Angket Penelitian
Lampiran 9	Data Skor Angket Penelitian
Lampiran 10	Data Responden Angket Penelitian
Lampiran 11	T-Tabel
Lampiran 12	Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 27
Lampiran 13	Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran 14	Data Jawaban Wawancara
Lampiran 15	Dokumentasi Penelitian

BAB I

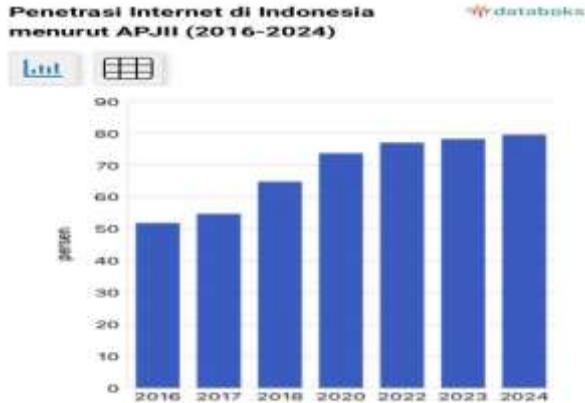
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi telah mengalami kemajuan yang pesat, dengan ragam teknologi telekomunikasi yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Telekomunikasi menjadi salah satu sarana interaksi manusia, terutama dalam konteks komunikasi jarak jauh. Inovasi teknologi yang terus berkembang mempermudah manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Media komunikasi yang ada mencakup berbagai bentuk, dari media cetak dan elektronik hingga media internet yang semakin berkembang pesat saat ini.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyelenggarakan sebuah survey yang dilakukan pada tahun 2024, jumlah penduduk yang memiliki akses internet mencapai 221 juta orang dari total populasi Indonesia pada tahun 2023 yang mencapai 278.696.200 orang. Tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 juga mencapai 79,5%, yang berarti hampir 80% dari total populasi nasional telah terhubung dengan internet.¹

¹ CNN Indonesia, “Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta orang pada 2024” <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240131152906-213->



Gambar 1.1 Jumlah Penetrasi Internet di Indonesia (2016-2024)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/01/penetrasiinternet-di-indonesia-capai-79-pada-2024>

Internet berfungsi sebagai platform untuk meningkatkan efisiensi dalam proses komunikasi serta untuk mengakses berbagai aplikasi. Keberadaan internet memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi dengan lebih mudah dan efisien melalui berbagai media komunikasi yang tersedia. Perkembangan media berbasis internet mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama sejak penggunaan media digital. Kehadiran internet telah memberikan dampak signifikan pada kehidupan manusia, dengan munculnya berbagai jejaring sosial dan kemajuan dalam teknologi

[1056781/survei-apjiipengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang/amp](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/01/penetrasiinternet-di-indonesia-capai-79-pada-2024). Diakses 19 Februari 2024.

informasi, memungkinkan penyebaran pesan dan informasi secara luas dalam waktu singkat melalui media sosial. Kelebihan internet dalam menyajikan informasi yang terkini membuat pengguna selalu tertarik untuk memanfaatkan alat komunikasi ini. Hal ini mencakup berbagai topik, mulai dari peristiwa terkini, hiburan, gaya hidup, iklan, hingga dakwah.

Media berbasis internet telah mengalami pertumbuhan yang cepat, terutama sejak digunakannya media digital. Kehidupan manusia saat ini sangat dipengaruhi oleh media. Kemunculan internet telah menyebabkan berbagai jejaring sosial muncul, dimana teknologi informasi yang berkembang pesat mempermudah penyebaran pesan dan informasi secara cepat dan luas melalui media sosial.

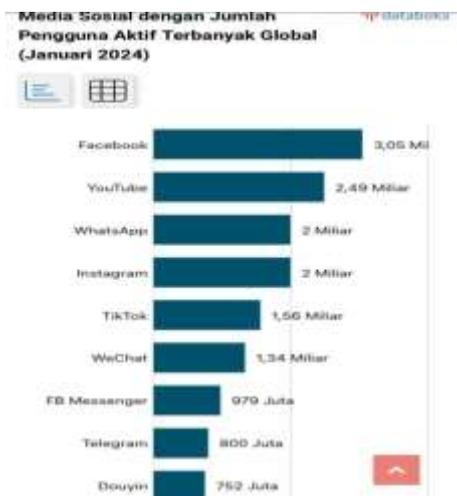
Media sosial adalah platform internet dimana orang berinteraksi satu sama lain, berkolaborasi, berbagi informasi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial virtual. Selain itu, media sosial memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain dan membentuk nilai, moral, dan etika.²

Sebagian besar orang menganggap platform media sosial seperti *google*, *facebook*, *instagram*, *twitter*, dan *youtube* hanya sebagai sarana hiburan dan tidak memiliki tujuan yang lebih penting. Sebaliknya, media sosial dapat berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan pesan dan ideologi yang

² Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2017), hlm. 11.

berkelanjutan, yang dapat mempengaruhi masyarakat secara luas. Penggunaan media sosial untuk menyebarkan pesan dan ideologi agama Islam adalah salah satu contohnya.

Pada awal tahun 2024, Instagram adalah salah satu situs web yang paling banyak digunakan orang. Laporan terbaru *We Are Social*, menunjukkan bahwa Instagram menempati peringkat keempat dengan 2 miliar pengguna aktif hingga bulan lalu.³



Gambar 1.2 Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2024)

³ Databoks, “Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2024)”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftarmedia-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>. Diakses 19 Februari 2024.

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktokmasuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>

Media sosial Instagram sudah menjadi kebutuhan pokok dan tidak dapat dipisahkan bagi mahasiswa. Dalam penggunaannya, media sosial memiliki dampak positif dan negatif tergantung pada etika penggunaannya. Akses media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku sosial, moral, dan akhlak individu. Di satu sisi, media sosial dapat memfasilitasi penyebaran nilai-nilai positif dan memperkuat rasa kepedulian sosial. Kampanye amal, gerakan sosial, dan komunitas online yang peduli terhadap isu-isu kemanusiaan adalah contoh bagaimana media sosial bisa menjadi alat untuk menyebarkan kebaikan dan solidaritas. Selain itu, media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi yang bermanfaat, saling memberikan dukungan moral, dan menginspirasi orang lain melalui cerita dan pengalaman hidup yang positif. Interaksi semacam ini dapat memperkaya pengalaman sosial seseorang dan membentuk perilaku yang lebih baik.

Namun, di sisi lain, media sosial juga membawa tantangan tersendiri terhadap moral dan akhlak. Konten yang tidak sesuai dengan norma dan nilai-nilai sosial, seperti cyberbullying, penyebaran hoaks, dan konten yang mengandung kekerasan atau pornografi, dapat berdampak negatif pada pengguna,

terutama remaja dan anak-anak yang masih dalam tahap perkembangan moral. Selain itu, budaya pamer dan hedonisme yang sering terlihat di media sosial dapat mendorong perilaku konsumtif dan egois. Penting bagi pengguna untuk memiliki kesadaran kritis dalam mengakses media sosial, memilih konten yang bermanfaat, dan menjauhi hal-hal yang dapat merusak moral dan akhlak. Maka dari itu, pendidikan akhlak yang harus ditanamkan sejak dini agar peristiwa-peristiwa tersebut tidak terjadi. Pendidikan digital dan pengawasan dari orang tua serta lingkungan sekitar juga diperlukan untuk membentuk perilaku yang positif dalam menggunakan media sosial.⁴

Platform Instagram juga terdapat beragam fitur yang dapat dimanfaatkan oleh para ustadz atau ustadzah yang aktif di media sosial, terutama untuk membuat konten dakwah. Fitur-fitur tersebut meliputi foto, video pendek (*reels*), *insta story*, siaran langsung (*live*), komentar, like, dan sebagainya. Keberadaan fitur-fitur ini mempermudah para ustadz atau ustadzah dalam mensyiarkan dakwah dengan efektif serta menciptakan konten dakwah yang menarik sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh publik.

⁴Yana Humyana, Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Sekolah SMPN 2 Waringinkurung, *Skripsi*, (Banten: Program Strata-1 UIN Sultan Maulana Hasanudin, 2020), hlm. 6.

Metode dakwah telah mengikuti perkembangan teknologi, menggunakan berbagai media baru untuk menyampaikan pesan. Salah satu contohnya adalah platform Instagram. Pendakwah dapat menggunakan Instagram untuk mencapai audiens yang lebih luas. Menurut Toha Yahya Omar, dakwah adalah upaya mensyiarkan Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia yang mencakup ajaran untuk melakukan kebaikan dan meninggalkan keburukan, melalui berbagai cara yang diperbolehkan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.⁵

Pada saat ini, para pendakwah sering menggunakan Instagram sebagai media dakwah. Perkembangan konten dakwah di Instagram terlihat dari berbagai foto atau video yang mengandung pesan dakwah, yang kini banyak tersebar di platform tersebut. Dengan munculnya konten-konten Islam yang hadir di Instagram membuat penggunaannya lebih bermanfaat, karena dapat digunakan untuk mendengarkan ceramah, membaca kutipan, dan quotes tentang dakwah Islam. Kehadiran konten-konten Islam ini menciptakan situasi dimana pengguna Instagram tidak merasa dipaksa, sehingga mereka lebih terbuka untuk menerima pesan dakwah Islam. Dengan adanya konten-konten Islami ini mempermudah serta

⁵ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 8.

memperluas dalam mempelajari agama Islam dan mempertahankan akhlak umat Islam, terutama di kalangan remaja, menjadi lebih mudah dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Seperti yang terlihat pada konten dakwah akun Instagram milik ustadz Hanan Attaki dengan username @hanan_attaki. Konsep dakwah yang ditampilkan berfokus pada kalangan anak muda. Ustadz Hanan Attaki sering membawakan ceramah dengan tema sesuatu hal yang menjadi persoalan anak muda seperti cinta, motivasi, membentuk karakter diri yang tangguh, nasehat-nasehat, serta permasalahan-permasalahan lainnya yang dapat menginspirasi dan menjadi motivasi serta dorongan untuk anak muda. Beliau juga memiliki suara yang lembut dan merdu, berpenampilan modern yang cocok dengan kalangan anak muda, serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh generasi muda. Hal tersebut juga dapat menjadi daya tarik tersendiri di mata masyarakat.

Instagram juga menjadi alat efektif untuk menyebarkan dakwah. Hal ini karena jangkauannya yang luas di kalangan berbagai usia dan profesi di seluruh dunia. Dakwah juga dapat dilakukan secara fleksibel. Dengan adanya dakwah melalui media sosial Instagram dirasa dapat mempengaruhi akhlak para mahasiswa yang sebagian besar sudah sangat tergantung dengan media sosial. Sehingga semakin sering mahasiswa mengikuti konten-konten dakwah yang ada pada media sosial

akan semakin banyak juga mahasiswa yang mendapatkan pembelajaran tentang akhlak baik yang bisa diterapkan dan dapat mempengaruhi akhlaknya.

Salah satu tujuan dakwah Instagram adalah menjangkau para mahasiswa, yang merupakan pengguna terbanyak dari aplikasi Instagram. Ini dikarenakan mahasiswa cenderung mudah menerima informasi yang disajikan. Mereka memiliki tingkat keingintahuan yang tinggi terkait agama, sehingga tertarik untuk menggali informasi tentang ajaran agama yang praktis dan mudah dimengerti melalui akun dakwah di Instagram. Melalui akun dakwah instagram tersebut didesain secara menarik, kreatif, dan inovatif untuk menarik perhatian mahasiswa.

Diantara pengguna Instagram adalah mahasiswa pendidikan agama Islam dari UIN Walisongo Semarang. Mereka adalah mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial termasuk Instagram. Mereka menggunakan Instagram untuk memperluas relasi pertemanan serta untuk menambah informasi keagamaan melalui konten-konten dakwah yang tersedia.

Mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang memiliki keingintahuan yang tinggi terkait agama, sehingga mereka tertarik untuk menggali informasi tentang ajaran agama yang praktis dan mudah dimengerti melalui akun dakwah di Instagram. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan

dengan saudari Nurul Habibah, mahasiswa PAI 2020 ia menyatakan bahwa “Saya menyukai dan mengikuti akun dakwah seperti Ning Imaz, Ning Sheila hasina, Ning nayluf, Syarifah Yaya, syarifah Sania Muthohar. Karena, konten dakwah yang beliau bagikan menjelaskan tentang hukum-hukum fiqih seperti fiqih nisa’ terkait haid, tata cara sholat, dan lain sebagainya. Sehingga konten tersebut berkaitan dengan amaliyah kita sehari-hari dan bisa langsung kita praktikkan.”⁶

Selain itu, Mahira ‘Ulya Al Zuhri dan Anggun K.Ullyiah juga mengungkapkan bahwa “saya mengikuti akun dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus. Karena, dari postingan beliau saya mendapatkan banyak pengetahuan tentang keagamaan yang belum pernah saya ketahui sebelumnya dan saya juga mendapatkan motivasi-motivasi kehidupan dari konten dakwah yang beliau bagikan. Dan saya menyukai konten dakwah yang berisi quotes-quotes motivasi kehidupan, tasawuf.”⁷

Niswatul Azkiya selaku mahasiswa PAI 2022 ikut berpendapat bahwa “saya menyukai konten dakwah yang berisi tentang Fiqih Ibadah, Fiqih Wanita, motivasi-motivasi

⁶ Nurul Habibah, Mahasiswa Pendidikan Agama Islam angkatan 2020, *Wawancara*, Pada hari Selasa, 14 Mei 2024.

⁷ Mahira ‘Ulya Al Zuhri dan Anggun K.Ullyiah, Mahasiswa Pendidikan Agama Islam angkatan 2021 dan 2023, *Wawancara*, Pada hari Selasa, 14 Mei 2024.

hidup. Karena menarik dan bermanfaat untuk mukhasabah diri. Dan konten dakwah yang saya butuhkan adalah konten yang berisi tentang pepeling hidup.”⁸

Maka dapat disimpulkan bahwa jenis konten dakwah yang disukai dan dibutuhkan oleh mahasiswa PAI UIN Walisongo yaitu konten dakwah yang berkaitan dengan keagamaan, hukum-hukum fiqh terkait amaliyah ibadah, fiqh nisa’ terkait haid, maupun tentang quotes-quotes motivasi kehidupan, tasawuf sehingga dengan konten dakwah seperti itu, maka bisa langsung dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kehadiran konten dakwah diplatform media sosial Instagram memiliki potensi untuk mempengaruhi akhlak mahasiswa PAI. Dengan semikian, semakin sering mahasiswa mengikuti konten dakwah tersebut, semakin besar kemungkinan mereka untuk memahami nilai-nilai moral yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Anggun K.Ulliyah, mahasiswa PAI 2023 dan Niswatul Azkiya mahasiswa PAI 2022 menegaskan bahwa “Dengan adanya konten dakwah yang tentunya berkaitan dengan akhlak, kita memiliki keinginan untuk meningkatkan diri agar menjadi individu yang lebih baik.”⁹ Selain itu, Nurul Habibah juga

⁸ Niswatul Azkiya, Mahasiswa Pendidikan Agama Islam angkatan 2021 dan 2023, *Wawancara*, Pada hari Selasa, 14 Mei 2024.

⁹ Anggun K.Ulliyah dan Niswatul Azkiya, Mahasiswa Pendidikan Agama Islam angkatan 2023 dan 2022, *Wawancara*, Pada hari Selasa, 14 Mei 2024.

menyatakan bahwa “kemungkinan besar konten dakwah tersebut bisa berpengaruh terhadap akhlak mahasiswa. Seperti halnya, jika konten tersebut terkait amaliyah sholat atau ibadah, maka kita dapat melakukan ibadah kita dengan benar.”¹⁰

Berdasarkan informasi diatas, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa pendidikan agama Islam UIN Walisongo Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa pendidikan agama Islam UIN Walisongo Semarang.

Manfaat penelitian ini adalah:

¹⁰ Anggun K.Uliyiah dan Niswatul Azkiya, Mahasiswa Pendidikan Agama Islam angkatan 2023 dan 2022, *Wawancara*, Pada hari Selasa, 14 Mei 2024.

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi dalam menyelesaikan pengaruh konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu:

- a. Memberikan pengertian tentang sikap atau akhlak yang seharusnya dan mengikuti ajaran yang baik seperti yang ada pada isi konten.
- b. Bertambahnya wawasan mengenai pentingnya menggunakan media sosial dengan bijak, benar, dan berguna bagi diri agar semakin meningkatnya ketaqwaan kepada Allah SWT.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang diawali dengan penginderaan, di mana penginderaan ini merupakan bagian dari proses persepsi. Alat indera berfungsi sebagai penghubung antara individu dengan dunia eksternal.

Persepsi menurut Jalaludin Rakhmat adalah proses pengalaman terhadap objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui interpretasi pesan dan kesimpulan informasi. Persepsi memberikan makna pada rangsangan sensoris. Hubungan antara sensasi dan persepsi sangat erat; sensasi merupakan komponen dari persepsi. Namun, interpretasi makna dari informasi sensoris tidak hanya melibatkan sensasi saja, tetapi juga melibatkan perhatian, ekspektasi, motivasi, dan memori.¹¹

Ahmad Mubarak dalam bukunya menjelaskan juga menjelaskan bahwa persepsi

¹¹ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2021), hlm. 63.

adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru.¹²

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses mendapatkan informasi dari pengalaman dan kejadian yang telah dialami. Dengan kata lain, persepsi bisa diartikan sebagai pesan atau respon yang diperoleh seseorang setelah melakukan observasi langsung terhadap apa yang diterima.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seringkali keliru atau berbeda-beda karena dipengaruhi oleh beberapa faktor personal, situasional, fungsional, dan struktural. Faktor-faktor besar yang mempengaruhi persepsi seseorang termasuk perhatian, konsep fungsional, dan konsep struktural tertentu yang tidak hanya bergantung pada rangsangannya sendiri, tetapi juga pada latar belakang tempat stimulus tersebut berada, seperti pengalaman sensorik sebelumnya, perasaan saat itu, sikap, dan tujuan.¹³

¹² Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Malang: Madani Press, 2014), hlm. 114.

¹³ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*,....., hlm. 115.

Menurut Achmad Mubarak dalam bukunya "Psikologi Dakwah," terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu:¹⁴

1) Faktor perhatian

Perhatian adalah proses mental di mana kesadaran terhadap suatu stimulus menjadi lebih menonjol, sementara stimulus lainnya melemah. Penarikan perhatian bisa berasal dari luar (eksternal) maupun dari dalam diri individu (internal). Faktor eksternal yang secara psikologis menarik perhatian biasanya karena sifat-sifat yang menonjol dibandingkan stimulus lainnya yang diam, atau karena adanya unsur kontras, kebaruan, atau pengulangan.

2) Faktor fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi meliputi kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya.

3) Faktor structural

Faktor struktural berasal dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Menurut teori Gestalt, ketika seseorang mempersepsi sesuatu, dia akan

¹⁴ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*,....., hlm. 115-122.

mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan, bukan bagian-bagiannya, dan kemudian mengorganisasikannya.

c. **Proses Terjadinya Persepsi**

Persepsi terjadi melalui sebuah proses yang dimulai ketika rangsangan diterima oleh indera kita. Sebagian besar rangsangan yang masuk disaring, sementara sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses ini melibatkan penerimaan beberapa informasi oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya, yang disebut sebagai *selective attention* atau *selective perception*.¹⁵ Proses ini dipengaruhi oleh karakteristik orang atau objek yang dipersepsikan, seperti ukuran, intensitas, gerakan, pengulangan, dan keunikan. Selective attention dapat dipicu oleh hal-hal atau orang yang mungkin berada di luar konteks, seperti mendengar seseorang berbicara.

2. **Konten Dakwah**

a. **Pengertian Konten Dakwah**

Dalam pengertian bahasa, istilah "konten" mengacu pada isi atau muatan suatu pesan. Dalam konteks komunikasi dan media, konten merujuk

¹⁵ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 61.

pada pesan atau informasi yang disampaikan melalui media tertentu, terutama media online atau internet. Menurut definisi KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), konten adalah informasi yang dapat diakses melalui media atau produk elektronik.¹⁶

Menurut HSM. Nasaruddin Latif, dakwah merupakan segala tindakan yang dilakukan melalui ucapan atau tulisan yang bertujuan untuk mengajak, memanggil orang lain agar beriman dan menaati Allah Swt. Sesuai dengan prinsip-prinsip akidah, syariat, dan perilaku Islamiyah.¹⁷

M. Arifin memberikan penjelasan lebih detail tentang dakwah yaitu, sebuah usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana tanpa adanya tekanan, baik melalui lisan, tulisan, maupun perilaku, dengan tujuan mengajak seseorang atau

¹⁶ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), ISBN 978979223419.

¹⁷ Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2023), hlm. 19.

sekelompok orang untuk mengerti, menghayati, menyadari, dan mengamalkan ajaran agama.¹⁸

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah upaya untuk mengajak dan mempengaruhi individu atau sekelompok orang agar mereka dapat memahami dan menghayati ajaran serta nilai-nilai Islam secara mendalam. Hal ini bertujuan agar mereka dapat mencapai kesejahteraan dalam kehidupan dunia dan akhirat yang diridhoi oleh Allah. Dakwah bertujuan untuk menjalankan *amar ma'ruf nahi munkar* yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah Q.S. Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang

¹⁸ Eko Sumadi, *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*, ATTasybir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1, 2016, hlm. 176.

mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Q.S. Ali Imran/ 3; 104)¹⁹

Dapat disimpulkan bahwa konten dakwah merupakan isi, informasi, atau pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang pendakwah atau ustadz atau ustadzah menggunakan media sosial. Materi-materi yang disampaikan dalam dakwah tentu saja tidak terlepas dari dua unsur yaitu Al-Qur'an dan Hadist sebagai sumber utama yang meliputi akidah, akhlak, syariah, dengan berbagai ilmu yang didapat darinya.

b. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Dakwah sangat berpengaruh bagi manusia, baik individu maupun sosial, karena kunci kebenaran ajaran Islam terkandung dalam Al-Qur'an dan sunnah dengan realitas kehidupan manusia, sebagai individu maupun kelompok sangat penting membuat panji-panji keyakinan dan ketakwaan kepada Allah Swt. Adapun fungsi dakwah adalah sebagai berikut:²⁰

¹⁹ Arwani Amin, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Kudus: Buya Barokah, 2014), hlm. 62.

²⁰ Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*,..., hlm. 25-26.

1) Mengesakan Tuhan pencipta alam semesta.

Memberikan pemahaman dan penjelasan kepada umat manusia untuk menyembah Allah dan menolak berbagai ideologi, paham, dan keyakinan hidup yang menyimpang dari syariat.

2) Mengubah pikiran manusia.

Mengubah perilaku manusia dari perilaku jahiliyah menuju perilaku yang islami. Secara fitrah, manusia memiliki potensi mengenal dan beriman kepada Allah serta lahir dalam keadaan suci, namun perubahan manusia tersebut tidak sesuai dengan nilai islami yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

3) Menegakkan kebaikan dan mencegah kemungkaran.

Dalam proses penegakan amar ma'ruf nahi munkar perlu diperhatikan rambu-rambu yang diajarkan oleh syariat Islam, yaitu dilakukan dengan penuh kesabaran, lemah lembut, serta memiliki dasar keilmuan yang akan dicapai.

Tujuan dakwah adalah tujuan diturunkan ajaran Islam bagi umat manusia itu sendiri, yakni membuat manusia memiliki kualitas

ibadah, akidah, serta akhlak yang tinggi. Secara umum tujuan dakwah dalam Al-Qur'an adalah: ²¹

- a) Dakwah bertujuan menghidupkan hati yang mati
- b) Agar manusia mendapatkan ampunan dan menghindarkan azab dari Allah Swt.
- c) Untuk menyembah Allah Swt. dan tidak menyekutukan-Nya
- d) Untuk menegakkan agama agar tidak terpecah belah
- e) Mengajak dan menuntun ke jalan yang lurus

c. Unsur-Unsur Dakwah

Agar dakwah dapat disampaikan dengan efektif, setiap tahap prosesnya harus memenuhi unsur-unsur yang diperlukan. Keberhasilan dakwah bergantung pada berbagai elemen yang berkaitan dengan pemenuhan unsur-unsur dakwah tersebut. Dakwah hanya dapat terjadi ketika semua elemen, termasuk dai (subjek dakwah), mad'u (sasaran dakwah), maddah (materi dakwah),

²¹ Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah,....*, hlm. 22

media dakwah , dan metode dakwah terpenuhi dengan baik.²²

1) Dai (Subjek Dakwah)

Dai secara etimologi berasal dari bahasa arab, yang berarti orang yang melakukan dakwah, sedangkan secara terminologi, dai yaitu setiap muslim yang mukallaf (aqil baligh) dengan kewajiban dakwah. Dai merupakan seseorang yang melaksanakan dakwah, baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok, atau melalui organisasi/lembaga. Seorang dai memiliki peran penting dalam proses pelaksanaan dakwah, kepandaian atau kepiawaian akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para objek dakwah. Dan setiap dai mempunyai kekhasan dan kelebihan masing-masing.

2) Mad'u (sasaran dakwah)

Mitra dakwah, atau yang dikenal sebagai Mad'u, merujuk kepada individu atau kelompok yang menjadi target atau sasaran dari kegiatan dakwah. Setiap individu, tanpa

²² Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*,....., hlm. 136.

memperhatikan perbedaan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, atau warna kulit, dapat menjadi objek dari dakwah tersebut. Dalam kerangka ilmu komunikasi, Mad'u mirip dengan komunikan, yang merupakan pihak yang dijangkau oleh pesan komunikasi atau penerima pesan untuk tujuan tertentu.²³

Kehadiran Mad'u yang beragam ini harus dipertimbangkan dalam merancang strategi dakwah, sehingga dakwah dapat mencapai efektivitas yang sebenarnya dan berhasil menjangkau masalah-masalah kehidupan umat manusia sesuai dengan fokus dakwahnya.

3) Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah agama Islam. Materi dalam dakwah meliputi Ibadah, aqidah, muamalah, dan akhlak yang diajarkan Allah dalam Al-Qur'an melalui Rasul-Nya. Menurut Toto Tasmara yang dikutip oleh Aminol Rosid Abdullah, menyatakan bahwa pesan dakwah merupakan semua pernyataan

²³ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, Cet. Pertama, 2013), hlm. 22.

yang bersumber pada Al-Qur'an dan as-sunnah baik tertulis maupun dengan pesan-pesan (risalah), dan disampaikan oleh seseorang dalam upaya mengubah manusia agar berpegang teguh pada aturan Allah dengan menjalankan dan mengamalkan ajaran agama Islam.²⁴

Salah satu komponen penting dalam proses dakwah adalah maddah, yang juga dikenal sebagai materi dakwah. Materi dakwah merujuk kepada pesan yang dibawa oleh pelaku dakwah untuk disampaikan kepada target dakwah. Secara umum, materi dakwah dapat dikelompokkan ke dalam beberapa topik utama.²⁵

- a) Aqidah Islam, yang mencakup konsep tauhid dan keimanan, yang membentuk landasan moral manusia.
- b) Akhlakul karimah, yang berfokus pada pembentukan karakter yang mulia berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

²⁴ Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah,.....*, hlm. 138.

²⁵ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, (Kediri: Kalam Santri Press, 2012), hlm. 87.

