

ABSTRAK

PENGARUH AKUN DAKWAH ISLAM DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ANGKATAN 2017

Oleh:

Laily Navi'atul Farah

Media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah instagram. Berbagai macam informasi mudah didapatkan di instagram salah satunya informasi tentang keagamaan yang banyak disebarakan oleh akun dakwah yang memang khusus digunakan untuk berdakwah dengan cara memposting mengenai informasi keagamaan. Dengan memanfaatkan fitur yang ada di instagram seperti foto maupun video yang berisi tentang keagamaan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi pengikut dari akun dakwah Islam di instagram tersebut. Dari fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran pengaruh akun dakwah Islam di instagram terhadap perilaku keagamaan mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia 2017.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini diambil dari seluruh mahasiswa aktif PAI FIAI UII angkatan 2017 yang memiliki akun instagram dan mengikuti akun dakwah Islam di instagram. Mahasiswa aktif PAI FIAI UII angkatan 2017 berjumlah 172 mahasiswa dari 172 mahasiswa aktif ini penulis mengambil sampel sebanyak 40 mahasiswa dari PAI FIAI UII angkatan 2017. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana yang diolah dengan bantuan computer dengan program SPSS versi 22 for windows.

Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara akun dakwah Islam di instagram terhadap perilaku keagamaan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari probabilitas 0,05. Besarnya pengaruh akun dakwah Islam di instagram terhadap perilaku keagamaan sebesar 34,1% dan sisanya merupakan variabel lain sebesar 65,9% yang diasumsikan adalah berasal dari (a) faktor internal meliputi pengalaman pribadi, pengalaman emosi dan minat, (b) faktor eksternal meliputi interaksi dan pengalaman.

Kata kunci: *akun dakwah Islam, instagram, perilaku keagamaan.*

ABSTRACT

THE EFFECT OF ISLAMIC DA'WAH ACCOUNT ON INSTAGRAM AGAINST RELIGIOUS BEHAVIOR OF ISLAMIC EDUCATION ISLAMIC RELIGIOUS FACULTY ISLAMIC UNIVERSITY OF INDONESIA 2017

By:

Laily Navi'atul Farah

Social media is the most widely used today is instagram. A wide variety of readily available information on instagram one that a lot of information about the religious propaganda spread by the account which is specifically used for the propagation by way of posting on religious information. By utilizing the existing features on instagram such as photos and videos containing about religion is one thing that can affect the propagation of Islam followers of the account in the instagram. The phenomenon of this study aimed to obtain the effect of the propagation of Islam in instagram account of the religious behavior of students of Islamic Education Faculty of Islamic Studies Indonesian Islamic University in 2017.

This study uses a quantitative approach. Subjects of this study were taken from all active students PAI FIAI 2017 UII forces have instagram account and follow the propagation of Islam in instagram account. Students active PAI FIAI UII 2017 amounted to 172 students from 172 active student writer take a sample of 40 students of PAI FIAI angkatan 2017. UII data collection technique using questionnaires. Data were analyzed using simple linear regression that is processed with the help of a computer with SPSS version 22 for Windows.

The findings of the results showed that a significant difference between the propagation of Islam in instagram account against religious behavior with a significance level of 0.000 is smaller than the probability of 0.05. The amount of influence the propagation of Islam in instagram account against religious behavior amounted to 34.1% and the rest is another variable of 65.9% which is assumed to originate from (a) internal factors including personal experience, emotional experience, and interests, (b) external factors includes interaction and experience.

Keywords: *Islamic missionary accounts, instagram, religious behavior.*