- c) Pengembangan masyarakat yang adil dan sejahtera, menekankan perhatian Islam terhadap aspek sosial kehidupan.
- d) Syariat, yang bertujuan untuk kesejahteraan dunia dan akhirat dengan menyebarluaskan nilai-nilai keadilan, menjalin hubungan yang baik antara individu dan masyarakat, serta menerapkan hukum yang adil. Syariat dianggap sebagai cermin dari peradaban Islam dan merupakan kekuatan yang melahirkan peradaban di kalangan umat Muslim.²⁶

4) Media Dakwah

Media dakwah merupakan peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Menurut Wardi Bahtiar yang dikutip oleh Aminol Rasid Abdullah, mengungkapkan bahwa, media dakwah merupakan peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi

²⁶ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren,.....*, hlm. 88-89.

dakwah pada zaman modern seperti televisi, radio, internet, dan lain-lain.²⁷

Dalam penelitian ini, media dakwah yang dipilih adalah Instagram, sebuah platform media sosial. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengambil, mengelola, mengedit, memberi efek filter, dan membagikan foto atau video kepada pengikut akun mereka. Selain itu, Instagram juga memfasilitasi unggahan video, pembuatan story yang berisi rekaman langsung dari kamera ponsel pengguna, dan membagikannya ke akun pengguna, yang bisa dilihat oleh pengikutnya dalam batas waktu 24 jam. Bahkan, pengguna juga dapat melakukan siaran langsung (live) sehingga pengikutnya dapat melihat dan berinteraksi dengan pengguna tersebut melalui komentar. Instagram juga berfungsi sebagai platform diskusi bagi komunitas tertentu dan sarana untuk menyampaikan dakwah Islam serta menyebarluaskan pemahaman, ideologi, atau pemikiran tertentu. Adapun fitur Instagram

²⁷ Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah,.....*, hlm. 140.

yang diterapkan dai atau pendakwah dalam menyebarkan dakwah di media sosial Instagram yaitu:

a) *Instastory* atau Cerita *Instagram*

Fitur ini biasanya digunakan untuk mengunggah teks, foto, video ataupun *boomerang* yang hanya ditayangkan 24 jam. Dalam *instastory* juga biasanya menggunakan filter *vote*, dan *questions and answer*. Dalam unggahan *instagram story* ini apabila menggunakan video hanya dibatasi 30 detik saja dalam satu tayangannya, namun dapat diteruskan lagi menjadi beberapa *story*.²⁸

Dalam menyebarkan dakwah Islam, biasanya dai atau pendakwah menggunakan filter *questions and answer*. Dengan fitur tersebut, followers atau pengikutnya dapat bertanya tentang pengetahuan agama yang belum diketahuinya atau permasalahan yang dialaminya sehingga dai atau pendakwah dapat menjawab pertanyaan tersebut melalui *Instastory* (cerita Instagram).

²⁸ Indah Ayu Purnamasari, *Representasi Kedekatan Dalam Relasi Selebgram Pada Media Sosial Instagram*, (Skripsi, Universitas Airlangga, 2019), hlm. 31-32.

b) Feeds Instagram

Feed Instagram merupakan fitur utama yang digunakan dai atau pendakwah untuk mengunggah foto berupa quotes-quotes dakwah atau video dakwah di profil Instagram.

c) Reels

Reels adalah video pendek dengan durasi maksimal 90 detik, yang dapat diedit seperti menambahkan suara, teks, filter atau efek sebelum di upload di Instagram. Reels digunakan dai atau pendakwah untuk membuat cuplikan-cuplikan video ceramah tentang informasi agama, kisah-kisah inspirasi dari tokoh agama, maupun kegiatan keagamaan yang lainnya yang dapat menambah pengetahuan Islam.

d) Siaran Langsung (*Live*)

Siaran langsung (*Live*) merupakan fitur di Instagram yang dimanfaatkan oleh pengguna sebagai sarana penyiaran, karena video yang disiarkan secara langsung melalui internet dimana kita tidak perlu melakukan editing, kita hanya perlu menyalakan kamera dan mulai merekam. Pengguna *Instagram* dapat

melakukan siaran langsung, dan saling bergabung. Hasil siaran tersebut juga dapat disimpan selama 24 jam untuk dapat ditonton kembali.

5) Metode Dakwah

Metode dakwah berasal dari bahasa Yunani yaitu “*methodos*” yang berarti jalan. Sedangkan dalam bahasa Jerman “*methodica*” yang berarti ajaran tentang metode. Secara istilah, metode dakwah merupakan segala cara menegakkan syariat Islam untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, diantaranya terciptanya kehidupan baik di dunia maupun di akhirat dengan menjalankan syariat Islam secara murni dan konsekuen.²⁹ metode dakwah dalam Islam dapat dilakukan sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah surat An-Nahl ayat 125. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

²⁹ Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*,..., hlm. 138.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”(An-Nahl [16]:125)

Metode dakwah dikelompokkan menjadi

tiga cakupan yaitu:

- a) Metode Bi Al-Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan-kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- b) Metode Mauidhoh Hasanah, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

c) Metode Mujadalah, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan kepada sasaran dakwah.³⁰

Keberhasilan dakwah ditentukan oleh kelima unsur dakwah ini, oleh karenanya dalam melaksanakan dakwah kelima unsur ini harus mendapatkan perhatian dan penanganan yang optimal dalam operasionalisasi dakwah.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Internet, sebagai hasil dari kemajuan teknologi, banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai teknologi, internet memiliki potensi untuk menghasilkan bentuk interaksi sosial yang baru, berbeda dengan interaksi sosial yang terjadi sebelumnya. Jika di masa lalu, masyarakat berkomunikasi secara langsung, saat ini, mereka cenderung berinteraksi di dunia maya atau melalui platform sosial online. Dengan kemajuan teknologi informasi, masyarakat kini memiliki alternatif lain untuk terlibat dalam interaksi sosial.

³⁰Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 135.

Menurut Shirky sebagaimana dalam kutipan Rulli Nasrullah mengungkapkan bahwa, media sosial dan perangkat lunak adalah “sarana untuk meningkatkan kemampuan pengguna dalam berbagi, berkolaborasi di antara sesama pengguna, serta melakukan tindakan bersama secara kolektif di luar batas kerangka institusional maupun organisasi”.³¹

Menurut Boyd sebagaimana dalam kutipan Rulli Nasrullah, media sosial sebagai rangkaian perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam situasi tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Keunggulan media sosial terletak pada konten yang dihasilkan oleh pengguna *user generated content* (UGC), bukan oleh editor seperti dalam institusi media massa.³²

Berdasarkan pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah platform media yang memfasilitasi setiap orang dalam berinteraksi, bersosialisasi dan

³¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 11.

³² Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 11.

berkomunikasi antar individu tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Media sosial, seperti Instagram, Tik-Tok, Facebook, Twitter, dan Youtube, telah menjadi bagian penting dari sejarah yang mengubah fundamental proses komunikasi manusia. Metode komunikasi yang sebelumnya terbatas pada pertemuan tatap muka, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa, mengalami transformasi menyeluruh dengan kemajuan teknologi komunikasi, terutama melalui internet. Transformasi ini membawa implikasi signifikan pada proses komunikasi, dengan konsekuensi yang dirasakan pada tingkat individu, organisasi, dan lembaga. Pada dasarnya media sosial termasuk dalam klasifikasi media yang baru, memberikan platform bagi pengguna untuk berinteraksi sosial, seperti berbagi informasi, berkomunikasi, bekerja sama, mencari pekerjaan, dan kegiatan lainnya, tanpa adanya pembatasan terhadap ruang dan waktu.

b. Manfaat Media Sosial

Manfaat media sosial terbukti dalam berbagai bidang. Di bidang bisnis, media sosial digunakan sebagai alat promosi yang efektif untuk bisnis

online, membuka peluang bagi para pengusaha dalam memasarkan produk dan jasa secara daring. Dalam pariwisata, media sosial berfungsi sebagai platform promosi interaktif, mempengaruhi preferensi wisatawan dalam menentukan destinasi perjalanan mereka melalui inspirasi dari foto dan ulasan di jejaring sosial.

Di bidang kesehatan, seperti dikutip dari *The Social Life of Health Information*, di Amerika Serikat, sebanyak 61% orang dewasa mencari informasi kesehatan secara online melalui media sosial, dan 39% melalui Facebook. Media sosial kesehatan ini memberikan masyarakat kesempatan untuk menilai pelayanan rumah sakit, berinteraksi dengan sesama pengguna layanan medis, dan membuat topik diskusi medis sesuai kebutuhan mereka. Di bidang keagamaan, para pendakwah memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ajaran agama dengan cepat dan luas, memanfaatkan kemudahan akses internet.

Sedangkan di bidang politik, media sosial digunakan sebagai sarana kampanye politik. Survei yang dilakukan oleh Surabaya Survey Center (SSC) menunjukkan bahwa media sosial, khususnya melalui WhatsApp (WA) dan

Facebook, memiliki pengaruh besar dalam menentukan pilihan pemilih. Sebanyak 23,10% responden menyatakan pengaruh yang sangat besar, dan 30,90% menyatakan pengaruh yang cukup besar.³³

4. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram adalah aplikasi instan untuk berbagi foto, tetapi juga merupakan jejaring sosial. karena kita dapat berinteraksi dengan orang lain di Instagram. Salah satu karakteristik jejaring sosial media yang paling menonjol adalah kemampuan untuk mengikuti sesama pengguna, memberikan komentar, dan memberikan tanda suka (like) pada foto. Instagram diciptakan untuk menjadi platform favorit bagi orang-orang yang ingin memposting kegiatan, barang, tempat, atau diri mereka sendiri melalui foto. Instagram juga dapat digunakan untuk mengunggah video dan membuat cerita yang menampilkan rekaman video atau foto yang diambil dari kamera ponsel pengguna dan diunggah ke akun pengguna, sehingga

³³ Fitriani Yuni, “Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat”, *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, Vol. 19. No. 2, 2017, hlm. 152.

pengikutnya dapat melihatnya selama 24 jam. Pengguna juga dapat melakukan siaran langsung untuk berinteraksi dengan pengikutnya.³⁴

Sebagai aplikasi media sosial, Instagram memungkinkan pengguna mengambil foto, menambahkan efek digital (filter), dan membagikannya, terutama di smartphone. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Awalnya tersedia untuk iOS, tetapi dirilis untuk Android pada April 2012 untuk memperluas penggunaannya. Seminggu setelah peluncuran versi Android, *Facebook* resmi membeli Instagram seminggu setelah peluncuran versi *Android*, dengan nilai pembelian mencapai US\$1 miliar (sekitar Rp 9 triliun).³⁵

Instagram tidak hanya digunakan oleh individu untuk memposting foto pribadi, tetapi seringkali dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk mempromosikan produk, menjadi platform diskusi bagi komunitas tertentu, dan juga sebagai

³⁴ Bimo Mahendra “Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram”, *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol 16, N0. 01, Tahun 2018), hlm. 152.

³⁵ Witanti Prihatiningsih, “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Dikalangan Remaja”, *Jurnal Communication VIII*, No. 1, April 2017, hlm. 51.

sarana untuk menyampaikan dakwah Islam serta menyebarkan suatu pemahaman, ideologi, atau pemikiran tertentu.

b. Fitur-Fitur Instagram

Instagram memiliki kemampuan untuk mengambil, mengelola, mengedit, menggunakan efek filter, dan membagikan foto dan video kepada semua orang yang mengikuti akunnya. Instagram juga dapat digunakan untuk mengunggah video dan membuat cerita yang menampilkan rekaman dari kamera ponsel pengguna dan diunggah ke akun pengguna. Dalam waktu 24 jam dari pengunggahannya, cerita tersebut dapat dilihat oleh pengikutnya. Pengguna juga dapat melakukan live sehingga pengikutnya dapat langsung melihat kegiatan mereka dan berinteraksi dengan mereka melalui komentar. Instagram memiliki nilai estetika dan etika untuk mengolah foto dan video sebelum dibagikan, sehingga membantu orang lain. Berikut adalah beberapa fitur Instagram:

- 1) Fitur *Hashtag* memungkinkan pengguna untuk menandai topik tertentu dengan menggunakan tanda pagar pada setiap kiriman, sehingga memudahkan dalam

kategorisasi foto dan video yang sama. Hal ini penting karena memudahkan pengguna untuk menemukan konten yang berkaitan dengan topik yang diinginkan, termasuk konten keislaman.

- 2) Fitur *Mention* memungkinkan pengguna untuk memanggil atau menyebut pengguna lain dalam kiriman mereka, baik untuk memberikan informasi atau interaksi langsung antar pengguna. Fitur ini juga membantu dalam menghindari kesalahan dalam menyebut nama orang dalam caption atau komentar.
- 3) Fitur *Follow* merupakan aspek penting dari Instagram karena memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain. Mengikuti akun pengguna lain memungkinkan untuk terjalinnya komunikasi antar pengguna.
- 4) Fitur *Like* dan *Coment*, memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan pendapat mereka terhadap kiriman orang lain. Selain menilai kualitas visual, like dan komentar juga

memungkinkan untuk berbagi pemikiran atau tanggapan terhadap suatu konten.³⁶

- 5) Fitur *Share* (bagikan), memungkinkan pengguna untuk membagikan konten kepada pengikut mereka atau kepada pengguna lain di platform Instagram.
- 6) *Instagram stories*, memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, atau tulisan yang bersifat sementara, biasanya bertahan selama 24 jam sebelum menghilang. Pengguna juga memiliki kontrol untuk memilih siapa saja yang dapat melihat stories mereka.

5. Akhlak

a. Pengertian Akhlak

Dari segi kebahasaan, akhlak berasal dari bahasa arab, yaitu isim mashdar (bentuk infinitif) dari kata *akhlaqa*, *yukhliqu*, *ikhlaqan* yang berarti *al-sajiyah* (perangai), *ath-thabi'ah* (kelakuan, tabiat, watak dasar), *al-adat* (kebiasaan), *al-maru'ah* (peradaban yang baik), *al-din* (agama).

³⁶ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 53-67.

Kata akhlak adalah jamak dari *khilqun* atau *khuluqun* yang artinya sama dengan arti akhlak sebagaimana telah disebutkan di atas yaitu budi pekerti, tingkah laku, perangai atau tabiat.³⁷

Kata akhlak berasal dari kata kerja *khalaaqa* yang artinya menciptakan. *Khaliq* maknanya pencipta atau Tuhan dan *makhluq* artinya yang diciptakan, sedangkan *khalaaqa* maknanya penciptaan. Kata *khalaaqa* yang mempunyai kata yang seakar di atas mengandung maksud bahwa akhlak merupakan jalinan yang mengikat atas kehendak Tuhan dan manusia. Pada makna lain kata akhlak dapat diartikan tata perilaku seseorang terhadap orang lain. Jika perilaku ataupun tindakan tersebut didasarkan atas kehendak *Khaliq* (Tuhan) maka hal itu disebut sebagai akhlak hakiki.

Oleh karena itu, akhlak dapat diartikan sebagai tata aturan atau norma kepribadian dan perilaku yang mengatur hubungan antara sesama manusia (*hablumminannas*), manusia dengan tuhan (*habluminallah*), serta manusia dengan alam

³⁷ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf Dan Karakter Mulia*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), hlm. 1.

semesta (lingkungannya). Definisi akhlak telah dikemukakan di antaranya adalah:

Menurut Ibnu Miskawaih yang dikutip oleh Abuddin Nata, mengemukakan bahwa akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan.³⁸

Sementara itu, Imam Ghazali, dikutip oleh Abuddin Nata mengatakan bahwa definisi akhlak yaitu sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan macam-macam perbuatan dengan mudah, tanpa adanya pemikiran dan pertimbangan.³⁹

Dari berbagai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa akhlak meliputi sikap atau keadaan baik maupun buruk yang tertanam dalam jiwa seseorang yang dapat mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa berpikir karena adanya suatu kebiasaan yang terus menerus atau berulang-ulang.

³⁸ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf Dan Karakter Mulia*,....., hlm. 3.

³⁹ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf Dan Karakter Mulia*,....., hlm. 3.

b. **Pembagian Akhlak**

Menurut Muhammad Abdullah Darraz yang dikutip oleh Ulil Amri Syafri, mendefinisikan akhlak sebagai suatu kekuatan dari dalam diri seseorang yang menggabungkan antara kecenderungan pada sisi yang baik (akhlak mahmudah) dan sisi buruk (akhlak madzmumah), maka secara garis besar dikenal dua jenis akhlak yaitu: ⁴⁰

1) Akhlak Terpuji (Akhlak Mahmudah / Akhlak Karimah)

Akhlak mahmudah (akhlak terpuji) merupakan bentuk *Maf'ul* dari kata *kamida* yang berarti “dipuji”. Akhlak terpuji disebut pula dengan *Akhlakul Karimah* atau akhlak mulia, atau *makarim al-akhlaq* (akhlak mulia), atau *akhlaq al-munjiyat* (akhlak yang menyelamatkan pelakunya).⁴¹ Macam macam akhlak terpuji adalah sebagai berikut:

⁴⁰ Ulil Amri Syafri, *Pendidikan Karakter Berbasis Al-Qur'an*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm.75.

⁴¹ Rosidi, *Pengantar Akhlak Tasawuf*, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015), hlm. 5.

a) Sabar

Kata sabar berarti menahan dan mencegah. Kesabaran merupakan sikap pencegahan jiwa untuk melakukan sesuatu. Dengan sabar, seseorang berhadapan dengan dua dorongan yaitu dorongan agama dan dorongan hawa nafsu. Ketika seseorang memilih dorongan agama dan mengalahkan dorongan hawa nafsu maka dia telah bersikap sabar. Ketika seseorang memilih menahan diri untuk membalas orang lain yang menyakitinya bahkan memaafkannya maka dia telah bersikap sabar.

Ada tiga jenis sabar: sabar terhadap ketaatan, sabar terhadap menghindari hal-hal yang dilarang, dan sabar terhadap musibah yang menimpanya. Ada dua jenis musibah: yang pertama adalah musibah yang tidak dapat dipilih, yang lebih mudah dihadapi karena dianggap sebagai ketentuan Allah; yang kedua adalah musibah yang disebabkan oleh perbuatan orang lain. Karena seseorang merasa akan membalas kepada orang yang

menyakiti mereka, sangat sulit untuk tetap sabar terhadap hal ini.⁴²

b) Syukur

Syukur secara bahasa berarti pengakuan terhadap suatu kebaikan. Menurut Ibnu Qoyyum, syukur merupakan memuji kepada yang telah memberi kebaikan-kebaikan. Sedangkan menurut Muhammad bin Salih al-Munjid, syukur adalah penampakan bekas nikmat tuhan terhadap hamba-Nya, baik dalam hati berupa keimanan, lisan berupa pujian, dan pada anggota badan berupa pengabdian dan ketaatan.⁴³

Ada beberapa tingkatan orang bersyukur, diantaranya yaitu: pertama, bersyukur dengan hati ditandai dengan mengetahui bahwa Allahlah yang memberikan segala nikmat. Kedua, bersyukur dengan lisan. Lisan seseorang mengungkapkan apa yang ada dalam hatinya. Ketika hati seseorang penuh dengan rasa syukur kepada Allah, maka

⁴² Nasirudin, *Akhlaq Pendidik (Upaya Membentuk Kompetensi Spiritual Dan Sosial)*, (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), hlm. 56-57.

⁴³ Nasirudin, *Akhlaq Pendidik (Upaya Membentuk Kompetensi Spiritual Dan Sosial)*,....., hlm.43-45.

lisannya akan menuturkan pujian kepada Allah. Itulah sebabnya seorang mukmin diperintahkan untuk selalu berdzikir kepada Allah. Ketiga, bersyukur dengan anggota badan, seperti tangan digunakan untuk memberi, kaki yang senantiasa melangkah menuju masjid, dan lisan yang digunakan untuk membaca al-qur'an, ruku', sujud, dan melakukan amalan lainnya.⁴⁴ Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Ibrahim ayat 7:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ
 إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

“(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras.” (Q.S Ibrahim/ 14; 7)⁴⁵

c) Ikhlas

Secara bahasa, kata ikhlas berasal dari kata *akhlaṣa*, *yukhliṣu*, *ikhlaṣ* yang berarti memurnikan, menjernihkan. Ikhlas dalam konteks Islam, terkait dengan pekerjaan

⁴⁴ Nasirudin, *Akhlaq Pendidik (Upaya Membentuk Kompetensi Spiritual Dan Sosial)*,....., hlm.43-46.

⁴⁵ Arwani Amin, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*,....., hlm. 255.

ibadah. Yang berarti memurnikan pekerjaan itu sebagai bentuk ketaatan, perendahan diri, ketundukan, dan pengagungan kepada Allah serta tidak mencampuri dengan niat-niat yang lain.⁴⁶

Ibnu Qayyim mendefinisikan ikhlas,

إِفْرَادُ الْحَقِّ سُبْحَانَهُ بِالْقَصْدِ فِي الطَّاعَةِ

Menunjukkan ketaatan hanya kepada Allah
Sebagian ulama berpendapat bahwa ikhlas
adalah:

الإِخْلَاصُ أَنْ لَا تَطْلُبَ عَلَى عَمَلِكَ شَاهِدًا غَيْرَ
اللَّهِ، وَلَا مُجَازِيًا سِوَاهُ

Ikhlas adalah tidak menemukan saksi atas amalmu selain Allah dan tidak pula menemukan pembalas selainNya.⁴⁷

2) Akhlak Tercela (Akhlak Madzmumah)

Akhlaqul madzmumah (akhlak tercela),
Akhlaqul madzmumah (akhlak tercela) ialah
akhlak yang tidak baik dan tidak benar menurut
Islam. Akhlaqul madzmumah ialah perangan yang

⁴⁶ Nasirudin, *Akhlak Pendidik (Upaya Membentuk Kompetensi Spiritual Dan Sosial)*,....., hlm.19.

⁴⁷ Nasirudin, *Akhlak Pendidik (Upaya Membentuk Kompetensi Spiritual Dan Sosial)*,....., hlm. 20

tercermin dari tutur kata, tingkah laku, dan sikap yang tidak baik.⁴⁸

a) Sombong

Angkuh merupakan pribadi seseorang, menjadi sifat yang telah melekat pada diri orang tersebut. Sombong adalah ketika seseorang menganggap dirinya lebih dari yang lain sehingga dia berusaha menutupi dan tidak mau mengakui kekurangannya. Dia selalu merasa besar, lebih kaya, lebih pintar, lebih dihormati, lebih mulia dan lebih beruntung dari yang lain. Maka untuk menghindari hal-hal seperti itu, seseorang harus menyadari bahwa semua itu anugerah Allah dan harus disyukuri. Harus ingat bahwa manusia itu asalnya dari tanah dan akan kembali menjadi tanah.⁴⁹

b) Tamak atau rakus

Tamak atau rakus ialah suatu sikap yang tidak merasa cukup, sehingga ingin selalu menambah apa yang seharusnya dimiliki,

⁴⁸ Al-Ghazali, *Mutiara Ihya' Ulumuddin*, (Bandung : Mizan: 2008), hlm. 412.

⁴⁹ M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak Dalam Prespektif Al-qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2007), hlm. 50.

tanpa memperhatikan hak-hak orang lain. Allah melarang hambanya melakukan tindakan yang rakus dan termasuk akhlak buruk terhadap Allah, karena hal ini dapat menyebabkan seseorang lupa menyembah Allah, dapat berlaku kikir, tidak bersyukur, memeras serta merampas hak-hak orang lain dan lain sebagainya.⁵⁰

c) Marah

Marah adalah api yang tersembunyi di dalam hati, seperti bara api yang tersembunyi di dalam sekam yang hanya dapat dihidupkan dengan ketukan. Itu mungkin bagian dari api yang merupakan asal penciptaan setan. Ketahuilah bahwa ancaman kebinasaan selalu membuat orang marah. Karena marah adalah kekuatan batin yang menggelora, Allah menciptakannya dan memperbanyaknya dalam jiwa manusia. Jadi, jika dia marah, api kemarahan akan menyala dan berkobar, mendidihkan darah hati, lalu menyebar melalui pembuluh darah, kemudian naik ke tubuh bagian atas seperti api atau air

⁵⁰ Rosidi, *Pengantar Akhlak Tasawuf*, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015), hlm.19.

mendidih. Ketahuilah bahwa meskipun kemarahan tidak dapat dihilangkan secara keseluruhan, ia dapat dikurangi dan dikontrol.⁵¹

d) Riya'

Riya' adalah mencari kedudukan di hati manusia dengan cara melakukan ibadah dan amal-amal kebajikan bukan karena Allah melainkan karena tujuan duniawi, agar mendapat pujian, penghormatan atau penghargaan dari orang lain. Seseorang yang riya memperlihatkan bahwasanya ia orang baik, padahal hatinya tidak demikian, apa yang nampak berbeda dengan apa yang sebenarnya ada padanya. Riya' mempunyai ciri dan tanda-tanda sebagaimana perkataan Ali bin Abi Thalib r.a, bahwa orang yang bersikap riya memiliki tiga ciri yaitu : dia menjadi pemalas apabila sendirian, dia menjadi giat jika berada di tengah-tengah orang banyak, dan dia menambah kegiatan amal ibadahnya jika dipuji dan berkurang apabila ada yang mencacinya. Tanda yang

⁵¹ Al-Ghazali, *Mutiara Ihya' Ulumuddin*, (Bandung : Mizan, 2008), hlm. 259.

paling jelas adalah merasa senang jika ada orang yang melihat ketaatannya. Apabila tidak ada yang melihat, ia tidak merasa senang. Ia merasa senang jika dipuji orang, gundah gelisah serta merasa tersiksa bila beramal baik namun tak ada orang yang memperhatikan atau memujinya.⁵²

B. Kajian Pustaka Relevan

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Dakwah Media Sosial terhadap akhlak mahasiswa program studi pendidikan agama Islam UIN Walisongo Semarang”. Kajian pustaka yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Tyas Lailatul Ahadiyah, yang berjudul “Pengaruh Dakwah Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI SMK Negeri 5 Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melakukan penelitian lapangan (field research). Analisis statistic menggunakan analisis regresi untuk menguji hipotesisi. Subjek penelitian sebanyak 130 responden, yang mengambil dari siswa kelas XI SMK Negeri 5 Semarang. Dengan menggunakan teknik pengambilan

⁵² Muzakkir, *Hidup Sehat Dan Bahagia Dalam Prespektif Tasawuf*, (Jakarta : Prenada media Grup, 2018), hlm. 189.

sampel *proportional random sampling*. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode angket dan metode dokumentasi. Hasil perhitungan menyatakan bahwa: (1) nilai rata-rata akhlak siswa (variabel Y) sebesar 94,115 dalam interval 93 – 96, yakni dalam kategori cukup (2) nilai rata-rata akses media sosial (variabel X) sebesar 94,215 dalam interval 93 – 96 yakni dalam kategori cukup (3) hasil uji hipotesis menunjukkan persamaan regresi $Y = -78,952 + 0,161 X$. Adapun nilai $F_{\text{hitung}} = 4,679$ pada taraf signifikansi $5\% = 3,92$. Hal ini menunjukkan bahwa “ada pengaruh dakwah media sosial terhadap akhlak siswa kelas XI di SMK Negeri 5 Semarang.”⁵³ Persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan diteliti terletak pada variabel Y nya sama-sama menggunakan akhlak. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X, untuk penelitian terdahulu menggunakan semua media sosial, sedangkan yang akan diteliti menggunakan media sosial Instagram sebagai variabel X nya.

2. Penelitian Hanifa Munandra dengan judul “Pengaruh Konten Dakwah di Instagram Terhadap Akhlak

⁵³ Tyas Lailatul Ahadiyah, Pengaruh Dakwah Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI SMK Negeri 5 Semarang, *Skripsi*, (Semarang: Program Strata-1 UIN Walisongo Semarang, 2020).

Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo". Menurut Hasil dari analisis data yang ditemukan menunjukkan bahwa: Pertama, terdapat pengaruh konten dakwah di Instagram terhadap akhlak mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam 2020 IAIN Ponorogo, dengan analisis data yang ditemukan dari rumus uji regresi linier sederhana dengan hasil $t_{hitung} = 5,637$ dan $t_{tabel} = 1,671$. Maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_0 diterima. Kedua, konten dakwah di Instagram berpengaruh sebesar 35,40% terhadap akhlak mahasiswa KPI 2020 IAIN Ponorogo, dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,354, artinya konten dakwah di Instagram berpengaruh terhadap akhlak mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam 2020 IAIN Ponorogo sebesar 35,40 %.⁵⁴ Persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan diteliti terletak pada variabel X dan variabel Y nya sama-sama menggunakan media sosial Instagram dan akhlak. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian.

⁵⁴ Hanifa Munandra, Pengaruh Konten Dakwah di Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo, *Skripsi*, (Ponorogo: Program Strata-1 IAIN Ponorogo, 2023).

3. Penelitian Elok Latifah yang berjudul “Pengaruh akun dakwah Instagram terhadap sikap keagamaan siswa di SMAN 17 Surabaya”. Penelitian ini di latar belakang oleh Instagram sebagai media sosial yang digemari oleh remaja khususnya siswa SMAN 17 Surabaya. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari lapangan dan perhitungan dengan menggunakan rumus persentase dan regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa: (1) Persentase siswa pengguna Instagram di SMAN 17 Surabaya cukup baik yakni 67,6 %, (2) Persentase sikap keagamaan siswa pengguna Instagram di SMAN 17 Surabaya baik dengan persentase, 80,05 % (3) Ada pengaruh yang signifikan antara akun dakwah Instagram dengan sikap keagamaan siswa SMAN 17 Surabaya, dengan hasil perhitungan regresi linier sederhana diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 15.544 lebih besar dari t_{tabel} .⁵⁵ Persamaannya variabel X menggunakan media sosial Instagram dan perbedaannya variabel Y pada penelitian ini menggunakan sikap keagamaan sedangkan yang akan diteliti menggunakan akhlak.

⁵⁵ Elok Latifah. Pengaruh akun dakwah Instagram terhadap sikap keagamaan siswa di SMAN 17 Surabaya, *Skripsi*, (Surabaya : Program Strata-1 UIN Sunan Ampel, 2018).

4. Penelitian Sohwtin Ni'mah yang berjudul "Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Terhadap Akhlak Siswa Kelas VIII MTs Hasan Kafrawi mayong Jepara". Dapat disimpulkan bahwa data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa: (1) nilai rata-rata akhlak siswa (variabel Y) sebesar 28,63 dalam interval 26,26 – 32,51 berada dalam kategori cukup (2) nilai rata-rata intensitas penggunaan jejaring sosial Facebook (variabel X) sebesar 1,68 dalam interval 0 – 5 berada dalam kategori rendah (3) hasil uji hipotesis menunjukkan persamaan regresi $Y = -0,43X + 28,72$. Adapun nilai $F_{reg} = 0,036$ pada taraf signifikansi 5% = 4,007. Hal ini menunjukkan bahwa akhlak siswa tidak dipengaruhi oleh intensitas penggunaan jejaring sosial Facebook. Sehingga hipotesis yang diajukan "tidak ada pengaruh intensitas penggunaan jejaring sosial Facebook terhadap akhlak siswa kelas VIII MTs Hasan Kafrawi Mayong Jepara".⁵⁶ Persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan diteliti terletak

⁵⁶ Sohwtin Ni'mah, Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Terhadap Akhlak Siswa Kelas VIII MTs Hasan Kafrawi mayong Jepara, *Skripsi*, (Semarang: Program Stratal IAIN Walisongo Semarang, 2018).

pada variabel Y nya sama-sama menggunakan akhlak. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X, untuk penelitian terdahulu menggunakan media sosial facebook, sedangkan yang akan diteliti menggunakan media sosial Instagram sebagai variabel X nya.

5. Penelitian Muhammad Rois Mubarak yang berjudul "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Surakarta Tahun Pelajaran 2017/2018". Skripsi. Program Studi Pendidikan Agama Islam. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, IAIN Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Intensitas Penggunaan Media Sosial Kelas XI MAN 2 Surakarta yang masih tergolong dalam kategori sedang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil angket yang memiliki rata-rata 118,23, median 118,26, modus 118,42, dan standar deviasi 9,01; 2) Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Surakarta tergolong dalam kategori sedang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil angket yang memiliki rata-rata 112,02, median 111,74, modus 111,1, dan standar deviasi 9,57; 3) Hasil korelasi product moment diperoleh nilai sebesar 0,668 dengan $p=0,000$. Oleh karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai $p < 0,05$ hal ini berarti intensitas penggunaan media sosial mempunyai hubungan negatif yang signifikan dengan

akhlak siswa, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin buruk akhlak siswa.⁵⁷ Persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan diteliti terletak pada variabel Y nya sama-sama menggunakan akhlak. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X, untuk penelitian terdahulu menggunakan intensitas penggunaan media sosial, sedangkan yang akan diteliti menggunakan media sosial Instagram sebagai variabel X nya.

C. Rumusan Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu “*hypo*” yang berarti “dibawah” dan “*thesa*” yang berarti “kebenaran”. Jadi hipotesis yang cara penulisannya disesuaikan dengan ejaan Bahasa Indonesia menjadi hipotesa, yang kemudian berkembang menjadi hipotesis.⁵⁸ Menurut Sugiyono, Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.⁵⁹ Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini yaitu:

⁵⁷ Muhammad Rois Mubarak, Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Surakarta Tahun Pelajaran 2017/2018, *Skripsi*, (Surakarta: Program Strata-1 IAIN Surakarta, 2018).

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 110.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019), hlm. 99.

H_a : Terdapat Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang

H_0 : Tidak terdapat Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang

Mengingat hipotesis ini merupakan jawaban sementara maka peneliti akan mengkaji lebih lanjut untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak sesuai data yang terkumpul secara empiris/nyata.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan field research (penelitian lapangan) yaitu suatu penyelidikan atau penelitian dimana peneliti langsung terjun ke tempat untuk mencari bahan-bahan yang mendekati realitas kondisi yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan aplikasi SPSS versi 27. Pendekatan kuantitatif ini diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.⁶⁰

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di program studi Pendidikan Agama Islam (PAI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berlokasi di jalan Prof. Hamka (Kampus 2), Ngaliyan, Semarang. Penelitian ini dilaksanakan pada

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, ...,* hlm. 16-17.

semester genap tahun 2023/2024, dalam jangka waktu 2 minggu yaitu pada tanggal 1 Mei sampai 14 Mei 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Dalam setiap penelitian, subjek yang akan diteliti, yang biasanya disebut sebagai populasi. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁶¹ Dalam konteks ini, populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjumlah 893 mahasiswa. Berikut rincian jumlah mahasiswa:⁶²

Tabel: 3.1

**Jumlah Mahasiswa PAI UIN
Walisongo Semarang**

NO	KELAS	Jumlah Siswa
1.	PAI Angkatan 2020	128 mahasiswa
2.	PAI Angkatan 2021	260 mahasiswa
3.	PAI Angkatan 2022	252 mahasiswa

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., hlm. 126.

⁶² Kasan Bisri, Sekertaris jurusan Pendidikan Agama Islam, *Wawancara*, Pada hari Jum'at, 5 April 2024.

4.	PAI Angkatan 2023	253 mahasiswa
Jumlah		893 Mahasiswa

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶³ Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *proportional stratified random sampling*. *Proportional stratified random sampling* yaitu pengambilan secara proporsi yang dari setiap strata atau setiap wilayah ditentukan seimbang dengan banyaknya subjek dalam masing-masing strata atau wilayah mengingat jumlah mahasiswa di tiap kelas berbeda sehingga didapat jumlah sampel yang representative.⁶⁴ Untuk menentukan mahasiswa yang akan dijadikan sumber data, maka langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Sampel diambil dari populasi yang telah ditetapkan yakni mahasiswa pendidikan agama Islam UIN Walisongo Semarang.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,..., hlm. 127.

⁶⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*,..., hlm. 182.

- b. Rumus slovin digunakan untuk mengambil sampel dari seluruh populasi, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel atau jumlah reponden

N : ukuran populasi

E : presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 10% atau 0,1

$$\begin{aligned} n &= \frac{893}{1 + 893 (0,1)^2} = \frac{893}{9,93} \\ &= 89,92 \text{ (dibulatkan jadi 90)} \end{aligned}$$

- c. Klasifikasi penentuan sampel menggunakan rumus:

$$\frac{\text{Jumlah mahasiswa setiap angkatan } X \text{ Sampel}}{\text{Populasi}}$$

Oleh karena itu, penjelasan tersebut mengindikasikan bahwa sampel yang dipilih berasal dari mahasiswa pendidikan agama Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan proses perhitungan yang disebutkan sebagai berikut:

Tabel: 3.2
Sampel Penelitian

NO	Kelas	Perbandingan Tiap Kelas	Jumlah sampel
1.	PAI Angkatan 2020	$\frac{128}{893} \times 90 = 14,19$	14 mahasiswa
2.	PAI Angkatan 2021	$\frac{260}{893} \times 90 = 26,203$	26 mahasiswa
3.	PAI Angkatan 2022	$\frac{252}{893} \times 90 = 25,397$	25 mahasiswa
4.	PAI Angkatan 2023	$\frac{253}{893} \times 90 = 25,498$	25 mahasiswa
Jumlah			90 mahasiswa

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah semua hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan memperoleh informasi dan menyimpulkan hasilnya.⁶⁵ Variabel juga

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,..., hlm. 129.

dapat dianggap sebagai objek penelitian.⁶⁶ Sedangkan yang dimaksud dengan indikator atau operasional variabel merupakan batas-batas yang diberikan oleh peneliti terhadap variabel penelitiannya sehingga variabel peneliti dapat diukur.⁶⁷

Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, atau *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia, variabel ini juga sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶⁸

Dalam penjelasan ini penulis menggunakan variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X) adalah Persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram.
 - a. Definisi Konseptual

Berdasarkan kerangka teori terkait persepsi menurut Jalaludin Rakhmat adalah proses pengalaman terhadap objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui interpretasi

⁶⁶ Syahrudin and Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Ciptapustaka Media, 2012), hlm. 103.

⁶⁷ Syahrudin and Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif*,..., hlm. 109.

⁶⁸ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Depok: PT. RajaGrafindo, 2018), hlm. 154.

pesan dan kesimpulan informasi. Persepsi memberikan makna pada rangsangan sensoris. Hubungan antara sensasi dan persepsi sangat erat; sensasi merupakan komponen dari persepsi. Namun, interpretasi makna dari informasi sensoris tidak hanya melibatkan sensasi saja, tetapi juga melibatkan perhatian, ekspektasi, motivasi, dan memori.⁶⁹

Persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram, mereka menganggap bahwa akun-akun dakwah yang ada di Instagram sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan yang mudah diakses dalam kehidupan sehari-hari. Konten dakwah yang disajikan secara kreatif dan interaktif, seperti melalui foto, video pendek (reels), insta story, siaran langsung (live), membuat pesan agama lebih mudah dipahami dan menarik. Selain itu, mahasiswa juga merasa bahwa keberadaan akun dakwah di Instagram dapat membantu mereka lebih mendalami ajaran Islam dengan cara yang relevan dan sesuai dengan gaya hidup mereka yang serba digital. Mereka juga menghargai adanya komunitas yang

⁶⁹ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2021), hlm. 63.

terbentuk di sekitar akun-akun tersebut, yang memungkinkan mereka untuk berdiskusi dan bertukar pandangan mengenai topik-topik keislaman.

b. Definisi Operasional

Berdasarkan penjelasan tentang definisi konseptual diatas, maka definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skor yang didapat dari kuesioner pada penilaian variabel persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram. Adapun penilaian variabel persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram, dapat dirinci melalui indikator unsur-unsur dakwah. Sedangkan sub indikator yang dinilai dari variabel ini meliputi persepsi mahasiswa tentang subjek dakwah (dai), sasaran dakwah (mad'u), materi dakwah , media dakwah, dan metode dakwah yang dapat terpenuhi dengan baik.⁷⁰

⁷⁰ Aminol Rosid Abdullah, Pengantar Ilmu Dakwah,....., hlm. 136.

Tabel 3.3
Operasional Variabel (X)

Variabel X	Indikator	Sub Indikator	Butir Soal No
Persepsi Mahasiswa tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram	Unsur-Unsur Dakwah	Subjek	1 dan 2
		Dakwah (Dai)	
		Mad'u (sasaran dakwah)	3, 4, 5
		Materi Dakwah	6, 7, 8, 9, 10
		Media Dakwah	11, 12, 13, 14, 15, 16,17
		Metode Dakwah	18, 19, 20

2. Variabel Dependen (Y) adalah akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang.

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan kerangka teori terkait akhlak menurut Ibnu Miskawaih yang dikutip oleh Abuddin Nata, mengemukakan bahwa akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan.⁷¹ Selain itu, menurut Muhammad Abdullah Darraz yang dikutip oleh Ulil Amri Syafri, mendefinisikan akhlak sebagai suatu kekuatan dari dalam diri seseorang yang menggabungkan antara kecenderungan pada sisi yang baik (akhlak mahmudah) dan sisi buruk (akhlak madzmumah), maka secara garis besar dikenal dua jenis akhlak yaitu: Akhlak Terpuji (Akhlak Mahmudah / Akhlak Karimah) dan Akhlak Tercela (Akhlak Madzmumah).⁷²

Maka dapat disimpulkan bahwa akhlak merupakan sifat atau keadaan baik atau buruk

⁷¹Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf Dan Karakter Mulia*,....., hlm. 3.

⁷² Ulil Amri Syafri, *Pendidikan Karakter Berbasis Al-Qur'an*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm.75.

yang tertanam dalam jiwa yang dapat mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa berpikir karena adanya suatu kebiasaan yang terus menerus dan berulang ulang. Akhlak seseorang dapat dikategorikan menjadi dua. Yaitu Akhlaqul mahmudah (akhlak terpuji) dan Akhlaqul madzmumah (akhlak tercela).

b. Definisi Operasional

Berdasarkan penjelasan tentang definisi konseptual diatas, maka definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skor yang didapat dari kuesioner pada penilaian variabel akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang. Adapun penilaian variabel akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang, dapat dirinci melalui indikator sikap keseharian mahasiswa dalam berperilaku baik dan buruk. Sedangkan sub indikator yang dinilai dalam variabel ini, yaitu terdiri atas sikap sabar, syukur, ikhlas, dan sikap buruk yang berupa sombong, tama', riya, dan marah. Sikap inilah yang dapat mencerminkan akhlak baik dan buruk yang sudah dijelaskan pada teori sebelumnya.

Tabel: 3.4
Operasional Variabel Y

Variabel Y	Indikator	Sub Indikator	Butir Soal No
Akhlak Mahasiswa	Sikap baik	Sabar	1,2,3
		Syukur	4,5,6
		Ikhlas	7,8,9
	Sikap buruk	Sombong	10,11,12
		Tama'	13,14,15
		Riya	16,17,18
		Marah	19,20

E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data yang diinginkan, maka peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Kuesioner atau Angket

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab.⁷³ Angket

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,....*, hlm. 199.

yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana responden diminta untuk memilih satu jawaban dari setiap pernyataan yang tersedia sesuai dengan keadaan responden. Adapun pernyataan yang disajikan adalah pernyataan *favourable*, yakni pernyataan yang bersifat positif (mendukung aspek-aspek dalam variabel).

Skala Likert, digunakan untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator-indikator variabel. Indikator-indikator ini kemudian dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap jawaban pada item instrumen dengan skala Likert memiliki rentang dari sangat positif hingga sangat negatif yang berupa:

- Jawaban Selalu diberi nilai 4
- Jawaban Sering diberi nilai 3
- Jawaban Kadang-kadang diberi nilai 2
- Jawaban Tidak pernah diberi nilai 1

F. Uji Coba Instrumen

Uji coba dilakukan untuk mendapatkan instrumen penelitian yang berkualitas. Untuk menilai kualitas instrumen tersebut, diperlukan pengujian validitas dan reliabilitas.⁷⁴

1. Uji Validitas

Uji Validitas instrumen bertujuan untuk menguji ketepatan (validitas) setiap item instrumen. Sampel untuk uji validitas dalam penelitian ini diambil dari anggota populasi di luar sampel yang telah ditetapkan, yaitu 35 mahasiswa. Perhitungan uji validitas akan dilakukan dengan bantuan SPSS versi 27 menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, yaitu:⁷⁵

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y
N = banyaknya responden uji coba

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,..., hlm. 157

⁷⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*,..., hlm. 211-213.

- $\sum X$ = jumlah produk skor butir item X
- $\sum Y$ = jumlah produk skor butir item Y
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor butir item X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor butir Y
- $\sum XY$ = jumlah produk skor butir item (X) dikali produk skor butir total Y

Dengan taraf signifikansi 5%, jika hasil perhitungan menunjukkan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka butir soal nomor tersebut dianggap signifikan atau valid. Sebaliknya, jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka butir instrumen tersebut dianggap tidak valid. Adapun hasil dari uji validitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Hasil Validitas Instrumen
Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)**

No Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel (Sig. 0,05)	Keterangan
1	0,722	0,334	Valid
2	0,639	0,334	Valid
3	0,446	0,334	Valid
4	0,606	0,334	Valid
5	0,694	0,334	Valid
6	0,765	0,334	Valid
7	0,701	0,334	Valid
8	0,770	0,334	Valid
9	0,703	0,334	Valid

10	0,696	0,334	Valid
11	0,672	0,334	Valid
12	0,768	0,334	Valid
13	0,721	0,334	Valid
14	0,523	0,334	Valid
15	0,336	0,334	Valid
16	0,581	0,334	Valid
17	0,438	0,334	Valid
18	0,756	0,334	Valid
19	0,395	0,334	Valid
20	0,666	0,334	Valid

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada instrumen konten dakwah media sosial instagram adalah valid, dimana $r_{hitung} \geq r_{tabel} (0,334)$.

**Tabel 3.6 Hasil Validitas Instrumen
Akhlik Mahasiswa PAI (Y)**

No Butir Instrumen	R Hitung	R Tabel (Sig. 0,05)	Keterangan
1	0,697	0,334	Valid
2	0,598	0,334	Valid
3	0,654	0,334	Valid
4	0,726	0,334	Valid
5	0,642	0,334	Valid
6	0,854	0,334	Valid

7	0,650	0,334	Valid
8	0,660	0,334	Valid
9	0,799	0,334	Valid
10	0,596	0,334	Valid
11	0,419	0,334	Valid
12	0,709	0,334	Valid
13	0,689	0,334	Valid
14	0,649	0,334	Valid
15	0,694	0,334	Valid
16	0,788	0,334	Valid
17	0,737	0,334	Valid
18	0,620	0,334	Valid
19	0,589	0,334	Valid
20	0,491	0,334	Valid

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada instrumen akhlak mahasiswa PAI adalah valid, dimana $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,334).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya karena keajegannya. Adapun sampel uji reliabilitas dalam penelitian ini diambil dari anggota populasi di luar sampel yang telah ditetapkan, yaitu mahasiswa PAI

yang berjumlah 35 mahasiswa. Perhitungan uji reliabilitas dengan bantuan SPSS versi 27 menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* sebagai berikut:⁷⁶

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{M(k-M)}{k S_t^2} \right)$$

Keterangan :

K = Jumlah item dalam instrumen

M = Mean skor total

S_t^2 = Varians total.

Kemudian dari r_{11} yang diperoleh dikonsultasikan dengan harga r_{tabel} . Harga r_{tabel} dihitung dengan taraf signifikansi 5% dan sesuai dengan jumlah butir soal. Jika $r_{11} > r_{tabel}$ maka dapat angket tersebut dapat dinyatakan reliabel.⁷⁷ Jenis kriteria yang digunakan untuk menafsirkan reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7 Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai Cronbach's Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
$0,00 < r_{11} \leq 0,20$	Derajat reliabilitas sangat rendah

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,..., hlm. 176.

⁷⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,..., hlm. 319.

$0,21 < r_{11} \leq 0,40$	Derajat reliabilitas rendah
$0,41 < r_{11} \leq 0,70$	Derajat reliabilitas cukup
$0,71 < r_{11} \leq 0,90$	Derajat reliabilitas tinggi
$0,91 < r_{11} \leq 1,00$	Derajat reliabilitas sangat tinggi

**Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen
Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Item
0,919	20

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari instrumen penelitian konten dakwah media sosial Instagram memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, yaitu sebesar 0,919 yang menunjukkan bahwa nilai dari instrumen pada variabel konten dakwah media sosial Instagram reliabel.

**Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas
Instrumen Akhlak Mahasiswa (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Item
0,932	20

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari akhlak mahasiswa PAI memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, yaitu sebesar 0,932 yang menunjukkan bahwa nilai dari instrumen pada variabel akhlak mahasiswa PAI reliabel.

3. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian, tahap analisis data dan informasi yang berupa data kuantitatif yang terkumpul. Data tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner dan nantinya akan diolah secara statistic menggunakan bantuan SPSS Versi 27.

1. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah distribusi data berada dalam kondisi normal atau tidak. Penulis menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov Smirnov* dikarenakan jumlah sampel yang digunakan lebih dari 50 sampel. Uji normalitas ini dihitung dengan menggunakan software program SPSS versi 27.

Peneliti menginterpretasikan hasil output SPSS dengan taraf signifikansi uji $\alpha = 0,05$ atau 5%. Syarat untuk mengambil keputusan dalam uji normalitas

dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov* adalah:

- 1) Signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* > α (taraf signifikansi uji) maka sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- 2) Signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* < α taraf signifikansi uji) maka sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.⁷⁸

b) Uji Linieritas

Untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian linier atau tidak, dilakukan uji linieritas. Pengujian ini dilakukan dalam rangka menguji model persamaan regresi suatu variabel Y atas variabel X.⁷⁹ Kriteria pengujian adalah jika nilai signifikansi > 0,05 atau 5%, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier. Sedangkan apabila < 0,05 atau 5% menunjukkan bahwa tidak ada hubungan linier antara variabel X dan variabel Y.

⁷⁸ S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2006), hlm. 248.

⁷⁹ Rusydi Ananda dan Muhammad Fadhil, *Statistika Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan)*, (Medan: CV. Widya Puspita, 2018), hlm. 185,187.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana sebagai teknik analisis data, menurut Sugiyono. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan SPSS 27. Ini adalah bentuk persamaannya: ⁸⁰

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Subjek pada variabel Y yang diprediksikan

X = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

a = Harga Y bila = 0 (harga konstan)

b = nilai koefisiensi regresi, yang menunjukkan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas.

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,..., hlm. 299.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji data statistik untuk menentukan apakah data hipotesis yang diajukan dapat diterima atau tidak. Peneliti menggunakan metode uji hipotesis berikut:⁸¹

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel dakwah media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap akhlak mahasiswa atau tidak. Uji hipotesis akan digunakan dalam penelitian ini merupakan uji t. Akan dilakukan menggunakan program SPSS versi 27. Bentuk persamaannya adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi sederhana

n = jumlah sampel

Apabila nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka hipotesis diterima, yang artinya bahwa variabel independen

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,..., hlm. 248.

memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} maka hipotesis ditolak, yang artinya bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana kontribusi dari variabel konten dakwah di media sosial Instagram terhadap variabel akhlak. Rumusnya adalah:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi Product Moment

Dengan batas koefisien determinasi $0 < kd < 1$
Untuk mempermudah proses perhitungan, peneliti menggunakan SPSS. Dalam SPSS, perolehan hasil dapat dilihat pada tabel model summary berdasarkan nilai dari tabel yang disebut r-square.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum

1. Deskripsi Konten Dakwah

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan mengambil gambar, serta menggunakan filter digital untuk mengubah tampilan foto. Selain itu, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk mengunggah video dan membagikannya ke berbagai platform media sosial, termasuk akun Instagram mereka sendiri.

Konten dakwah di Instagram merupakan salah satu bentuk adaptasi dari perkembangan teknologi yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan moral. Pendakwah menggunakan platform ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Dengan fitur-fitur yang tersedia di Instagram, pendakwah dapat menyampaikan pesan mereka dalam berbagai format yang menarik dan interaktif, seperti melalui foto, video pendek, dan insta story.

Pendakwah memanfaatkan foto dan video untuk membuat konten yang menarik dan mudah dipahami.

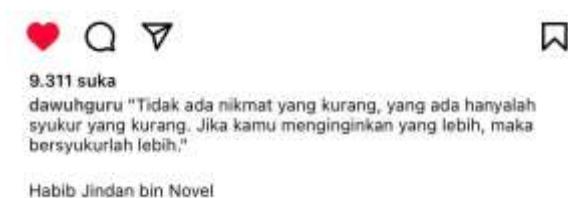
Misalnya, mereka dapat mengunggah kutipan inspiratif, potongan ayat-ayat suci, atau ceramah singkat yang dikemas dalam bentuk video. Caption yang menyertai unggahan tersebut seringkali berisi penjelasan lebih lanjut atau refleksi yang mendalam mengenai pesan yang ingin disampaikan. Dengan cara ini, pesan dakwah dapat disampaikan secara singkat namun tetap menyentuh dan bermakna, menjadikan dakwah lebih relevan dan dapat diterima oleh pengguna Instagram.

Selain itu, fitur instastory memungkinkan pendakwah untuk berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka. Misalnya, mereka dapat menggunakan fitur tanya jawab untuk menjawab pertanyaan seputar agama, atau melakukan siaran langsung (live) untuk menyampaikan ceramah atau diskusi keagamaan. Ini tidak hanya meningkatkan interaksi antara pendakwah dan pengikut, tetapi juga menciptakan komunitas yang lebih erat dan saling mendukung. Dengan memanfaatkan seluruh potensi yang ditawarkan Instagram, konten dakwah dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi audiens untuk melakukan kebaikan. Berikut adalah contoh konten dakwah di Instagram:



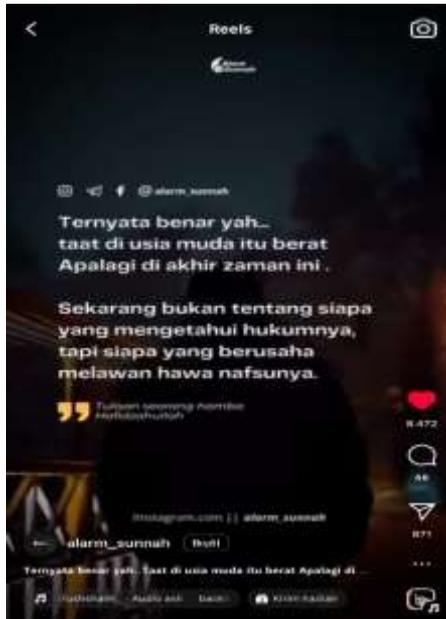
Gambar 4.1 Foto Konten Dakwah Instagram yang ditangkap layar

Sumber: aplikasi Instagram akun @dawuhguru



Gambar 4.2 *Caption* Konten Dakwah Instagram yang ditangkap layar

Sumber: aplikasi Instagram akun @dawuhguru



Gambar 4.3 Video Konten Dakwah Instagram yang ditangkap layar

Sumber: aplikasi Instagram akun

@alarm_sunnah

2. Profil Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang

a. Sejarah Singkat Program Studi Pendidikan Agama Islam

Program Studi Pendidikan Agama Islam adalah bagian dari Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Di antara berbagai program studi yang ada, Pendidikan Agama Islam

merupakan yang tertua di UIN Walisongo, dengan sejarah yang hampir sama panjang dengan berdirinya IAIN Walisongo.

Program ini berada di bawah Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo, awalnya dikenal sebagai Pendidikan Agama, yang dibentuk dari penggabungan Fakultas Tarbiyah Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Nahdlatul Ulama (NU) Salatiga ketika diresmikan menjadi negeri. Peresmian ini didasarkan pada Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 1970 tanggal 6 April 1970, bertepatan dengan peresmian IAIN Walisongo melalui Keputusan Menteri Agama RI No. 30 dan 31 tahun 1970. KH. Zubair, Ketua panitia pendiri Fakultas Tarbiyah Nahdlatul Ulama sekaligus Dekannya, ditunjuk sebagai rektor pertama hingga tahun 1973.

Fakultas Tarbiyah IKIP Nahdlatul Ulama Salatiga didirikan karena keinginan masyarakat Islam Salatiga untuk memiliki perguruan tinggi Islam, dengan dukungan dari ulama dan pengurus Nahdlatul Ulama Jawa Tengah. Fakultas ini berlokasi di gedung Yayasan Pesantren Luhur di Jalan Diponegoro Nomor 64 Salatiga.

Sementara itu, Fakultas Tarbiyah Kudus yang awalnya direncanakan menjadi bagian dari IAIN Walisongo di Semarang, mengalami keterlambatan dalam proses administrasi pemindahannya. Meskipun Keputusan Menteri Agama RI No. 32 tahun 1970, Fakultas Tarbiyah Kudus sebagai bagian dari IAIN Walisongo Semarang, pada periode 1966 hingga 1970 Fakultas Tarbiyah di Kudus masih merupakan cabang dari IAIN Sunan Kalijaga. IAIN Sunan Kalijaga melihat pendirian IAIN Walisongo sebagai ancaman terhadap pasokan mahasiswa dari pesisir utara Jawa Tengah, sehingga proses administrasi pemindahan baru selesai pada tahun 1971.

Namun demikian, Fakultas Tarbiyah Kudus lebih dahulu menjadi Fakultas Induk IAIN Walisongo dibandingkan Fakultas Tarbiyah di Salatiga. Berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No. 35 Tahun 1973, Fakultas Tarbiyah Kudus dipindahkan ke Semarang dan berubah statusnya menjadi Fakultas Induk. Sebaliknya, Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Salatiga tetap menjadi Fakultas Cabang meskipun bergabung lebih dulu.

Fakultas Tarbiyah Kudus sebelumnya bernama Sekolah Tinggi Agama (STA) Kudus, didirikan atas gagasan Drs. Soenarto Notowidagdo untuk mendirikan perguruan tinggi Islam di pesisir utara Jawa Tengah, mengingat mayoritas penduduk di daerah tersebut beragama Islam. Kehadiran perguruan tinggi Islam dianggap penting untuk mendalami ajaran Islam dan mengatasi agitasi PKI, serta untuk dakwah Islamiyah. Rencana awal STA Kudus adalah mendirikan Fakultas Dakwah, namun karena belum memungkinkan, namanya diubah menjadi Fakultas Agama. Menurut Soenarto Notowidagdo, penolakan terhadap pendirian Fakultas Dakwah didasari alasan yang disampaikan oleh Prof. Mukti Ali, Rektor IAIN Sunan Kalijaga saat itu, bahwa dakwah sebagai fakultas belum pernah ada di lembaga akademik manapun, termasuk di Universitas Kairo, Mesir. Dakwah hanya ada sebagai jurusan.

Seiring perkembangannya, Fakultas Agama berubah menjadi Fakultas Tarbiyah dengan satu jurusan, yaitu pendidikan agama. Melalui SK Menteri Agama No. 4 tahun 1966 tertanggal 10 Agustus 1966, status Fakultas

Tarbiyah Kudus ditingkatkan menjadi negeri dan menjadi salah satu cabang dari IAIN Sunan Kalijaga, dan pada tahun 1970 beralih status menginduk ke IAIN Walisongo Semarang melalui Keputusan Menteri Agama RI.

b. Visi dan Misi Program Studi Pendidikan Agama Islam

Visi : Program Studi Riset Terdepan Bidang Pendidikan Agama Islam Berbasis Kesatuan Ilmu untuk Kemanusiaan dan Peradaban Tahun 2038.

Misi :

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran bidang Pendidikan Agama Islam berbasis kelompok ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan yang profesional dan berakhlak mulia.
- 2) Meningkatkan kualitas Riset bidang Pendidikan Agama Islam berbasis perkumpulan ilmu pengetahuan untuk kepentingan Islam, ilmu, dan masyarakat.
- 3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat bidang Pendidikan Agama Islam berbasis perkumpulan ilmu pengetahuan.

- 4) Mengeksplorasi dan mengontekstualisasi nilai-nilai kearifan lokal berbasis kesatuan ilmu pengetahuan bidang Pendidikan Agama Islam.
- 5) Mengerjakan kerjasama bidang Pendidikan Agama Islam dengan berbagai lembaga lokal, nasional, dan internasional.
- 6) Mewujudkan tata kelola kelembagaan bidang Pendidikan Agama Islam yang profesional dan berstandar internasional.

Tujuan:

- 1) Lahirnya lulusan bidang Pendidikan Agama Islam yang berwawasan kesatuan ilmu, profesional, dan berakhlak mulia.
- 2) Menghasilkan riset berkualitas bidang Pendidikan Agama Islam berbasis kesatuan ilmu.
- 3) Terciptanya karya pengabdian kepada masyarakat yang berkualitas bidang Pendidikan Agama Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan.
- 4) Terwujudnya nilai-nilai kearifan lokal yang kontekstual berbasis pada kesatuan ilmu pengetahuan bidang Pendidikan

Agama Islam. Terwujudnya kerjasama yang produktif dengan lembaga lokal, nasional, dan internasional dalam bidang Pendidikan Agama Islam.

- 5) Terwujudnya tata kelola Program Studi Pendidikan Agama Islam yang profesional dan berstandar internasional.

B. Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 893 mahasiswa jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang sebagai responden, dengan 90 mahasiswa dipilih sebagai sampel.

Tabel 4.1 Daftar Responden

No	Nama Responden	Nim	Jenis Kelamin
1.	Salma Nailil Muna	2003016112	Perempuan
2.	Oseolla Savana	2003016095	Perempuan
3.	Renny Wijayanti	2003016059	Perempuan
4.	Akbar Khabaid	2003016008	Laki-laki
5.	Choirul Tri Wicaksono	2003016085	Laki-laki
6.	Fadhilatus sholihah	2003016050	Perempuan
7.	Muhammad Fajrul Falah	2003016045	Laki-laki
8.	Anggun Rendita	2003016001	Perempuan
9.	Evi Mariatul Qibtiyah	2003016064	Perempuan
10.	Puji Astuti	2003016060	Perempuan

11.	Sofia Minhatin Nuriya	2003016056	Perempuan
12.	Muna Rifdatuzzakiyyah	2003016072	Perempuan
13.	Muhammad Qowiyul Azam	2003016067	Laki-laki
14.	Khoirul Anam	2103016077	Laki-laki
15.	Tasya Tri Wahyuni	2103016206	Perempuan
16.	Irfa Atunni'mah	2103016208	Perempuan
17.	Malichatur Rofiah	2103016136	Perempuan
18.	Muhammad Auliya Elhakim	2103016144	Laki-laki
19.	Agung Hidayatul Irsyad	2103016146	Laki-laki
20.	Fahri April Hidayat	2103016111	Laki-laki
21.	Ahmad Miftah KhoirunIlham	2103016107	Laki-laki
22.	Arif Fajar Rachmanto	2103016109	Laki-laki
23.	Ikhsaniatun Kamila	2103016110	Perempuan
24.	Syafa Bahjata Najwa	2103016141	Perempuan
25.	Anjani Ayatus Syarifah	2103016135	Perempuan
26.	Na'imatul Hasanah	2103016105	Perempuan
27.	Hasna Ambarwati	2103016126	Perempuan
28.	Aizatus Sholihah	2103016123	Perempuan
29.	Muhammad Ihsan	2103016145	Laki-laki
30.	Aisyah MN	2103016108	Perempuan
31.	Wilda	2103016120	Perempuan
32.	Yusuf	2103016127	Laki-laki
33.	Eka Intansari	2103016122	Perempuan
34.	Revi Mariska Dewi	2103016026	Perempuan
35.	Hisyal Fatahillah	2103016106	Laki-laki

36.	Nurul Mahmudah Laely	2103016066	Perempuan
37.	Fadhilah Asyofa Mona	2103016134	Perempuan
38.	Moh. Arif Kurnia Rahman	2103016197	Laki-laki
39.	Isna Rahma Sabila	2103016165	Perempuan
40.	Saniyah Salsabila	2203016117	Perempuan
41.	Nur Badiatul Firdaus	2203016089	Perempuan
42.	Robiyatul Adawiyah	2203016028	Perempuan
43.	Diyah Ayu M	2203016023	Perempuan
44.	Firda	2203016060	Perempuan
45.	Vina Robi'atul Adawiyah	2203016004	Perempuan
46.	Nurul Astriani	2203016075	Perempuan
47.	'Abidah Khoirunna'imah	2203016059	Perempuan
48.	Almaidah	2203016021	Perempuan
49.	Ahmad Muzni Muiz	2203016236	Laki-laki
50.	Husnay Safitri Wulan	2203016186	Perempuan
51.	Muhammad Syaiful Anwar	2203016086	Laki-laki
52.	Dinda Khoirunnisa	2203016006	Perempuan
53.	Puput Karina	2203016001	Perempuan
54.	Farida Khusnunnisak	2203016163	Perempuan
55.	Annisa Nur Fuadah	2203016009	Perempuan
56.	Fairuz Zuhriya	2203016041	Perempuan
57.	Nafisah Rahmawati	2203016198	Perempuan
58.	Candra Irawan Satriyo Aji	2203016128	Laki-laki
59.	Titania	2203016153	Perempuan

60.	Nilam Khoirotus Sa'adah	2203016126	Perempuan
61.	M Rifqy Rabbani	2203016042	Laki-laki
62.	Iron maulana	2203016127	Laki-laki
63.	Shofwatun afiyah	2203016151	Perempuan
64.	Arimil jannah	2203016029	Perempuan
65.	Tasya Aulia Damayanti	23030160136	Perempuan
66.	Nabil Isqi Ashofi	23030160005	Laki-laki
67.	Naufal Fawwaz	23030160061	Laki-laki
68.	Rifku Fajar Ramadhani	23030160182	Laki-laki
69.	Firda Rahmatun Nuzula	23030160042	Perempuan
70.	A. Usis Fadhlulloh	23030160175	Laki-laki
71.	Muhammad Khoirul Fajri	23030160163	Laki-laki
72.	Indrati Dwi Cahyani	23030160138	Perempuan
73.	Adzrik	23030160044	Laki-laki
74.	Arifa Luthfia	23030160053	Perempuan
75.	Shorichatul Munawwaroh	23030160181	Perempuan
76.	Anggun Khafidhotul Ulliyah	23030160174	Perempuan
77.	Fira Addinal Haque	23030160080	Perempuan
78.	Farah Syafirna	23030160169	Perempuan
79.	Dyna Shofi Euisya	23030160204	Perempuan
80.	Aniv	23030160213	Perempuan
81.	Mauli Nafis Sabila	23030160178	Perempuan
82.	Anissa Alvi Aeni	23030160172	Perempuan
83.	Jihan Faeruzia Haris	23030160171	Perempuan
84.	Athaya Nurma Salsabila	23030160195	Perempuan

85.	Maulina Fitri Nur Inayah	23030160072	Perempuan
86.	Sabrina itsna	23030160246	Perempuan
87.	Nuri Azizi Rohman	23030160235	Laki-laki
88.	Sabrina Shafa Nazala	23030160106	Perempuan
89.	Ummi Faizah	23030160116	Perempuan
90.	Muna Rifdatuzzakiyyah	2003016072	Perempuan

C. Deskripsi Variabel

Dalam deskripsi variabel, peneliti menyajikan data yang telah diperoleh dari hasil survei kepada responden. Data tersebut diolah berdasarkan frekuensi dan persentase dalam bentuk tabel sebagai berikut:

1. Deskripsi Variabel Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)

Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang dibagikan kepada 90 mahasiswa pendidikan agama Islam yang aktif. Sebelum digunakan, instrumen harus diuji untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 20 pertanyaan yang sah terkait dengan konten dakwah media sosial Instagram.

a. Subjek Dakwah (Dai)

Tabel 4.2 Para Dai atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram mudah dimengerti

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	38	42%
2.	Sering	51	57%
3.	Kadang-kadang	1	1%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa 38 responden (42%) menjawab "selalu", 51 responden (57%) menjawab "sering", dan 1 responden (1%) menjawab "kadang-kadang". Data ini mengindikasikan bahwa para da'i atau pendakwah di Instagram menyampaikan dakwah dengan cara yang mudah dipahami.

Tabel 4.3 Para Dai atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram selalu menarik dan up to date

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	50	56%
2.	Sering	36	40%
3.	Kadang-kadang	4	4%

4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 50 responden (56%) menjawab "selalu", 36 responden (40%) menjawab "sering", dan 4 responden (4%) menjawab "kadang-kadang". Data ini menunjukkan bahwa para da'i atau pendakwah di Instagram menyampaikan dakwah dengan cara yang selalu menarik dan up to date.

b. Mitra Dakwah (Mad'u)

Tabel 4.4 Memiliki akun media sosial Instagram dan mengaksesnya setiap hari

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	52	58%
2.	Sering	32	35%
3.	Kadang-kadang	6	7%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa 52 responden (58%) menjawab "selalu", 32 responden (35%) menjawab "sering", dan 6 responden (7%) menjawab "kadang-kadang", yang mengindikasikan bahwa responden memiliki akun Instagram dan mengaksesnya setiap hari.

Tabel 4.5 Mengikuti akun dakwah di Instagram

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	41	46%
2.	Sering	38	42%
3.	Kadang-kadang	11	12%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa 41 responden (46%) menjawab "selalu", 38 responden (42%) menjawab "sering", dan 11 responden (12%) menjawab "kadang-kadang", yang menandakan bahwa responden rutin mengikuti akun dakwah di Instagram.

Tabel 4.6. Mengikuti lebih dari satu akun dakwah di Instagram.

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	47	52%
2.	Sering	38	42%
3.	Kadang-kadang	5	6%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa 47 responden dengan presentase 52% menjawab “selalu”, 5 responden

dengan presentase 6% menjawab “sering”, 38 responden dengan presentase % menjawab “kadang-kadang. Hal ini menunjukkan bahwa responden selalu mengikuti lebih dari satu akun dakwah di Instagram.

c. Materi Dakwah

Tabel 4.7. Materi dakwah di Instagram beragam dan menarik

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	54	60%
2.	Sering	29	32%
3.	Kadang-kadang	7	8%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa 54 responden (60%) menjawab "selalu", 29 responden (32%) menjawab "sering", dan 7 responden (8%) menjawab "kadang-kadang". Data ini mengindikasikan bahwa materi dakwah di Instagram selalu beragam dan menarik.

Tabel 4.8. Materi dakwah di Instagram relevan dengan kehidupan sehari-hari.

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	53	59%
2.	Sering	31	34%

3.	Kadang-kadang	6	7%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa 53 responden (59%) menjawab "selalu", 31 responden (34%) menjawab "sering", dan 6 responden (7%) menjawab "kadang-kadang", yang mengindikasikan bahwa responden merasa materi di Instagram selalu relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Tabel 4.9. Materi dakwah di Instagram membantu dalam meningkatkan ketauhidan dan keimanan

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	47	52%
2.	Sering	35	39%
3.	Kadang-kadang	8	9%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa 47 responden (52%) menjawab "selalu", 35 responden (39%) menjawab "sering", dan 8 responden (9%) menjawab "kadang-kadang", yang menunjukkan bahwa responden merasa

materi dakwah di Instagram selalu membantu dalam meningkatkan ketauhidan dan keimanan mereka.

Tabel 4.10. Materi dakwah di Instagram membuat termotivasi untuk selalu berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	51	57%
2.	Sering	32	35%
3.	Kadang-kadang	7	8%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa 51 responden (57%) menjawab "selalu", 32 responden (35%) menjawab "sering", dan 7 responden (8%) menjawab "kadang-kadang", yang mengindikasikan bahwa responden merasa materi dakwah di Instagram selalu memotivasi mereka untuk berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 4.11. Materi dakwah di Instagram membantu dalam meningkatkan pengetahuan tentang syariat Islam, seperti Sholat, puasa, zakat, haji, dll.

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	51	57%
2.	Sering	31	34%

3.	Kadang-kadang	8	9%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa 51 responden (57%) menjawab "selalu", 31 responden (34%) menjawab "sering", dan 8 responden (9%) menjawab "kadang-kadang", yang menunjukkan bahwa responden merasa materi dakwah di Instagram selalu membantu dalam meningkatkan pengetahuan mereka tentang syariat Islam, seperti sholat, puasa, zakat, haji, dan lain-lain.

d. Media Dakwah

Tabel 4.12. Konten dakwah di Instagram sering muncul di feed

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	38	42%
2.	Sering	44	49%
3.	Kadang-kadang	8	9%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa 38 responden (42%) menjawab "selalu", 44 responden (49%) menjawab "sering", dan 8 responden (9%) menjawab "kadang-

kadang", yang mengindikasikan bahwa konten dakwah sering muncul di feed Instagram mereka.

Tabel 4.13. Menyimpan Quotes dakwah yang dibagikan lewat *Instastory*

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	29	32%
2.	Sering	46	51%
3.	Kadang-kadang	15	17%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa 29 responden (32%) menjawab "selalu", 46 responden (51%) menjawab "sering", dan 15 responden (17%) menjawab "kadang-kadang", yang menunjukkan bahwa responden sering menyimpan kutipan dakwah dari *Instastory*.

Tabel 4.14. Menyimpan video singkat atau reels konten dakwah di Instagram

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	40	44%
2.	Sering	32	36%
3.	Kadang-kadang	18	20%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa 40 responden (44%) menjawab "selalu", 37 responden (36%) menjawab "sering", dan 18 responden (20%) menjawab "kadang-kadang", yang mengindikasikan bahwa responden selalu menyimpan video singkat atau reels dakwah di Instagram.

Tabel 4.15. Mengikuti live streaming kegiatan keagamaan di Instagram

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	21	23%
2.	Sering	41	46%
3.	Kadang-kadang	26	29%
4.	Tidak pernah	2	2%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa 21 responden (23%) menjawab "selalu", 41 responden (46%) menjawab "sering", 26 responden (29%) menjawab "kadang-kadang", dan 2 responden (2%) menjawab "tidak pernah", yang menunjukkan bahwa responden sering menyimpan video singkat atau reels dakwah di Instagram.

Tabel 4.16. Memberikan tanda suka atau memberikan reaksi terhadap konten dakwah di Instagram

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	38	42%
2.	Sering	38	42%
3.	Kadang-kadang	14	16%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa 38 responden (42%) menjawab "selalu", 38 responden (42%) menjawab "sering", dan 14 responden (16%) menjawab "kadang-kadang", yang mengindikasikan bahwa responden selalu dan sering memberikan tanda suka atau reaksi terhadap konten dakwah di Instagram.

Tabel 4.17. Berinteraksi (komentar, share) pada konten dakwah di Instagram

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	21	23%
2.	Sering	41	46%
3.	Kadang-kadang	25	28%
4.	Tidak pernah	3	3%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa 21 responden (23%) menjawab "selalu", 41 responden (46%) menjawab "sering", 25 responden (28%) menjawab "kadang-kadang", dan 3 responden (3%) menjawab "tidak pernah", yang menunjukkan bahwa responden sering berinteraksi (komentar, berbagi) pada konten dakwah di Instagram.

Tabel 4.18. Menggunakan fitur pencarian untuk mengakses konten dakwah baru di Instagram

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	21	23%
2.	Sering	45	50%
3.	Kadang-kadang	24	27%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa 21 responden (23%) menjawab "selalu", 45 responden (50%) menjawab "sering", dan 24 responden (27%) menjawab "kadang-kadang", yang mengindikasikan bahwa responden sering menggunakan fitur pencarian untuk mengakses konten dakwah baru di Instagram.

e. Metode Dakwah

Tabel 4.19. Metode dakwah ceramah yang disampaikan Da'i atau pendakwah di Instagram dapat menyentuh hati.

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	30	33%
2.	Sering	51	57%
3.	Kadang-kadang	9	10%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa 30 responden (33%) menjawab "selalu", 51 responden (57%) menjawab "sering", dan 9 responden (10%) menjawab "kadang-kadang". Data ini mengindikasikan bahwa responden sering merasa metode dakwah ceramah yang disampaikan da'i atau pendakwah di Instagram dapat menyentuh hati mereka.

Tabel 4.20. Melihat Da'i (pendakwah) berdiskusi atau bertukar pikiran dengan influencer tentang konten dakwah di Instagram.

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	28	31%
2.	Sering	55	61%

3.	Kadang-kadang	7	8%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa 28 responden (31%) menjawab "selalu", 55 responden (61%) menjawab "sering", dan 7 responden (8%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden sering melihat da'i (pendakwah) berdiskusi atau bertukar pikiran dengan influencer tentang konten dakwah di Instagram.

Tabel 4.21. Dengan melihat konten dakwah yang dibagikan oleh orang lain tentang konflik keagamaan (seperti peperangan Palestina antara Israel) di Instagram menjadi lebih bersyukur dalam menjalani hidup.

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	51	57%
2.	Sering	39	43%
3.	Kadang-kadang	0	0%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa 51 responden (57%) menjawab "selalu" dan 39 responden (43%) menjawab "sering". Ini menunjukkan bahwa responden

selalu melihat konten dakwah yang dibagikan oleh orang lain tentang konflik keagamaan (seperti peperangan Palestina dan Israel) di Instagram, yang membuat mereka lebih bersyukur dalam menjalani hidup.

2. Deskripsi Variabel Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo (Y)

Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang dibagikan kepada 90 mahasiswa pendidikan agama Islam yang aktif. Sebelum digunakan, instrumen tersebut diuji untuk validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 20 pertanyaan yang valid tentang Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo.

Tabel 4.22. Bersabar apabila diberi ujian oleh Allah

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	43	48%
2.	Sering	41	45%
3.	Kadang-kadang	6	7%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa 43 responden (48%) menjawab "selalu", 41 responden (45%) menjawab "sering", dan 6 responden (7%) menjawab "kadang-

kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden selalu bersabar ketika diberi ujian oleh Allah.

Tabel 4.23. Bersabar ketika orang lain menyakiti perasaan

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
5.	Selalu	36	40%
6.	Sering	45	50%
7.	Kadang-kadang	9	10%
8.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.23 menunjukkan bahwa 36 responden (40%) menjawab "selalu", 45 responden (50%) menjawab "sering", dan 9 responden (10%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden sering bersabar ketika orang lain menyakiti perasaan mereka.

Tabel 4.24. Bersabar apabila berbeda pendapat dengan orang lain

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	32	36%
2.	Sering	47	53%
3.	Kadang-kadang	10	11%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.24 menunjukkan bahwa 32 responden (36%) menjawab "selalu", 47 responden (53%) menjawab "sering", dan 10 responden (11%) menjawab "kadang-kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden sering bersabar ketika berbeda pendapat dengan orang lain.

Tabel 4.25. Mensyukuri segala nikmat yang diberikan oleh Allah SWT

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	43	48%
2.	Sering	44	49%
3.	Kadang-kadang	3	3%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.25 menunjukkan bahwa 43 responden (48%) menjawab "selalu", 44 responden (49%) menjawab "sering", dan 3 responden (3%) menjawab "kadang-kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden sering mensyukuri segala nikmat yang diberikan oleh Allah SWT.

Tabel 4.26. Mengucapkan Alhamdulillah ketika mendapatkan nilai baik

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	44	49%
2.	Sering	40	44%

3.	Kadang-kadang	6	7%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.26 menunjukkan bahwa 44 responden (49%) menjawab "selalu", 40 responden (44%) menjawab "sering", dan 6 responden (7%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden selalu mengucapkan Alhamdulillah ketika mendapatkan nilai baik.

Tabel 4.27. Merasa cukup atas nikmat yang telah diberikan Allah

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	31	34%
2.	Sering	49	55%
3.	Kadang-kadang	10	11%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa 31 responden (34%) menjawab "selalu", 49 responden (55%) menjawab "sering", dan 10 responden (11%) menjawab "kadang-kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden sering merasa cukup atas nikmat yang diberikan oleh Allah.

Tabel 4.28. Berusaha membantu teman ketika sedang mendapatkan musibah

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	25	28%
2.	Sering	50	55%
3.	Kadang-kadang	15	17%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.28 menunjukkan bahwa 25 responden (28%) menjawab "selalu", 50 responden (55%) menjawab "sering", dan 15 responden (17%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden sering berusaha membantu teman ketika sedang mendapatkan musibah.

Tabel 4.29. Tidak mengungkit-ungkit ketika memberi sesuatu kepada teman/orang lain

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	34	38%
2.	Sering	41	46%
3.	Kadang-kadang	12	13%
4.	Tidak pernah	3	3%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa 34 responden (38%) menjawab "selalu", 41 responden (46%) menjawab "sering", 12 responden (13%) menjawab "kadang-kadang", dan 3 responden (3%) menjawab "tidak pernah". Ini mengindikasikan bahwa responden sering tidak mengungkit-ungkit ketika memberi sesuatu kepada teman atau orang lain.

Tabel 4.30. Melaksanakan ibadah ikhlas karena Allah SWT

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	34	38%
2.	Sering	48	53%
3.	Kadang-kadang	8	9%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.30 menunjukkan bahwa 34 responden (38%) menjawab "selalu", 48 responden (53%) menjawab "sering", dan 8 responden (9%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden sering melaksanakan ibadah dengan ikhlas karena Allah SWT.

Tabel 4.31. Tidak merasa pintar dari teman-teman sekelas

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	36	40%
2.	Sering	43	48%
3.	Kadang-kadang	9	10%
4.	Tidak pernah	2	2%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.31 menunjukkan bahwa 36 responden (40%) menjawab "selalu", 43 responden (48%) menjawab "sering", 9 responden (10%) menjawab "kadang-kadang", dan 2 responden (2%) menjawab "tidak pernah". Ini mengindikasikan bahwa responden sering tidak merasa lebih pintar daripada teman-teman sekelas mereka.

Tabel 4.32. Menyapa teman dan dosen ketika berpapasan di kampus

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	24	27%
2.	Sering	42	46%
3.	Kadang-kadang	24	27%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.32 menunjukkan bahwa 24 responden (27%) menjawab "selalu", 42 responden (46%) menjawab "sering", dan 24 responden (27%) menjawab "kadang-kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden sering menyapa teman dan dosen saat berpapasan di kampus.

Tabel 4.33. Tidak membedakan dalam berteman

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	42	47%
2.	Sering	38	42%
3.	Kadang-kadang	9	10%
4.	Tidak pernah	1	1%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.33 menunjukkan bahwa 42 responden (47%) menjawab "selalu", 38 responden (42%) menjawab "sering", 9 responden (10%) menjawab "kadang-kadang", dan 1 responden (1%) menjawab "tidak pernah". Ini menunjukkan bahwa responden selalu tidak membedakan dalam berteman.

**Tabel 4.34. Menyisihkan uang saku untuk
bersedekah**

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	11	12%
2.	Sering	37	41%
3.	Kadang-kadang	40	44%
4.	Tidak pernah	2	2%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.34 menunjukkan bahwa 11 responden (12%) menjawab "selalu", 37 responden (41%) menjawab "sering", 40 responden (44%) menjawab "kadang-kadang", dan 2 responden (2%) menjawab "tidak pernah". Ini mengindikasikan bahwa responden kadang-kadang menyisihkan uang saku untuk bersedekah.

Tabel 4.35. Berbagi makanan kepada teman

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	17	19%
2.	Sering	51	57%
3.	Kadang-kadang	22	24%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.35 menunjukkan bahwa 17 responden (19%) menjawab "selalu", 51 responden (57%) menjawab "sering", dan 22 responden (24%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden sering berbagi makanan dengan teman.

Tabel 4.36. Menghargai pemberian orang lain jika tidak sesuai keinginan

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	34	38%
2.	Sering	52	58%
3.	Kadang-kadang	4	4%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.36 menunjukkan bahwa 34 responden (38%) menjawab "selalu", 52 responden (58%) menjawab "sering", dan 4 responden (4%) menjawab "kadang-kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden sering menghargai pemberian orang lain meskipun tidak sesuai keinginan.

Tabel 4.37. Memfokuskan ibadah hanya karena Allah bukan ingin mendapatkan sanjungan dari manusia

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	34	38%
2.	Sering	44	49%
3.	Kadang-kadang	12	13%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.37 menunjukkan bahwa 34 responden (38%) menjawab "selalu", 44 responden (49%) menjawab "sering", dan 12 responden (13%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden sering memfokuskan ibadah hanya karena Allah, bukan untuk mendapatkan sanjungan dari manusia.

Tabel 4.38. Menyembunyikan amal kebaikan

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	19	21%
2.	Sering	58	64%
3.	Kadang-kadang	13	14%

4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber Data Kuesioner 2024

Tabel 4.38 menunjukkan bahwa 19 responden (21%) menjawab "selalu", 58 responden (64%) menjawab "sering", dan 13 responden (14%) menjawab "kadang-kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden sering menyembunyikan amal kebaikan mereka.

Tabel 4.39. Mengendalikan hati agar tidak terbuai dengan pujian orang lain.

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	24	27%
2.	Sering	49	54%
3.	Kadang-kadang	17	19%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.39 menunjukkan bahwa 24 responden (27%) menjawab "selalu", 49 responden (54%) menjawab "sering", dan 17 responden (19%) menjawab "kadang-kadang". Ini menunjukkan bahwa responden sering mengendalikan hati agar tidak terbuai dengan pujian orang lain.

Tabel 4.40. Berusaha mengendalikan emosi

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	24	27%
2.	Sering	40	44%
3.	Kadang-kadang	26	29%
4.	Tidak pernah	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.40 menunjukkan bahwa 24 responden (27%) menjawab "selalu", 40 responden (44%) menjawab "sering", dan 26 responden (29%) menjawab "kadang-kadang". Ini mengindikasikan bahwa responden sering berusaha mengendalikan emosi mereka.

Tabel 4.41. Berusaha bersikap diam apabila amarah sudah menguasai diri

No	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Selalu	32	36%
2.	Sering	45	50%
3.	Kadang-kadang	11	12%
4.	Tidak pernah	2	2%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Kuesioner 2024

Tabel 4.41 menunjukkan bahwa 32 responden (36%) menjawab "selalu", 45 responden (50%) menjawab "sering", 11 responden (12%) menjawab "kadang-kadang", dan 2 responden (2%) menjawab "tidak pernah". Ini menunjukkan bahwa responden sering berusaha bersikap diam ketika amarah sudah menguasai diri.

D. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Untuk memenuhi asumsi klasik tentang kenormalan data, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan memiliki distribusi normal. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan versi 27 dari SPSS.

Tabel 4.42 Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Konten Dakwah Media Sosial Instagram	.089	90	.077	.982	90	.259
Akhlak Mahasiswa PAI	.069	90	.200*	.975	90	.084

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,200 \geq 0,05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai residual pengaruh konten dakwah instagram terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo berdistribusi normal dan uji regresi dapat dilakukan.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel X dan Y membentuk garis regresi linier atau tidak.

Tabel 4.43 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Akhlak Mahasiswa PAI* Konten Dakwah Instagram	Between Groups	(Combined)	3953.160	26	152.045	5.280	<.001
		Linearity	3384.203	1	3384.203	117.525	<.001
		Deviation from Linearity	568.957	25	22.758	.790	.739
	Within Groups		1814.129	63	28.796		
	Total		5767.289	89			

Berdasarkan hasil uji linieritas yang ditunjukkan pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,739 > 0,05$, sehingga dapat terdapat hubungan yang linier

antara konten dakwah media sosial instagram terhadap akhlak mahasiswa PAI dan uji regresi dapat dilanjutkan.

E. Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana

Persamaan regresi dapat diperoleh melalui rumus regresi linier sederhana, yaitu $\hat{Y} = a + bX$ dengan bantuan SPSS Versi 27. Hasilnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.44

Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.679	5.485		.488	.627
	Konten Dakwah Instagram	.921	.082	.766	11.179	<.001

a. Dependent Variable: Akhlak Mahasiswa PAI

Persamaan regresi linier sederhana dapat dibentuk berdasarkan tabel di atas, dengan nilai konstanta a sebesar 2,679 dan koefisien regresi b sebesar 0,921. Adapun bentuk persamaannya yaitu:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = 2,679 + 0,921X$$

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 2,679 menunjukkan bahwa nilai konsisten variabel partisipasi adalah 2,679
- Koefisien regresi X sebesar 0,921 mengindikasikan bahwa setiap penambahan 1% nilai Konten Dakwah Instagram, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,921. Koefisien regresi yang positif ini menunjukkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

F. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian, "Terdapat pengaruh signifikan antara konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa pendidikan agama Islam UIN Walisongo Semarang," diuji dengan uji regresi linier sederhana. Hasil uji regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

Tabel 4.45 Hasil Uji Signifikansi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3384.203	1	3384.203	124.968	<.001 b
	Residual	2383.086	88	27.081		
	Total	5767.289	89			
a. Dependent Variable: Akhlak Mahasiswa PAI						
b. Predictors: (Constant), Konten Dakwah Instagram						

Dua komponen dasar dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana. Yang pertama adalah membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05; nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y, sedangkan nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa variabel X tidak mempengaruhi variabel Y. Hasil uji regresi linier sederhana tersebut menunjukkan F_{hitung} 124,968 dengan tingkat signifikansi 0,001. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel konten dakwah media sosial instagram (X) terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang (Y).

1. Uji t

Tabel 4.46 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	2.679	5.485		.488	.627
	Konten Dakwah Instagram	.921	.082	.766	11.179	<.001

a. Dependent Variable: Akhlak Mahasiswa PAI

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Penentuan hipotesis penelitian:
 H_a : Terdapat pengaruh antara Konten Dakwah Media Sosial Instagram terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo.
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara Konten Dakwah Media Sosial Instagram terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo.
- b. Perhitungan t hitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 27 hasilnya tercantum pada tabel *coefficient*. Berdasarkan tabel *coefficient* tersebut dapat diketahui hasil t hitung sebesar **11,179**.
- c. Penentuan t tabel dengan ketentuan uji 2 pihak menggunakan taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = $n-k$. $df = 90-2 = 88$, dimana jumlah sampel penelitian ini adalah 90 responden dikurangi jumlah variabel dalam penelitian (2 variabel). Maka nilai t tabel diperoleh sebesar **1,987**.
- d. Perbandingan antara t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:
 - Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dari hasil perbandingan diatas dapat diperoleh t_{hitung} (11,179) $>$ t_{tabel} (1,987) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan yang dapat diambil adalah terdapat pengaruh konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo.

2. Uji Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi dilakukan menggunakan SPSS versi 27, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.47 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	.766 ^a	.587	.582	5.204
a. Predictors: (Constant), Konten Dakwah Media Sosial Instagram				
b. Dependent Variable : Akhlak Mahasiswa PAI				

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat menemukan bahwa indeks nilai koefisien korelasi (R) yaitu 0,766. Apabila dimasukkan dalam persamaan koefisien determinasi, maka mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

$$Kd = (0,766)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 58,70\%$$

Hal ini berarti 58,70% variabel akhlak mahasiswa merupakan kontribusi dari variabel konten dakwah media sosial Instagram. Sementara itu 41,30 % sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

G. Analisis Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Data tentang konten dakwah media sosial instagram dan akhlak mahasiswa pendidikan agama Islam diperoleh melalui angket yang disebarakan kepada 90 responden, yang merupakan mahasiswa aktif pendidikan agama Islam UIN Walisongo angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023 untuk diisi sesuai dengan petunjuk. Data yang diperoleh melalui angket dianalisa dengan memberi nilai pada setiap item jawaban berupa angka pada setiap pernyataan yang telah diberikan kepada responden. Setelah itu, data dikumpulkan dan diperiksa.

a. Data Angket X tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrument angket atau kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa aktif pendidikan agama Islam yang berjumlah 90

mahasiswa. Sebelum instrumen angket atau kuesioner digunakan, maka perlu di uji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Dan hasil uji tersebut, diambil 20 butir pertanyaan yang valid tentang konten dakwah media sosial instagram, dan disetiap butir disediakan 4 pilihan alternatif jawaban dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Selalu diberi skor 4
- 2) Sering diberi skor 3
- 3) Kadang-kadang diberi skor 2
- 4) Tidak pernah diberi skor 1.

Berdasarkan kriteria penskoran tersebut, maka diperoleh data konten dakwah media sosial instagram sebagai berikut:

Tabel 4.48 Total Skor Angket Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)

Responden	Skor	Responden	Skor
R-1	76	R-46	65
R-2	61	R-47	53
R-3	79	R-48	52
R-4	59	R-49	65
R-5	72	R-50	68
R-6	75	R-51	60

R-7	79	R-52	62
R-8	68	R-53	53
R-9	55	R-54	58
R-10	62	R-55	71
R-11	57	R-56	63
R-12	63	R-57	68
R-13	75	R-58	61
R-14	67	R-59	64
R-15	74	R-60	69
R-16	68	R-61	70
R-17	64	R-62	75
R-18	56	R-63	68
R-19	53	R-64	73
R-20	73	R-65	72
R-21	67	R-66	71
R-22	68	R-67	58
R-23	61	R-68	62
R-24	58	R-69	61
R-25	69	R-70	54
R-26	68	R-71	63
R-27	73	R-72	69
R-28	69	R-73	65
R-29	73	R-74	76
R-30	63	R-75	67

R-31	67	R-76	71
R-32	75	R-77	62
R-33	69	R-78	72
R-34	71	R-79	73
R-35	62	R-80	69
R-36	74	R-81	64
R-37	67	R-82	57
R-38	69	R-83	62
R-39	67	R-84	70
R-40	75	R-85	64
R-41	58	R-86	65
R-42	80	R-87	63
R-43	69	R-88	59
R-44	78	R-89	58
R-45	71	R-90	61
Jumlah X	5963	Jumlah X²	399073

Setelah melakukan penghitungan skor seperti tabel di atas, langkah selanjutnya adalah membuat tabel distribusi frekuensi. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Menentukan interval kelas

$$\begin{aligned} R &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 80 - 52 \\ &= \mathbf{28} \end{aligned}$$

2) Menentukan jumlah interval

$$\begin{aligned} M &= 1 + 3,3 (\log N) \\ &= 1 + 3,3 (\log 90) \\ &= 1 + 3,3 (1,954) \\ &= 1 + 6,448 \\ &= \mathbf{7,448 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}} \end{aligned}$$

3) Tentukan panjang interval kelas

$$\begin{aligned} P &= \frac{R}{M} \\ &= \frac{28}{8} \\ &= \mathbf{4} \end{aligned}$$

R = Range

K = Jumlah Interval

P = Panjang Interval Kelas

N = Jumlah Siswa

Jadi, distribusi frekuensi konten dakwah Instagram mempunyai range 28, jumlah interval kelas ada 8 dan panjang interval 4. Berdasarkan perhitungan hasil angket konten dakwah media sosial Instagram

dapat dibuat distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 4.49 Distribusi Frekuensi Hasil Angket Konten Dakwah Media Sosial Instagram

No	Kelas Interval	Frekuensi	Presentase
1	52 – 59	17	$\frac{17 \times 100}{90} = 18,8$
2	60 – 67	30	33,3 %
3	68 – 75	37	41,1 %
4	76 – 83	6	6,7 %
Jumlah		90	100 %

Selanjutnya, tingkat konten dakwah Instagram dikategorikan menjadi 4 (empat) kategori yaitu rendah, cukup, baik, sangat baik dengan menentukan ujung bawah kelas interval pertama dengan nilai terkecil sebagai berikut:

Tabel 4.50 Kategori Hasil Angket Konten Dakwah Media Sosial Instagram

Kelas Interval	Kategori
52– 59	Rendah
60 – 67	Cukup

68 – 75	Baik
76 – 83	Sangat Baik

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 41,1% (37 responden) memberikan skor 68-75 yang mengindikasikan bahwa konten dakwah media sosial Instagram berada pada kategori “baik”.

b. Analisis Konten Dakwah Media Sosial Instagram

1) Subjek Dakwah (Dai)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.2, mayoritas dari para dai atau pendakwah yang menyampaikan dakwah di Instagram seringkali dapat dengan mudah dimengerti. Ini tercermin dari fakta bahwa 38 responden menjawab bahwa mereka selalu memahaminya, sementara 51 responden menjawab bahwa mereka sering memahaminya.

Analisis dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas para dai atau pendakwah yang menyampaikan dakwah di Instagram selalu dianggap menarik dan selalu mengikuti perkembangan terbaru. Hal ini diperkuat oleh fakta bahwa 50 responden menjawab bahwa mereka

selalu menarik, dan 36 responden menjawab bahwa mereka sering menarik.

Oleh karena itu, hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa mayoritas dari para dai atau pendakwah yang menyampaikan dakwah di Instagram umumnya mudah dimengerti dan selalu menarik serta mengikuti perkembangan terbaru.

2) Mitra Dakwah

Berdasarkan analisis dari tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki akun media sosial Instagram dan mengaksesnya secara teratur setiap harinya. Faktanya, 52 responden menyatakan bahwa mereka selalu mengaksesnya, sementara 32 responden mengaku melakukannya secara sering.

Data dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa PAI cenderung selalu mengikuti akun-akun dakwah di Instagram. Terbukti dengan fakta bahwa 41 responden menyatakan bahwa mereka selalu mengikuti, dan 38 responden mengaku melakukannya secara sering.

Tabel 4.6 juga mengungkapkan bahwa mayoritas mahasiswa PAI secara konsisten

mengikuti lebih dari satu akun dakwah di Instagram. Ini terlihat dari fakta bahwa 47 responden menyatakan bahwa mereka selalu mengikuti, dan 38 responden mengaku melakukannya secara sering.

Hasil penelitian menegaskan bahwa mayoritas mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam di UIN Walisongo cenderung memiliki tingkat akses yang tinggi terhadap konten dakwah di Instagram. Hal ini tercermin dari kebiasaan mereka dalam memiliki dan mengakses akun media sosial Instagram secara teratur, serta aktif mengikuti akun-akun dakwah di platform tersebut.

3) Materi Dakwah

Berdasarkan analisis dari tabel 4.7, terlihat bahwa materi dakwah yang tersedia di Instagram secara konsisten bervariasi dan menarik. Data menunjukkan bahwa 54 responden menyatakan bahwa mereka selalu menemukan materi tersebut menarik, sementara 29 responden menyatakan bahwa mereka sering menemukannya menarik.

Hasil dari tabel 4.8 juga menunjukkan bahwa materi yang disajikan di Instagram relevan dengan kehidupan sehari-hari. Sebanyak 53 responden menyatakan bahwa mereka selalu menemukan

materi tersebut relevan, sementara 31 responden mengatakan bahwa mereka sering menemukannya relevan.

Data dari tabel 4.9 menegaskan bahwa materi dakwah di Instagram berperan dalam meningkatkan ketauhidan dan keimanan. Sebanyak 47 responden menyatakan bahwa mereka selalu merasakan dampak positif ini, sementara 35 responden menyatakan bahwa mereka sering merasakannya.

Tabel 4.10 mengungkapkan bahwa materi dakwah di Instagram mampu memberikan motivasi untuk selalu berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari. Ini ditegaskan oleh fakta bahwa 51 responden selalu merasakan motivasi tersebut, dan 32 responden sering merasakannya.

Sementara itu, hasil dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa materi dakwah di Instagram memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan tentang syariat Islam, seperti sholat, puasa, zakat, dan haji. Hal ini dibuktikan oleh 51 responden yang selalu merasakan dampak positif ini, dan 31 responden yang sering merasakannya.

Dengan demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa materi dakwah di Instagram terbukti konsisten dalam hal keberagaman, kemenarikan,

relevansi dengan kehidupan sehari-hari, penguatan ketauhidan dan keimanan, motivasi untuk berbuat baik, serta peningkatan pengetahuan tentang syariat Islam.

4) Media Dakwah

Data dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa konten dakwah di Instagram secara konsisten muncul di feed Instagram pengguna. Ini dapat dilihat dari fakta bahwa 38 responden secara konsisten mengalami hal ini, sedangkan 44 responden mengatakan bahwa mereka sering mengalaminya.

Hasil dari tabel 4.13 mengungkapkan bahwa mahasiswa PAI sering menyimpan kutipan dakwah yang dibagikan melalui Instastory. Dibuktikan oleh fakta bahwa 29 responden selalu melakukan hal ini, sementara 46 responden menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI secara konsisten menyimpan video pendek atau konten dakwah yang dipublikasikan di Instagram. Data menunjukkan bahwa 40 responden selalu melakukan ini, sementara 32 responden menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Tabel 4.15 menyatakan bahwa mahasiswa PAI sering mengikuti siaran langsung kegiatan keagamaan di Instagram. Dibuktikan oleh fakta bahwa 21 responden selalu melakukannya, dan 41 responden menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Data dari tabel 4.16 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI secara konsisten memberikan tanggapan atau reaksi terhadap konten dakwah di Instagram. Hal ini ditegaskan oleh fakta bahwa 38 responden secara konsisten memberikan tanggapan positif, dan 38 responden menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Berdasarkan tabel 4.17, mahasiswa PAI sering berinteraksi, seperti memberikan komentar atau berbagi, terhadap konten dakwah di Instagram. Ini ditegaskan oleh fakta bahwa 21 responden secara konsisten melakukan hal ini, dan 41 responden menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Data dari tabel 4.18 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI sering menggunakan fitur pencarian untuk menemukan konten dakwah baru di Instagram. Dibuktikan oleh fakta bahwa 21 responden secara konsisten melakukan ini, dan 45

responden menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Hasil penelitian menegaskan bahwa mayoritas mahasiswa PAI UIN Walisongo secara konsisten memberikan tanggapan dan berinteraksi dengan konten dakwah di Instagram. Hal ini dapat dilihat dari kebiasaan mereka dalam menyimpan kutipan, video, mengikuti siaran langsung, memberikan tanggapan, berinteraksi, dan menggunakan fitur pencarian untuk mengakses konten dakwah di platform tersebut.

5) Metode Dakwah

Data dari tabel 4.19 menunjukkan bahwa ceramah yang disampaikan oleh para Da'i atau pendakwah di Instagram memiliki kemampuan untuk menyentuh hati. Ini terlihat dari fakta bahwa 30 responden selalu merasakan dampaknya, sementara 51 responden menyatakan bahwa mereka sering merasakannya.

Berdasarkan tabel 4.20, mahasiswa PAI sering menyaksikan diskusi antara Da'i (pendakwah) dengan influencer tentang konten dakwah di Instagram. Hal ini terlihat dari fakta bahwa 28 responden selalu melihatnya, dan 55 responden menyatakan bahwa mereka sering melihatnya.

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI secara konsisten merasa lebih bersyukur dalam menjalani hidup setelah melihat konten dakwah tentang konflik keagamaan, seperti peperangan Palestina-Israel, yang dibagikan oleh orang lain di Instagram. Hal ini terlihat dari fakta bahwa 51 responden selalu merasa bersyukur, dan 39 responden menyatakan bahwa mereka sering merasakannya.

Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa metode dakwah yang digunakan oleh para Da'i atau pendakwah di Instagram menunjukkan kualitas yang baik dan beragam. Variasi metode dakwah tersebut mencakup memberikan nasihat yang bijaksana, ceramah yang menginspirasi, dan melalui diskusi (mujadalah). Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa metode dakwah ceramah yang disampaikan Da'i atau pendakwah di Instagram dapat menyentuh hati. Hal ini dilihat dari perolehan 30 responden menjawab selalu dan 51 responden menjawab sering.

c. Data Angket Y tentang Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrument angket atau kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa aktif pendidikan agama Islam yang berjumlah 90 mahasiswa. Sebelum instrumen angket atau kuesioner digunakan, maka perlu di uji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Dan hasil uji tersebut, diambil 20 butir pertanyaan yang valid tentang konten dakwah media sosial instagram, dan disetiap butir disediakan 4 pilihan alternatif jawaban dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Selalu diberi skor 4
- 2) Sering diberi skor 3
- 3) Kadang-kadang diberi skor 2
- 4) Tidak pernah diberi skor 1.

Berdasarkan kriteria penskoran tersebut, maka diperoleh data akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang sebagai berikut:

**Tabel 4.51 Total Skor Angket Akhlak
Mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang (Y)**

Responden	Skor	Responden	Skor
R-1	73	R-46	52
R-2	58	R-47	50
R-3	71	R-48	49
R-4	54	R-49	62
R-5	63	R-50	64
R-6	71	R-51	56
R-7	73	R-52	57
R-8	64	R-53	49
R-9	50	R-54	53
R-10	56	R-55	80
R-11	52	R-56	61
R-12	59	R-57	65
R-13	71	R-58	59
R-14	54	R-59	60
R-15	70	R-60	65
R-16	60	R-61	68
R-17	59	R-62	72
R-18	51	R-63	60
R-19	50	R-64	72

R-20	69	R-65	69
R-21	65	R-66	77
R-22	76	R-67	77
R-23	58	R-68	65
R-24	51	R-69	64
R-25	63	R-70	49
R-26	64	R-71	77
R-27	70	R-72	70
R-28	63	R-73	60
R-29	68	R-74	75
R-30	74	R-75	62
R-31	63	R-76	68
R-32	74	R-77	60
R-33	62	R-78	80
R-34	61	R-79	71
R-35	59	R-80	68
R-36	72	R-81	61
R-37	63	R-82	54
R-38	62	R-83	64
R-39	63	R-84	79
R-40	72	R-85	67
R-41	53	R-86	67
R-42	74	R-87	61
R-43	63	R-88	52

R-44	70	R-89	61
R-45	65	R-90	64
Jumlah Y	5732	Jumlah Y²	370832

Setelah melakukan penghitungan skor seperti tabel di atas, langkah selanjutnya adalah membuat tabel distribusi frekuensi. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Menentukan interval kelas

$$\begin{aligned}
 R &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\
 &= 80 - 49 \\
 &= \mathbf{31}
 \end{aligned}$$

2) Menentukan jumlah interval

$$\begin{aligned}
 M &= 1 + 3,3 (\log N) \\
 &= 1 + 3,3 (\log 90) \\
 &= 1 + 3,3 (1,954) \\
 &= 1 + 6,448 \\
 &= \mathbf{7,448 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}}
 \end{aligned}$$

3) Tentukan panjang interval kelas

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{R}{M} \\
 &= \frac{31}{8} \\
 &= \mathbf{3,8 \text{ (dibulatkan menjadi 4)}}
 \end{aligned}$$

R = Range

K = Jumlah Interval

P = Panjang Interval Kelas

N = Jumlah Siswa

Jadi, distribusi frekuensi akhlak mahasiswa mempunyai range 31, jumlah interval kelas ada 8 dan panjang interval 4. Berdasarkan perhitungan hasil angket akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo dapat dibuat distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 4.52 Distribusi Frekuensi Hasil Angket Tentang Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo

No	Kelas Interval	Frekuensi	Presentase
1	49 – 56	18	$\frac{18 \times 100}{90} = 20\%$
2	57 – 64	37	41,1 %
3	65 – 72	21	23,3 %
4	73 – 80	14	15,6 %
Jumlah		90	100 %

Selanjutnya, tingkat akhlak mahasiswa dikategorikan menjadi 4 (empat) kategori yaitu rendah, cukup, baik, sangat baik, dengan

menentukan ujung bawah kelas interval pertama dengan nilai terkecil sebagai berikut:

**Tabel 4.53 Kategori Hasil Angket
Tentang Akhlak Mahasiswa PAI UIN
Walisongo**

Kelas Interval	Kategori
49 – 56	Rendah
57 – 64	Cukup
65 – 72	Baik
73 – 80	Sangat baik

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa skor akhlak mahasiswa pada interval 49– 56 terdapat 18 responden dengan kategori rendah, interval 57 – 64 terdapat 37 responden dengan kategori cukup, interval 65 – 72 terdapat 21 responden dengan kategori baik, interval 73 – 80 terdapat 14 responden dengan kategori sangat baik, dan Maka dapat disimpulkan bahwa skor akhlak mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo berada pada kategori “cukup”.

d. Analisis Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo

Data dari tabel 4.22 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI memiliki tingkat kesabaran yang tinggi ketika menghadapi cobaan dari Allah. Hal ini terlihat dari fakta bahwa 43 responden selalu bersabar, dan 41 responden menyatakan bahwa mereka sering bersabar.

Berdasarkan tabel 4.23, mahasiswa PAI cenderung bersabar ketika merasa tersakiti oleh orang lain. Hal ini dapat dilihat dari perolehan 36 responden yang selalu bersabar, dan 45 responden yang menyatakan bahwa mereka sering bersabar.

Data dari tabel 4.24 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI sering menunjukkan kesabaran ketika berbeda pendapat dengan orang lain. Hal ini terlihat dari fakta bahwa 32 responden selalu bersabar, dan 47 responden menyatakan bahwa mereka sering bersabar dalam situasi tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang menunjukkan tingkat kesabaran yang tinggi. Ini ditunjukkan oleh jumlah responden yang selalu atau sering bersabar dalam menghadapi ujian dari Allah, merespons dengan kesabaran ketika disakiti oleh orang lain, dan menunjukkan kesabaran

dalam menghadapi perbedaan pendapat. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang memiliki sifat moral yang baik, khususnya dalam hal kesabaran.

Berdasarkan data dari tabel 4.25, terlihat bahwa mahasiswa PAI cenderung sering bersyukur atas segala nikmat yang diberikan oleh Allah SWT. Fakta ini dapat dilihat dari jumlah responden yang mencapai 43 orang yang selalu bersyukur, serta 44 orang yang menyatakan bahwa mereka sering bersyukur.

Data dari tabel 4.26 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI selalu mengucapkan Alhamdulillah ketika meraih nilai baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mencapai 44 orang yang selalu mengucapkan Alhamdulillah, dan 40 orang yang menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Berdasarkan tabel 4.27, mahasiswa PAI cenderung merasa cukup atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT. Ini terlihat dari fakta bahwa 31 responden selalu merasa cukup, dan 49 responden menyatakan bahwa mereka sering merasa cukup atas nikmat yang diberikan oleh Allah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang memiliki sikap bersyukur yang baik. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah responden yang sering atau selalu bersyukur atas segala nikmat yang diberikan oleh Allah SWT, mereka juga sering mengucapkan Alhamdulillah ketika meraih prestasi atau mendapatkan kebaikan. Ini mencerminkan sikap positif dalam akhlak, khususnya dalam hal bersyukur.

Berdasarkan data dari tabel 4.28, terlihat bahwa mahasiswa PAI cenderung aktif membantu teman saat mengalami kesulitan. Ini tercermin dari jumlah responden yang mencapai 25 orang yang selalu memberikan bantuan, dan 50 orang yang menyatakan bahwa mereka sering memberikan dukungan.

Data dari tabel 4.29 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI sering memberi tanpa mengungkit-ungkitnya. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mencapai 34 orang yang selalu memberi tanpa mengungkit, dan 41 orang yang menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Berdasarkan tabel 4.30, mahasiswa PAI cenderung melaksanakan ibadah dengan ikhlas

karena Allah SWT. Ini terlihat dari fakta bahwa 34 responden selalu melaksanakan ibadah dengan ikhlas, dan 48 responden menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang memiliki sikap yang baik dalam hal ikhlas. Ini terlihat dari kecenderungan mereka untuk membantu teman dalam kesulitan, memberi tanpa mengungkit-ungkitnya, serta melaksanakan ibadah dengan ikhlas. Ini mencerminkan sikap positif dalam akhlak, khususnya dalam hal ikhlas.

Berdasarkan data dari tabel 4.31, terlihat bahwa mayoritas mahasiswa PAI cenderung tidak merasa lebih pintar daripada teman sekelas. Ini terlihat dari jumlah responden yang mencapai 36 orang yang selalu merasa demikian, dan 43 orang yang menyatakan bahwa mereka sering merasa demikian.

Data dari tabel 4.32 menunjukkan bahwa mahasiswa PAI sering menyapa teman dan dosen saat bertemu di kampus. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mencapai 24 orang yang selalu menyapa, dan 42 orang yang menyatakan bahwa mereka sering melakukannya.

Berdasarkan tabel 4.33, mahasiswa PAI cenderung tidak membeda-bedakan dalam berteman. Ini terlihat dari fakta bahwa 42 responden selalu tidak membeda-bedakan, dan 38 responden menyatakan bahwa mereka sering tidak membeda-bedakan.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang cenderung menghindari sikap sombong. Ini tercermin dari kecenderungan mereka untuk tidak merasa lebih pintar daripada teman sekelas, sering menyapa teman dan dosen di kampus, serta tidak membeda-bedakan dalam berteman. Ini menunjukkan tingginya kesadaran mereka akan pentingnya menghindari sifat sombong, yang pada hakikatnya merupakan sifat yang tidak diinginkan.

Berdasarkan data dari tabel 4.34, sebagian besar mahasiswa PAI cenderung menyisihkan sebagian uang saku mereka untuk bersedekah. Ini terlihat dari jumlah responden, di mana 37 orang menjawab bahwa mereka sering melakukannya, dan 40 orang menjawab bahwa mereka melakukannya kadang-kadang.

Dari data yang ditunjukkan dalam tabel 4.35, sebagian besar mahasiswa PAI cenderung berbagi

makanan dengan teman-teman mereka. Ini terlihat dari jumlah responden, di mana 51 orang menjawab bahwa mereka sering melakukannya, dan 22 orang menjawab bahwa mereka melakukannya kadang-kadang.

Berdasarkan informasi dari tabel 4.36, mayoritas mahasiswa PAI cenderung menghargai pemberian orang lain meskipun tidak sesuai dengan keinginan mereka. Ini terlihat dari fakta bahwa 34 responden selalu melakukannya, dan 52 responden menjawab bahwa mereka melakukannya sering.

Dari hasil penelitian tersebut, terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa PAI di UIN Walisongo Semarang cenderung menghindari sifat tamak atau rakus. Ini tercermin dari kecenderungan mereka untuk menyisihkan uang saku untuk bersedekah, berbagi makanan dengan teman-teman, dan menghargai pemberian orang lain meskipun tidak sesuai dengan keinginan mereka. Kesadaran akan pentingnya menghindari sifat tamak atau rakus ini tercermin dalam tingginya jumlah responden yang sering atau kadang-kadang melakukan tindakan-tindakan tersebut.

Berdasarkan data dari tabel 4.37, mayoritas mahasiswa PAI cenderung memusatkan ibadah mereka hanya untuk Allah dan tidak untuk mendapatkan pujian dari manusia. Hal ini terlihat dari fakta bahwa 34 responden selalu melakukannya, dan 44 responden melakukannya sering.

Dari tabel 4.38, terlihat bahwa mayoritas mahasiswa PAI cenderung menyembunyikan amal kebaikan yang mereka lakukan. Hal ini tercermin dari jumlah responden, di mana 19 orang selalu melakukannya, dan 58 orang melakukannya sering.

Berdasarkan informasi dari tabel 4.39, mayoritas mahasiswa PAI cenderung mengendalikan hati mereka agar tidak terpengaruh oleh pujian dari orang lain. Ini terlihat dari jumlah responden, di mana 24 orang selalu melakukannya, dan 49 orang melakukannya sering.

Dari hasil penelitian tersebut, terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa PAI di UIN Walisongo Semarang cenderung menghindari sifat riya atau pamer. Ini terlihat dari kecenderungan mereka untuk memusatkan ibadah hanya untuk Allah,

menyembunyikan amal kebaikan, dan mengendalikan hati agar tidak terpengaruh oleh pujian dari orang lain. Kesadaran akan pentingnya menghindari sifat riya ini tercermin dalam tingginya jumlah responden yang sering melakukan tindakan-tindakan tersebut.

Berdasarkan data dari tabel 4.40, dapat dilihat bahwa sebagian besar mahasiswa PAI di UIN Walisongo Semarang cenderung berupaya untuk mengontrol emosi mereka. Hal ini terbukti dari fakta bahwa 24 responden selalu melakukannya, dan 40 responden melakukannya sering.

Dari tabel 4.41, terlihat bahwa mayoritas mahasiswa PAI cenderung berusaha untuk tetap diam saat merasa marah. Hal ini terlihat dari jumlah responden, di mana 32 orang selalu melakukannya, dan 45 orang melakukannya sering.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa PAI di UIN Walisongo Semarang cenderung menghindari sifat marah. Ini tercermin dari kecenderungan mereka untuk berupaya mengendalikan emosi dan untuk tetap tenang ketika amarah mereka muncul. Kesadaran akan pentingnya menghindari sifat marah ini

tercermin dalam tingginya jumlah responden yang sering melakukan tindakan-tindakan tersebut.

2. Analisis Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang

Setelah melakukan uji normalitas terhadap data yang tercantum dalam tabel 4.42 dalam penelitian mengenai dampak konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang, ditemukan nilai *Asmp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Angka ini lebih besar dari nilai signifikansi 0,05, yaitu $0,200 > 0,05$, menandakan bahwa data tersebut memiliki distribusi yang normal.

Sementara itu, uji linieritas menemukan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,739, yang melebihi nilai signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier antara akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang dan konten dakwah media sosial Instagram. Oleh karena itu, analisis regresi dapat dilanjutkan.

Persamaan $Y = 2,679 + 0,921X$ ditemukan berdasarkan hasil persamaan regresi linier

sederhana. Dalam konteks ini, konstanta 2,679 menunjukkan bahwa variabel yang terlibat memiliki nilai konsisten sebesar 2,679. Analisis tersebut mengindikasikan bahwa setiap peningkatan sebesar 1% dalam nilai Konten Dakwah Media Sosial Instagram akan berdampak pada peningkatan partisipasi sebesar 0,921. Ada kemungkinan bahwa pengaruh variabel X pada variabel Y adalah positif karena koefisien regresi bersifat positif.

Perbandingan nilai signifikansi dan nilai probabilitas dengan nilai 0,05 adalah dua elemen utama dalam hasil uji regresi linier sederhana. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel X mempengaruhi variabel Y, dan jika $> 0,05$, maka variabel X tidak memengaruhi variabel Y. Hasil uji regresi linier sederhana yang ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan nilai F hitung sebesar 124,968 dengan tingkat signifikansi 0,001. Oleh karena itu, nilai signifikansi 0,001 kurang dari 0,05, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain, terdapat pengaruh antara variabel konten dakwah media sosial Instagram

(X) terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang (Y).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang memiliki pengaruh, dengan hasil t_{hitung} sebesar $(11,179) > t_{tabel} (1,987)$, sehingga H_a diterima. Selain itu, menurut perhitungan yang diperoleh dari koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,587 atau 58,70%, yang menunjukkan bahwa variabel konten dakwah media sosial Instagram mempengaruhi akhlak mahasiswa pendidikan agama Islam. Sementara itu 41,30 % sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

Temuan dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Elok Latifah (2018) dengan judul “Pengaruh Akun Dakwah Instagram Terhadap sikap keagamaan Siswa di SMAN 17 Surabaya”. Berdasarkan hasil analisis data, persentase siswa pengguna Instagram di SMAN 17 Surabaya cukup baik yakni 67,6 %. Sedangkan persentase sikap keagamaan siswa pengguna Instagram di SMAN 17 Surabaya baik dengan

persentase, 80,05 %. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara akun dakwah Instagram dengan sikap keagamaan siswa SMAN 17 Surabaya.⁸²

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Putri Hidayati (2021) yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Akun *@berkahhijrah_* di Instagram Terhadap Pemahaman Agama Followers”. Melalui analisis data yang ditemukan bahwa nilai korelasi koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,861 (86,1%) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara konten dakwah akun *@berkahhijrah_* di Instagram terhadap pemahaman agama followers.⁸³

Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Hanifa Munandra (2023) yang berjudul "Pengaruh Konten Dakwah di Instagram terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo".

⁸² Elok Latifah. Pengaruh akun dakwah Instagram terhadap sikap keagamaan siswa di SMAN 17 Surabaya, *Skripsi*, (Surabaya : Program Strata-1 UIN Sunan Ampel, 2018).

⁸³Putri Hidayati. Pengaruh Konten Dakwah Akun *@berkahhijrah_* di Instagram Terhadap Pemahaman Agama Followers, *Skripsi*, (Riau: Program Strata-1 UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan hasil bahwa nilai korelasi koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,354 (35,4%) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara konten dakwah di Instagram terhadap akhlak mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam 2020 IAIN Ponorogo.⁸⁴

Hal ini dikarenakan perilaku dapat berubah jika individu menerima stimulus yang meyakinkan. Sehingga terdapat efek media terhadap individu melalui pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Oleh karena itu, stimulus atau pesan yang diberikan kepada komunikan bisa diterima atau ditolak. Komunikasi akan terjadi jika komunikan memberikan perhatian. Setelah perhatian ini terjalin, hal tersebut akan mempengaruhi pemahaman komunikan. Kemampuan komunikasi ini akan melanjutkan proses berikutnya, di mana setelah komunikan

⁸⁴ Hanifa Munandra. Pengaruh Konten Dakwah di Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo, *Skripsi*, (Ponorogo: Program Strata-1 IAIN Ponorogo, 2023).

memproses dan menerima pesan tersebut, maka akan ada kesediaan untuk mengubah sikap.⁸⁵

Stimulus dalam penelitian ini adalah konten dakwah di Instagram yang digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi atau postingan yang dapat mempengaruhi followers, seperti mahasiswa. Organisme yang berperan adalah komunikan yang akan memberikan respon terhadap konten-konten dakwah di Instagram. Dalam konteks ini, organisme adalah mahasiswa jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang. Mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang menggunakan Instagram tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi yang mereka butuhkan, salah satunya adalah konten dakwah.

Respons terjadi ketika mahasiswa PAI UIN Walisongo memproses dan menerima pesan dari konten dakwah, yang kemudian dapat mempengaruhi perilaku mereka sesuai dengan interpretasi masing-masing individu terhadap

⁸⁵ Hanifa Munandra. Pengaruh Konten Dakwah di Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo, *Skripsi*, (Ponorogo: Program Strata-1 IAIN Ponorogo, 2023).

pesan tersebut. Teori ini berasumsi bahwa perubahan perilaku dipengaruhi oleh kualitas stimulus yang berkomunikasi dengan organisme. Semakin kuat stimulus yang disampaikan, semakin besar pula respons dari komunikan.

H. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa selama penelitian, ada kekurangan dan kesalahan yang dapat menyebabkan kekeliruan dalam pengambilan keputusan. Beberapa keterbatasan yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Faktor Objek dan Tempat Penelitian

Penelitian ini hanya mencakup satu objek (Mahasiswa PAI) dan satu lokasi (UIN Walisongo). Keterbatasan ini menyebabkan potensi perbedaan hasil jika penelitian dilakukan pada objek dan lokasi yang berbeda.

2. Faktor Kemampuan

Dalam melakukan penelitian tentu tidak akan terlepas dari sejauhmana pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti menyadari keterbatasan kemampuan tidak bisa diabaikan dalam menyusun karya ilmiah. Namun, bimbingan dan dukungan dari dosen pembimbing

telah membantu peneliti dalam mengoptimalkan hasil penelitian ini.

3. Keterbatasan Materi

Penelitian ini terbatas pada ruang lingkup materi. Karena banyaknya variasi dan jenis (indikator) dari setiap variabel yang digunakan.

Keterbatasan-keterbatasan diatas merupakan tantangan yang dihadapi oleh peneliti selama penelitian dilaksanakan di UIN Walisongo Semarang. Meskipun banyak kendala dan hambatan yang dialami, peneliti tetap bersyukur karena penelitian dapat diselesaikan dengan lancar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis setiap bab dari skripsi berjudul "pengaruh persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang", beberapa kesimpulan dapat dibuat:

1. Berdasarkan hasil perhitungan data persepsi mahasiswa tentang konten dakwah media sosial Instagram secara signifikan berpengaruh terhadap akhlak mahasiswa PAI. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi $\hat{Y} = 2,679 + 0,921X$ yang berarti memiliki pengaruh signifikan. Selanjutnya, hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $11,179 > 1,987$. Maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga H_a diterima artinya ada pengaruh antara konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo Semarang.
2. Konten dakwah media sosial Instagram memiliki pengaruh sebesar 58,70% terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo, dibuktikan dengan hasil koefisiensi determinasi sebesar 0,587 atau sama dengan 58,70 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel konten dakwah media sosial

Instagram (X) terhadap akhlak mahasiswa PAI UIN Walisongo (Y) sebesar 58,7%, sedangkan sisanya 41,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh konten dakwah media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa pendidikan agama Islam UIN Walisongo Semarang", peneliti menyarankan bahwa:

1. Hendaknya setiap media sosial khususnya Instagram yang ada di smartphone dan laptop para pengguna (masyarakat) dapat memberikan manfaat dan bisa digunakan sesuai kebutuhan. Dan setiap pengguna juga harus bijak dalam menggunakan atau memanfaatkan media sosial terutama Instagram yang memiliki banyak peminat.
2. Mahasiswa pendidikan agama Islam UIN Walisongo Semarang menggunakan media sosial Instagram dengan cukup efektif untuk mendapatkan konten dakwah. Namun, lebih optimal jika mereka dapat mengembangkan pemahaman Islam, khususnya dalam aspek akhlak dengan mengikuti kajian-kajian Islam, majelis ilmu, dan diskusi ilmiah, bukan hanya dengan mengakses akun dakwah saja.
3. Peneliti percaya bahwa ada kekurangan dalam penelitian ini, jadi Oleh karena itu, diharapkan penelitian

selanjutnya akan mengeksplorasi atau menggali lebih dalam lagi.

C. Penutup

Dengan anugerah dan petunjuk dari Allah, penulis bersyukur telah menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dalam proses pembahasan skripsi, penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna dan terkadang terdapat kekurangan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, kepada pembaca disarankan untuk merujuk pada buku dan sumber lain guna memperluas pemahaman mereka. Penulis juga mengharapkan masukan yang membangun dari pembaca untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga upaya yang dilakukan mendapatkan balasan yang layak di sisi Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aminol Rosid. 2023. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Abdullah, M. Yatimin. 2007. *Studi Akhlak Dalam Prespektif Al-qur'an*. Jakarta: Amzah
- Al-Ghazali. 2008. *Mutiara Ihya' Ulumuddin*. Bandung : Mizan.
- Amin, Arwani. 2014. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Kudus: Buya Barokah.
- Ananda, Rusydi dan Muhammad Fadhil. 2018. *Statistika Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan)*. Medan: CV. Widya Puspita.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Media Kita.
- Mubarok, Achmad. 2014. *Psikologi Dakwah*. Malang: Madani Press.
- Muzakkir. 2018. *Hidup Sehat Dan Bahagia Dalam Prespektif Tasawuf*. Jakarta : Prenada media Grup
- Nasirudin. 2015. *Akhlak Pendidik (Upaya Membentuk Kompetensi Spiritual Dan Sosial)*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya.

- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Nata, Abuddin. 2015. *Akhlak Tasawuf Dan Karakter Mulia*. Jakarta: Rajawali Press.
- Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. ISBN 978979223419
- Rahmat, Jalaludin. 2021. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Rosidi. 2015. *Pengantar Akhlak Tasawuf*. Semarang: Karya Abadi Jaya.
- S. Uyanto. 2006. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo.
- Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukayat, Tata. 2015. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Syafri, Ulil Amri. 2012. *Pendidikan Karakter Berbasis Al-Qur'an*. Jakarta: Rajawali Press.
- Syahrum and Salim. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cipta pustaka Media.

- Syamhudi, Hasyim. 2015. *Akhlak Tasawuf*. Malang: Madani Media.
- Syamsuddin AB. 2006. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Syamsuddin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Syukur, Amin. 2010. *Studi Akhlak*. Semarang: Walisongo Press.
- Wibowo. 2013. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zamroji, Muhammad. 2012. *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, (Kediri: Kalam Santri Press.

Skripsi

- Ahadiyah, Tyas Lailatul. 2020. Pengaruh Dakwah Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI SMK Negeri 5 Semarang. *Skripsi*. Semarang: Program Strata-1 IAIN Walisongo Semarang.
- Hidayati, Putri. 2021. Pengaruh Konten Dakwah Akun @berkahlhijrah_ di Instagram Terhadap Pemahaman Agama Followers. *Skripsi*. Riau: Program Strata-1 UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Humyana, Yana. 2020. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Sekolah SMPN 2 Waringinkurung. *Skripsi*. Banten: Program Strata-1 UIN Sultan Maulana Hasanudin.

- Latifah, Elok. 2018. Pengaruh akun dakwah Instagram terhadap sikap keagamaan siswa di SMAN 17 Surabaya. *Skripsi*. Surabaya : Program Strata-1 UIN Sunan Ampel.
- Mubarak, Muhammad Rois. 2018. Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Surakarta Tahun Pelajaran 2017/2018. *Skripsi*. Surakarta: Program Strata-1 IAIN Surakarta.
- Munandra, Hanifa. 2023. Pengaruh Konten Dakwah di Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo. *Skripsi*. Ponorogo: Program Strata-1 IAIN Ponorogo.
- Ni'mah, Sohwin. 2018. Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Terhadap Akhlak Siswa Kelas VIII MTs Hasan Kafrawi mayong Jepara. *Skripsi*. Semarang: Program Strata-1 IAIN Walisongo Semarang.
- Purnamasari, Indah Ayu. 2019. *Representasi Kedekatan Dalam Relasi Selebgram Pada Media Sosial Instagram*. Skripsi, Universitas Airlangga

Jurnal

- Darwadi, M. S. "Media Baru Sebagai Informasi Budaya Global- Membudayakan Literasi Media Internet Pada Anak Dan Remaja", *Jurnal Komunikator*. Vol. 9. No. 1.
- Mahendra, Bimo. 2018. "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram", *Jurnal Visi Komunikasi* . Vol 16. N0. 01.

Prihatiningsih, Witanti. 2017. “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Dikalangan Remaja”. *Jurnal Communication VIII*, No. 1.

Sumadi, Eko. 2016. *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*, AT-Tasybir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Vol. 4, No. 1.

Internet:

CNN Indonesia, “Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta orang pada 2024”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240131152906-2131056781/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-jutaorang/amp>. Diakses 19 Februari 2024.

Databoks, “Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2024)”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tikt-ok-masuk-5besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>. Diakses 19 Februari 2024.

Databoks, “Penetrasi Internet di Indonesia Capai 79% pada 2024”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/01/penetrasi-internetdi-indonesia-capai-79-pada-2024>. Diakses 19 Februari 2024

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (624) 7601295 Fax: 7615387 Semarang 50185
Website: <http://itik.walisongo.ac.id>

Nomor : 1522/Us.10.3/D1/TA.00.01/04/2024 Semarang, 29 April 2024

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset

a.n. : Karima Fajriyati Sa'adah

NIM : 2003016048

Yth.
Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,
Dibertabukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa :

Nama : Karima Fajriyati Sa'adah
NIM : 2003016048
Alamat : Jalan Sewonegoro gang 11 Rt. 02/ Rw. 11. Kec. Jekulo, Kab. Kudus
Judul skripsi : Pengaruh Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak
Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang

Pembimbing :

1. Dr. Hj. Lutfiyah, M. S.I
2. Astika Dyah Perwita, M. M.

Sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan diberikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama 14 hari, mulai tanggal 1 Mei 2024 sampai dengan tanggal 14 Mei 2024.
Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini disampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,
Rektor Dekan Bidang Akademik

MAS'UD JUNAEDI

Tembusan :
Dekan FITK UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

Lampiran 2

Instrumen Angket Uji Coba

KUESIONER PENELITIAN (UJI COBA)

“Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang”

Kuesioner Penelitian ini dibuat sebagai alat pengumpulan data bagi peneliti. Pada kesempatan kali ini saya meminta kerelaan dan ketersediaan anda untuk mengisi kuesioner pra riset ini guna mendukung penelitian yang akan saya lakukan. Saya mengharapkan anda mengisi skala penelitian ini berdasarkan apa yang anda alami dan rasakan. Terimakasih atas partisipasinya.

Petunjuk Pengisian

1. Tulislah Identitas anda dengan benar!
2. Bacalah dengan cermat daftar pernyataan yang tersedia!
3. Isilah pernyataan-pernyataan sesuai dengan pendapat anda.

Selalu	(4)
Sering	(3)
Kadang-kadang	(2)
Tidak Pernah	(1)
4. Sebelum melakukan *sumbit*, periksalah kembali kuesioner anda. Pastikan semua pertanyaan sudah terjawab.

Identitas Responden

Nama :

Nim :

Kelas :

A. Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		Selalu	Sering	Kadang-Kadang	Tidak pernah
1.	Para Da'i atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram bagi saya mudah dimengerti.				
2.	Para Da'i atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram selalu menarik dan up to date.				
3.	Saya memiliki akun media sosial Instagram dan mengaksesnya setiap hari.				
4.	Saya mengikuti akun dakwah di Instagram.				
5.	Saya mengikuti lebih dari satu akun dakwah di Instagram.				
6.	Materi dakwah di Instagram beragam dan menarik bagi saya.				
7.	Saya merasa materi dakwah di Instagram relevan dengan kehidupan sehari-hari.				

8.	Saya merasa materi dakwah yang di Instagram membantu saya dalam meningkatkan ketauhidan dan keimanan.				
9.	Saya merasa materi dakwah di Instagram membuat saya termotivasi untuk selalu berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari.				
10.	Saya merasa materi dakwah di Instagram membantu saya dalam meningkatkan pengetahuan saya tentang syariat Islam, seperti Sholat, puasa, zakat, haji, dll.				
11.	Konten dakwah di Instagram sering muncul di feed saya.				
12.	Saya sering menyimpan Quotes dakwah yang dibagikan Da'i atau penceramah lewat <i>Instastory</i> .				
13.	Saya sering menyimpan video singkat atau reels konten dakwah di Instagram.				
14.	Saya sering mengikuti live streaming kegiatan keagamaan di Instagram.				
15.	Saya selalu memberikan tanda suka atau memberikan reaksi terhadap konten dakwah di Instagram.				
16.	Saya sering berinteraksi (komentar, share) pada konten dakwah di Instagram.				

17.	Saya selalu menggunakan fitur pencarian untuk mengakses konten dakwah baru di Instagram.				
18.	Saya merasa metode dakwah ceramah yang disampaikan Da'i atau pendakwah di Instagram dapat menyentuh hati saya.				
19.	Saya senang melihat Da'i (pendakwah) berdiskusi atau bertukar pikiran dengan influencer tentang konten dakwah di Instagram.				
20.	Dengan melihat konten dakwah yang dibagikan oleh orang lain tentang konflik keagamaan (seperti peperangan Palestina antara Israel) di Instagram membuat saya menjadi lebih bersyukur dalam menjalani hidup.				

B. Akhlak Mahasiswa (Y)

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		Selalu	Sering	Kadang-Kadang	Tidak Pernah
1.	Saya selalu berusaha bersabar apabila diberi ujian oleh Allah.				
2.	Saya berusaha bersabar ketika orang lain menyakiti perasaan saya.				
3.	Saya selalu berusaha bersabar apabila pendapat orang lain berbeda dengan pendapat saya.				
4.	Saya selalu berusaha bersyukur segala nikmat yang diberikan oleh Allah SWT.				
5.	Saya selalu mengucapkan Alhamdulillah ketika mendapatkan nilai baik.				
6.	Saya selalu merasa cukup atas nikmat yang telah diberikan Allah				

7.	Saya berusaha membantu teman ketika sedang mendapatkan musibah				
8.	Saya berusaha tidak mengungkit-ungkit ketika memberi sesuatu kepada teman/orang lain				
9.	Saya selalu melaksanakan ibadah ikhlas karena Allah SWT				
10	Saya tidak merasa lebih pintar dari teman-teman sekelas				
11	Saya selalu menyapa teman dan dosen ketika berpapasan dikampus.				
12	Saya tidak membedakan dalam berteman.				
13	Saya berusaha menyisihkan uang saku untuk bersedekah				
14	Saya selalu berbagi makanan kepada teman				

15	Saya selalu menghargai pemberian orang lain jika tidak sesuai keinginan				
16	Saya berusaha memfokuskan ibadah hanya karena Allah bukan ingin mendapatkan sanjungan dari manusia.				
17	Saya selalu menyembunyikan amal kebaikan				
18	Saya berusaha mengendalikan hati agar tidak terbuai dengan pujian orang lain.				
19	Saya selalu berusaha mengendalikan emosi.				
20	Saya berusaha bersikap diam apabila amarah sudah menguasai diri kita.				

Lampiran 3

Data Skor Angket Uji Coba

NO	NAMA	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6
1	Laila Isna Rohmawati	4	3	3	3	3	3
2	Mahira 'Ulya Al Zuhri	4	4	4	3	4	4
3	Nuril Fatimatul Wardah	3	2	2	2	2	2
4	Nurul Habibah	3	3	3	3	3	3
5	Nadya Afrida Reffiansyah	4	4	2	3	3	3
6	A Hanif F	3	3	3	4	4	3
7	Dewi Misbhakhatul	2	2	2	2	2	2
8	Silviatuzzahro	2	3	3	3	3	3
9	vilma zulistiani	3	2	2	3	3	2
10	Aufa Muhammad Rafi	3	3	4	2	2	4
11	Cantika Yulianasari	4	3	3	3	3	4
12	Lena Widia Astuti	4	3	4	3	3	3
13	Yulia nabila	3	3	2	2	3	3
14	Anisa Puji Lestari	3	2	2	4	4	2

15	Litajzia Jaza'anil Husna	4	3	2	4	4	4
16	Niswatul Azkiya	4	3	4	3	3	4
17	Agil Apriyanto	3	3	3	3	3	3
18	M. Nasrudin Nur Ichsan	4	3	3	3	3	3
19	Yazid Nur Iman Yahya	4	3	4	4	4	4
20	Arina Gyan Ananda	3	3	4	4	4	3
21	Laeli Anjani	3	3	2	3	4	3
22	Zaid	3	2	3	2	1	1
23	Farchan Khamid	3	3	4	4	4	4
24	Akhmad Nafis Mubarak	4	3	3	3	3	3
25	David Maulana Ghufron	4	4	3	4	4	4
26	Naqiya Sabila	4	4	3	3	3	4
27	Durotul Faridatizzulfa Assa'diyyi	3	4	3	3	3	3
28	Maftuhah Naili	3	3	3	2	2	2
29	Syifaunnisa Afidatus Safira	3	3	2	4	3	2
30	Naila Najwa Himmatul 'Ulya	3	3	3	2	2	2
31	Mutiara Indah Pratiwi	3	3	2	3	3	3
32	Robingatz Zahra	3	3	2	3	3	3

33	Sephiana Dwi Ayu Wibowo	3	3	3	3	3	4
34	Ari Hafiddun Muis	3	3	2	2	2	4
35	Dora Lathifa Nurwachida	2	2	2	2	2	2

X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15
4	4	4	4	4	4	3	2	3
3	3	4	3	4	4	4	2	2
3	3	2	2	2	1	2	1	3
3	3	3	2	3	2	2	2	2
3	4	4	4	4	4	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	4
3	3	3	3	3	2	1	1	3
3	3	3	3	2	2	3	1	2
2	2	3	3	3	2	2	2	4
4	4	4	3	3	2	2	2	2
4	4	4	4	3	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	2	3	3	3	3	3	2	3
3	2	2	3	3	2	2	2	2
4	4	4	4	3	3	3	3	4
4	3	3	3	4	3	3	3	3

X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15
3	3	3	3	3	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	1	2
3	3	4	2	4	2	2	2	4
2	3	3	3	4	3	3	3	3
2	2	3	3	3	2	2	1	1
4	3	3	3	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	3	3	4
3	3	3	2	3	2	2	2	2
3	2	2	3	4	2	3	2	4
3	2	2	3	2	2	2	2	3
3	2	2	2	4	2	2	3	3
3	3	4	3	3	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2	3

X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15
4	3	4	3	3	2	2	2	4
3	2	3	2	3	2	2	2	2
2	1	2	1	2	1	1	1	2

X.16	X.17	X.18	X.19	X.20	Total.X
2	3	3	3	4	66
2	3	3	3	4	67
1	2	2	3	3	43
2	3	3	2	3	53
2	3	3	3	3	64
2	2	3	3	4	61
1	2	3	3	3	46
2	3	2	2	4	52
2	2	2	2	3	49
2	3	3	4	4	60
2	3	3	4	4	64
2	2	3	3	3	59
2	3	2	3	3	54
2	2	2	4	4	52
3	3	3	3	4	69
3	3	4	3	4	67

X.16	X.17	X.18	X.19	X.20	Total.X
2	3	3	3	3	56
3	3	3	3	3	61
2	4	4	4	4	72
2	2	3	2	4	60
2	2	3	4	4	60
1	1	2	4	3	42
2	2	3	3	3	59
2	2	3	3	3	56
2	1	4	4	4	72
2	2	2	3	3	55
2	2	3	3	3	57
2	2	2	2	2	46
1	2	2	3	4	52
2	2	3	3	3	53
3	3	3	3	3	59
2	2	3	3	3	55

X.16	X.17	X.18	X.19	X.20	Total.X
3	3	4	3	4	63
3	3	3	3	2	51
1	2	2	2	2	34

NO	NAMA	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
1	Laila Isna Rohmawati	4	3	3	4	4	4
2	Mahira 'Ulya Al Zuhri	4	4	4	4	4	4
3	Nuril Fatimatul Wardah	4	4	4	4	4	4
4	Nurul Habibah	3	4	3	4	4	3
5	Nadya Afrida Reffiansyah	4	4	3	4	4	3
6	A Hanif F	4	3	3	4	4	3
7	Dewi Misbhakhatul	3	3	3	3	3	3
8	Silviatuzzahro	3	3	3	3	3	3
9	vilma zulistiani	4	3	4	4	4	4
10	Aufa Muhammad Rafi	2	2	3	2	4	3
11	Cantika Yulianasari	4	3	3	4	4	4
12	Lena Widia Astuti	3	3	3	3	3	3
13	Yulia nabila	4	4	4	4	4	4
14	Anisa Puji Lestari	2	2	3	3	4	3
15	Litajzia Jaza'anil Husna	3	3	3	3	3	3
16	Niswatul Azkiya	3	3	3	3	3	3

NO	NAMA	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
17	Agil Apriyanto	3	4	3	4	4	4
18	M. Nasrudin Nur Ichsan	3	3	3	3	3	3
19	Yazid Nur Iman Yahya	4	4	4	4	4	4
20	Arina Gyan Ananda	4	3	4	4	3	4
21	Laeli Anjani	3	4	3	4	4	3
22	Zaid	4	3	3	4	3	4
23	Farchan Khamid	4	3	4	4	4	4
24	Akhmad Nafis Mubarak	4	4	4	4	3	3
25	David Maulana Ghufron	4	4	4	4	4	4
26	Naqiya Sabila	3	2	3	3	4	3
27	Durotul Faridatizzulfa Assa'diyyi	3	3	3	3	3	2
28	Maftuhah Naili	3	3	3	3	3	2
29	Syifaunnisa Af'idatus Safira	3	2	2	3	4	4
30	Naila Najwa Himmatul 'Ulya	4	3	2	4	4	3
31	Mutiara Indah Pratiwi	3	3	3	3	3	3
32	Robingatuz Zahra	4	4	4	4	4	4

33	Sephiana Dwi Ayu Wibowo	4	4	4	4	4	4
34	Ari Hafiddun Muis	4	4	4	4	4	4
35	Dora Lathifa Nurwachida	4	4	4	4	4	4

Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15
3	4	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	2	2	4	2	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	3	4	4
4	4	3	2	3	3	3	2	4
2	3	3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4	2	2	4
3	3	4	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3

Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15
3	3	4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	3	4	4	2	4	2	3	4
3	3	3	4	2	3	3	3	3
3	3	3	2	3	4	3	2	3
4	3	4	3	3	4	3	2	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	2	2	2	2	2	1	2	3
3	4	3	2	4	4	2	3	3
3	3	4	4	3	4	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4

Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15
4	3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Total Y
4	4	4	4	4	74
4	4	4	4	4	78
4	4	4	3	4	72
3	3	3	3	3	63
4	3	4	3	4	71
3	3	3	3	3	64
3	2	4	3	3	57
3	3	3	3	3	59
4	4	4	3	3	75
4	4	3	2	3	60
4	4	3	4	3	71
3	3	3	3	3	60
4	4	4	4	4	76
3	3	3	4	4	62
3	3	4	3	3	64
3	3	3	3	3	60

Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Total Y
4	4	3	4	4	72
3	3	3	3	3	60
4	4	4	4	4	78
4	3	2	4	4	69
4	3	3	3	3	64
4	2	4	4	3	64
4	3	3	3	3	69
3	3	3	3	3	65
4	4	4	4	4	78
3	3	3	3	3	61
2	2	2	3	3	54
2	2	2	3	4	49
4	2	4	4	4	64
3	2	3	3	3	64
3	3	3	3	3	59
4	3	3	3	3	76

3	3	4	4	3	71
4	4	4	4	4	80
4	4	4	4	4	80

Lampiran 4

Data Responden Uji Coba

No	Nama	Nim	Kelas
1.	Laila Isna Rohmawati	2003016070	PAI 8B
2.	Mahira 'Ulya Al Zuhri	2103016197	PAI 6E
3.	Nuril Fatimatul Wardah	23030160154	PAI 2D
4.	Nurul Habibah	2003016041	PAI 8B
5.	Nadya Afrida Reffiansyah	2203016030	PAI 4A
6.	A Hanif F	2003015097	PAI 8C
7.	Dewi Misbhakhatul	2003026071	PAI 8B
8.	Silviatuzzahro	2003016047	PAI 8B
9.	Vilma zulistiani	2003016029	PAI 8A
10.	Aufa Muhammad Rafi	2003016065	PAI 8B
11.	Cantika Yulianasari	2103016131	PAI 6D
12.	Lena Widia Astuti	2103016024	PAI 6D
13.	Yulia nabila	23030160166	PAI 2D
14.	Anisa Puji Lestari	2003016058	PAI 8B
15.	Litajzia Jaza'anil Husna	2103026202	PAI 6E
16.	Niswatul Azkiya	2203016025	PAI 4A
17.	Agil Apriyanto	2003016080	PAI 8B
18.	M. Nasrudin Nur Ichsan	2003016054	PAI 8B
19.	Yazid Nur Iman Yahya	2003016053	PAI 8B
20.	Arina Gyan Ananda	2003016046	PAI 8B
21.	Laeli Anjani	2003016057	PAI 8B
22.	Zaid	2103016253	PAI 6F
23.	Farchan Khamid	2103016048	PAI 6B
24.	Akhmad Nafis Mubarok	2003016081	PAI 8B

25.	David Maulana Ghufron	2203016017	PAI 4 ICP
26.	Naqiya Sabila	2103016022	PAI 6C
27.	Durotul Faridatizzulfa Assa'diyyi	2103016072	PAI 6C
28.	Maftuhah Naili	2203016135	PAI 4D
29.	Syifaunnisa Afidatus Safira	2203016061	PAI 4B
30.	Naila Najwa Himmatul 'Ulya	2203016094	PAI 4C
31.	Mutiara Indah Pratiwi	2003016042	PAI 8B
32.	Robingatuz Zahra	2003016062	PAI 8B
33.	Sephiana Dwi Ayu Wibowo	2003016043	PAI 8B
34.	Ari Hafiddun Muis	2003016061	PAI 8B
35.	Dora Lathifa Nurwachida	23030160126	PAI 2C

Lampiran 5

R-Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.099	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

		X.19	X.20	Total_X
X.1	Pearson Correlation	.370 [*]	.295	.722 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.029	.085	.000
	N	35	35	35
X.2	Pearson Correlation	.086	.190	.639 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.622	.275	.000
	N	35	35	35
X.3	Pearson Correlation	.075	.312	.446 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.670	.068	.007
	N	35	35	35
X.4	Pearson Correlation	.137	.609 ^{**}	.606 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.434	.000	.000
	N	35	35	35
X.5	Pearson Correlation	.124	.600 ^{**}	.694 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.477	.000	.000
	N	35	35	35
X.6	Pearson Correlation	.230	.373 [*]	.765 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.184	.027	.000
	N	35	35	35
X.7	Pearson Correlation	.306	.481 ^{**}	.701 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.074	.003	.000
	N	35	35	35
X.8	Pearson Correlation	.390 [*]	.560 ^{**}	.770 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.000
	N	35	35	35
X.9	Pearson Correlation	.265	.484 ^{**}	.703 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.123	.003	.000
	N	35	35	35
X.10	Pearson Correlation	.492 ^{**}	.450 ^{**}	.696 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.007	.000
	N	35	35	35
X.11	Pearson Correlation	.372 [*]	.517 ^{**}	.672 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.028	.001	.000
	N	35	35	35

		X.19	X.20	Total_X
X.12	Pearson Correlation	.319	.384*	.768**
	Sig. (2-tailed)	.061	.023	.000
	N	35	35	35
X.13	Pearson Correlation	.244	.462**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.159	.006	.000
	N	35	35	35
X.14	Pearson Correlation	.152	.272	.523**
	Sig. (2-tailed)	.383	.113	.001
	N	35	35	35
X.15	Pearson Correlation	-.171	.238	.336*
	Sig. (2-tailed)	.325	.169	.048
	N	35	35	35
X.16	Pearson Correlation	-.002	.134	.581**
	Sig. (2-tailed)	.989	.442	.000
	N	35	35	35
X.17	Pearson Correlation	-.031	.201	.438**
	Sig. (2-tailed)	.859	.247	.008
	N	35	35	35
X.18	Pearson Correlation	.322	.377*	.756**
	Sig. (2-tailed)	.060	.026	.000
	N	35	35	35
X.19	Pearson Correlation	1	.422*	.395*
	Sig. (2-tailed)		.012	.019
	N	35	35	35
X.20	Pearson Correlation	.422*	1	.666**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000
	N	35	35	35
Total_X	Pearson Correlation	.395*	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	
	N	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Y_19	Y_20	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	.412 [*]	.213	.697 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.014	.220	.000
	N	35	35	35
Y.2	Pearson Correlation	.265	.266	.598 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.124	.122	.000
	N	35	35	35
Y.3	Pearson Correlation	.269	.264	.654 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.118	.125	.000
	N	35	35	35
Y.4	Pearson Correlation	.506 ^{**}	.278	.726 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.106	.000
	N	35	35	35
Y.5	Pearson Correlation	.274	.344 [*]	.642 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.111	.043	.000
	N	35	35	35
Y.6	Pearson Correlation	.657 ^{**}	.389 [*]	.854 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000
	N	35	35	35
Y.7	Pearson Correlation	.272	.257	.650 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.114	.136	.000
	N	35	35	35
Y.8	Pearson Correlation	.269	.264	.660 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.118	.125	.000
	N	35	35	35
Y.9	Pearson Correlation	.353 [*]	.337 [*]	.799 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.038	.048	.000
	N	35	35	35
Y.10	Pearson Correlation	.287	.134	.596 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.095	.443	.000
	N	35	35	35
Y.11	Pearson Correlation	.253	.077	.419 [*]
	Sig. (2-tailed)	.142	.659	.012
	N	35	35	35

		Y.19	Y.20	Total_Y
Y.12	Pearson Correlation	.474**	.359*	.709**
	Sig. (2-tailed)	.004	.034	.000
	N	35	35	35
Y.13	Pearson Correlation	.294	-.017	.689**
	Sig. (2-tailed)	.086	.921	.000
	N	35	35	35
Y.14	Pearson Correlation	.456**	.410*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.006	.014	.000
	N	35	35	35
Y.15	Pearson Correlation	.153	.471**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.380	.004	.000
	N	35	35	35
Y.16	Pearson Correlation	.412*	.406*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.014	.016	.000
	N	35	35	35
Y.17	Pearson Correlation	.287	.385*	.737**
	Sig. (2-tailed)	.095	.022	.000
	N	35	35	35
Y.18	Pearson Correlation	.382*	.296	.620**
	Sig. (2-tailed)	.023	.084	.000
	N	35	35	35
Y.19	Pearson Correlation	1	.627**	.589**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	35	35	35
Y.20	Pearson Correlation	.627**	1	.491**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003
	N	35	35	35
Total_Y	Pearson Correlation	.589**	.491**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	
	N	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	20

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Akhlak Mahasiswa PAI UIN Walisongo (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	20

Lampiran 8

Instrumen Angket Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Walisongo Semarang”

Kuesioner Penelitian ini dibuat sebagai alat pengumpulan data bagi peneliti. Pada kesempatan kali ini saya meminta kerelaan dan ketersediaan anda untuk mengisi kuesioner riset ini guna mendukung penelitian yang akan saya lakukan. Saya mengharapkan anda mengisi skala penelitian ini berdasarkan apa yang anda alami dan rasakan. Terimakasih atas partisipasinya.

Petunjuk Pengisian

1. Tulislah Identitas anda dengan benar!
2. Bacalah dengan cermat daftar pernyataan yang tersedia!
3. Isilah pernyataan-pernyataan sesuai dengan pendapat anda.

Selalu (4)

Sering (3)

Kadang-kadang (2)

Tidak Pernah (1)

4. Sebelum melakukan *submit*, periksalah kembali kuesioner anda. Pastikan semua pertanyaan sudah terjawab.

Identitas Responden

Nama :

Nim :

Kelas :

A. Persepsi Mahasiswa Tentang Konten Dakwah Media Sosial Instagram (X)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		Selalu	Sering	Kadang- Kadang	Tidak pernah
1.	Para Da'i atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram bagi saya mudah dimengerti.				
2.	Para Da'i atau pendakwah dalam menyampaikan dakwah di Instagram selalu menarik dan up to date.				
3.	Saya memiliki akun media sosial Instagram dan mengaksesnya setiap hari.				
4.	Saya mengikuti akun dakwah di Instagram.				

5.	Saya mengikuti lebih dari satu akun dakwah di Instagram.				
6.	Materi dakwah di Instagram beragam dan menarik bagi saya.				
7.	Saya merasa materi dakwah di Instagram relevan dengan kehidupan sehari-hari.				
8.	Saya merasa materi dakwah yang di Instagram membantu saya dalam meningkatkan ketauhidan dan keimanan.				
9.	Saya merasa materi dakwah di Instagram membuat saya termotivasi untuk selalu berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari.				
10.	Saya merasa materi dakwah di Instagram membantu saya dalam				

	meningkatkan pengetahuan saya tentang syariat Islam, seperti Sholat, puasa, zakat, haji, dll.				
11.	Konten dakwah di Instagram sering muncul di feed saya.				
12.	Saya sering menyimpan Quotes dakwah yang dibagikan Da'i atau penceramah lewat <i>Instastory</i> .				
13.	Saya sering menyimpan video singkat atau reels konten dakwah di Instagram.				
14.	Saya sering mengikuti live streaming kegiatan keagamaan di Instagram.				
15.	Saya selalu memberikan tanda suka atau memberikan reaksi				

	terhadap konten dakwah di Instagram.				
16.	Saya sering berinteraksi (komentar, share) pada konten dakwah di Instagram.				
17.	Saya selalu menggunakan fitur pencarian untuk mengakses konten dakwah baru di Instagram.				
18.	Saya merasa metode dakwah ceramah yang disampaikan Da'i atau pendakwah di Instagram dapat menyentuh hati saya.				
19.	Saya senang melihat Da'i (pendakwah) berdiskusi atau bertukar pikiran dengan influencer tentang konten dakwah di Instagram.				
20.	Dengan melihat konten dakwah yang dibagikan oleh orang lain tentang				

	konflik keagamaan (seperti peperangan Palestina antara Israel) di Instagram membuat saya menjadi lebih bersyukur dalam menjalani hidup.				
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

B. Akhlak Mahasiswa (Y)

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		Selalu	Sering	Kadang-Kadang	Tidak Pernah
1.	Saya selalu berusaha bersabar apabila diberi ujian oleh Allah.				
2.	Saya berusaha bersabar ketika orang lain menyakiti perasaan saya.				
3.	Saya selalu berusaha bersabar apabila pendapat orang lain berbeda dengan pendapat saya.				
4.	Saya selalu berusaha bersyukur segala nikmat yang diberikan oleh Allah SWT.				
5.	Saya selalu mengucapkan Alhamdulillah ketika mendapatkan nilai baik.				
6.	Saya selalu merasa cukup atas nikmat yang telah diberikan Allah				

7.	Saya berusaha membantu teman ketika sedang mendapatkan musibah				
8.	Saya berusaha tidak mengungkit-ungkit ketika memberi sesuatu kepada teman/orang lain				
9.	Saya selalu melaksanakan ibadah ikhlas karena Allah SWT				
10.	Saya tidak merasa lebih pintar dari teman-teman sekelas				
11.	Saya selalu menyapa teman dan dosen ketika berpapasan dikampus.				
12.	Saya tidak membedakan dalam berteman.				
13.	Saya berusaha menyisihkan uang saku untuk bersedekah				
14.	Saya selalu berbagi makanan kepada teman				

15.	Saya selalu menghargai pemberian orang lain jika tidak sesuai keinginan				
16.	Saya berusaha memfokuskan ibadah hanya karena Allah bukan ingin mendapatkan sanjungan dari manusia.				
17.	Saya selalu menyembunyikan amal kebaikan				
18.	Saya berusaha mengendalikan hati agar tidak terbuai dengan pujian orang lain.				
19.	Saya selalu berusaha mengendalikan emosi.				
20.	Saya berusaha bersikap diam apabila amarah sudah menguasai diri kita.				

Lampiran 9

Data Responden Penelitian

NO	Nama	Nim	Jenis Kelamin
1	Salma Nailil Muna	2003016112	Perempuan
2	Oseolla Savana	2003016095	Perempuan
3	Renny Wijayanti	2003016059	Perempuan
4	Akbar Khabaid	2003016008	Laki-laki
5	Choirul Tri Wicaksono	2003016085	Laki-laki
6	Fadhilatus sholihah	2003016050	Perempuan
7	Muhammad Fajrul Falah	2003016045	Laki-laki
8	Anggun Rendita	2003016001	Perempuan
9	Evi Mariatul Qibtiyah	2003016064	Perempuan
10	Puji Astuti	2003016060	Perempuan
11	Sofia Minhatin Nuriya	2003016056	Perempuan
12	Muna Rifdatuzzakiyyah	2003016072	Perempuan
13	Muhammad Qowiyul Azam	2003016067	Laki-laki
14	Khoirul Anam	2103016077	Laki-laki
15	Tasya Tri Wahyuni	2103016206	Perempuan
16	Irfah Atunni'mah	2103016208	Perempuan
17	Malichatur Rofiah	2103016136	Perempuan
18	Muhammad Auliya Elhakim	2103016144	Laki-laki
19	Agung Hidayatul Irsyad	2103016146	Laki-laki
20	Fahri April Hidayat	2103016111	Laki-laki
21	Ahmad Miftah KhoirunIlham	2103016107	Laki-laki
22	Arif Fajar Rachmanto	2103016109	Laki-laki
23	Ikhsaniatun Kamila	2103016110	Perempuan
24	Syafa Bahjata Najwa	2103016141	Perempuan
25	Anjani Ayatus Syarifah	2103016135	Perempuan
26	Na'imatul Hasanah	2103016105	Perempuan
27	Hasna Ambarwati	2103016126	Perempuan

28	Aizatus Sholihah	2103016123	Perempuan
29	Muhammad Ihsan	2103016145	Laki-laki
30	Aisya MN	2103016108	Perempuan
31	Wilda	2103016120	Perempuan
32	Yusuf	2103016127	Laki-laki
33	Eka Intansari	2103016122	Perempuan
34	Revi Mariska Dewi	2103016026	Perempuan
35	Hisyal Fatahillah	2103016106	Laki-laki
36	Nurul Laely Mahmudah	2103016066	Perempuan
37	Fadhilah Mona Asyofa	2103016134	Perempuan
38	Moh. Arif Kurnia Rahman	2103016197	Laki-laki
39	Isna Rahma Sabila	2103016165	Perempuan
40	Saniyah Salsabila	2203016117	Perempuan
41	Nur Badiatul Firdaus	2203016089	Perempuan
42	Robiyatul Adawiyah	2203016028	Perempuan
43	Diyah Ayu M	2203016023	Perempuan
44	Firda	2203016060	Perempuan
45	Vina Robi'atul Adawiyah	2203016004	Perempuan
46	Nurul Astriani	2203016075	Perempuan
47	'Abidah Khoirunna'imah	2203016059	Perempuan
48	Almaidah	2203016021	Perempuan
49	Ahmad Muzni Muiz	2203016236	Laki-laki
50	Husnay Wulan Safitri	2203016186	Perempuan
51	Muhammad Syaiful Anwar	2203016086	Laki-laki
52	Dinda Khoirunnisa	2203016006	Perempuan
53	Puput Karina	2203016001	Perempuan
54	Farida Khusnun nisak	2203016163	Perempuan
55	Annisa Nur Fuadah	2203016009	Perempuan
56	Fairuz Zuhriya	2203016041	Perempuan
57	Nafisah Rahmawati	2203016198	Perempuan

58	Candra Irawan Satriyo Aji	2203016128	Laki-laki
59	Titania	2203016153	Perempuan
60	Nilam Khoirotus Sa'adah	2203016126	Perempuan
61	M Rifqy Rabbani	2203016042	Laki-laki
62	Iron maulana	2203016127	Laki-laki
63	Shofwatun afiyah	2203016151	Perempuan
64	Arimil jannah	2203016029	Perempuan
65	Tasya Aulia Damayanti	23030160136	Perempuan
66	Nabil Isqi Ashofi	23030160005	Laki-laki
67	Naufal Fawwaz	23030160061	Laki-laki
68	Rifku Fajar Ramadhani	23030160182	Laki-laki
69	Firda Rahmatun Nuzula	23030160042	Perempuan
70	A. Usis Fadhlulloh	23030160175	Laki-laki
71	Muhammad Khoirul Fajri	23030160163	Laki-laki
72	Indrati Dwi Cahyani	23030160138	Perempuan
73	Adzrik	23030160044	Laki-laki
74	Arifa Luthfia	23030160053	Perempuan
75	Shorichatul Munawwaroh	23030160181	Perempuan
76	Anggun Khafidhotul Ulliyah	23030160174	Perempuan
77	Fira Addinal Haque	23030160080	Perempuan
78	Farah Syafirna	23030160169	Perempuan
79	Dyna Shofi Euisya	23030160204	Perempuan
80	Aniv	23030160213	Perempuan
81	Mauli Nafis Sabila	23030160178	Perempuan
82	Anissa Alvi Aeni	23030160172	Perempuan
83	Jihan Faeruzia Haris	23030160171	Perempuan
84	Athaya Nurma Salsabila	23030160195	Perempuan
85	Maulina Fitri Nur Inayah	23030160072	Perempuan
86	Sabrina itsna	23030160246	Perempuan

87	Nuri Azizi Rohman	23030160235	Laki-laki
88	Sabrina Shafa Nazala	23030160106	Perempuan
89	Ummi Faizah	23030160116	Perempuan
90	Muna Rifdatuzzakiya	2003016072	Perempuan

Lampiran 10

Data Skor Angket Penelitian

NO	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	4	3
5	3	4	4	4	3	3	3	4	4
6	4	4	3	4	4	4	4	4	3
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	3	3	3	4	4	3	4
9	3	3	2	2	3	2	2	3	4
10	3	3	4	3	4	2	3	3	3
11	3	2	4	2	3	3	4	3	4
12	4	4	3	3	4	3	4	3	4
13	3	3	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	3	4	4

NO	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9
15	4	4	4	3	3	4	4	4	4
16	4	3	4	3	4	3	3	4	3
17	3	4	4	4	3	4	4	3	2
18	3	3	3	3	3	2	3	2	3
19	3	3	3	2	2	2	4	3	3
20	4	4	4	2	4	3	2	4	4
21	3	4	2	4	4	4	4	4	4
22	3	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	4	4	4	3	2	2	2
24	4	3	3	3	3	3	4	3	3
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	3	4	4	4	3	4
27	4	4	4	4	4	4	4	3	3
28	3	3	4	3	4	4	3	4	4
29	4	4	4	4	4	3	3	3	3
30	3	3	4	4	3	3	3	3	3

NO	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9
31	3	4	4	3	3	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	4	3	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	3	3	4	3	3	3	3	3	3
36	4	4	4	4	4	3	3	4	4
37	3	4	4	4	3	4	4	4	3
38	4	4	4	3	3	4	3	4	4
39	3	3	4	4	3	4	3	3	4
40	4	4	2	3	4	4	4	4	4
41	3	3	3	2	4	2	3	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	4	3	4	4	3
44	4	4	4	4	4	4	3	4	4
45	3	3	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	3	4	2	4	3	4	4

NO	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9
47	4	3	4	2	2	3	4	3	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	2
49	3	3	3	4	3	4	4	4	4
50	4	3	3	4	3	3	4	4	4
51	3	3	3	2	3	3	3	3	3
52	3	3	4	3	3	3	2	3	3
53	3	2	3	3	3	3	3	3	3
54	3	3	4	3	3	4	4	2	3
55	3	4	3	4	4	4	4	4	4
56	4	3	4	4	4	3	3	3	3
57	3	3	4	4	4	3	3	4	3
58	3	4	2	4	4	4	4	3	3
59	3	3	3	2	3	4	4	4	3
60	3	4	4	3	3	4	3	4	3
61	4	4	4	3	4	4	4	4	4
62	4	4	4	3	4	4	4	4	3

NO	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9
63	4	3	4	4	4	3	3	3	4
64	3	4	4	4	4	3	4	4	4
65	3	4	4	3	4	4	4	4	4
66	4	4	3	4	4	4	4	4	4
67	4	4	3	3	3	4	3	3	2
68	3	3	4	3	2	4	3	4	4
69	3	3	3	3	3	3	4	3	3
70	3	3	3	2	3	3	2	3	2
71	3	4	3	3	4	4	4	2	4
72	3	4	4	3	3	4	4	4	4
73	3	3	3	4	3	4	3	3	4
74	3	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	3	4	4	4	4	2	3
76	3	4	3	3	3	4	4	4	4
77	4	4	4	3	3	3	2	4	2
78	4	4	3	4	4	4	4	4	4

NO	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9
79	3	4	3	4	4	4	4	2	4
80	4	4	4	3	4	4	4	3	3
81	3	2	4	3	3	4	4	3	4
82	3	2	3	3	4	2	3	2	2
83	3	3	3	2	2	3	4	3	4
84	4	4	4	3	3	4	4	4	4
85	3	4	4	3	3	2	3	3	4
86	3	4	3	3	2	4	4	3	4
87	3	3	3	4	2	3	3	2	3
88	2	3	4	3	4	4	4	4	3
89	3	3	2	3	3	4	3	3	3
90	4	2	2	2	4	3	3	3	4

NO	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18
1	4	3	3	4	3	4	3	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	2	3	3	2	2	2	2	2
5	4	3	3	3	4	4	4	4	4
6	3	4	3	4	4	4	4	4	3
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	3	3	2	2	3
9	4	2	4	3	2	3	1	3	3
10	3	3	4	4	2	2	3	3	3
11	2	3	3	2	2	3	2	3	3
12	4	3	3	3	3	2	2	2	3
13	3	4	4	4	3	4	4	3	4
14	4	3	3	2	3	3	3	3	2
15	4	4	2	4	2	4	4	4	4
16	4	4	3	2	4	3	4	3	4

NO	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18
17	4	2	2	3	3	4	2	2	3
18	3	3	3	2	3	3	3	3	3
19	3	3	3	2	3	2	2	2	2
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4
21	2	4	3	3	3	3	4	3	3
22	4	4	3	4	2	3	2	2	3
23	3	3	3	2	3	3	3	3	3
24	4	3	2	3	2	2	2	2	3
25	4	3	3	2	3	4	3	2	3
26	4	3	4	3	3	2	2	3	4
27	3	4	4	3	4	4	3	4	4
28	3	4	3	3	4	4	4	3	3
29	4	4	4	4	3	4	3	3	4
30	3	3	3	3	4	3	3	3	3
31	2	3	4	4	2	4	3	3	3
32	4	4	4	4	2	4	4	3	3

NO	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18
33	3	4	3	4	2	4	3	3	3
34	4	4	3	4	3	3	2	3	3
35	4	3	3	3	3	3	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4	3	3	3
37	4	3	2	2	2	2	3	4	4
38	4	3	3	2	2	3	4	3	4
39	4	3	2	3	3	3	3	3	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	3	3	4	2	3	2	2	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	3	4	3	2	3	4
44	4	3	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	3	2	4	2	3	4
46	2	3	4	2	4	3	3	3	3
47	3	2	3	2	1	2	2	2	3
48	3	2	2	2	2	2	2	2	3

NO	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18
49	4	3	2	3	2	3	3	2	3
50	3	4	3	3	3	3	3	2	4
51	2	3	3	4	3	3	4	3	3
52	3	4	3	4	2	3	3	3	3
53	2	3	3	2	3	2	1	2	3
54	3	3	4	3	3	2	1	2	2
55	4	4	3	2	3	3	3	3	4
56	3	3	2	3	3	3	2	3	3
57	4	3	3	4	3	4	3	4	3
58	4	2	4	2	1	4	2	2	3
59	4	4	3	2	3	3	3	3	3
60	4	3	4	3	4	3	3	4	3
61	4	3	3	4	3	4	2	3	3
62	4	3	3	4	4	4	3	4	4
63	4	4	4	4	2	3	3	3	3
64	4	4	4	3	4	4	3	3	3
65	3	4	3	3	3	4	3	4	3

NO	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18
66	4	3	3	4	2	4	2	2	4
67	3	3	2	3	2	3	2	2	3
68	4	3	2	3	2	4	3	2	3
69	3	4	4	4	3	3	2	2	2
70	3	2	4	2	3	2	3	3	3
71	2	4	2	3	2	4	3	3	3
72	4	4	3	4	3	2	3	2	3
73	3	4	4	3	3	3	4	4	2
74	4	3	4	3	4	4	4	4	4
75	4	3	3	4	3	4	2	3	3
76	3	4	2	4	3	4	4	4	4
77	3	3	4	3	4	3	3	3	2
78	4	2	3	4	3	4	4	4	3
79	4	3	3	4	3	4	4	4	4
80	3	4	3	4	2	3	4	3	4
81	4	3	3	3	3	3	2	3	3

NO	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18
82	2	3	2	4	3	3	3	3	4
83	4	4	2	3	2	4	3	2	4
84	4	3	3	4	3	3	3	3	3
85	3	4	3	4	2	4	3	3	3
86	3	4	3	4	2	4	2	3	3
87	4	4	4	3	3	3	3	3	3
88	4	3	3	2	2	2	2	2	2
89	3	3	2	4	3	3	3	3	2
90	3	3	3	4	3	3	3	2	3

NO	X.19	X.20	Total X	Total X2
1	4	4	76	5776
2	3	3	61	3721
3	4	4	79	6241
4	3	4	59	3481
5	3	4	72	5184
6	4	4	75	5625
7	4	4	79	6241
8	4	3	68	4624
9	3	3	55	3025
10	3	4	62	3844
11	3	3	57	3249
12	3	3	63	3969
13	4	4	75	5625
14	3	3	67	4489
15	4	4	74	5476
16	3	3	68	4624

NO	X.19	X.20	Total X	Total X2
17	4	4	64	4096
18	2	3	56	3136
19	3	3	53	2809
20	4	3	73	5329
21	3	3	67	4489
22	3	3	68	4624
23	4	4	61	3721
24	3	3	58	3364
25	4	3	69	4761
26	3	3	68	4624
27	3	3	73	5329
28	3	3	69	4761
29	4	4	73	5329
30	3	3	63	3969
31	3	3	67	4489
32	3	4	75	5625

NO	X.19	X.20	Total X	Total X2
33	3	3	69	4761
34	3	3	71	5041
35	3	3	62	3844
36	4	3	74	5476
37	4	4	67	4489
38	4	4	69	4761
39	4	4	67	4489
40	3	3	75	5625
41	3	3	58	3364
42	4	4	80	6400
43	3	3	69	4761
44	4	4	78	6084
45	3	4	71	5041
46	3	3	65	4225
47	2	3	53	2809
48	3	3	52	2704

NO	X.19	X.20	Total X	Total X2
49	4	4	65	4225
50	4	4	68	4624
51	3	3	60	3600
52	3	4	62	3844
53	3	3	53	2809
54	3	3	58	3364
55	4	4	71	5041
56	3	4	63	3969
57	3	3	68	4624
58	3	3	61	3721
59	3	4	64	4096
60	3	4	69	4761
61	3	3	70	4900
62	4	4	75	5625
63	3	3	68	4624
64	3	4	73	5329

NO	X.19	X.20	Total X	Total X2
65	4	4	72	5184
66	4	4	71	5041
67	3	3	58	3364
68	3	3	62	3844
69	3	3	61	3721
70	2	3	54	2916
71	3	3	63	3969
72	4	4	69	4761
73	2	3	65	4225
74	4	3	76	5776
75	3	3	67	4489
76	3	4	71	5041
77	2	3	62	3844
78	3	3	72	5184
79	4	4	73	5329
80	3	3	69	4761

NO	X.19	X.20	Total X	Total X2
81	3	4	64	4096
82	3	3	57	3249
83	3	4	62	3844
84	3	4	70	4900
85	3	3	64	4096
86	3	4	65	4225
87	3	4	63	3969
88	2	4	59	3481
89	2	3	58	3364
90	4	3	61	3721
			5963	399073

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	3	3	3	3	2	3	2
5	4	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	3	3	3	3	4	3
7	4	4	4	3	3	3	3	3	4
8	4	3	2	4	4	3	4	2	4
9	2	3	3	3	3	2	3	3	3
10	4	3	3	3	3	3	2	3	3
11	3	2	3	2	3	2	3	2	3
12	3	3	3	3	3	3	2	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	3
14	3	3	2	3	2	3	3	2	3
15	4	4	3	4	4	4	4	3	4
16	3	3	3	3	4	4	3	1	3

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
17	4	3	3	3	3	2	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	2	2	3
19	3	2	3	3	3	3	3	3	2
20	3	3	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	3	4	3	3	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	2	2	3	3	3	3	2	3
24	3	3	3	3	3	3	2	2	2
25	4	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3	2	3	3	3
27	2	4	4	3	4	4	2	4	4
28	3	3	4	2	4	3	3	3	3
29	4	3	3	4	3	4	4	3	4
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4
31	3	3	3	3	3	3	3	4	4
32	4	4	3	4	4	3	4	4	4

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
33	4	3	3	4	4	3	2	3	4
34	3	3	3	4	2	4	3	3	2
35	4	4	3	4	3	3	3	3	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	3	4	3	4	3	3	3
38	4	3	4	3	4	3	2	3	3
39	4	3	3	3	4	4	4	4	3
40	4	4	4	4	4	3	4	4	3
41	3	3	3	3	3	3	3	1	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	3
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4
44	4	4	4	3	4	4	3	4	4
45	3	3	3	4	3	3	3	3	3
46	3	2	2	3	3	3	3	2	3
47	2	3	2	3	2	3	2	3	2
48	2	2	2	2	3	3	2	3	3

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
49	4	4	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	4	4	3	4	3
51	3	4	3	2	4	4	3	2	3
52	3	3	3	3	2	2	2	3	3
53	2	3	2	3	2	3	2	1	2
54	3	3	3	3	3	3	3	3	2
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	2	4	4	4	4	3	4	3
58	3	3	3	3	3	3	2	2	2
59	4	3	3	3	4	2	4	3	3
60	3	3	3	4	4	3	3	3	3
61	4	4	3	4	3	3	2	4	4
62	4	4	4	4	4	4	3	4	4
63	2	2	4	3	2	4	3	3	3
64	3	4	4	4	4	4	3	3	4

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
65	4	4	4	4	3	3	3	4	4
66	4	4	4	4	4	4	3	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	3	4
68	3	4	4	3	3	3	3	4	3
69	3	3	3	3	4	3	3	3	4
70	3	3	2	4	3	3	3	2	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	3	4	4	3	4	3	3	4	3
73	3	3	2	3	3	3	2	3	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4	3
75	3	3	3	3	4	3	3	3	3
76	3	2	3	4	4	4	3	3	4
77	3	3	3	4	3	3	3	4	3
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	3	4	4	4	4	2	3	4	3
80	4	3	4	4	4	4	4	4	4

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
81	4	3	3	3	3	2	4	3	3
82	3	3	3	3	4	2	3	3	3
83	4	4	4	4	4	3	3	3	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	3	4	3	3	3	4	4
86	3	4	3	4	4	3	4	3	3
87	3	3	3	4	3	4	3	3	3
88	3	2	2	2	3	4	2	2	4
89	3	3	3	3	3	3	4	4	4
90	4	3	3	4	3	2	4	2	4

NO	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18
1	4	3	4	3	3	4	3	3	4
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
4	3	2	2	2	2	3	3	3	3
5	3	4	4	2	2	4	4	3	3
6	3	3	3	4	3	4	4	4	4
7	4	4	4	4	2	4	4	4	4
8	3	3	4	2	3	4	4	3	3
9	2	2	3	2	2	3	2	2	2
10	3	3	3	2	3	3	2	3	3
11	3	3	3	2	2	3	2	2	2
12	3	2	4	2	3	4	3	3	3
13	4	3	3	3	3	4	4	3	3
14	3	3	2	3	2	3	3	2	3
15	4	2	4	2	3	3	3	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
17	3	2	3	2	3	3	3	3	3
18	2	2	3	3	2	3	2	2	2
19	3	2	2	2	2	3	2	2	3
20	4	3	4	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	4	3	3	3
22	4	3	4	3	3	3	4	4	4
23	4	3	4	3	3	3	3	3	2
24	3	3	3	2	2	3	2	2	2
25	4	2	3	2	3	4	3	4	4
26	4	3	4	4	3	3	4	3	3
27	4	2	4	2	4	4	3	4	4
28	1	4	4	3	3	3	3	3	3
29	4	3	4	3	3	3	3	3	4
30	4	4	4	2	4	4	4	3	3
31	3	3	4	2	3	4	4	4	3
32	4	4	4	2	3	4	4	3	4

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
33	3	3	2	3	3	3	3	3	3
34	3	3	4	3	3	3	3	3	3
35	3	2	2	2	2	3	2	3	3
36	4	3	4	3	3	3	4	3	3
37	3	4	4	2	2	3	4	3	3
38	4	4	4	2	3	3	3	3	3
39	3	3	3	2	3	3	3	3	3
40	4	3	4	3	3	3	4	3	3
41	2	2	2	2	3	3	2	3	3
42	4	3	4	3	4	3	4	3	4
43	1	2	1	2	4	4	2	4	4
44	4	3	3	3	3	3	4	3	4
45	3	4	4	3	4	4	3	3	3
46	2	2	3	2	3	2	3	3	2
47	3	2	3	2	3	3	2	3	2
48	2	3	2	2	3	2	2	3	2

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	4	3	3	3	3	3	3
51	2	3	2	2	2	2	3	2	3
52	2	4	3	2	3	3	4	3	3
53	3	2	3	3	2	3	3	2	3
54	3	2	3	2	2	3	3	2	2
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	2	3	2	2	3	4	3	3
58	3	4	3	1	2	4	3	3	4
59	3	2	3	2	4	4	3	3	3
60	4	3	3	3	3	4	4	3	3
61	4	3	4	2	2	3	4	4	3
62	4	3	3	3	3	4	4	3	3
63	4	2	4	1	2	4	3	3	4
64	3	4	3	3	4	4	4	3	4

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
65	3	3	4	3	3	3	4	4	3
66	4	4	4	3	3	4	4	4	4
67	4	4	3	3	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	4	4	3	3	3	3	3	3
70	2	2	3	2	2	2	2	2	2
71	4	4	2	4	3	4	4	4	4
72	4	4	4	3	3	4	3	4	3
73	3	3	4	4	3	3	3	3	3
74	3	4	4	4	4	4	4	4	4
75	2	2	4	3	3	3	3	3	3
76	4	3	4	3	4	4	4	3	3
77	3	4	3	3	2	3	3	3	2
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	3	3	4	2	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	2	4	3	3	2

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9
81	4	2	4	2	4	3	3	3	2
82	4	2	3	2	2	3	3	2	2
83	3	3	4	2	3	3	4	3	2
84	4	4	4	3	4	4	4	4	4
85	4	2	4	2	3	4	4	3	3
86	4	3	3	3	3	4	3	3	3
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	3	3	2	3	3	3	2	2
89	3	3	3	2	4	3	3	2	3
90	3	4	4	2	3	3	3	3	2

NO	Y.19	Y.20	Total Y	Total Y2
1	3	3	73	5329
2	2	3	58	3364
3	4	4	71	5041
4	2	3	54	2916
5	3	3	63	3969
6	4	4	71	5041
7	4	4	73	5329
8	2	3	64	4096
9	2	3	50	2500
10	3	1	56	3136
11	3	4	52	2704
12	3	3	59	3481
13	3	3	71	5041
14	3	3	54	2916
15	3	4	70	4900

NO	Y.19	Y.20	Total Y	Total Y2
16	2	4	60	3600
17	3	4	59	3481
18	2	3	51	2601
19	2	2	50	2500
20	3	3	69	4761
21	3	3	65	4225
22	4	4	76	5776
23	2	4	58	3364
24	2	3	51	2601
25	4	2	63	3969
26	3	4	64	4096
27	4	4	70	4900
28	4	4	63	3969
29	3	3	68	4624
30	3	4	74	5476
31	2	2	63	3969

NO	Y.19	Y.20	Total Y	Total Y2
32	4	4	74	5476
33	3	3	62	3844
34	3	3	61	3721
35	3	3	59	3481
36	3	3	72	5184
37	2	2	63	3969
38	2	2	62	3844
39	3	2	63	3969
40	4	4	72	5184
41	3	3	53	2809
42	3	4	74	5476
43	2	2	63	3969
44	3	3	70	4900
45	3	3	65	4225
46	3	3	52	2704
47	2	3	50	2500

NO	Y.19	Y.20	Total Y	Total Y2
48	3	3	49	2401
49	3	3	62	3844
50	3	3	64	4096
51	3	4	56	3136
52	3	3	57	3249
53	2	3	49	2401
54	2	3	53	2809
55	4	4	80	6400
56	4	3	61	3721
57	3	4	65	4225
58	4	4	59	3481
59	2	2	60	3600
60	3	3	65	4225
61	4	4	68	4624
62	4	3	72	5184
63	3	4	60	3600

NO	Y.19	Y.20	Total Y	Total Y2
64	4	3	72	5184
65	3	3	69	4761
66	4	4	77	5929
67	4	4	77	5929
68	4	4	65	4225
69	3	3	64	4096
70	2	2	49	2401
71	4	4	77	5929
72	3	4	70	4900
73	3	3	60	3600
74	2	3	75	5625
75	4	4	62	3844
76	3	3	68	4624
77	2	3	60	3600
78	4	4	80	6400
79	4	4	71	5041

NO	Y.19	Y.20	Total Y	Total Y2
80	2	1	68	4624
81	3	3	61	3721
82	2	2	54	2916
83	2	2	64	4096
84	4	4	79	6241
85	3	3	67	4489
86	3	4	67	4489
87	2	3	61	3721
88	2	2	52	2704
89	2	3	61	3721
90	4	4	64	4096
			5732	370832

Lampiran 11

T-Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98898	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67696	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98239	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 12

Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 27

Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Konten Dakwah Instagram	.089	90	.077	.982	90	.259
Ahlak Mahasiswa PAI	.069	90	.200 [*]	.975	90	.084

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Uji Linieritas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ahlak Mahasiswa PAI * Konten Dakwah Media Sosial Instagram	Between Groups	3953.160	26	152.045	5.280	<.001
	Linearity	3384.203	1	3384.203	117.525	<.001
	Deviation from Linearity	568.957	25	22.758	.790	.739
Within Groups		1814.129	83	21.796		
Total		5767.289	89			

Uji Signifikansi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3384.203	1	3384.203	124.968	<.001 ^b
	Residual	2383.086	88	27.081		
	Total	5767.289	89			

a. Dependent Variable: Akhlak Mahasiswa PAI

b. Predictors: (Constant), Konten Dakwah Instagram

Persamaan Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Betas		
1	(Constant)	2.679	5.485		.488	.627
	Konten Dakwah Media Sosial Instagram	.921	.082	.766	11.179	<.001

a. Dependent Variable: Akhlak Mahasiswa PAI

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.582	5.204

a. Predictors: (Constant), Konten Dakwah Media Sosial Instagram

Lampiran 13

Daftar Pertanyaan Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA MAHASISWA

PAI UIN WALISONGO SEMARANG

Nama Informant :

Nim :

Kelas :

Hari & Tanggal :

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah kamu memiliki akun Instagram?	
2.	Kamu gunakan untuk apa akun Instagrammu tersebut?	
3.	Apakah kamu mengikuti akun dakwah di Instagram? Jika Ya, Siapa?	
4.	Apa alasan kamu mengikuti akun dakwah tersebut?	
5.	Jenis Konten dakwah seperti apa yang kamu sukai di Instagram?	

6.	Mengapa kamu menyukai jenis konten dakwah seperti itu?	
7.	Konten dakwah seperti apa yang kamu butuhkan?	
8.	Apakah menurutmu konten dakwah yang kamu lihat bisa berpengaruh terhadap akhlak menjadi lebih baik? Jika Ya kenapa? Jika Tidak kenapa?	

Lampiran 14

Jawaban Pertanyaan Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA MAHASISWA

PAI UIN WALISONGO SEMARANG

Nama Informant : Nurul Habibah

Nim : 2003016041

Kelas : PAI 8B

Hari & Tanggal : Selasa, 14 Mei 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah kamu memiliki akun Instagram?	Ya, saya memiliki akun instagram
2.	Kamu gunakan untuk apa akun Instagrammu tersebut?	Saya gunakan untuk melihat reels, upload foto di feed instagram, melihat berita viral, hingga mendapatkan informasi terkait beasiswa kuliah.
3.	Apakah kamu mengikuti akun dakwah di Instagram? Jika Ya, Siapa?	Ya, Ning Imaz, Ning Sheila hasina, Ning nayluf, Syarifah Yaya, syarifah Sania Muthohar.
4.	Apa alasan kamu mengikuti akun dakwah tersebut?	Yang saya dapat tentang ilmu agama terkait al-qur'an, permasalahan

		dalam wanita seperti haid,
5.	Jenis Konten dakwah seperti apa yang kamu sukai di Instagram?	Konten yang menjelaskan tentang hukum-hukum fiqih seperti fiqih nisa' haid, tata cara sholat.
6.	Mengapa kamu menyukai jenis konten dakwah seperti itu?	Karena konten tersebut berkaitan dengan amaliyah kita sehari-hari dan bias langsung kita praktikkan
7.	Konten dakwah seperti apa yang kamu butuhkan?	Konten yang menjelaskan tentang hukum-hukum fiqih seperti fiqih nisa' haid, tata cara sholat.
8.	Apakah menurutmu konten dakwah yang kamu lihat bisa berpengaruh terhadap akhlak menjadi lebih baik? Jika Ya kenapa?	Ya, apabila konten dakwah tersebut ada relevansinya dengan akhlak , kemungkinan besar konten dakwah tersebut bisa berpengaruh terhadap

	Jika Tidak kenapa?	akhlak mahasiswa. Seperti halnya jika konten tersebut terkait amaliyah sholat atau ibadah, maka kita dapat melakukan ibadah kita dengan benar.
--	--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**PEDOMAN WAWANCARA MAHASISWA
PAI UIN WALISONGO SEMARANG**

Nama Informant : Mahira ‘Ulya Al Zuhri
 Nim : 2103016197
 Kelas : PAI 6E
 Hari & Tanggal : Selasa, 14 Mei 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah kamu memiliki akun Instagram?	Ya, saya memiliki akun instagram
2.	Kamu gunakan untuk apa akun Instagrammu tersebut?	Untuk memperluas relasi pertemanan serta untuk menambah informasi mengenai berita terbaru dan melihat serta mendengarkan konten-konten dakwah.
3.	Apakah kamu mengikuti akun dakwah di Instagram? Jika Ya, Siapa?	Saya mengikuti Ustadzah Halimah Alaydrus
4.	Apa alasan kamu mengikuti akun dakwah tersebut?	Saya mendapatkan banyak pengetahuan tentang keagamaan yang belum pernah saya

		ketahui sebelumnya dan saya juga mendapatkan motivasi-motivasi kehidupan dari postingan beliau.
5.	Jenis Konten dakwah seperti apa yang kamu sukai di Instagram?	Jenis konten yang saya sukai adalah quotes-quotes motivasi kehidupan, tasawuf.
6.	Mengapa kamu menyukai jenis konten dakwah seperti itu?	Karena bisa memotivasi kita untuk belajar menjadi seseorang yang lebih baik lagi.
7.	Konten dakwah seperti apa yang kamu butuhkan?	Video-video dakwah singkat seperti reels, postingan seputar agama Islam, postingan tentang tasawuf.
8.	Apakah menurutmu konten dakwah yang kamu lihat bisa berpengaruh terhadap akhlak menjadi lebih baik?	Ya, karena konten-konten dakwah memacu kita untuk terus belajar dan dengan membaca suatu hal yang positif

	Jika Ya kenapa? Jika Tidak kenapa?	agar kita termotivasi untuk melakukannya.
--	---------------------------------------	----------------------------------------------

**PEDOMAN WAWANCARA MAHASISWA
PAI UIN WALISONGO SEMARANG**

Nama Informant : Niswatul Azkiya
 Nim : 2203016025
 Kelas : PAI 4A
 Hari & Tanggal : Selasa, 14 Mei 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah kamu memiliki akun Instagram?	Ya, saya memiliki akun instagram
2.	Kamu gunakan untuk apa akun Instagrammu tersebut?	Untuk mencari informasi
3.	Apakah kamu mengikuti akun dakwah di Instagram? Jika Ya, Siapa?	Ya, Ning Sheila Hasina, Lora Ismel Kholilie, Ning Jazil, Ning Imaz.
4.	Apa alasan kamu mengikuti akun dakwah tersebut?	Untuk menambah wawasan dan pengetahuan.
5.	Jenis Konten dakwah seperti apa yang kamu sukai di Instagram?	Konten dakwah yang berisi tentang Fiqih Ibadah, Fiqih Wanita, Motivasi-motivasi hidup.

6.	Mengapa kamu menyukai jenis konten dakwah seperti itu?	Karena menarik dan bermanfaat untuk mukhasabah diri
7.	Konten dakwah seperti apa yang kamu butuhkan?	Konten yang berisi tentang pepiling hidup.
8.	Apakah menurutmu konten dakwah yang kamu lihat bisa berpengaruh terhadap akhlak menjadi lebih baik? Jika Ya kenapa? Jika Tidak kenapa?	Ya, karena karena dengan konten-konten dakwah seperti itu, bias menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

**PEDOMAN WAWANCARA MAHASISWA
PAI UIN WALISONGO SEMARANG**

Nama Informant : Anggun K.Ulliyah

Nim : 23030260174

Kelas : PAI 2 E

Hari & Tanggal : Selasa, 14 Mei 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah kamu memiliki akun Instagram?	Ya, saya memiliki akun instagram
2.	Kamu gunakan untuk apa akun Instagrammu tersebut?	Untuk mencari informasi dan hal-hal positif lainnya.
3.	Apakah kamu mengikuti akun dakwah di Instagram? Jika Ya, Siapa?	Ya, Ustadzah Halimah Alaydrus
4.	Apa alasan kamu mengikuti akun dakwah tersebut?	Karena memotivasi diri sendiri
5.	Jenis Konten dakwah seperti apa yang kamu sukai di Instagram?	Jenis dakwah tentang keimanan, akhlak dan perilaku seseorang

6.	Mengapa kamu menyukai jenis konten dakwah seperti itu?	Selain bias memotivasi diri sendiri juga bias memperbaiki iman dalam diri kita.
7.	Konten dakwah seperti apa yang kamu butuhkan?	Konten dakwah mengenai pentingnay iman dalam diri
8.	Apakah menurutmu konten dakwah yang kamu lihat bisa berpengaruh terhadap akhlak menjadi lebih baik? Jika Ya kenapa? Jika Tidak kenapa?	Ya, bisa karena dengan adanya konten dakwah yang tentunya berkaitan dengan akhlak, bias memperbaiki akhlak kita menjadi lebih baik dan juga bias memiliki keinginan untuk merubah akhlak menjadi lebih baik lagi.

Lampiran 15

Kumpulan Dokumentasi Penyebaran Kuesioner



Wawancara dengan mahasiswa PAI Angkatan 2023



Wawancara dengan mahasiswa PAI Angkatan 2022



Wawancara dengan mahasiswa PAI Angkatan 2020



RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Karima Fajriyati Sa'adah
2. Tempat Tanggal Lahir : Kudus, 19 Desember 2001
3. Alamat : Jalan. Sewonegoro gang 11 Rt.
02 Rw. 011 Kecamatan Jekulo, Kabupaten Kudus
4. Email : rimaryyati2001@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. TK NU Nurul Ulum Jekulo Kudus
2. SD Negeri 1 Jekulo
3. MTS NU Nurul Ulum Jekulo Kudus
4. MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus
5. UIN Walisongo Semarang